

UNIVERSIDADE DE TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO

**A CRIAÇÃO DO BANCO PALMAS COMO FATOR INDUTOR DO
DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO
SOCIAL, CAPITAL HUMANO E CAPITAL SOCIAL NA CIDADE DE
FORTALEZA – CEARÁ, BRASIL.**

Tese de Doutoramento em Gestão

-Versão Definitiva-

HAMILTON VALE LEITÃO

Orientadores: Doutor Francisco José Lopes de Sousa Diniz
Doutor Randal Martins Pompeu
Doutora Carla Susana da Encarnação Marques



VILA REAL

2015

UNIVERSIDADE DE TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO

**A CRIAÇÃO DO BANCO PALMAS COMO FATOR INDUTOR DO
DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO
SOCIAL, CAPITAL HUMANO E CAPITAL SOCIAL NA CIDADE DE
FORTALEZA – CEARÁ, BRASIL.**

Tese de Doutoramento em Gestão

-Versão Definitiva-

HAMILTON VALE LEITÃO

Orientadores: Doutor Francisco José Lopes de Sousa Diniz
Doutor Randal Martins Pompeu
Doutora Carla Susana da Encarnação Marques



VILA REAL

2015

UNIVERSIDADE DE TRÁS-OS-MONTES E ALTO DOURO

**A CRIAÇÃO DO BANCO PALMAS COMO FATOR INDUTOR DO
DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO
SOCIAL, CAPITAL HUMANO E CAPITAL SOCIAL NA CIDADE DE
FORTALEZA – CEARÁ, BRASIL.**

Tese de Doutoramento em Gestão

-Versão Definitiva-

HAMILTON VALE LEITÃO

Orientadores: Doutor Francisco José Lopes de Sousa Diniz
Doutor Randal Martins Pompeu
Doutora Carla Susana da Encarnação Marques

Composição do Júri:

Doutor José Manuel Cardoso Belo

Doutor Francisco José Lopes de Sousa Diniz

Doutora Luísa Margarida Cagica Carvalho

Doutor Ivo Dinis Oliveira

Doutor Vítor Lélío da Silva Braga

Tese apresentada à Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, como requisito para a obtenção do grau de Doutor em Gestão.

DEDICATÓRIA

A minha saudosa mãe, Terezinha de Jesus Vale Leitão

A minha amada esposa, Professora Me. Ana Cleide Diogenes Soares Vale

Aos meus queridos filhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço muito às pessoas que, direta ou indiretamente, tornaram possível a realização desta tese. Quero, de forma especial, deixar o meu sincero e humilde agradecimento;

- Em primeiro lugar, a Deus, pela força da vitalidade e a coragem para enfrentar os desafios impostos no dia-a-dia;

- À minha amada e saudosa mãezinha, que tanto sonhou com este momento, os meus mais profundo sentimento de gratidão pelo seu exemplo de vida;

- À Senhora Prof. Dr^a Fernanda Maria Carneiro pelo apoio dado nos momentos cruciais na minha pesquisa;

- À Prof. Doutoranda Michelle Alves Vasconcelos Pontes pelo seu empenho, dedicação e força nos momentos de

- À Senhora Prof. Doutora Carla Susana da Encarnação Marques, minha professora, orientadora e coordenadora, pelas valiosas sugestões, críticas e apoio construtivos e disponibilidade no decorrer de todo este processo de investigação, decisivo para a conclusão desta tese;

- Ao Senhor Prof. Doutor Randal Martins Pompeu, meu orientador, pela presença amiga, incentivadora, competente e disponível no decorrer da pesquisa;

- Ao Senhor Prof. Doutor Francisco José Lopes Diniz, meu orientador, pelas suas contribuições valiosas e incentivadoras dos meus estudos;

- À Faculdade de Teologia Aplicada-INTA, na pessoa do seu Diretor Geral, Prof. Doutor Oscar Rodrigues Júnior, e ao Deputado Federal Prof. Doutor Moses Haendal Melo Rodrigues, pela condição e apoio concedido para a realização deste curso;

- Ao Professor e Gestor educacional, Gustavo Braga In memória, pelo apoio e incentivo;

- Aos Bibliotecários da Faculdade Evangélica do Piauí, Maria Auzenir dos Santos Sousa e Walisson de Oliveira Rodrigues, pela colaboração na formatação e pesquisa de referencial teórico, desde o início até ao fim desta investigação;

- À Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, na pessoa do seu Reitor, Senhor Prof. Doutor António Fontainhas Fernandes, e ao seu corpo docente, pelo apoio e pela oportunidade de estudar em tão conceituada Instituição de Ensino Superior.

" É graça divina começar bem.
Graça maior é persistir na luta.
Mas, a graça das graças é não desistir."

Dom Hélder Câmara.

RESUMO

Esta pesquisa procurou analisar uma experiência de Empreendedorismo e Inovação Social, Capital Humano e Capital Social, tendo como objeto de estudo o Banco Palmas, situado na cidade de Fortaleza, no Estado do Ceará, no Brasil. O Banco Palmas foi criado para responder à necessidade de fomentar as áreas de criação de rendimento e trabalho que, fazendo uso de um sistema económico societário, permitem superar o eixo da pobreza localizado numa área periférica, denominada por Conjunto Palmeiras, com uma população de 30 mil habitantes. O Banco Palmas foi o primeiro banco de economia solidária no Brasil tendo sido um forte indutor do desenvolvimento das práticas de Empreendedorismo e Inovação Social, baseado em quatro eixos importantes: económico (acesso da população a crédito e criação de um circulante local); educacional (formação e capacitação de pessoal com ênfase no Capital Humano e social); ambiental (sustentabilidade para o uso consciente e responsável dos recursos da natureza); e de replicação (difusão das tecnologias inovadoras de uma gestão de Empreendedorismo Social noutras regiões de baixo rendimento, onde a ausência de políticas sociais básicas não se faz sentir).

No decorrer dessa investigação, recorreu-se à abordagem quantitativa com o tipo de pesquisa exploratória, descritiva e estudo de caso. Na aplicação da pesquisa foram utilizados questionários constituídos por questões essencialmente fechadas com utilização de uma escala Likert, tendo como instrumento de análise de dados os programas SPSS 20.0 e AMOS 19.0.

Os dados obtidos nessa pesquisa mostram que fatores de fortalecimento económico, impactos na comunidade local, gestão empreendedora/Inovação Social e Capital Humano e Capital Social são postos em prática pelo Banco Palmas com resultados relevantes para os seus associados e colaboradores.

Palavras-chave: Economia Solidária; Inovação Social; Empreendedorismo Social; Terceiro Setor; Capital Social e Capital Humano.

THE ROLE OF PALMAS BANK IN DEVELOPING ENTREPRENEURSHIP, SOCIAL INNOVATION AND HUMAN AND SOCIAL CAPITAL IN FORTALEZA, CEARÁ STATE, BRAZIL.

ABSTRACT

This scientific research has looked into an example of entrepreneurship, social innovation and human and social capital, which is the Palmas Bank in Fortaleza, in the State of Ceará, Brazil. The bank was founded to create more income and jobs in a peripheral area of the city of Fortaleza, called Conjunto Palmeiras with a population of 30,000 inhabitants. It is based on a corporate economic system and has greatly contributed to the sustainable development of the area by implementing entrepreneurial and social innovation actions that rest on four major guidelines: economy (population's access to credit and the creation of a local currency); education (training and qualification, focusing on talent management and on human and social capital); environment (sustainability for informed and responsible use of nature's resources); replication (dissemination of innovative technologies to attain a social entrepreneurial management in other low-income areas where there is no lack of basic social policies).

In the course of this research, a quantitative approach was used with recourse to exploratory and descriptive analysis and the case-study methodology. Questionnaires consisting of closed-ended questions were used following a Likert scale and data were analysed through 20.0 SPSS and 19.0 AMOS software.

The data that were obtained show that The Palmas Bank makes use of economic strengthening factors, local community impacts, entrepreneurial management, social innovation and social and human capital resulting in relevant benefits for its associates and co-workers.

Keywords: Solidarity Economy; Social Innovation; Social Entrepreneurship; Third Sector; Social Capital and Human Capital

ÍNDICE GERAL

INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO 1 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	10
1.1 Empreendedorismo e Inovação Social	10
1.2 O Empreendedorismo Social e o Capital Humano	17
1.3 Os conceitos de Capital Social e Capital Humano	20
1.4 Inovações sociais e seu significado	28
1.5 Por um conceito de desenvolvimento local	36
1.6 Economia solidária	38
1.6.1 Por uma definição de economia solidária.....	38
1.6.2 Economia solidária como expressão de uma nova forma de solidariedade.....	39
1.6.3 Um projeto de economia popular e solidária	40
1.6.4 Economia solidária e sua pluralidade	43
1.6.5 Duas características em destaque	46
1.7 Terceiro Setor: distintas concepções teóricas.....	47
1.7.1 As entidades do terceiro setor na esfera globalizada.....	53
1.7.2 O terceiro setor no Brasil: breve resenha histórica.....	54
CAPITULO 2 – ENQUADRAMENTO DA AMOSTRA	67
2.1 A realidade socioeconômica e política do Estado do Ceará, no Brasil.	67
2.2 Nascimento do Banco Palmas: caracterização do contexto sócio econômico	71
2.2.1 O Banco e os seus processos	75
2.2.2 O banco como indutor de inclusão social.....	77
2.2.3 Impactos sociais e econômicos do Banco Palmas	79
2.2.4 Ações de Empreendedorismo e Inovação Social: o êxito da experiência do Banco Palmas	81
2.2.5 O Banco e as suas práticas.....	86
2.2.6 Unidades produtivas e solidárias do Banco Palmas.....	88
2.3 A Associação dos moradores do Conjunto Palmeiras e os programas de desenvolvimento local	90
2.3.1 A ação em rede da ASMOCONP	90
CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA.....	93

3.1 Métodos e técnicas de investigação	93
3.1.1 Método, problemática, questões de investigação e operacionalização de variáveis	93
3.1.2 População.....	101
3.1.3 Tratamento de dados.....	101
3.1.4 Técnicas de recolha e tratamento de dados quantitativos.....	103
3.1.5 Critérios de inclusão da amostra.....	107
3.2 Responsabilidades e questões éticas.....	108
CAPÍTULO 4 - ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	109
4.1 Associados (empresas/autónomos) parceiros.....	109
4.2 Validação do instrumento de medida.....	120
4.2.1 Metodologia de validação do instrumento de medida.....	120
4.3 Colaboradores funcionais.....	135
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	154
REFERÊNCIAS.....	162
APÊNDICES.....	185
Apêndice A.....	186
Apêndice B.....	187
Apêndice C.....	189
Anexos.....	192

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1 -Diferenciação entre Empreendedorismo Social e privado	16
Quadro 2 -Perfil dos empreendedores sociais	16
Quadro 3 -Diferença entre Empreendedorismo empresarial e Empreendedorismo Social	18
Quadro 4 -Organizações sociais tradicionais e empreendedoras	19
Quadro 5 - Características do Empreendedorismo social, responsabilidade social empresarial e Empreendedorismo privado	19
Quadro 6- Conceitos mais conhecidos de Capital Social	26
Quadro 7 – Combinações possíveis entre público e privado.....	52
Quadro 8 – Comparação do crescimento das entidades constantes do CEMPRE	66
Quadro 9 – População em 2010 e em 2015	69
Quadro 10 – Indicadores sociais.....	70
Quadro 11 – Rede solidária de produção e Consumo local do <i>Banco Palmas</i>	87
Quadro 12 - Apresentação das unidades produtivas solidárias	88
Quadro 13 -Funcionamento dos programas de desenvolvimento local	89
Quadro 14 – Questões de investigação.....	99
Quadro 15 – Teorias e conceitos-chave utilizados	102
Quadro 16 – Ficha técnica de investigação	103
Quadro 17 – Tarefas, descrição e técnicas estatísticas associadas	105
Quadro 18 – Frequências da renda segundo a atividade.	110
Quadro 19 – Frequências da receita anual segundo a utilização dos serviços	112
Quadro 20 – Fatores obtidos a partir da Análise Fatorial Explanatória (AFE)	114
Quadro 21 – Teste de Kolmogorov-Smirnov relativo à escala de satisfação dos associados (empresas/autónomos).	115
Quadro 22– Comparação da escala de satisfação do Banco Palmas segundo o género dos associados (empresas/autónomos).	115
Quadro 23 – Comparação da escala de satisfação do Banco Palmas segundo a idade dos associados (empresas/autónomos).	116
Quadro 24 – Comparação da escala de satisfação do Banco de Palmas segundo a faixa salarial dos associados (empresas/autónomos).	117
Quadro 25 – Comparação da escala de satisfação do Banco de Palmas segundo o tempo de fundação	118

Quadro 26 – Comparação da escala de satisfação do Banco de Palmas segundo o tempo de associado.....	119
Quadro 27 – Índices de ajustamento e valores de referência	122
Quadro 28 – Estatísticas e Índices de Ajustamento do instrumento de medida ‘Fortalecimento Económico’	123
Quadro 29 – Pesos fatoriais estandardizados dos itens (λ), fiabilidade compósita (FC) e variância extraída média (VEM) do instrumento de medida ‘Fortalecimento Económico’	124
Quadro 30 – Estatísticas e Índices de Ajustamento do instrumento de medida ‘Impactos na Comunidade Local’	125
Quadro 31 – Pesos fatoriais estandardizados dos itens (λ), fiabilidade compósita (FC) e variância extraída média (VEM) do instrumento de medida ‘Impactos na Comunidade Local’	127
Quadro 32 – Estatísticas e Índices de Ajustamento do instrumento de medida ‘Gestão Empreendedora/Inovação Social’	127
Quadro 33 – Pesos fatoriais estandardizados dos itens (λ), fiabilidade compósita (FC) e variância extraída média (VEM) do instrumento de medida ‘Gestão Empreendedora/Inovação Social’	129
Quadro 34 – Estatísticas e Índices de Ajustamento do instrumento de medida ‘Capital Humano e Capital Social’	129
Quadro 35 – Pesos fatoriais estandardizados dos itens (λ), fiabilidade compósita (FC) e variância extraída média (VEM) do instrumento de medida ‘Capital Humano e Capital Social’	131
Quadro 36 – Estatísticas e Índices de Ajustamento do instrumento de medida ‘Capital Humano e Capital Social’	132
Quadro 37 – Pesos fatoriais estandardizados dos itens (λ), fiabilidade compósita (FC) e variância extraída média (VEM) do instrumento de medida ‘’ no CFP	134
Quadro 38 – Correlações entre os fatores.....	135
Quadro 39 – Distribuição da Idade.....	136
Quadro 40 – Distribuição da Idade segundo a função.....	136
Quadro 41 – Distribuição da Idade segundo o perfil económico.	137
Quadro 42 – Cruzamento entre as variáveis função e renda.	137
Quadro 43 – Itens sugeridos para que a gestão de Capital Humano	

e Capital Social do Banco Palmas possa se efetivar segundo a função.	138
Quadro 44 – Itens sugeridos para que a gestão de Capital Humano e Capital Social do Banco Palmas possa se efetivar segundo a idade.	139
Quadro 45 – Associação entre sexo e itens sugeridos para que a gestão de Capital Humano e Capital Social do Banco Palmas possa se efetivar segundo a função.	141
Quadro 46 – Distribuição de frequências da avaliação global dos colaboradores funcionais segundo a função no banco Palmas – Fortalecimento económico.....	142
Quadro 47 – Distribuição de frequências da avaliação global dos colaboradores funcionais segundo a função no banco Palmas – Impactos na comunidade local.....	143
Quadro 48 – Distribuição de frequências da avaliação global dos colaboradores funcionais segundo a função no banco Palmas – Gestão Empreendedora.....	144
Quadro 49 – Distribuição de frequências da avaliação global dos colaboradores funcionais segundo a função no banco Palmas – Capital Humano e Capital Social.....	145
Quadro 50 – Fatores obtidos a partir da Análise Fatorial Explanatória (AFE)	146
Quadro 51 – Teste de Kolmogorov-Smirnov relativo à escala de satisfação dos colaboradores funcionais representantes legais do Banco de Palmas.	147
Quadro 52 - Confirmação dos fatores em relação aos objetivos	151
Quadro 53 – Confirmação dos fatores em relação as hipóteses	152
Quadro 54– Resultados das hipóteses de investigação.....	157

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - O <i>cluster</i> socioeconómico de desenvolvimento da ASMACONP.....	92
Figura 2 – Metodologia da investigação.....	97
Figura 3 – Distribuição dos associados (empresas/autónomos) por sexo	109
Figura 4 – Distribuição do perfil económico.....	110
Figura 5 - Caixa de Bigodes do Tempo de Associado segundo a utilização da linha de crédito, Orientação Financeira, Treinamento/Capacitação e Correspondente Bancário.....	113
Figura 6 - Caixa de Bigodes da Receita Anual em relação ao Tempo de Associado.....	114
Figura 7 – Pesos fatoriais estandardizados e fiabilidade individual de cada um dos itens do fator ‘Fortalecimento Económico’	124
Figura 8 – Pesos fatoriais estandardizados e fiabilidade individual de cada um dos itens do fator ‘Impactos na Comunidade Local’	126
Figura 9 – Pesos fatoriais estandardizados e fiabilidade individual de cada um dos itens do fator ‘Gestão Empreendedora/Inovação Social’	128
Figura 10 – Pesos fatoriais estandardizados e fiabilidade individual de cada um dos itens do fator ‘Capital Humano e Capital Social’	131
Figura 11 – Pesos fatoriais estandardizados e fiabilidade individual dos itens.....	133
Figura 12 – Distribuição dos colaboradores por sexo.	135
Figura 13 – Distribuição do perfil económico.....	136

LISTA DE SIGLAS

AFC - análise fatorial confirmatória

AFE - Análise Fatorial Explanatória

AIC – Critério de Informação de Akaike

ASHOKA- Organização mundial sem fins lucrativos

ASMOCONP - Associação do Moradores do Conjunto Palmeiras

BCC – Critério de Browne-Cudeck

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CEMPRE - Cadastro Central de Empresas

CFI – Índice de ajuste comparativo

CRISES - Centre de recherche sur les innovations sociales

DM2 – Distância quadrada de Mahalandir

DP – Desvio Padrão

ECVI - índice de validação cruzada

ES – Economia Solidária

F1 – Fortalecimento econômico

F2 – Impactos na Comunidade Local

F3 – Gestão Empreendedora/Inovação Social

F4 – Capital Humano e Capital Social

FASFIL - Fundações Privadas e Associações sem fins lucrativos

FC - fiabilidade compósita

GFI – Índice de Qualidade de Ajuste

gl – Grau de liberdade

H_0 – hipótese nula

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

IPECE - Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará

KS – Teste de Kolmogorov-Smirnov

LAU – Laboratório de Agricultura Urbana

MINEP – Ministério do Poder Popular para as Comunas e Movimentos Sociais

MTE – Ministério do Trabalho e Emprego

NESOL – Núcleo de Economia Solidária

NESTA - National Endowment for Science, Technology and Arts

OEP - Organizações Económicas Populares

ONGs – Organizações Não Governamentais

ONU – Organização das Nações Unidas

p – Probabilidade de evento

PGFI - Parsimony Goodness-of-fit Index

PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios

PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

RITS - Rede de Informação do Terceiro Setor

RMSEA - Raiz do erro quadrático médio de aproximação

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro Empresas

SOFTEX - Sociedade Brasileira para Exportação e Software

TS - Terceiro Setor

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

VEM - variância extraída média

INTRODUÇÃO

As experiências de Bancos Comunitários mostram que se trata de atividades financeiras de inovação e Empreendedorismo de cunho solidário, desenvolvidas numa teia de características associativas e comunitárias, que se destina a fomentar atividades laborais e de criação de rendimentos sob o ponto de vista de reorganização das economias locais, tendo como pressuposto os princípios da economia solidária. O objetivo do Banco Palmas é induzir o desenvolvimento de territórios com baixos rendimentos, através da criação de parcerias locais de produção e consumo base no apoio às iniciativas de economias solidárias, nos seus diversos âmbitos, como: os empreendimentos socio produtivos, de prestação de serviços, de apoio às iniciativas de comercialização dos mais variados ramos de negócios (mercadinhos, postos de gasolina, lojas e feiras societárias), bem como a organização da cadeia produtiva de produtores e consumidores de baixos rendimentos da comunidade do Conjunto Palmeiras.

Segundo Melo Neto e Magalhães (2007), o primeiro Banco comunitário brasileiro foi o Banco Palmas, inaugurado em janeiro de 1998, no conjunto Palmeiras, um bairro pobre em termos materiais, com cerca de 30 mil habitantes, localizado na periferia da cidade de Fortaleza (CE). De acordo com os autores, a sua criação partiu da Associação dos moradores do conjunto Palmeiras e logo teve uma progressiva adesão dos moradores da comunidade. Os referidos membros da comunidade resolveram, por decisão coletiva, criar no local um sistema económico com uma linha de microcréditos para os empreendedores e consumidores locais. Os mecanismos de incentivo ao consumo local foram a criação de crédito e de uma moeda social circulante, a par de inovadoras formas de negociação como feiras e lojas populares e solidárias, impulsionando, localmente, a criação de novos postos de trabalho e consequente aumento de rendimento para um número significativo de pessoas.

De acordo com o Núcleo de Economia Solidária (NESOL) (Novy *et al.*, 2013), é possível afirmar que o êxito do Banco Palmas se baseia em três eixos fundamentais que norteiam a sua filosofia de ação: a economia solidária, o Empreendedorismo e a formação profissional. A sua gestão é prioritariamente desenvolvida pelos membros da própria comunidade, sobretudo a gestão de inovação em Empreendedorismo Social e de pessoas. Trata-se de um sistema interligado com o desenvolvimento local que impulsiona o microcrédito, estimula a população da comunidade e promove a capacitação contínua e permanente dos associados (empresas/autónomos). Juntamente

com a moeda oficial, o Real, circula uma moeda local, designada por Palmas, aceite e valorizada por produtores, associados (empresas/autónomos) e consumidores do bairro, tendo dado origem, entre os moradores, a um novo mercado solidário e inovador.

A moeda Palmas é indexada e lastrada em reais, 1 palmas equivalendo a 1 real, o que ajuda os empreendedores produtivos e os consumidores da comunidade, o comércio, os serviços e a indústria a fazerem trocas cambiais sempre que necessitam de repor os seus *stocks*, como mercadorias não produzidas na comunidade do Conjunto Palmeiras. Importa ressaltar que, segundo o NESOL (2013), a moeda Palmas é já aceite em 244 estabelecimentos empresariais, que praticam uma política de descontos de 2% a 15% para as compras e transações comerciais efetuadas na moeda Palmas.

Com o intuito de divulgar o mecanismo de ação inovadora do Banco Palmas, no ano de 2003 os moradores do Conjunto Palmeiras Instituíram o Instituto Palmas. Alguns anos volvidos, a Associação passou a fazer uma rede de pactos e parcerias junto da Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério Trabalho e Emprego (MTE) e com o Banco Popular do Brasil. Já no ano de 2007, foram estabelecidas parcerias com o Governo do Estado do Ceará para expandir as ações inovadoras dos Bancos Comunitários na sua unidade federativa ou circunscrição. Todas estas parcerias possibilitaram não só o desenvolvimento do Banco Palmas, mas, também, o dos demais bancos populares, permitindo mais acesso ao crédito e a atuação destes bancos como correspondentes bancários do Banco Popular do Brasil. No entanto, na opinião de Melo Neto e Magalhães (2007), é necessário que ofereçam outros serviços, funcionando como agências.

De acordo com França Filho (2011), o Banco Palmas enfrentou alguns problemas na implementação dessa tecnologia inovadora, entre eles, o de convencer os parceiros locais e internacionais da capacidade da Associação de moradores do conjunto Palmeiras de fazer a Gestão do banco. Outros desafios foram a aquisição de recursos iniciais, a inexperiência da equipe para gerir uma estrutura financeira, a dificuldade do quadro de sócios em conviverem com uma proposta económica (créditos, juros e cobranças) dentro de um espaço de ações comunitárias e o problema de segurança dos recursos do Banco Palmas, tendo em conta os efeitos da violência urbana e dos assaltos na região.

Na tentativa de superar os problemas, a equipe do Banco Palmas procurou ajuda junto de parceiros externos, quer na esfera pública, quer nas organizações não-governamentais, as chamadas ONGs. Os agentes de crédito receberam formação da

parte da municipalidade e os colaboradores da administração do Banco Palmas da Organização não-governamental CEARH Periferia. Quanto ao corpo de coordenadores, tiveram uma especialização em planejamento e métodos de gestão participativa.

Como se pode verificar, de acordo com França Filho *et al.* (2012a), o estudo e a formação em áreas importantes para o desenvolvimento das atividades do Banco Palmas são uma constante, constituindo, como ressaltam os seus dirigentes, uma das razões do sucesso desta experiência em Empreendedorismo e Inovação Social.

O Empreendedorismo e Inovação Social e o Capital Humano e Social surgiram no cenário dos anos 90, marcado pela redução dos investimentos públicos no campo social, pelo crescimento das organizações do terceiro setor e pela participação e investimento das empresas neste campo. “Toda relação do homem com a natureza é portadora e produto de técnicas que foram enriquecidas, diversificando, e avolumando ao longo do tempo. As técnicas oferecem respostas à vontade de evolução dos homens e, definidas pelas possibilidades que criam, são a marca de cada período da história.” (Santos, 2010, p.62).

Ferreira *et al.* (2014a) abordam o Empreendedorismo como uma matéria ainda recente, que vem crescendo gradualmente no ramo do estudo bibliométrico e da pesquisa exploratória, daí a importância de desenvolver conteúdos de relevância sobre o tema.

Campos, Parellada e Palma (2012) levaram a cabo o mapeamento da produção de conhecimento teórico e aplicado de abordagens de Empreendedorismo e inovação. O universo pesquisado contou com 378 trabalhos publicados no *Journal of Business Venturing*, uma publicação dedicada ao Empreendedorismo; no entanto, apenas 1,9% desses trabalhos propunham interseções entre o tema principal e ações sociais diretamente ligadas ao Empreendedorismo Social.

Phillips *et al.* (2015) alertam para a polaridade de produções acadêmicas sobre o tema oriundas de países de língua inglesa. Embora o número de estudos sobre este segmento seja pequeno, existe, contudo, uma concentração de produções científicas em países que têm a língua inglesa como nativa. Já as publicações sobre Empreendedorismo Social em países de língua não inglesa são em menor número. Segundo os autores, essa disparidade poderia gerar dados tendenciosos relativamente a certas culturas, ou mesmo apontar ferramentas e estratégias de gestão para o Terceiro Setor que não contemplam a realidade de outros países. Daí a importância de aprofundar

o tema, principalmente em países em situação de subdesenvolvimento e com grande potencial de ação de organizações sociais.

De acordo com Peredo e McLean (2006), o empreendedor social será apenas um indivíduo que organiza e/ou trabalha numa instituição ou corporação que apresenta metas e resultados sociais. Damo-nos conta, no entanto, que não é assim tão fácil definir o empreendedor social. Podemos afirmar que todos os indivíduos que desenvolvem trabalho social são verdadeiros empreendedores? Muito provavelmente não. O que distingue um empreendedor de um não empreendedor são aspetos como a força de vontade, a ambição, o carisma, a liderança, a capacidade de comunicação e de influenciar os outros, a possibilidade de otimizar a utilização de recursos escassos (Shaw e Carter, 2007)

Cuervo *et al.* (2007) defendem a teoria de que o Empreendedorismo é independente do capitalismo e de formas específicas de gestão e de que é importante distinguir o modo como empreendimentos diversos são conduzidos. Os empreendimentos são gerados por uma procura latente por determinado produto ou serviço, ou pelo aperfeiçoamento no arranjo nos processos de execução. Daí a necessidade e a importância de estudar o Tema do “Empreendedorismo e Inovação Social” com base num exemplo da realidade brasileira.

Recentemente, o Empreendedorismo Social tem sido encarado como um conceito em desenvolvimento, com características teóricas, metodológicas e estratégicas, sinalizando uma diferença entre gestão social tradicional e empreendedora. Por essa razão, a pesquisa sobre o Banco Palmas consiste na experiência ‘holística’ de sucesso, isto é, ocupa-se dos aspetos económicos, sociais, culturais e coletivos, essência de uma gestão empreendedora.

Através dos apoios concedidos pelo Banco Palmas, a comunidade passa a fazer algo por si própria, disponibilizando desenvolvimento e benefícios para todos, enfatizando sempre ideia de que a economia solidária é viável, favorece o desenvolvimento através do financiamento, desempenha o papel de formação e informação da comunidade e promove o crescimento e a acessibilidade ampla da moeda social, na medida em que as compras e vendas são efetuadas no próprio bairro através da moeda social, facilitando, valorizando e ampliando o comércio na comunidade do Conjunto Palmeiras, gerando riqueza para o bairro, desenvolvendo o comércio e possibilitando emprego para os moradores.

Contextualizando a experiência do Banco Palmas na sociedade brasileira, verifica-se que, a par de uma economia moderna, há pessoas excluídas, sendo as explicações para tal de ordem meramente económica, social, política e cultural. O conceito de exclusão implica a problemática da desigualdade; embora o nosso ordenamento jurídico garanta direitos civis, políticos e sociais para todos, na prática, não garante o efetivo usufruto por parte dos excluídos. Tal remete-nos para o conceito de cidadania e de democracia do “Estado Providência” que reconhece esses direitos, contrariamente à democracia liberal clássica.

O interesse de muitos pesquisadores das mais diversas áreas sobre o tema da “inovação e economia solidária” tem vindo a aumentar. As bolsas de pobreza, resultado de uma política que privilegia a concentração de rendimentos, levam milhares de pessoas a viver abaixo das condições mínimas de dignidade do ser humano. Nesse sentido, as organizações do terceiro setor passam a ter um papel de fundamental importância na procura de soluções para os problemas a que o Primeiro e Segundo setores não têm conseguido dar resposta. (Cardoso, 2000; Falconer, 2008; Montaña, 2012a; Landim, 2012; Toro, 2000).

Segundo Vieira (2005), os militantes do Empreendedorismo Social, são aqueles que têm um forte signo de criação e inovação. O tema Empreendedorismo e Inovação Social tem sido instrumental para a manutenção de uma economia e empoderamento de vanguarda (Dees, 2012; Dobrescu, 2009; Mulgan, 2010), pois, numa sociedade onde a mudança serve como imperativo, o papel das organizações deve ser menos o de controlar ou seguir as mudanças, mas, fundamentalmente, o de procurar estar um passo à frente delas, usando a inovação e a participação e respeitando os aspetos sociais, culturais e políticos.

Inovação e Empreendedorismo não estão necessariamente associados, visto que apenas uma minoria dos empreendimentos consegue aplicar processos de inovação às suas atividades. O Empreendedorismo inovador, em qualquer âmbito que se aplique, está intimamente ligado à capacidade da organização de cultivar oportunidades para desenvolver os seus objetivos, o que se designa por comportamento inovador. (Carvalho & Costa, 2015)

Percebe-se, portanto, que o Empreendedorismo e a Inovação Social, que têm como característica marcante, em sociedades de economia liberal, o requisito da competição, nos segmentos do primeiro e segundo setores assumem, na maioria das vezes, um papel de colaboração e desenvolvimento sustentável e social no terceiro setor,

o que é inversamente diferente do que é proposto nos setores de uma lógica de economia competitiva; a inovação empreendedora diz respeito à criação, cooperação, à melhoria de produtos ou serviços, métodos organizacionais, mercados, qualidade de vida, pois um dos desafios da nossa sociedade é precisamente a busca incessante pela criação, integração e disseminação das inovações (Dowbor, 2013). No âmbito desta investigação, fundamentada teoricamente e com uma prática existente e adequada, aponta-se o Banco Palmas como um exemplo de fomento do Empreendedorismo e da Inovação Social.

O interesse na realização deste estudo deve-se ao facto do seu autor ter vivenciado algumas experiências no campo das atividades sociais ao longo de mais de 14 anos. Com efeito, logo que deixou a formação religiosa da ordem dos Jesuítas, ingressou numa organização Suíça (*Terre des Hommes*) que desenvolve ações sociais e humanitárias em países do Terceiro Mundo, ou em vias de desenvolvimento, nas áreas da agricultura, criação de cooperativas e com crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social, tendo assumido a Coordenação Nacional do Movimento Nacional de Meninos e Meninas de Rua, Secção Fortaleza-Ceará, além da Presidência do Conselho Municipal de Defesa dos Direitos da Criança e dos Adolescentes de Fortaleza, que tem por finalidade trabalhar a formulação, deliberação e fiscalização das políticas públicas.

Atualmente, desempenha funções académicas no campo da Gestão e Docência do ensino superior, procurando, constantemente, estimular a comunidade académica no sentido de conciliar as teorias assimiladas em salas de aulas com estudos de campo de organizações sociais que revelem práticas inovadoras e empreendedoras de sucesso

Após um estudo aprofundado sobre o tema em questão, a motivação foi perceber que a formação em Capital Humano e Capital Social junto aos colaboradores e associados do Banco Palmas representa um forte elemento estratégico na transformação da situação de vida dos seus associados tornando-os agentes de transformação local. Espera-se que os resultados desta pesquisa possam contribuir cientificamente para aplicação dessa tecnologia social em outras áreas de baixo rendimento. Aliando a uma vivência significativa na área, o pesquisador constatou a relevância deste tema inovador, uma vez que os estudos na área ainda são escassos.

Neste contexto, uma das grandes contribuições em Inovação Social do Banco Palmas é a economia solidária, através da qual a produção, distribuição, poupança e crédito obedecem a uma organização em forma de autogestão. O impacto desta

inovação reside na melhoria da qualidade de vida dos grupos com risco social que criam redes de confiança e de cooperação, sendo o banco fruto dessa cooperação coordenada. Há, portanto, uma visão de bem-estar humano e social. A partir desta, a comunidade beneficia de um empoderamento, solidariedade e colaboração que são fundamentais para um desenvolvimento mais justo e solidário.

Esta tese teve, como objetivo geral:

- Analisar o desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social, o Capital Humano e o Capital Social dos colaboradores e associados (empresas / autônomos) de uma comunidade de Fortaleza – CE, a partir da implantação de um banco de economia solidária;

e como objetivos específicos:

- Caracterizar o perfil socioeconômico dos colaboradores e associados (empresas / autônomos) do Banco Palmas;
- Averiguar junto aos colaboradores e empresas / autônomos referidos a importância desta implantação para o desenvolvimento local dos seus associados e colaboradores;
- Constatar se a formação de Capital Humano e Capital Social, por meio de práticas e ações em Empreendedorismo e Inovação Social, contribuem para o desenvolvimento local dos seus associados e colaboradores.

O corpo teórico da pesquisa está dividido em três partes. A primeira parte trata de uma breve introdução das abordagens teóricas que serão relatadas no decorrer da pesquisa.

A segunda parte ilustra a atuação do Banco Palmas e a sua inovação em Empreendedorismo Social, abordando assuntos como Empreendedorismo Social do conceito à prática; o Brasil e o Empreendedorismo Social: inovação e criatividade; Inovação Social e seu significado, por uma definição de economia solidária; A economia solidária como demonstração de uma nova maneira de solidariedade; o Terceiro setor: distintas concepções teóricas, nascimento do Banco Palmas: caracterização do contexto socioeconômico, o banco como fenômeno de inclusão social, impactos sociais e econômicos, ações de Empreendedorismo e Inovação Social, o êxito da experiência do Banco Palmas.

Finalmente, a terceira parte apresenta toda a metodologia empregada na pesquisa, o método escolhido, a problemática, as hipóteses de investigação, a demarcação da população e a amostra a estudar, os métodos e técnicas de recolha de dados, assim como o registo, verificação e tratamento dos dados através de um suporte informático, bem como o cronograma das atividades e responsabilidade ética da pesquisa.

A finalidade principal deste estudo tem a ver com a investigação de uma prática de organização do Terceiro Setor com ações de Empreendedorismo e Inovação Social, concretamente a experiência do Banco Palmas de economia solidária e a sua estreita relação com o entorno social para a ascensão sustentável, focalizada nos conhecimentos de Responsabilidade Social, e o desenvolvimento local.

Assim, o objetivo fundamental desta investigação é a de verificar se houve desenvolvimento do Capital Humano e do Capital Social dos associados e funcionários do Banco Palmas, numa comunidade de Fortaleza- CE, a partir da implantação de um banco de economia solidária, baseado nos princípios de Empreendedorismo e Inovação Social.

Para avaliar o principal objetivo, foram tidas em consideração as questões que se seguem, e que são anexas aos objetivos específicos. Os dados foram obtidos através de questionários respondidos pelos colaboradores da instituição e associados (empresas/autónomos) do Conjunto Palmeiras e validados por meio de um método quantitativo.

Questão 1: Com a implantação do Banco Palmas houve desenvolvimento socioeconómico dos colaboradores e associados (empresas/autónomos) do Conjunto Palmeiras? Essa pergunta é respondida e fundamentada por França Filho (2010) quando refere que o grande sentido da economia solidária é a busca de respostas para as necessidades sociais e humanas e não apenas a obtenção de avultados rendimentos económicos.

Questão 2: O Banco Palmas contribuiu para o fortalecimento do desenvolvimento local de seus colaboradores e associados (empresas/autónomos)? A pergunta é respondida na fundamentação teórica. Segundo Pena- Júnior *et al.* (2005) o desenvolvimento local resulta do desempenho da ação comunitária que promove igualmente a solução de problemas da própria localidade.

Questão 3: Com as ações promovidas pelo Banco Palmas, ocorreu desenvolvimento de Capital Humano e Capital Social, na comunidade do Conjunto Palmeiras? De acordo com Becker (1993), as pessoas com maiores níveis de educação tendem a auferir mais rendimento do que as outras. Já com relação ao desenvolvimento do Capital Social, Putnam e Subirats (2015) afirmam que é um conjunto de interações das pessoas e das associações sociais e produtivas, envolvendo uma ordem e redes sociais lideranças, cooperação, ação coletiva (identificação de interesses), cooperativismo e confiança que contribuem para que os cidadãos satisfaçam as suas necessidades e atinjam objetivos comuns.

Questão 4: Com o Banco Palmas, aconteceram impactos positivos por meio de suas ações de Empreendedorismo e Inovação Social, Capital Humano e capital? De acordo com Draton (2006), essa resposta de Empreendedorismo Social é a de olhar sistematicamente para sociedade, procurando as razões da sua estagnação e tentando encontrar uma fórmula inovadora de resolver os problemas.

No capítulo que se segue, faz-se o enquadramento teórico do tema em questão, abordando o Empreendedorismo e Inovação Social, o Empreendedorismo Social e o Capital Humano, o conceito de Capital Social e Capital Humano, a Inovação Social e seus significados, tentando chegar a um conceito de desenvolvimento local, a economia solidária, e o terceiro setor e as distintas concepções teóricas sobre o mesmo. Para isso, faz-se uma incursão pela obra de autores como Stewart e Cotton (2013), Sarkar (2010), Schumpeter (1961)¹, Lages (2010), Smith (2008)², Dornelas (2014), Marques (2004), Gupta (2009), Chiavenato (2007), Oliveira (2008), London e Morfopoulos (2010), Drayton (2006), Dees (2006), Melo e Froes (2002) EMPREDORISMO, Putnam (2013), Putnam e Subirats (2015), Piselli (2006), Pompeu (2011) CAPITAL SOCIAL, Phillips (2015)inov, Schultz (1961), Stewart e Cotton (2013), Henley (2008), Ratten & Welp (2011), Perez (2015), Dowbor (2013), Drucker (2014), Drucker, Senge e Shaw (2013)invoação, Bessant e Tidd (2015), França (2010), Singer (2012) , Yunus e Weber ECONOMIA SOLIDARIA(2011), Polanyi (2013), Montaña (2012) TERCEIRO SETOR, Santos (2010), James e Rose-Alckerman (2013).

¹ A data da publicação citada corresponde à data da edição consultada. A obra original foi publicada em 1934.

² A data da publicação citada corresponde à data da edição consultada. A obra original, com o título *The Wealth of Nations*, foi publicada em 1776.

³ A data da publicação citada corresponde à data da edição consultada. A obra original foi publicada em 1776.

CAPÍTULO 1 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A elaboração desta tese partiu de uma pesquisa bibliográfica relevante para o tema em questão, no decorrer da qual foram analisados diversos estudos, tanto de caráter empírico como teórico, acerca das ações de Empreendedorismo e Inovação Social. As ideias principais foram agrupadas em nove áreas fundamentais para uma melhor compreensão do tema: o ponto 1.1 refere-se ao Empreendedorismo Social, partindo do conceito até chegar à prática; o ponto 1.2 reflete a revisão literária sobre Empreendedorismo Social e Capital Humano, no Brasil; o ponto 1.3 aborda o Empreendedorismo Social, a inovação e a criatividade, no Brasil; o ponto 1.4 faz o estudo do conceito de Capital Social e Capital Humano; o ponto 1.5 aprofunda a Inovação Social e os seus significados; o ponto 1.6 aborda o tema à luz de um conceito de desenvolvimento local; o ponto 1.7 analisa o assunto sob o ponto de vista da definição de economia solidária; o ponto 1.8 ilustra a economia solidária como expressão de uma nova forma de inclusão; o ponto 1.9 faz uma pesquisa sobre o Terceiro Setor e as distintas concepções teóricas sobre o mesmo; e, finalmente, o ponto 1.10 apresenta o modelo teórico de investigação que serviu de base à investigação empírica.

1.1 Empreendedorismo e Inovação Social

Não é de agora que se tem procurado definir o conceito de Empreendedorismo e a tarefa não tem disso isenta de dificuldades (Stewart e Cotton, 2013), em virtude dos variados significados que têm sido atribuídos ao termo e à sua utilização em distintos contextos e sob diferentes perspectivas.

De acordo com Bull e Willard (1993, p.185), o termo Empreendedorismo “*has been used for more than two centuries, but we continue to extend, reinterpret, and revise the definition*”. Outros autores reconhecem o desafio de definir Empreendedorismo ou afirmam mesmo a impossibilidade de se chegar a uma definição única (Bygrave e Hofer, 1991; Howorth, Tempest e Coupland, 2005; Kobia e Sikalieh, 2010). É, por isso, pertinente proceder a uma revisão da literatura com a finalidade de aprofundar o progresso do tema ao longo dos anos e obter um entendimento mais

perfeito quanto à sua aplicação, nas instituições do terceiro setor, na perspectiva do desenvolvimento local e sustentável.

A palavra Empreendedorismo tem origem no francês, congregando as palavras “entre” e “prender”, que podem ser interpretadas como “estar no mercado entre o fornecedor e o consumidor” (Sarkar, 2010b, p.26-27).

De acordo com o “Dicionário Houaiss de sinônimos e antônimos da língua portuguesa” (2003), a palavra empreendedor é usada como adjetivo ou substantivo, e é sinônimo de ativo, arrojado, diligente, dinâmico, trabalhador e antônimo de inativo, parado ou preguiçoso.

De acordo com Fillion (1999), foi no período de Cantillon (século XVII) que o conceito adquiriu o seu significado recente. O termo “*entrepreneur*” era utilizado para designar as pessoas que compravam as matérias-primas, as transformavam e, depois, as comercializavam. O significado simbólico de empreendedor era, então, o de pessoa que, percebendo uma oportunidade para comercializar, desafiava os riscos, tomando a decisão de transformar e revender matéria-prima e identificava os custos, embora não as margens de lucro.

Deste o século XVIII foi notória a crescente evolução do conceito de Empreendedorismo e de empreendedor, entendendo-se que o Empreendedorismo Social é aquele que é praticado pelo sujeito empreendedor e que, para se ser empreendedor, é necessário possuir-se competências de Empreendedorismo.

O conceito de Empreendedorismo foi primeiramente usado para designar as pessoas que reuniam os donos de terra e os trabalhadores assalariados e que decidiam da contratação de construtores, empreiteiros, arquitetos; dito de outro modo, o termo designava os profissionais que administravam os empreendimentos (Gomes, 2011). O economista Francês Richard Cantillon (1680-1734) é apontado como pioneiro na utilização do termo Empreendedorismo, no seu ensaio intitulado *Essai Sur la Nature du Commerce en General*, publicado em 1755. Nele, o autor relata a atuação de um cidadão à procura de oportunidades de negócios, preocupando-se com a gestão inteligente e com o capital investido, agregando ao termo o conceito de autoemprego e risco, o que aponta para um sentido próximo do atual. O grande contributo de Cantillon foi o de atribuir o risco e a incerteza ao empreendedor (Trigo, 2003).

Por seu lado, Schumpeter (1883-1950) foi o precursor das teorias académicas sobre Empreendedorismo, com a sua obra *The Theory of Economic Development*, onde aponta já os conceitos para ao século XXI. Schumpeter (1961) defende a noção de que o

motor central para desenvolver a economia é o cidadão empreendedor, aquele que emprega novas ideias no cenário dos negócios, que introduz produtos originais e novas técnicas de produção, que provoca o aparecimento de novos mercados e procura novas fontes de matérias-primas e incita à abertura de novos empreendimentos. O Empreendedorismo associa-se diretamente a formas inovadoras, notando a diferença do inventor, aquele que produz ideias para o empreendedor que as realiza, gerando resultados de natureza económica.

Para Schumpeter (1961), precursor em agregar o Empreendedorismo ao desenvolvimento da economia, o Empreendedorismo significa um processo de “destruição criativa” durante o qual os produtos ou processos de produção existente são reformulados ou substituídos por novos. Ainda segundo o autor, o papel do empreendedor assenta em três vertentes fundamentais: inovar, admitir riscos e romper com paradigmas.

De acordo com Sarkar (2010b, p.32), o Empreendedorismo é um “processo de criação e/ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas”, não estando fechado à inovação e admitindo as possibilidades de escolha ou de informação de mercado com fins lucrativos. Como se pode perceber, através da inovação é possível dar origem a um processo de criação de rendimento (Stewart e Cotton, 2013).

O Empreendedorismo é visto como um conjunto de processos que envolvem diversos elementos como oportunidades, pessoas pró-ativas, risco, inovação e empresa e que podem originar novos valores, novos produtos e processos, novas empresas, crescimento e, consequentemente, lucro (Lages, 2010). É, naturalmente, essencial para o desenvolvimento económico dos países desenvolvidos (Audretsch e Fritsch, 2003).

O empreendedor é redefinido como um sujeito solitário - não no sentido do isolamento, mas no das ideias que rompem com paradigmas, provocam medos e não geram, no primeiro momento, apoio às iniciativas ora propostas - continuamente em busca de novas oportunidades que respondam às variações do mercado, como um agente transformador que faz surgir procura em oferta e obtém margens de lucro (Smith, 2008; Van de Ven e Grazman, 1993; Dimov, 2007). Nesse sentido, para os empreendedores, os desafios estão sempre correlacionados com uma variedade de áreas do conhecimento, desde as condições de vida (área das humanidades) à otimização da produção das indústrias (área das ciências e das tecnologias) (Dornelas, 2014). Também Sarkar (2010b) defende que a função do empreendedor é catalisar as possibilidades que

podem decorrer de algumas necessidades urgentes e descobrir-lhes um objetivo próprio, transformando procura em oferta, uma ideia ou inovação em produtos, em processos de gestão ou em ações inovadoras.

Compreende-se, assim que inovação - um termo proveniente do Latim *in + novare*, que em português significa “fazer novo” - não designa, apenas, novos procedimentos, produtos, serviços ou conceções, mas, igualmente, uma nova atitude em termos de gestão, traduzida na capacidade de, criativamente, transformar novos conceitos em *modi operandi* práticos. A inovação diz respeito a novos produtos, novos modelos de gestão, novos serviços e ideias a par da descoberta de novas definições e novas técnicas de gestão (Marques, 2004).

Segundo Grupta (2009, p.16) a figura do empreendedor é a “personalidade criativa, sempre lidando melhor com o desconhecido, criando as probabilidades entre as possibilidades, transformando o caos em harmonia”. O empreendedor está continuamente voltado para o futuro; raramente se detém no presente e jamais no passado.

Segundo Chiavenato (2007), é comum indivíduos cujos familiares são empresários evidenciarem um espírito de empreendedor. A familiarização precoce com os negócios da família tende a influenciar positivamente a formação de uma atitude empreendedora (Krueger, 1993).

Perante os diversos conceitos e procurando abreviar as definições, esta pesquisa parte da noção de Empreendedorismo como um processo de assimilação de possibilidades de mercados e ampliação de ideias, no qual a criatividade é fundamental, que implica a criação de novos empreendimentos ou novos produtos e, posteriormente, mais riqueza, transformando-se num fator preponderante de promoção do crescimento e no desenvolvimento igualitário da economia de uma comunidade.

De entre as variadas formas de Empreendedorismo, destaca-se o Empreendedorismo Social, que trata do mercado social e tem na sociedade o seu foco principal de desempenho. Caracteriza-se por ser um processo inovador, voltado para a área social, uma atividade fundamentada numa ideia inovadora e plausível de efetivação, voltada para as soluções de uma determinada ocorrência que englobe muitas pessoas ou partes de uma localidade e instigue um impacto social com resultados concretos. Os empreendedores sociais têm como estratégia de ação o envolvimento da comunidade com o governo e com a empresa (Oliveira, 2008).

O Empreendedorismo Social define-se, de acordo com Oliveira (2008, p.170), como: "uma arte e uma ciência, um novo paradigma e um novo processo de inovação em tecnologia e gestão social, e um indutor de auto-organização social para o enfrentamento da pobreza, da exclusão social por meio do fomento da solidariedade e emancipação social, do desenvolvimento humano, e do empoderamento dos cidadãos, do Capital Social, com vistas ao desenvolvimento local integrado e sustentável".

Assim sendo, os empreendedores sociais definem-se como pessoas que criam "soluções de inovação para problemas sociais e que provocam mudanças na sociedade" (Salkar, 2008, p. 32). Segundo Marques (2004), a Inovação Social volta-se para a gestão de pessoas, para a procura de respostas para as exigências sociais.

A preocupação com a temática do Empreendedorismo acontece num marco caracterizado pela transição global, no qual encontramos mudanças estruturais marcantes em diversos setores como a cultura, a educação, a economia, a política e a tecnologia. No Brasil, o movimento do Empreendedorismo começou na década de 1990, sendo considerado como um "dínamo do progresso e desenvolvimento".

Para Cantillon (1964)³, havia uma diferença marcante entre empreendedor e capitalista; no entanto, os "empreendedores sociais são diferentes aos outros modelos e tipologia de empreendedores, a marca fundamental do Empreendedorismo Social é uma ação de correr riscos em benefícios das pessoas para quem a sua organização serve e não somente em benefício próprio" (Brinckerhoff, 2000, p.1).

Relativamente às diferenças entre os dois tipos de empreendedor, a maioria dos autores refere que a principal diferença está na missão, ou seja, no facto de os empreendedores sociais atribuírem mais valor à promoção e maior importância ao desenvolvimento social e à promoção humana do que ao aumento do valor financeiro. Porém, e apesar do foco principal ser a criação e inovação de valores sociais, a criação de valores económicos é necessária para assegurar a viabilidade financeira. (London e Morfopoulos, 2010).

Na opinião de Vieira (2005), os defensores do Empreendedorismo Social são aqueles que têm um forte pendor para a criação de valores sociais através da inovação e não apenas pela força do capital. Devem, sobretudo, ter criatividade e a capacidade para refazerem os seus campos. Os empreendedores sociais podem ser considerados

³ A data citada corresponde à da edição consultada. A obra original foi publicada, em francês, por volta de 1755.

precursores da inovação e das soluções para os desafios sociais; não podem parar até transformarem todos os *modi operandi* das comunidades.

De acordo com Drayton (2006), a ação do Empreendedorismo Social é a de olhar sistematicamente para a sociedade, procurando as razões da sua estagnação e tentando encontrar uma fórmula inovadora de resolver os problemas. No começo dos anos 80, este empreendedor social criou, na Índia, uma organização, a ASHOKA, com a finalidade de potencializar as atividades do empreendedor social. Atualmente, a ASHOKA opera internacionalmente através de apoio e suporte financeiro, permitindo que os empreendedores sociais se concentrem, única e exclusivamente, no desenvolvimento de ações, nos cerca de 42 países, incluindo o Brasil, onde está presente.

As normas e critérios de seleção dos projetos a apoiar pela ASHOKA são iguais em todos os países e assentam em cinco eixos de ações: (1) qualidade ética; (2) ideias inovadoras para produzir transformações sociais; (3) criatividade na solução de problemas; (4) perfil empreendedor, (5) impacto social. Como se percebe, trata-se de cinco eixos de desenvolvimento direcionados para comunidades normalmente esquecidas pelas políticas públicas governamentais (Drayton, 2006).

De acordo com Dees (2006), o empreendedor social é responsável pela transformação do setor social. Do seu perfil, devem fazer parte um conjunto de características que lhe permitam:

- Assumir a tarefa de gerir e manter as organizações sociais, não dando prioridade ao setor privado, também denominado de segundo setor;
- Identificar e procurar sempre novos nichos para ser uma nova missão social;
- Manter uma atitude arrojada sem se limitar aos valores financeiros disponíveis;
- Desenvolver, sistematicamente, processos de inovação, adaptação e de conhecimento científico e tecnológico;
- Adotar uma atitude de grande transparência para com seus parceiros e colaboradores.

O Quadro 1 regista as características do empreendedor privado (tradicional) e do empreendedor social, assinalando a mudança do interesse individual para o interesse de ordem social.

Nesse sentido, o Quadro 1 procura, de forma clara, demonstrar as formas distintas do Empreendedorismo Social e privado.

Quadro 1: Diferenciação entre Empreendedorismo Social e privado

EMPREENDEADORISMO SOCIAL	EMPREENDEADORISMO PRIVADO
Busca o resgate das pessoas em risco social e as promove;	Busca responder as necessidades dos clientes e aumentar a sua margem de lucro;
O Instrumento de medida é o Impacto Social;	Seu Instrumento de Medida é o Lucro;
Determinação na solução dos Problemas Sociais;	Determinação no Mercado;
Desenvolve bens e serviços para a comunidade;	Desenvolve bens e serviços para o mercado;
Voltado para o Coletivo.	Voltado para o Individual.

Fonte: Melo Neto e Froes (2002, p.11)

Melo Neto e Froes, debruçando-se sobre o perfil do Empreendedorismo Social, afirmam que “não é qualquer um que pode fazer o Empreendedorismo Social, pois o empreendedor social é uma mescla de ciência e arte, razão e intuição, ideia e visão, sensibilidade social e pragmatismo responsável, utopia e realidade, inovação e objetividade” (2002, p.34).

Assim, é possível afirmar categoricamente que as características apresentadas pelos autores citados apontam diferenças entre o Empreendedorismo Social e o Empreendedorismo de cunho tradicional.

Nesse sentido, o Quadro 2 procura, de forma clara, demonstrar o perfil dos empreendedores sociais através do referencial teórico.

Quadro 2: Perfil dos empreendedores sociais

PERFIL/COMPETÊNCIA	REFERENCIAL TEÓRICO
Cooperativos, visão social, habilidade de comunicação, empáticos, criatividade na solução e problemas reais, fibra, ético e pragmáticos.	Johnson (2000)
Honestidade de pensamento, clareza, confiança pessoal e organizacional, planejamento, habilidade para o imprevisto.	Boschee (2002)
Empreendedorismo para visionários	Dornelas (2014)
Criativo e líderes.	Melo Neto e Froes (2002)

Nos dias de hoje, o papel do Empreendedorismo Social tornou-se um assunto na agenda do debate mundial, em que o empreendedor social figura como um agente de mudança e transformação dos paradigmas da sociedade contemporânea.

1.2 Empreendedorismo Social e Capital Humano

De acordo com Franco (2012), o Capital Humano pode ser definido da seguinte forma:

A cada momento que se passa mais e mais pessoas se convencem de que o Capital Humano é um dos principais fatores do desenvolvimento, e que um dos principais elementos do Capital Humano é a capacidade das pessoas fazerem coisas novas, exercitando a sua imaginação criadora- o seu desejo, sonhos e visões e se mobilizando para adquirir os conhecimentos necessários, capazes de permitir a materialização do desejo, a realização dos sonhos e a viabilização da visão. (Franco, 2012, p.3).

O sociólogo e investigador português Boaventura de Souza Santos (2005) refere que o processo conhecido como fenómeno globalizado é um fator explicativo fundamental dos sistemas económicos, sociais, culturais e políticos dos tecidos sociais; no entanto, existe um padrão de globalização heterogéneo, face à hegemonia difundida de baixo para cima nas sociedades. O autor diz que há laços gerados em tipos de alianças transfronteiriças entre movimentos, lutas e organizações locais ou nacionais que nos diferentes cantos do globo se mobilizam e que visam diminuir os estrangulamentos sociais, nas suas mais diversas formas, como a parcerização⁴ do trabalho, o declínio das políticas públicas, a destruição do meio ambiente e da biodiversidade, o desemprego ou as violações dos direitos humanos.

No entanto, os profundos problemas de ordem socioeconómica que existem no Brasil de hoje, têm fomentado a consciência da existência de uma exclusão de cunho social extremamente forte e vindo a gerar um grande movimento de mudança, no sentido de práticas inovadoras no desenvolvimento local e sustentável das comunidades, em geral, particularmente das áreas periféricas, onde a população vive abaixo do limiar da pobreza (Melo Neto e Froes, 2002).

De acordo com Drayton (2006), as adversidades com que a sociedade brasileira se defrontou, nas últimas décadas, provocaram, no povo brasileiro, um grande espírito empreendedor, sobretudo se tivermos em conta que é no Brasil que existe, hoje, contingente de empreendedores do mundo, bem como o maior número de projetos de Empreendedorismo da ASHOKA. É, com efeito, um facto notável num país com uma

⁴ Termo brasileiro correspondente ao português parceria.

vasta área geográfica e uma gama cultural bem diferenciada, mas onde a sociedade civil está cada vez mais participativa, organizada e empreendedora, criando programas, políticas e estratégias inovadoras.

Segundo Ashoka e Mckinsey (2001), as ações de identificação de empreendedores sociais surgiram em meados dos anos 80 do século passado, mais precisamente em 1986. Atualmente, existem, já, mais de 250 consultores de Empreendedorismo Social e, a cada ano que passa, são selecionados entre 12 a 15 novos projetos inovadores de Empreendedorismo Social.

O Empreendedorismo Social não é Responsabilidade Social Empresarial, pois a citada parte de um conjunto organizado e prontamente planejado de atividades internas e externas é um conceito centrado muitas vezes na missão e atividade da empresa, devido às necessidades da comunidade que está à sua volta. Não é uma atividade profissional, pois não é legalmente constituída no Brasil, não existe formação universitária ou técnica, nem um conselho regulador ou um código de ética profissional legalizados. Também não é uma organização social que produz e gera receitas, a partir da venda de produtos e serviços, e muito menos um empresário, que investe no campo das questões sociais. Esse tipo de atuação, quando muito, aproxima-se da filantropia ou da caridade empresarial, o que, em si, é desadequado, quer para aqueles que são seus destinatários, quer para o mundo dos negócios e para a sociedade, pois, como afirma Demo (2002, p. 40), “{...} a solidariedade que produz ajuda assistencialista representa um fantástico processo de imbecilização.”

No Quadro 3 estão incluídos os principais pontos que distinguem o Empreendedorismo Social do empresarial, bem como algumas semelhanças que, também, existem entre ambos.

Quadro 3 -Diferença entre Empreendedorismo empresarial e Empreendedorismo Social

EMPREENDEADORISMO EMPRESARIAL	EMPREENDEADORISMO SOCIAL
1- É individual 2- Produz bens e serviços 3- Tem o foco no mercado 4- Sua medida de desempenho é o lucro 5- Visa satisfazer necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio	1- É coletivo 2- Produz bens e serviços à comunidade 3- Tem o foco na busca de soluções para os problemas sociais 4- Sua medida de desempenho é o impacto social 5- Visa resgatar pessoas da situação de risco

	social e promovê-las
--	----------------------

Fonte: Adaptado de Melo Neto e Froes (2002, p.11).

O Quadro 4 oferece uma clara distinção entre organizações sociais de cunho tradicional e organizações empreendedoras.

Quadro 4 -Organizações sociais tradicionais e empreendedoras

TRADICIONAIS	EMPREENDEDORAS
1- Hierarquia 2- Controle centralizado 3- Focadas no que é melhor para a organização 4- Ênfase nos programas 5- Dependência de recursos 6- Tentativa de ser todas as coisas para todas as pessoas	1- Time/trabalho orientado 2- Descentralização/empowerment 3- Focadas no que é melhor para o cliente 4- Ênfase no centro de competências 5- Financeiramente autossuficientes 6- Orientadas para nichos

Fonte: Adaptado de Thalhuber (2012).

No Quadro 5, aponta-se as principais características entre o Empreendedorismo privado, a responsabilidade social empresarial e o empreendedor social.

Quadro 5 - Características do Empreendedorismo Social, da responsabilidade social empresarial e do Empreendedorismo privado.

EMPREENDEDORISMO PRIVADO	RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL	EMPREENDEDORISMO SOCIAL
1- É individual 2- Produz bens e serviços para o mercado 3- A sua medida de desempenho é o lucro 4- Visa satisfazer as necessidades dos clientes e ampliar as potencialidades do negócio	1- Individual com possíveis parcerias 2- Produz bens e serviços para si e para a comunidade 3- Está focada no mercado e atende a comunidade conforme sua missão 4- A sua medida de desempenho é o retorno para os envolvidos no processo (<i>Stakeholders</i>) 5- Visa agregar valor estratégico ao negócio e corresponder às expectativas do mercado e da percepção da sociedade/consumidores.	1- É coletivo e integrado 2- Produz bens e serviços para a comunidade, local e global 3- Está focado na busca de soluções para os problemas sociais e necessidades da comunidade 4- A sua medida de desempenho é o impacto e a transformação social 5- Visa resgatar pessoas em situação de risco social e promove-las, gerando capital, inclusão social e emancipação social

--	--	--

Fonte: Adaptado de Melo Neto e Froes (2002).

A partir destes quadros, é possível entender melhor o significado e o tecido do Empreendedorismo Social brasileiro, alargando esse conhecimento através da apresentação do caso concreto do Instituto Banco Palmas, uma experiência de sucesso que é, hoje, um modelo, tanto nacional como internacionalmente, e que, talvez, melhor explique a nova perspectiva do Empreendedorismo Social, tal como foi posta em prática por Muhammad Yunus, no Bangladesh, com a criação do Banco Grameen, destinado a oferecer um serviço de microcrédito à população carente deste país.

No Brasil, na opinião de Dornelas (2014), o fenómeno do Empreendedorismo teve início na década de 1990, impulsionado por entidades como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e a SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação e Software). Antes disso, não se discutia o conceito, nem se falava em criação de pequenos negócios, consequência do cenário económico e político do Brasil, que, na altura, não era favorável ao espírito empreendedor de algumas pessoas, que, por isso, não encontravam apoio técnico às suas ideias e projetos.

No próximo ponto, aprofundar-se-á os conceitos de Capital Social e humano como elementos importantes na construção do referencial teórico desta pesquisa.

1.3 O conceito de Capital Social e Capital Humano

Nos últimos tempos, o termo Capital Social e Capital Humano têm sido objeto de atenção em vários estudos e trabalhos científicos, nas mais variadas áreas do conhecimento, como a gestão, a economia, a psicologia, o direito, as ciências sociais e políticas, e nas áreas relacionadas com a saúde e a educação.

A temática sobre Capital Social foi aprofundada, pela primeira vez, em 1916, pelo académico Lyda Judson Hanifan, que havia feito os seus estudos nas melhores universidades dos Estados Unidos. (Putnam, 2013) Ao regressar à sua terra natal, no estado americano de West Virginia, para desenvolver atividades profissionais no sistema escolar rural, Hanifan foi percebendo que, nos centros comunitários, o fenómeno da pobreza estava proporcionalmente relacionado com a diminuição do processo de socialização dos membros da população local.

Hanifan concluiu que os desafios sociais, económicos e políticos das localidades rurais em que trabalhava só poderiam ser resolvidos com o fortalecimento de redes de solidariedade entre os cidadãos, pois as comunidades beneficiariam com o movimento de cooperação entre todos seus membros. Divulgou as suas conclusões relativamente ao que designou por Capital Social através de um ensaio denominado *The Rural School Community Center*, a que, no entanto, não foi dada muita importância, acabando por cair no esquecimento (Putnam, 2013).

A designação Capital Social passa a ser aplicada na literatura científica como um conjunto de normas e valores sociais, capazes de desenvolver ações individuais e da coletividade, dentro de um determinado contexto de inserção política, social e económica, que tem sido cada vez mais assumido como estratégia do primeiro setor para reafirmar o desenvolvimento das políticas públicas.

Nos anos 80, surgiram as primeiras leituras sociológicas do conceito, no artigo *Le Capital Social: Notes Provisoires*, do francês Pierre Bourdieu (1980). “O Capital Social descreve a situação nas quais os indivíduos podem se valer de sua participação em grupos e redes para atingir metas e benefícios. Assim, além de atributo individual, o Capital Social é observado como componente de ação coletiva, ativando as redes sociais” (Matos, 2009, p. 34, 35).

Bourdieu (1980) define ainda o capital como um conjunto de recursos em potencial, ligado diretamente à possibilidade de gerar posses. Para o autor, o capital é parte de uma rede durável de realizações mais ou menos institucionalizadas, com a presença das partes interessadas, unidas por laços de interesses mútuos não permanentes.

Putnam e Sander (2010) postulam que o Capital Social tem como finalidade principal o fator confiança, assim como as regras, normas e as ligações de relações sociais que ajudam a fortalecer a eficiência da sociedade. Quanto mais denso o nível de confiabilidade entre os membros de uma comunidade, maior a probabilidade de cooperação entre eles e, conseqüentemente, maior o Capital Social. Concomitantemente, quanto mais o Capital Social for utilizado, mais forte e se torna. Ao contrário do capital financeiro, normalmente privado e individual, o Capital Social constitui-se como um bem público, pois não é propriedade particular de ninguém que dele beneficie.

Para Putnam e Subirats (2015), o Capital Social tem uma natureza multidimensional; à medida que as redes se desenvolvem e ampliam, são criados novos

patamares, estabelecendo diferentes extensões do Capital Social: *bonding* e *bridging*. A primeira extensão, o Capital Social do tipo *bonding*, caracteriza-se pelo facto de as relações se desenvolverem entre pessoas muito próximas, seja devido a laços familiares, etnias ou amizades, formando grupos extremamente discretos. A segunda extensão é a do Capital Social tipo *bridging*, isto é, redes de ligações sem qualquer tipo de laço, mas com objetivos e interesses comuns, rompendo, dessa forma, fronteiras e levantando pontes entre comunidades diferentes.

Nas palavras de Piselli (2006, p. 420) “il capitale sociale, è considerato una proprietà dell’intero sistema sociale che favorisce la democrazia e lo sviluppo economico”. Os indivíduos têm mais oportunidade de mudar de vida ou de melhorá-la quando integram uma comunidade democrática e profundamente comprometida com o seu crescimento.

O Capital Social pode organizar-se formalmente, e existe em associações com condições de afiliação, com pagamento de regimentos, quotas, reuniões frequentes (como acontece com a maçonaria), associações de sindicatos, associações de pais; ou informalmente, em grupos de pessoas que se encontram no mesmo bar, adeptos de clubes de futebol (torcedores de times), frequentadores da mesma paróquia. As duas formas de Capital Social, porém, desenvolvem uma colaboração pautada pela reciprocidade, confiança e obtenção de vantagens (Putnam, 2013).

As redes de relações podem direcionar-se para a comodidade de todos e tornarem-se agregadoras por motivos económicos, sociais ou de lazer. Grupos com muito Capital Social estão mais bem posicionados para proporcionar desenvolvimento e capacitação das pessoas, contribuindo para o aumento do Capital Humano (Araújo, 2003).

O Capital Social, uma “cooperação que se reproduz socialmente” (Franco, 2009, p. 39), é primordial para o funcionamento apropriado das organizações e para o desenvolvimento da economia Pompeu (2011). Representa o potencial e capacidade dos indivíduos para trabalharem em conjunto e interagirem com confiança, tendendo a estabelecerem objetivos comuns, em grupos ou nas instituições (Fukuyama, 2005). Trata-se de um conjunto de valores comuns e de relações de confiança e de colaboração no seio de uma comunidade e, tal como acontece com o capital financeiro, pode ser transformado, consumido ou reconstituído (C.C.E., 2001).

Para que haja Capital Social, o sujeito tem de relacionar-se com outros indivíduos e, à medida que aumentar a sua participação na vida de uma comunidade ou

nas relações com redes de interação e associativismo, maior será o volume deste Capital Social (Matos, 2009).

Um Capital Social amplo aumenta o grau de certeza entre os participantes (*stakeholders*) – todos os membros interessados, como empregados, fornecedores, clientes, acionistas, fornecedores, etc. – fortalece os contributos da organização e explica a forte tendência para a sustentabilidade da empresa, a longo prazo (Barbieri e Cajazeira, 2009).

Phillips (2015) é de opinião que as redes de apoio a entidades do Terceiro Setor influenciam claramente o alcance dos objetivos por parte destas e influenciam-nas positivamente no desenvolvimento de Tecnologias Sociais. As parcerias intersectoriais geram o fortalecimento das atividades, principalmente quando estão envolvidos os setores público e privado, além, naturalmente, da sociedade civil.

Existem diversas aceções em que a expressão Capital Social é utilizada e as abordagens dependem do domínio que se esteja a investigar; por exemplo, no âmbito da ciência política, a tónica recai na agregação social, isto é, na associação das pessoas a grupos e nas suas ligações com outros indivíduos; já na sociologia, reporta-se à coesão social; e, na economia, refere-se ao bem-estar social (Baquero, 2007).

Na área do Empreendedorismo Social, segundo Matos (2009), o Capital Social exerce um papel de extrema relevância na análise da qualidade do relacionamento entre as instituições do Terceiro Setor e a comunidade.

Ao contrário do Capital Social, socialmente inclusivo e que contribui para o fortalecimento da confiança entre os sujeitos, o Capital Social negativo é exclusivo, gera desconfiança e falta de credibilidade. O Capital Social negativo provoca consequências sociais não desejáveis.

Las redes y las normas podrian beneficiar, por ejemplo, a quien están bien instalados, endetriment de quienes no lo están. El Capital Social podría hallarse especialmente extendido entre grupos de personas que ya disfrutan de ventajas, aumentando así las desigualdades políticas y económicas entre esos gruposy los pobres en Capital Social. (Putnam, 2013. p. 16)

Matos (2009, p. 161) afirma que “enquanto o Capital Social positivo se refere aos resultados que promovem o bem-estar coletivo e aumentam as condições de

igualdade e justiça social, o Capital Social negativo diz respeito aos efeitos assimétricos das relações sociais desiguais e injustas”.

O Capital Social negativo aparece em condições especiais, principalmente em relações hierarquizadas e em processos de discriminação ou em relações sustentadas no domínio das elites, no favoritismo e no clientelismo. Enfatiza-se, como exemplos de Capital Social negativo, as organizações criminosas como a máfia italiana ou o Ku Klux Klan que utilizam regras internas de confiança e reciprocidade para pôr em marcha e perpetuar uma tradição de crime organizado e violência e de intolerância racial, respetivamente. O Capital Social negativo excluiu e incita à suspeita, à intolerância e à falta de confiabilidade pública.

De acordo com a Comissão das Comunidades Europeias (2001, p. 7) a “empresa socialmente responsável não se restringe ao cumprimento de todas as obrigações legais, implica em ir mais além através de um maior investimento em Capital Humano, no ambiente e nas relações com outras partes interessadas e comunidades locais”.

Enquanto o Capital Social explica a colaboração socialmente expandida, formada por redes, organizações civis e pela confiança, fundamental entre as pessoas e obra da sua própria interação social, o Capital Humano concebe as competências, o conhecimento e as capacidades adquiridas pelos sujeitos que geram produção económica. O Capital Social remete para os aspetos éticos da vida em coletividade, da valorização da cultura humana e para os valores para lá do racionalismo da economia. A constituição do Capital Humano através da educação sistemática é fundamental para promover a rede de fraternidade intrínseca ao Capital Social e, assim, possibilitar uma sociedade consciente da sua responsabilidade e empenhada no desenvolvimento coletivo (Putnam e Subirats, 2015).

A conceção de Capital Humano, preconizada por Adam Smith (1723-1790), pai do liberalismo económico, em *A Riqueza das Nações* (1776) e na *Teoria dos Sentimentos Morais* (1759), destaca a função da educação e da divisão de trabalho, bem como a aprendizagem e a especialização como forma de aumentar a produção e contribuir para o desenvolvimento social e económico. Smith (2008) defende convictamente o poder da educação e da formação como modo de aperfeiçoamento das competências humanas, e de contribuir para a comodidade do cidadão, tornando-o, ao longo do tempo, mais produtivo e contribuindo, de sobremaneira, para o processo de desenvolvimento da economia (Diniz, 2010; Smith, 2008; Sen, 2000).

Não obstante Adam Smith se ter referido o Capital Humano já em 1776, o termo só foi estabelecido em 1961, por Theodore Schultz (1902-1998), economista norte-americano, que chamou a atenção para o facto que rendimento do investimento em Capital Humano através da educação e formação dos trabalhadores era bastante superior ao investimento no capital físico da empresa (Baron e Armstrong, 2007).

No seu artigo *Investment in Human Capital*, Schultz (1961, p. 2) garante que “os economistas sabem há muito tempo que as pessoas são parte importante da riqueza das nações” e que a capacidade produtiva do ser humano é a maior que todas as riquezas. Defende, igualmente, que os recursos financeiros com a formação e capacitação dos sujeitos nas organizações elevam a produtividade e, consequentemente, permitem o alcance de taxas positivas de retorno. O investimento em Capital Humano, através da educação e da profissionalização, produz um recurso intocável. É uma capacidade essencial do sujeito que não pode ser vendido e não é propriedade da organização.

While any capability produced by human investment becomes a part of the human agent and hence cannot be sold, it is nevertheless “in touch with the market place” by affecting the wages and salaries the human agent can earn. The resulting increasing in earning is the yield on the investment.(Schultz, 1961, p. 8)

O ponto suplementar emerge da dificuldade das organizações em considerarem os recursos financeiros investidos no Capital Humano como valor de investimento ou como valor de consumo. Schultz defende que o investimento em Capital Humano deve ser considerado distinto do valor de consumo, na organização (Saul, 2004).

O aumento de competências, proporcionando pelos altos níveis de educação, é um fator importante no aumento de produtividade do indivíduo. Este aumento de produtividade é, então, determinante no aumento dos rendimentos auferidos durante a vida ativa. Tal facto é confirmado por Beckker (1993), que menciona que as pessoas com maiores níveis de educação tendem a auferir mais rendimento do que as outras.

A importância do Capital Humano na economia das nações é estabelecida como fonte de produtividade adicional, face às maquinarias e terrenos, como então se defendia, e, cujo investimento, centrado na pessoa, seria retribuído no futuro como lucro (Frank, 2012).

A capacitação e a formação profissional, a educação formal, abrangendo a educação primária, os programas de estudos para adultos, a secundária e superior, representam investimentos das empresas no ser humano, na sua capacidade de progredirem em termos salariais, no progresso da qualidade de vida das pessoas e no aumento e formação do Capital Humano, tendo como acréscimo o valor da produtividade (Schultz, 1961).

O Capital Social é um conjunto de interações das pessoas e das associações sociais e produtivas, envolvendo uma ordem de redes sociais, lideranças, cooperação, ação coletiva (identificação de interesses), cooperativismo e confiança que contribuem para que os cidadãos satisfaçam as suas necessidades e atinjam objetivos comuns (Putnam e Subirats, 2015).

Não existe sustentabilidade sem uma rede de cooperação e não pode haver cooperação, a longo prazo, sem Capital Social. Estamos perante uma relação comum que ressalta da leitura dos estudos levados a cabo por vários pode ser observada nas definições dos teóricos que se têm ocupado deste tema.

No Quadro 6, é possível observar alguns dos conceitos mais frequentes relativamente ao Capital Social.

Quadro 6 - Conceitos mais conhecidos de Capital Social

Autores	Visão acerca do Capital Social
Jacobs, J. (1960), citado por Franco(2004)	É o conjunto de conectividades entre as pessoas e o nível de associativismo, visando tratar dos assuntos públicos.
Coleman (1988), citado por Moreira (2008)	É o conjunto de aspetos da estrutura social que facilitam certas ações comuns dos agentes, dentro de uma estrutura.
Putnam R. (1996) citado por Moreira (2008)	É o conjunto de aspetos sociais, como redes de relacionamento, normas e confiança que permitem a ação e a cooperação em benefício mútuo.
Fukuyama (2005)	É o conjunto de normas e regras informais comuns a um grupo de pessoas que permitem e definem regras de cooperação entre elas para alcançar objetivos comuns.
Bourdieu, P. (1980), citado por Moreira	É o conjunto de relações e redes de ajuda

(2008)	mútua que podem ser mobilizadas para beneficiar o indivíduo ou/e a sua classe social.
--------	---

É fundamental que nas regiões e comunidades periféricas desprovidas de recursos materiais, seja “introduzido” Capital Social, pois o desenvolvimento e a sustentabilidade de uma determinada sociedade nascem localmente. Deste modo, é possível criar alternativas culturais e socioeconómicas ao grande contingente de população de uma comunidade.

O desafio de criar um *stock* de Capital Social numa determinada sociedade ou região depende da capacidade dos indivíduos de se unirem em torno de objetivos e interesses comuns, partilhando normas e desejos coletivos (Wolfe, 2002).

Entende-se por Capital Humano o conjunto de saberes, experiências e competências, bem como a inovação organizacional. Sucintamente, Capital Humano é tudo aquilo que as pessoas trazem com elas no final de cada ação de formação profissional (Stewart e Cotton, 2013).

Segundo Fonseca (1995), a teoria do Capital Humano tem-se revelado como uma qualificação e conhecimento das pessoas que não pode ser sumariamente excluído das teorias de crescimento económico nem ser alvo de uma visão simplista e generalista.

O investimento nas pessoas, na sua capacidade de agir, na competência técnica, na criatividade, na disciplina e no hábito de transformar, tendo como visão o futuro, são fatores de produção tão necessários à criação de riqueza como qualquer outro tipo de capital. Contrariamente ao que acreditavam os teóricos do desenvolvimento, para quem a acumulação de capital físico no setor produtivo era a única saída para o desenvolvimento, a lógica atual do mundo moderno é clara e objetiva, no seu propósito de cada vez mais apostar no cérebro humano como um fator decisivo para o crescimento e sucesso económicos.

Como afirmava Marshall (apud Fonseca, 1995, p.69-70),

O mais valioso de todos os capitais é aquele investido no ser humano.

Os esforços de investimento em Capital Humano são fundamentais porque possibilitam às organizações uma nítida melhoria do grau de capacitação dos seus colaboradores e técnicos, aumentando, assim, a sua satisfação e o seu grau de empoderamento, o que se reflete nos níveis de qualidade e no desenvolvimento do

Empreendedorismo junto dos segmentos com que estão envolvidos. As transformações e inovações tecnológicas são resultado não só de estratégias de gestão, mas, sobretudo, da ação das pessoas, pois, na sociedade do conhecimento, são elas, as pessoas, que fazem a diferença (Birchal, 1997; Dahlman, 1993).

Brandalizer *et al.* (2005) defendem que a sociedade necessita de pessoas competentes e criativas para enfrentar as dificuldades do mercado atual. As pessoas podem constituir-se em elementos fundamentais para a obtenção de resultados dentro de uma sociedade, o que representa uma vantagem competitiva que faz a diferença no processo de inclusão social e transformação do meio à sua volta.

No próximo ponto, faz-se o aprofundamento do conceito de Inovação Social e dos seus significados na sociedade contemporânea, onde adquire o estatuto de novo paradigma nas relações de transformação das comunidades negligenciadas pelas políticas públicas de inclusão social.

1.4 Inovação Social e seus significados

O conceito de Inovação Social tem sido utilizado para designar uma vasta gama de ideias sem que haja uma demarcação clara do conceito. Surgiu, inicialmente, em 1970, pela mão de autores como Gabor (1970) ou Taylor (1970).

Para Taylor (1970, p. 73), a Inovação Social pode resultar da procura de respostas para as necessidades sociais, apresentando um “novo jeito em fazer as coisas”, e uma “nova forma em tratar com o fenómeno da pobreza”.

Gabor (1970) avalia a Inovação Social como um instrumento de luta por novos arranjos sociais, como, por exemplo, novas leis ou mesmo tecnologias. Não obstante as muitas definições avançadas por teóricos nas mais diferentes áreas (Brooks, 1982; Chambon *et al.*, 1982; Gershuny, 1983; Henderson, 1993; Lallemand, 2001; Mulgan *et al.*, 2010), até ao momento o conceito não tem grande significado.

Mulgan *et al.* (2010) veem a Inovação Social como um conjunto de práticas e serviços inovadores desenvolvidos para colmatar determinadas carências da sociedade, que operam maioritariamente através de corporações cujas finalidades principais são sociais.

Com o objetivo de discutir a problemática da definição de Inovação Social, podemos confrontá-la com a definição de “Inovação Empresarial” (Mulgan *et al.*, 2010), visto que, enquanto, para a última, o recurso crítico é o resultado económico e

financeiro, para a primeira, há outros recursos a ter em consideração, incluindo a atenção política, o apoio, o trabalho voluntário e o compromisso filantrópico.

A Inovação Social é um assunto complexo, pois, como salienta Marques (2005, p. 16), a “inovação é um pequeno rótulo para uma grande variedade de fenómenos”. Com efeito, o conceito de inovação é muitas vezes confundido com invenção, com aparecimento de novos produtos, processos e serviços; no entanto, a Inovação Social é muito mais do que isso. Compreende o avanço, a criatividade, a introdução de alterações no produto ou serviço originais, o que, de alguma maneira, satisfaz idealmente as necessidades dos consumidores sem sofrer os constrangimentos de entrada no mercado, já ultrapassados pelo produto original.

Na opinião de Leadbeater (2014), toda a inovação inclui a aplicação de ideias novas e originais, ou, por outro lado, a reaplicação de ideias já antigas, através de formas novas e diferentes, de modo a encontrar as soluções necessárias às necessidades. Para o autor, a inovação é um processo cumulativo e integrador, onde todos trabalham no mesmo sentido e onde, essencialmente, as ideias são executadas, partilhadas, testadas, aperfeiçoadas e aplicadas.

A inovação está sempre ligada a uma atitude crítica, à vontade de mudar, à diversidade e à procura de alternativas.

O desejo de mudar pode começar com uma única pessoa. Mas certamente não acaba aí. Ninguém consegue provocar grandes mudanças sozinhas. (...) A mudança bem-sucedida exige o esforço de uma massa crítica de pessoas-chave (...) para levar a organização em diferentes caminhos. (...) [Determinadas] organizações precisam criar uma coligação poderosa e orientadora, de desenvolver uma visão da mudança, de fortalecer as atividades baseadas em clareza, de elogiar as vitórias em curto prazo, de reanimar continuamente a iniciativa com novos projetos e participantes e de ancorar a mudança na cultura organizacional” (Kotler, 2002, p.32-34).

Pol e Ville (2009, p.2) alertam para o facto de “um dos desafios da nossa sociedade ser precisamente a busca incessante pela criação, integração e disseminação das inovações e isto acontece nas mais variadas áreas como a financeira, artística e social, [...]”

Quando falamos de inovação, na maior parte das vezes, referimo-nos à inovação tecnológica; no entanto, o que se pretende abordar, ao longo deste capítulo, é a Inovação Social.

De acordo com André e Abreu (2006, p. 124)

entendemos a Inovação Social como uma resposta nova e socialmente reconhecida que visa e gera mudança social, ligando simultaneamente três atributos: (i) satisfação de necessidades humanas não satisfeitas por via do mercado; (ii) promoção da inclusão social; e (iii) capacitação de agentes sociais sujeitos, potencial ou efetivamente, a processos de exclusão/marginalização social, desencadeando, por essa via, uma mudança, mais ou menos intensa, das relações de poder.

Para Henley (2008), é uma difícil tarefa encontrar uma definição consensual de Inovação Social. Por isso, André e Abreu (2006) propõem que encaremos a Inovação Social como qualquer nova ação ou processo que visa melhorar a qualidade de vida de uma comunidade ou sociedade. Segundo os autores, existem três elementos cruciais numa Inovação Social:

- Melhores formas de prestação de serviços comunitários;
- A vontade/capacidade de uma comunidade em ser permeável a novas ideias e práticas;
- Abordagens de desenvolvimento comunitário capazes de solucionar problemas sociais entre os setores e disciplinas.

Por seu lado, Leadbeater (2014) define que, tal como qualquer outro tipo de inovação, a Inovação Social não é mais que um processo coletivo que envolve vários agentes sociais como, por exemplo, organizações sociais, empresas, utilizadores dos serviços, empresas concorrentes, políticos, financiadores, entre outros.

Ainda acerca da definição de Inovação Social, Pol e Ville (2009) referem que uma inovação adequada a nomenclatura de Inovação Social quando a ideia inovadora tem potencialidades para melhorar a qualidade do serviço ou a própria qualidade de vida. Na opinião destes autores, as inovações sociais contemplam as mudanças na cultura da sociedade (seja a nível legal ou das tradições), de modo a reforçar o poder de empoderamento da sociedade, ao mesmo tempo que qualificam o seu desempenho social e económico.

Por último, no quadro das definições, podemos referir o conceito de Inovação Social subscrito pela Young Foundation, no relatório de 2007, acerca da relevância desta temática:

Social innovation refers to a new ideas that work in meeting social goals. (...) innovative activities and services that are motivated by the goal of meeting a social need and that are predominantly developed and diffused through organizations whose primary purposes are social”“A Inovação Social refere-se a novas ideias que procuram atingir as metas sociais. (...) As atividades e serviços que são motivados pelo objetivo de atender a uma necessidade social e inovadoras são predominantemente desenvolvidas e difundidas através de organizações cujos objetivos principais são sociais (Young Foundation, 2007, p. 14).

Como já foi referido, o tema da Inovação Social não é novo. Já nas décadas de 60 e 80 do séc. XX se falava nela, embora em áreas como o ensino, o emprego, ou mesmo o desenvolvimento e ordenamento do território, fazendo-se a distinção entre esta e a inovação tecnológica, na medida em que a última está focada no objeto, ao contrário da primeira, cuja atenção se centra no contexto.

Ainda de acordo com André e Abreu (2006), aquilo que impulsiona a Inovação Social não é a concorrência, como acontece ao nível da inovação tecnológica, mas “a necessidade de vencer as adversidades e riscos, embora a possibilidade de aproveitar oportunidades e de responder a desafios pareça ser também o grande incentivo” (2006, p. 127).

A grande distinção entre inovação económica e Inovação Social, segundo Pol e Ville, (2009, p.16), reside no facto da Inovação Social ir mais além das novas formas de produção ou exploração de mercados e ter como objetivo a satisfação de novas necessidades não contempladas pelo mercado, atribuindo a cada pessoa interveniente um lugar e um papel na produção da resposta social.

Lévesque (2011) explica o conceito de Inovação Social com base na nova economia social (focada anteriormente) e considera que ela diz respeito ao conjunto de atividades socioeconómicas que proporcionam mais bem-estar aos indivíduos, relativamente aos problemas vividos na comunidade. Basicamente, o autor considera que as organizações da nova economia social inovam porque juntam um conjunto de ações que promovem a situação de ordem económica e favorecem o desenvolvimento da conjuntura social, pois, ao gerar novas soluções para os problemas sociais,

impulsionam a autonomia, a independência e o desenvolvimento local e da sociedade, em geral.

De acordo com Lévesque (2011), e tendo por base as teorias da economia social, a Inovação Social desenvolve-se, sobretudo, em três vertentes: o trabalho, o desenvolvimento local e as condições de vida.

As organizações que colaboram para o bem-estar comunitário através da implementação de novas tecnologias sociais têm a abertura necessária para atuar em diversos espaços do cenário local e internacional, como ressaltam Ratten & Welp (2011), contribuindo, significativamente, para a solução dos problemas com que a sociedade se depara.

Ao olharmos para a sociedade atual, facilmente verificamos que a Inovação Social é fortemente desenvolvida, na esfera do terceiro sector. A adoção de uma visão mais moderna da organização, em que esta é encarada como um sistema aberto, implica fazer-se uma avaliação do micro e do macro ambiente em que está envolvida. Deste modo, ao considerarmos a organização como parte de um sistema social - porque todo o ser é um ser social – temos, igualmente, de admitir que as alterações e inovações nos sistemas sociais geram, necessariamente, mudanças e inovações na organização.

Frequentemente existe a ideia de que a Inovação Social não emerge de dentro das instituições, mas sim fora destas, fruto da evolução e das pressões da sociedade civil. No entanto, é importante ressaltar que o estudo da inovação não se limita ao papel passivo da organização, reagindo ao ambiente externo; ela cria, também, inovação no seio da própria organização.

Sanzo Perez *et al.* (2015) acreditam que a inovação é uma característica intrínseca do Terceiro Setor, uma vez que converte os processos em benefício social, sem amarras políticas ou empresariais. Os autores elegem, como fatores críticos para a manutenção da capacidade de inovação das organizações sociais, a orientação dos esforços para o público-alvo e tecnologias de informação e uma comunicação competente. Estes processos de inovação tendem a exercer um impacto direto sobre o desempenho de transformação da organização, tornando-a acessível a novos grupos interessados.

Novy e Habersack (2013) distinguem quatro aspetos fundamentais na relação entre sociedade civil e Inovação Social:

- A Inovação Social vem do Capital Social da sociedade civil (Putnam, 2010), entendida como esfera do Estado, que estabelece regras de forma autónoma. (Teoria Liberal);
- A base está na polis, isto é, os cidadãos encontram-se no espaço público para discutir e encontrar soluções para os problemas coletivos (Arendt, 2013). A sociedade civil não é isolada do estado; ela constrói o estado. A cidadania é a ideia central desta perspetiva (Tradição Republicana);
- A sociedade civil autónoma (elites esclarecidas) influencia as políticas por via da atividade comunicativa (Habermas, 2013), ou seja, através da ‘construção’ de uma opinião pública;
- A sociedade civil protagoniza uma estratégia de resistência para derrubar as forças hegemónicas (Teoria Crítica na Tradição Gramsciana).

Como referido anteriormente, a economia social é uma conceção teórica sobre organizações sociais que sugere um novo formato de relacionar a esfera económica e a esfera social na vida do ser humano. A Inovação Social, baseada no mesmo quadro conceptual, reside na possibilidade de desenvolver situações com o fim último de reestruturar papéis sociais ou dar resposta a situações que se apresentam como insatisfatórias e problemáticas.

Uma característica considerada crucial para caracterizar uma organização como inovadora reside na propensão para o risco e na capacidade de lidar com a incerteza. Uma organização pouco aberta e burocrática nunca se mostrará recetiva à inovação. Quanto à base de focalização podem ser identificados três tipos de inovações sociais:

- (1) as que têm base de incidência no indivíduo - estabelecendo condições de bem-estar e autonomia nas atividades do indivíduo/grupo excluído do sistema social;
- (2) as que se focalizam no sistema institucional – nomeadamente no que se refere a articulações, protocolos, parcerias com o Estado – permitindo que diferentes agentes sociais transformem o ambiente institucional;
- (3) as orientadas para as organizações - para o desenvolvimento de novas formas de coordenação no seio da organização, nomeadamente a desburocratização do sistema organizativo e a defesa de uma gestão mais participada, aberta e responsabilizada.

Face ao exposto, é possível concluir que a inovação exige uma combinação de ações impulsionadoras de criatividade e risco com fatores orientadores das atividades, no que se refere ao contexto em que se insere.

De acordo com Dowbor (2013, p.17), “pensar de maneira inovadora sobre os processos decisórios que regem o Planeta e [essencialmente] o nosso cotidiano (...) é uma questão de bom senso e de elementar inteligência humana”. Claramente, é necessário inovar e as instituições que primeiro o fizerem, demonstrando ousadia e capacidade de repensar os processos decisórios e as dinâmicas institucionais, serão as que colherão frutos. Não se trata de dados gerais distantes das nossas realidades. “Os dois dramas, o social e o ambiental, balizam precisamente as inovações sociais que temos de empreender, pois é em função delas que temos de trabalhar” (Dowbor, 2013, p. 27).

No que concerne à aplicabilidade da Inovação Social e à sua sustentabilidade e após uma pesquisa sobre as duas dimensões fundamentais desta área, ambiental e social (das desigualdades), Dowbor (2013) alerta para a ideia de longo-prazo que se impõe, com implicação nos mecanismos de decisão e gestão. O autor defende que os verdadeiros desafios de gestão estão na criação de formas de organização social que permitam ao cidadão ter influência sobre aquilo que verdadeiramente importa, como gerar processos de decisão mais racionais, ao invés de se preocupar com a invenção de chips mais rápidos ou armas mais eficientes, por exemplo.

Quando se encara o terceiro setor como o fomentador de respostas diferentes para os problemas da sociedade, assiste-se ao nascimento da Inovação Social; no entanto, a visão poderá ser muito mais alargada se levarmos em conta todos os envolvidos: a propensão para o Empreendedorismo (pessoas), a busca pela satisfação social permanente (ideias), as normas e políticas que condicionam ou favorecem as iniciativas (contexto institucional micro e macro) e a busca pela resolução dos problemas (resultados evidentes).

A melhor forma de utilizar os recursos a fim de retirar o máximo partido das novas possibilidades oferecidas pela inovação é um aspeto que tem que ser valorizado pelos intervenientes no processo de gestão. No que respeita ao tema em questão nesta tese, é essencial que a gestão do Banco Palmas seja profissionalizada e responsabilizada.

Teixeira (2010) caracteriza a gestão como o processo de atingir resultados através do esforço de outros, adotando, como premissa, a existência de uma organização composta por um grupo de pessoas com objetivos comuns, os quais desenvolvem em conjunto, com o fim de alcançá-los. O ato de gerir nasce da leitura destes objetivos e a convergência de esforços multilaterais de planejamento e organização de todos os envolvidos para transformá-los em atividade empresarial com êxito, quando os objetivos propostos são atingidos.

Gerir uma organização é, também, gerir Capital Humano e estes, do ponto de vista organizacional, são tidos como ativos a preservar, cuja atuação segmentada concorre para aumentar o valor global da empresa⁵. De acordo com Chiavenato (2000), a gestão de Capital Humano deve ser levada a cabo tendo em atenção o seguinte conjunto de imperativos: dignificar o ser humano; tornar estratégica a administração de recursos humanos; partilhar a administração com os gerentes e suas equipas; mudar e inovar incessantemente; dignificar e elevar o trabalho; promover a felicidade e procurar a satisfação; respeitar a individualidade de cada pessoa e a sua realização pessoal; enriquecer continuamente o Capital Humano; preparar o futuro e criar o destino; e focar o essencial e procurar sinergias.

Drucker (2014) questiona a perceção da dinâmica de evolução dos processos e das novas tecnologias. A cronologia passa a ser medida através de descobertas ou mudanças significativas que podem ser facilmente pontuadas através da linha do tempo. Nos últimos quinhentos anos, verificaram-se poucos acontecimentos significativos, podendo referir-se, por exemplo, a invenção da imprensa por Gutenberg ou o advento da máquina a vapor; já nas décadas de 1940 e 1950, em contraponto, podemos elencar um número mais elevado de alterações, que se intensifica a partir de 2000. Em virtude disso, todas as empresas terão de se transformar em líderes de mudança.

Mas lidar com a mudança não é tarefa fácil para os gestores e para todos os outros ativos da organização. Segundo Drucker, Senge e Shaw (2013), o processo de mudança necessita, primeiramente, da interiorização, por parte de toda a organização, de que é preciso lidar com a mudança, e, concomitantemente, de criar receptividade para tal, construindo aquilo a que os pesquisadores chamam sistema de “abandono organizado” de produtos/projetos. A ideia parte do pressuposto que os gestores de projetos nas organizações acabam por apegar-se a determinadas iniciativas,

⁵ No setor social, a preocupação com a formação do capital humano não deve ser descurada, porque eles constituem os grandes prestadores de cuidados. São eles que fomentam e/ ou substituem os laços familiares.

apresentando grande resistência aos processos de mudança. Uma alternativa para tentar sanar este problema seria a estipulação de prazos para conclusão de projetos, ou a implementação de um processo interno de rotação de gestores. É preciso dar capilaridade à mentalidade de mudança numa organização, transformando-a num instrumento de oportunidade de melhoria contínua.

Logo, as razões para a Inovação Social têm de ir além da dimensão material e incluir motivações bastante mais amplas como o cuidado, compaixão e reconhecimento. Distintos indicadores de sucesso diferenciam a Inovação Social da inovação empresarial e para avaliar e medir a Inovação Social tem de haver métricas completamente diferentes.

Os pontos distintivos e as fronteiras entre as empresas e a Inovação Social podem tornar-se menos claros, quando a Inovação Social resulta do Empreendedorismo Social, ou seja, as soluções inovadoras praticadas pelos empresários pretendem acelerar as modificações sociais. (Dees, 2012)

Segundo Tidd e Bessant (2015), na agenda da inovação existe, cada vez mais, a preocupação com a questão da sustentabilidade. A inovação ligada a fatores de sustentabilidade tem, habitualmente, implicações sistémicas maiores e ressalta a necessidade de uma gestão integrada. As inovações nascem da preocupação de serem compatíveis com o contexto social, cultural e político, complexos que representam um risco elevado de fracasso se esses elementos da procura local forem colocados à margem.

Compreende-se que o fim último da Inovação Social é amparar a criação de melhorias futuras, visto que a sociedade, na sua globalidade, gostaria de desfrutar dos benefícios provocados pelas ações de Inovação Social, mas nenhum sujeito possui estímulo suficiente para buscá-los. Por conseguinte, a economia livre de mercado não vai desenvolver a qualidade real das inovações no seio da sociedade, fazendo com que o primeiro setor tenha uma função a exercer na correção desta falha de mercado (Pol e Ville, 2009).

Como lembra Dobrescu (2009), a Inovação Social não pode ser um empenho inútil. É necessário criar situações e condições para o desenvolvimento sustentável e para que se possa abrir novas vias ao desenvolvimento e crescimento locais, assunto que será abordado no próximo ponto.

1.5 Por um conceito de desenvolvimento local

O desenvolvimento local implementa ações em territórios ou microrregiões que permitam a ativa participação do cidadão, o efetivo controle social sobre a gestão pública através do fortalecimento da sociedade civil e o empoderamento de grupos sociais antes marginalizados nas esferas de tomada de decisão. O desenvolvimento local é considerado um importante meio de combate à pobreza, de acordo com cinco dimensões relevantes: a inclusão social, o fortalecimento e a diversificação da economia local, a inovação na gestão pública, a proteção ambiental e o uso racional de recursos naturais e da mobilização social.

Segundo Ullrich (2009), a definição de desenvolvimento local é muito complexa, tendo em atenção que está relacionada com inúmeras variáveis, que envolvem desde a comodidade da sociedade até à estabilização ambiental, atravessando questões de segurança e infraestruturas, de autoconfiança e de atuação cooperativa e solidária na própria comunidade.

Pena-Junior, Graciano e Válerly (2005) afirmam que o crescimento local advém de um processo de desenvolvimento socioeconómico e do rompimento com paradigmas numa determinada comunidade. Faz sentido entender o desenvolvimento local a partir das perceções de melhoria das condições de vida do cidadão, dos recursos e dos seus impactos positivos numa população. O desenvolvimento local resulta do desempenho da ação comunitária, que promove, igualmente, a solução de problemas da própria localidade.

Trata-se de uma resposta à ineficácia das políticas públicas em resolver as necessidades sociais. Para que haja progresso na qualidade de vida das pessoas de uma comunidade são imprescindíveis fatores que o viabilizem. A educação passa, então, a ter uma função essencial na motivação e capacitação do cidadão. Nesta situação, a economia solidária torna-se um núcleo de Empreendedorismo Social com desenvolvimento e aplicação de projetos sociais que instiguem a implantação e a criação de empresas sociais, cooperativas ou encubadas (Pompeu, 2005).

Na perspetiva de Milani (2004), o Índice de Desenvolvimento Humano – IDH, inserido no relatório anual do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD, em 1990, tornou-se um instrumento relevante para confrontar o grau de desenvolvimento humano mundial.

Nesse sentido, algumas ideias criativas e de ampla participação popular começam a tomar forma no desenvolvimento local em comunidades periféricas do mundo na Índia, Brasil e alguns países da América do Sul e de África, contando com a experiência inovadora das economias solidárias como uma tendência de superação do quadro de exclusão em que vivem milhares de pessoas.

No próximo ponto, procurar-se-á entender o conceito de economia solidária, que surge como um novo advento de transformação da realidade de um conjunto de pessoas que vivem numa determinada realidade local.

1.6 Economia solidária.

A América Latina foi cenário do aparecimento da experiência de economia solidária. Foi a partir de uma nova ordem económica, que apontava o ritmo desse continente, que se desenvolveu e ajudou a fortalecer formas inovadoras, criativas e autónomas, com uma forte centralização local, buscando respostas às necessidades prementes. Um aspeto importante da economia solidária consiste na não-aceitação da ordem vigente, privilegiando novos modelos de organização e desenvolvimento baseados nos princípios norteadores da cooperação, autonomia e de uma gestão transparente e participativa.

1.6.1 Por uma definição de economia solidária.

O conceito de economia solidária está em conformidade com os ideais de aceitação de uma nova ordem de globalização. Podemos, também, defini-la como um conjunto de ações económicas e administrativas democratizadas, constituindo uma resposta clara às necessidades sociais existentes, em que se tem em conta, sobretudo, os interesses do conjunto da espécie humana em detrimento de outros de natureza materialista e economicista. (Laville e Cattani, 2006). Estabelece uma linha de pensamento e ação que procura recuperar uma orientação social e ética para um modelo económico que seja capaz de enfrentar as dicotomias sociais, baseadas na pobreza e numa forte exclusão.

De resto, como diz França Filho (2010), o grande sentido da economia solidária é a busca de respostas às necessidades sociais e humanas e não, apenas, a obtenção de avultados rendimentos económicos.

Os grandes problemas de ordem socioeconómica têm dado origem a um conceito de exclusão de cunho social, no Brasil de hoje, o que fez emergir um movimento de esforços no sentido de procurar mudanças inovadoras quanto à sua origem e essência, com tendência para as estratégias de desenvolvimento local e sustentável nas comunidades das áreas de risco, socialmente vulneráveis, vivendo, uma boa parte delas, abaixo do limiar da pobreza (Melo Neto e Froes, 2002).

As profundas contradições económicas e sociais das últimas décadas têm promovido, no cidadão brasileiro, e, consequentemente, no Estado Brasileiro, um forte espírito empreendedor.

Tal como afirma Singer (2012), o modelo de economia solidária procura inverter a ordem estabelecida pelo capitalismo neoliberal, segundo a qual o número de pessoas com acesso ao poder económico é cada vez mais diminuto e proporcionalmente inverso ao dos que vivem na pobreza, sem expectativas, havendo necessidade de uma ação, por parte do Poder Público, para colmatar as necessidades sociais de uma sociedade marcada pela concentração de rendimentos e pela exclusão social.

1.6.2 A economia solidária como expressão de uma nova forma de solidariedade

Enquanto conceito, a expressão economia solidária, em distintos contextos societários, parece apontar para a emergência atual de novos modelos de solidariedade. Estes novos modelos de solidariedade fazem menção à iniciativa cidadã, contrariamente às formas abstratas de solidariedade exercidas historicamente pelo Estado, por um lado, e a tradição clássica de solidariedade, marcada por uma atitude exclusivamente comunitária. Deste modo, está-se perante a um fenómeno efetivamente inédito, na medida em que estas experiências não parecem orientar-se apenas de acordo com o registo de uma socialidade característica da *Gemeinschaft* (comunidade), princípio comunitário (Tönnies, 2014), isto é, uma sociabilidade comunitária (Weber, 2010), ou, também, uma solidariedade mecânica, própria das sociedades clássicas (Durkheim, 2013).

De facto, se um tipo de dinâmica comunitária marca estas experiências (e no caso da ASMOCONP, isso torna-se muito claro devido ao peso da herança de uma economia popular), ela não parece limitar-se ao registo de um comunitarismo (Caillé, 1998; Laville, 2007), "na medida em que ela emana de um comunitarismo muito mais

escolhido como referência coletiva a um bem comum do que imposto pelo costume.” (Laville, 2007, p. 13) Do mesmo modo, o caráter inédito destes novos modelos de solidariedade convive ainda na afirmativa de uma dinâmica comunitária, no seio de uma sociedade, na qual as relações representam, primeiramente, uma solidariedade orgânica (Durkheim, 2013) ou da *Gesellschaft* (sociedade), do princípio societário (Tönnies, 2014), mas, também, da socialidade societária (Weber, 2013).

Na opinião de Dowbor (2013), há um estado de “doença” na área económica e financeira. Ao mesmo tempo que o pensamento económico vigente defende que o maior volume dos recursos deve ser alocado ao mercado especulativo e ao apoio às grandes instituições, começa, por outro lado, a ser desenvolvida uma tendência que visa responder às necessidades das micro, pequenas e médias empresas, bem como das organizações do chamado Terceiro Setor.

De acordo com Faustino (2010), o setor da economia solidária é denso e com cambiantes na sua atuação, que é voltada para a promoção do desenvolvimento das localidades. Tem por finalidade última garantir oportunidades aos serviços financeiros, assegurando uma participação que respeita os princípios éticos e da solidariedade, tendo como público preferencial os excluídos da sociedade e do sistema de economia formal, ao mesmo tempo que promove o trabalho das pessoas e o Capital Social.

Desta forma, as experiências associativistas e cooperativistas, em geral, distinguem-se pela dinâmica comunitária, do ponto de vista interno, e pela abertura ao espaço público, quer dizer, pelo enfrentar dos problemas públicos locais, o que configura a característica principal do fenómeno da economia solidária.

1.6.3 Um projeto de economia popular e solidária.

Em que reside, *a priori*, a especificidade da economia solidária brasileira?

No contexto europeu, a economia solidária manifesta-se através de inúmeros modelos, entre eles, as empresas sociais, o comércio justo e diferentes práticas de finança solidária e de uma economia sem dinheiro (França Filho, 2012b).

No Brasil, ela manifesta-se, igualmente sob o signo da diversidade. De entre os modelos mais populares, destacam-se as experiências no que tem vindo a ser designado como cooperativismo popular, que conta com múltiplas iniciativas. Essas iniciativas têm introduzido algumas alterações, tanto em relação à sua área de atuação como ao

grau de estruturação e concretizam-se sob a forma de cooperativas de crédito, bancos populares, cooperativas de produção e de prestação de serviços, empreendimentos autogestionários, associações de produtores, clubes de trocas, além de inúmeras associações desenvolvendo variadas atividades sócio produtivas com um forte vínculo ao desenvolvimento político e social da comunidade local.

Não obstante esta variedade, a economia solidária brasileira só faz sentido quando enquadrada no panorama de uma economia popular. A expressão economia popular refere-se a um vasto circuito de relações produtivas, onde as atividades económicas estão submersas no próprio tecido da vida social quotidiana. Trata-se de uma realidade heterogénea, um processo social, que pode ser caracterizado pela "aparição e expansão de numerosas pequenas atividades produtivas e comerciais no interior de setores pobres e marginais das grandes cidades da América Latina" (França Filho, 2012a, p.57). Os “biscates” ou ocupações autónomas, as microempresas familiares, as empresas associativas, ou mesmo as organizações económicas populares (OEP) constituem alguns dos exemplos de iniciativas deste universo.

Na perspetiva de Singer (2013), é importante que ocorra um grande esforço de mudança cultural para superar a desconfiança e fortalecer a credibilidade dos envolvidos e defensores do modelo de economia solidária, o que pressupõe um pressuposto essencial, o de dar e receber solidariedade reciprocamente, numa sociedade onde, desde cedo, somos preparados para disputá-la com todos à nossa volta, os quais, frequentemente, comungam do mesmo ideal e partilham as mesmas necessidades.

Em síntese, ao falarmos de economia popular, falamos da produção e desenvolvimento de atividades económicas sob uma base comunitária que promove uma articulação específica entre necessidades (demandas) e saberes (competências), no plano local. Em alguns casos, porém, é possível uma articulação com o plano institucional, pela qual o poder público reconhece o saber popular e tenta apoiá-lo sob a forma de assessoria técnica, embora, em alguns casos, esta prática acabe por funcionar como uma forma de instrumentalização das experiências populares.

Um exemplo tradicional de recurso a práticas de produção e organização dos grupos populares, recorrente na realidade popular, e ilustrativo da articulação entre necessidades (demandas) e saberes (competências) é o *mutirão*, um sistema de auto-organização popular e comunitário para levar a cabo a concretização de determinados projetos. Consiste em mobilizar o conjunto dos membros de uma comunidade no cumprimento dos seus próprios projetos coletivos.

Yunus⁶ e Weber (2011) referem Responsabilidade Social Empresarial e definem-na em termos de forte ou fraca. Assim, a Responsabilidade Social Empresarial é forte quando defende que as empresas pratiquem o bem para as pessoas ou para o planeta, sem comprometer os lucros, promovendo produtos ecologicamente corretos, pagando salários dignos, oferecendo condições ambientais de trabalho favoráveis aos funcionários e praticando justiça social com fraternidade. Ao contrário, ela é fraca quando é desenvolvida em empresas, cujo modelo de atuação se limita a não causar nenhum dano às pessoas ou ao meio ambiente, mas tendo sempre presente a ideia de obtenção de lucro, evitando, apenas, a comercialização de produtos com falhas de fabrico, a poluição do planeta ou o recurso a práticas de suborno junto de funcionários.

A organização do Terceiro Setor, composta por organizações locais com características de uma economia popular, em que a dimensão económica está arreigada nas próprias relações sociais mais comuns - comum nos modelos comunitários de organização popular - encontra-se, com frequência, na base dos projetos de economia solidária; daí as expressões “economia popular e solidária” ou “socioeconómica da solidariedade”, que são geralmente empregadas para representar o fenómeno na nossa realidade, que não depende de organizações privadas ou mesmo do Governo (França Filho, 2012b).

No entanto, importa salientar que o projeto de uma economia solidária pretende ser algo mais do que economia popular. Sabe-se que, na sua maioria, as experiências de economia populares norteadas pela necessidade de produzir um rendimento suficiente para assegurar o consumo básico e da sobrevivência, garantem, apenas, a multiplicação imediata das condições materiais de vida das pessoas, não evitando a dependência em relação à lógica do capital. Operam, por conseguinte, no plano de uma "reprodução simples" da vida, representando, somente, uma pequena parte da unidade familiar.

Segundo Yunus e Weber (2011), os modelos de economias populares representam mais uma resposta para a pobreza global e os invariáveis problemas que afetam a sociedade, que tem por base as boas intenções dos líderes, e tem a missão tripartida de gerar benefícios sociais, financeiros e ambientais. São tendencialmente seguidos por pessoas com menores rendimentos familiares, caracterizando o modelo de economia solidária como o que dá resposta à exclusão social.

⁶ Muhammad Yunus, agraciado com o Prémio Nobel da Paz, em 2006, é o pioneiro do conceito de microcrédito e fundador do Grameen Bank.

A virtude desta economia popular, a atuar no espaço público, é a de chamar a atenção para os problemas sociais mais comuns através da sua obra, que parece muito pequena, restringindo-se, quase que exclusivamente, a uma dimensão comunitária. Curiosamente, essa parece ser justamente a vantagem de algumas iniciativas que começam a emergir e que são consideradas como motores do projeto de uma economia popular e solidária. Essas iniciativas não se restringem à esfera da chamada "reprodução simples" e viram-se mais para a "reprodução ampliada" das condições de vida em sociedade. Dito de outro modo, a sua atuação situa-se tanto ao nível dos rendimentos como das condições de vida mais comuns, o que permite inscrever uma tal iniciativa também no âmbito luta pelos direitos, exercendo uma ação no espaço público.

Nestes casos, as experiências de economia solidária, através de uma ação económica focalizada, tendem a mobilizar os múltiplos atores institucionais em torno da procura de soluções para problemas públicos concretos. Essas iniciativas mostram, por isso, a vocação da economia solidária para articular, na sua ação organizacional, uma dupla dimensão: a primeira, que pode ser denominada luta pelo rendimento, mais próxima de um movimento sindical clássico; a segunda, a luta por direitos sociais, própria da tradição dos denominados movimentos sociais (Yunus e Weber, 2011).

Estas especificidades, que moldam a expansão do fenómeno em distintas realidades, baseadas num rearranjo das relações entre o social, o político e o económico, conferem ao tema da economia solidária uma complexidade que se esquia à leitura convencional que restringe a economia a uma lógica mercantil utilitária. O que faz com que não seja possível pôr em prática a singularidade do fenómeno sem que haja lugar a uma redefinição da própria conceção de economia.

1.6.4 Economia solidária e sua pluralidade

De acordo com Karkotli (2007), a economia solidária está empenhada com o crescimento sustentável, nas dimensões económica, social e ambiental, utilizando estratégias voltadas para o contexto da sociedade em que está inserida. A economia solidária é um processo mais vasto e deve acontecer a longo prazo para que as suas ações de cunho social originem transformações.

Logo, são diversas as lógicas que cruzam a dinâmica dos empreendimentos de economia solidária, visto que a imbricação entre as dimensões políticas, social e

económica é o próprio ponto de vista de compreensão do funcionamento da economia real que deve ser de profunda complexidade. Uma perspectiva do fenómeno económico restringido ao princípio mercantil, como a teoria económica convencional advoga, parece redutor. É dessa forma, em termos de uma economia plural que acolhe uma multiplicidade de princípios do comportamento económico, que se deve raciocinar.

A definição de economia plural permite-nos dar conta de uma dimensão ampla da vida económica, especialmente a que é prioritariamente regida pela solidariedade e ignorada pela teoria económica tradicional ou neoclássica. Esta dimensão não deve ser descurada, visto que dela depende a sobrevivência da maior parte da população mundial. Partindo deste entendimento, subscreve-se as posições de Polanyi (2013) que identificou quatro grandes princípios do comportamento económico: o mercado autorregulado, a redistribuição, a administração doméstica e a reciprocidade. Estes princípios podem abreviar as três formas de economia, na atualidade, por meio de um sistema de direito jurídico-político que regulamente as relações de trabalho, consideradas como fator principal de distribuição e produção de riqueza (Polanyi, 2013). Esquemáticamente, a economia pode ser:

a) uma economia mercantil – instituída no princípio do mercado autorregulado. Trata-se de uma forma de troca caracterizada pela impessoalidade e pela correspondência monetária, restringindo-se a um registo genuinamente utilitário, na medida em que, neste tipo de troca/relação, o valor do bem (que se mede em termos de preço) constitui a coerência do sistema, ao invés do primado do valor do laço, do liame (ou da relação social) que se procura numa lógica mútua;

b) uma economia não mercantil – estabelecida no remanejamento, caracterizada pela ascensão da relação de troca e pelo seu carácter obrigatório, dada a existência da figura de uma instância superior (o Estado) que se apropria dos recursos com a finalidade de distribuí-los;

c) uma economia não monetária – fundada na relação mútua, consistindo num tipo de sistema de relação de trocas subordinado à lógica da dádiva, tal como formulado por Mauss (2012). A dádiva ocorre em três momentos: dar, receber e retribuir. Neste tipo de sistema, os bens circulam de modo horizontal e a finalidade da sua movimentação é a de tornar perenes os laços sociais. A lógica da dádiva corresponde a um tipo de determinação social particular, pois, sendo ao mesmo tempo livre e obrigada, a doação (ou esse registo de lógica) é fundamentalmente paradoxal.

Esta representação destina-se a especificar os distintos registos de comportamento económico que estão em jogo dentro da denominada atividade económica. Na prática, não só as economias de mercado não são exclusivamente mercantis, mas, a sua própria prosperidade assenta em polos não mercantis – principalmente todas as infraestruturas financiadas pelos poderes públicos – e não monetários (também designados polos reciprocitários), isto é, sobre as relações familiares, de vizinhança, associativas etc., que colaboram, de maneira essencial, com o processo de socialização dos indivíduos (Singer, 2012).

Este tipo de raciocínio permite, também, extrapolar a conceção económica de mercado como fonte única de fortuna, bem como criticar a redução das outras dimensões económicas à condição de formas parasitárias desta última. Um olhar mais vasto sobre a economia permite-nos discernir estes três polos na sua complementaridade, enquanto simultaneamente consumidores e criadores de riqueza (Singer, 2012). É esta forma de ver a economia, e a sua redução à ideia especial de mercado tornando-se insustentável, correspondendo ao mito do progresso, à crença no desenvolvimento económico como fonte exclusiva do crescimento e da felicidade que são postas em questão.

Através da referência à noção de economia plural, é possível pensar um outro modo de distribuição e produção de riqueza, ou seja, uma economia que não é basicamente contra o mercado (imaginando-se autoritária ou ingenuamente que ele possa ser extinto), mas é uma economia com mercado, desde que este esteja sujeito a outros princípios, ou, melhor dizendo, que obedeça a outras práticas (Núcleo de Economia Solidária, 2013).

Partindo, portanto, de um conceito de economia solidária como conjunto de atividades que contribuem para a democratização da economia, a partir de compromissos de cidadania, o desafio que se coloca a este fenómeno, do ponto de vista do autor desta tese, não é, portanto, o de substituir a ação do Estado – como se se tratasse de um ponto de vista filantrópico, por exemplo – sintomático de um processo de desregulação da economia. Pelo contrário, tem muito mais a ver com um esforço articulado com as entidades públicas, a fim de que se produza uma imbricação da economia num projeto de integração cultural e social (França Filho, 2012b). É neste sentido que se considera que a economia solidária deve emanar de ações coletivas, procurando a instauração de novas formas de regulação, como acontece com Associação do Moradores do Conjunto Palmeiras (ASMOCONP) que faz parte do estudo de caso que a seguir se apresenta.

1.6.5 Duas características em destaque

Segundo Melo Neto e Magalhães (2007), dois traços peculiares fundamentais resumem a especificidade do fenómeno da economia solidária, de acordo com o ponto de vista da antropologia e sociologia económica, contribuindo, também, com uma hipótese criadora em termos da sua interpretação enquanto forma de regulação. São eles o que aqui se designa por hibridação de economias e a construção conjunta da oferta e da procura.

O primeiro refere-se à combinação de distintos princípios da economia que são lógicas de ação presentes na maior parte dos casos. Esta combinação deve-se à natureza diversa das inúmeras fontes de recursos movimentados na prática organizativa (Faustino, 2010). Estes recursos podem ser: de natureza mercantil, por meio da venda ou prestação de serviços a particulares (pessoa física ou jurídica) – configurando um recurso do mercado; de natureza não mercantil, sob a forma de subvenções ou outros financiamentos a atividades com origem no poder público e/ou outras instituições públicas – constituindo um recurso do Estado ou de instituições públicas da sociedade civil; ou de natureza não monetária, através da participação espontânea de alguns membros, por exemplo, doação material ou humana (doação de tempo etc.) – assumindo-se como recurso privilegiado de uma lógica mútua ou uma lógica da dívida. Essa hibridação de economias é o que confere, não poucas vezes, sustentabilidade e perenidade aos projetos desenvolvidos.

O segundo traço peculiar é o facto de, na economia solidária, a procura e oferta não resultarem da ação de uma mão invisível. O desenvolvimento conjunto da oferta e da procura aconselha que os serviços sejam idealizados e indicados em função de necessidades sociais reais reveladas no local (Dowbor, 2013), sendo plausível por causa da interação entre os distintos participantes da iniciativa e os seus regulamentos privados, isto é, igualmente entre usuários e assalariados ou usuários e voluntários, que podem ser inúmeros (ou difusos). Daí pensar-se em termos de espaço público de proximidade como forma de perceção destes serviços – visto que se contraria os problemas reais que enfrentam habitualmente as pessoas, nas suas vidas, beneficiando a prática de uma grandeza política nestas experiências (Sarkar, 2010b).

Assinala-se assim, que as experiências de economia solidária pressupõem uma articulação própria entre instâncias económicas, sociais e políticas – por efeito dos distintos registos de ação ou dos distintos sentidos que permeiam os seus empreendimentos (Singer, 2012). Trata-se, por conseguinte, de um modelo económico

que, em vez de se instituir como um setor à parte (terceiro), tem muito mais vocação (de acordo com a perspetiva defendida nesta tese) para agir mutuamente com os modelos económicos prevaletentes (Estado e Mercado), num ponto de vista da preparação de combinações privadas de convicções económicas diversas, com o propósito de subordinar o aspeto comercial a outros denominadores da ação organizacional ou coletiva – por exemplo, uma dinâmica mútua ou um projeto associativo.

Naturalmente que este modelo não está isento de problemas, especialmente no contexto atual, marcado pela hegemonia do mercado e do senso que o assiste. Em virtude disso, este tipo de experiências caracteriza-se pela procura de estabilidade, algo frágil e difícil de conseguir, até pelos diferentes sentidos que adquire (Fukuyama, 2012). Mas é justamente esta preocupação que, de acordo com o ponto de vista seguido nesta tese, justifica o fenómeno. Preocupação, que poder-se-ia restringir dentro de três economias (mercantil, não mercantil e não monetária), ou de dois sentidos (instrumental e solidária ou substantiva), como, também, de entre distintos sentidos da dinâmica.

O desafio da elaboração de políticas públicas baseadas nos princípios da economia solidária tem deparado com alguns obstáculos, no Brasil, que se devem ao facto de uma grande parcela da população se situar na faixa de pobreza e de se procurar que a economia seja capaz de dar respostas que garantam os meios de produção pela classe trabalhadora, bem como a sua partilha justa entre os envolvidos (Singer, 2012).

No próximo ponto procurar-se-á definir e caracterizar as organizações que estão a promover o novo modelo de gestão para o desenvolvimento local na base de uma economia solidária, que nem sempre se enquadram dentro da esfera de classificação de Primeiro e Segundo setores.

1.7 Terceiro Setor: distintas conceções teóricas

A partir da Constituição Federal de 1988, as políticas sociais introduziram as noções de ações partilhadas e envolvimento popular. O incentivo às ações descentralizadas intragovernamentais (União, Estados, Municípios e Sociedade Civil Organizada) procurava a concretização do federalismo e uma melhor administração dos recursos. É importante não esquecer que se saía de um modelo centralizador para começar o processo de construção de um novo cenário.

Um caminho que concebe a mobilização social e as parcerias como opções de trabalho participativo, uma aliança democrática para atingir determinadas finalidades, com regras atribuídas e com ações transparentes, poderá fortalecer a democracia representativa, ao construir novos espaços de participação e novas perspectivas democráticas, num conceito intermediário entre a democracia representativa e a democracia participativa (Landim, 2012).

A esfera pública não pode mais ser um espaço hermético, devendo, pelo contrário, ser um foro de participação e de coletividade. Nesta perspectiva, os Conselhos Paritários trabalham para a construção do referido conceito intermediário de democracia, devendo os seus representantes assumir-se como as expressões da vontade coletiva, onde não há lugar a individualismos.

É nesta perspectiva que se enquadra a função do Terceiro Setor como indutor de políticas públicas, no Brasil. Este setor engloba 12 milhões de pessoas, entre gestores, voluntários, doadores e beneficiados de entidades beneficentes, além dos 45 milhões de jovens que veem, como sua missão, ajudar o terceiro setor, de acordo com a Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais - ABONG (2012).

Uma pesquisa feita pela empresa de consultoria Kanitz e Associados revelou alguns números referentes às 400 maiores entidades do Brasil, no ano de 1997. De acordo com essa pesquisa, o montante despendido por essas entidades na área social foi de R\$1.725.631,00. No total, elas contam com 54.459 funcionários, 181.658 voluntários e pagam aos seus funcionários um salário médio de R\$ 280,00 (RITS, 2005).

O Terceiro Setor representa, hoje, o caminho do meio, não obstante as dificuldades em termos de transparência de atribuições por parte de alguns dirigentes e da força do seu papel, tendo sempre o cuidado de não interferir com as funções que constitucionalmente são da responsabilidade do Estado (Montaño, 2012a).

Para entender o Terceiro Setor como gerador de empregos é preciso não esquecer que ele é a oitava economia do mundo, movimentando mais de US\$ 1 trilhão por ano, cerca de 8% do PIB do mundo. No Brasil, representa R\$ 10.9 bilhões anuais (cerca de 1% do PIB), sendo R\$ 1 bilhão em doações, reúne mais de 300 mil entidades desse segmento e emprega cerca de 1,2 milhões de pessoas e tem 20 milhões de voluntários (RITS, 2005).

O Brasil ocupa o quinto lugar do mundo em número de voluntários, segundo fontes do Instituto Rede de Informação do Terceiro Setor – Gestão de Recursos

Humanos. Com efeito, o Terceiro Setor, hoje, não representa, apenas, trabalho voluntário, sendo possível, já, projetar-se uma carreira dentro do seu âmbito.

Uma pesquisa do John Hopkins Center For Civil Society Studies mostrou que os empregos no Terceiro Setor, no Brasil, têm potencial de crescimento. No entanto, essa prática não condiz com a realidade, pois apenas 2,5% de mão-de-obra ativa pertencem ao Terceiro Setor, subindo para 3,2% com o trabalho de instituições religiosas. Nos 22 países pesquisados, a média é de 4,8%, variando a percentagem entre os 12,6% da Holanda e os 0,4% do México (RITS, 2005). Relativamente aos EUA, sete em cada dez novos empregos ocorrem no Terceiro Setor. No total, este segmento conta com aproximadamente 10 milhões de profissionais, em todo o mundo (RITS, 2005).

Segundo a já referida Kanitz e Associados, a responsabilidade social e a ética de pessoas, entidades, empresas e governos fazem parte do Terceiro Setor. Este segmento aposta em atividades especificamente sociais, na perspectiva de que essas ações cativam mais o funcionário com o trabalho, deste modo elevando o estímulo e o rendimento. A ação social faz-se sentir até ao nível da continuidade dos profissionais no trabalho. Os trabalhadores mais competentes tendem a optar por empregos socialmente conscientes (RITS, 2005).

Landim (2002) ressalta a enorme dispersão das entidades do Terceiro Setor, espalhadas pelos quatro cantos do mundo, nos mais diferentes contextos nacionais. A sua ação faz-se sentir desde a arte à cultura, educação, recreação, saúde, assistência social, defesa dos direitos humanos e de moradias, direitos das mulheres, ambientalismo, desenvolvimento comunitário, fortalecimento de organizações de base, entre outros, e desperta o interesse de grupos/indivíduos com motivações semelhantes nas suas áreas de atuação. Atuam nas frentes de voluntariado e no mercado de trabalho, mobilizando um grande número de recursos materiais de origens tão diversas quanto os governos e grupos de interesse.

Geralmente apresentam-se sob forma de pequenas organizações, mas não há necessariamente um limite à sua atuação territorial, podendo atuar nas frentes da iniciativa privada ou em benefício do público, sem nunca serem caracterizadas como empresas privadas ou governamentais.

Landim (2012) sintetizou as características fundamentais das instituições do Terceiro Setor numa pesquisa pioneira, conduzida em 1993, há pouco mais de 22 anos, quando esse universo começava a ganhar espaço no mundo académico. Sabia-se já que essas entidades existiam e há muito tempo. Em alguns casos, há décadas que eram

objeto de análise, veículo de militância e centro de repressão, como, por exemplo, as denominadas ONGS. Noutros, mantinham viva a prática da benevolência cristã e convocavam a dimensão voluntária das pessoas, em geral, fazendo parte das atribuições de primeiras-damas, responsáveis pelas chamadas Obras de Assistência. Que essas entidades poderiam compor um setor diferenciado e complementar ao Estado e o Mercado, era a novidade que chegava, tardiamente, ao Brasil.

Atualmente, o debate em torno do trabalho das Organizações Não-Governamentais - ONGS, Fundações e associações que fazem parte do denominado Terceiro Setor, é de extrema relevância. Em primeiro lugar, porquanto é essencial esclarecer em que consiste esse setor, o que o distingue ou permite caracterizá-lo como tal. Além de que persistem, ainda, bastantes dúvidas quanto à demarcação do termo. (Landim, 2002) Em segundo lugar, porque este é um debate que não deve ficar-se, somente, pela esfera dos advogados do Terceiro Setor, afastado dos ambientes acadêmicos, mas deve ser objeto de estudo de especialistas empenhados numa análise crítica.

O Terceiro Setor, assim chamado por oposição ao primeiro (o Estado) e ao segundo (o Setor Produtivo económico), ocupa-se dos problemas sociais a que os outros dois setores não dão resposta - o Estado devido à sua ineficácia e o setor produtivo, porquanto, na sua essência, tende para o lucro. (Landim, 2012) Tem, assim, a função de suprir uma lacuna não resolvida quer mercê da astúcia do setor privado, quer da incapacidade e ineficiência do Estado.

Por responder continua a questão das fundações empresariais subsidiarem direta ou indiretamente algumas ONGS, numa determinada comunidade, frequentemente no mesmo espaço geográfico onde estão implantadas as suas fábricas, e, todavia, não terem qualquer pejo em pagar para aos seus trabalhadores salários baixíssimos ou mesmo em demiti-los.

É na ótica desta e outras questões que a obra de Montañó *Remando Contra a Maré* (2012) adquire particular relevância. Nela, o seu autor pouco a pouco e de modo claro e objetivo, desmistifica o denominado Terceiro Setor, posicionando-o no lugar que lhe cabe dentro do sentido de reorganização do capital. O Terceiro Setor perde, então, encanto, deixa de ser visto, como pretendem os seus mentores e defensores, como o modo encontrado pela Sociedade Civil para preencher a lacuna deixada pelo Estado. Até porque apoiar as áreas sociais não é papel do Estado, ou, pelo menos não apenas dele.

Montaño (2012a) demonstra quão importante é a influência ideológica do Terceiro Setor na implantação de políticas neoliberais e a sua reciprocidade com o processo de reestruturação do capital pós 70, melhor dizendo, na flexibilização das relações de trabalho, no distanciamento do Estado face às obrigações sociais e no ajuste social entre capital e trabalho.

O Terceiro Setor, que, claramente, pode ser visto como um espaço de cooperação da sociedade, configura a esfacelamento das políticas sociais e, portanto, das lutas dos movimentos sociais. Como se pode ver pela reestruturação do Estado, levada a cabo por Bresser Pereira⁷, o Terceiro Setor é considerado corresponsável, juntamente com o Estado, perante a opinião pública, aumentando a sua desresponsabilização com o abrandamento da publicização⁸.

Na opinião de Montaño (2012b), esta “publicização” é, na verdade, uma forma de diminuir os custos da atividade do Estado em políticas sociais, não por eficiência das entidades, mas pela incapacidade dos governos no tratamento de problemas desta natureza, perdendo (ou abdicando) da sua universalidade, em favor da iniciativa social, utilizando o voluntariado como mão-de-obra gratuita e, conseqüentemente, desonerando os cofres públicos, um fenómeno orientado pelo Consenso de Washington.

Numa pesquisa realizada em 1998, Landim pretendeu conhecer os contornos deste novo universo que tomava forma e começava a ser designado por Terceiro Setor. A autora concluiu que “a ausência de informações, as informações fragmentadas parciais ou as estatísticas não comparáveis entre si, revelam que do ponto de vista das diversas informações estatísticas, não se pode, até o presente momento falar em um terceiro setor no Brasil” (Landim, 2012, p. 21).

A dificuldade em encontrar estudos mais sistemáticos sobre o Terceiro Setor mostra que existe um amadorismo em relação a esta área de estudo, o que faz com que a base científica fique comprometida em termos de uma análise quantitativa.

Com base em dados de 1991, provenientes da receita federal, e apesar das condicionantes acima referidas, a pesquisa de Landim chegou às 220.000 Organizações. Curiosamente, quinze anos volvidos, pouca coisa mudou, embora o número de pesquisas e publicações acerca do tema tenha crescido a bom ritmo desde então. (Landim, 2012)

⁷ Bresser Pereira, advogado e economista brasileiro, foi Ministro da Fazenda entre abril e dezembro de 1987, durante o governo do Presidente José Sarney.

⁸ Termo brasileiro correspondente ao português publicização no sentido de tornar público e transparente..

A existência de um Terceiro Setor também se consolidou e está presente no discurso da opinião pública e dos leigos, ultrapassando as fronteiras da discussão ideológicas e acadêmica. Entretanto, ainda não se sabe ao certo o número de organizações existentes e os “sistemas oficiais” ainda não conseguem classificá-las claramente. De acordo com alguns pesquisadores, são cerca de 250 a 300 mil organizações que empregam, aproximadamente, 1,5 milhões de pessoas (RITS, 2005; Voltolini, 2004).

Apesar das dificuldades em avaliar a verdadeira dimensão do Terceiro Setor, poucas são as dúvidas que hoje subsistem quanto às características fundamentais que diferenciam essas entidades das pertencentes à esfera do Mercado ou do Estado. Essas características são sintetizadas por Fischer como “organizações privadas, sem fins lucrativos, cuja atuação é dirigida a finalidades coletivas ou públicas” (2002, p. 45).

Na opinião de Fernandes (2002, p.21), estas entidades, apesar de muito diferentes, possuem, em comum, certos aspetos, constituindo um conjunto “composto por organizações que são privadas, são autogovernadas, não distribuem lucros, e são voltadas para o benefício público.” (Fernandes, 2002, p.21) Fernandes parte do conceito proposto por Fischer (2002) para caracterizar o Terceiro Setor:

Quadro 7 – Tabela de combinações possíveis entre público e privado

AGENTES	FINS	SETOR
Privados	para privados	= Mercado
Público	para público	= Estado
Privados	para público	= Terceiro Setor
Público	para privados	= (corrupção)

Fonte: Fernandes (2002, p.21)

Para Fernandes (2002), o Terceiro Setor comporta uma conjugação de Entidades e empreendimentos privados que tendem a produzir bens e serviços públicos, o que implica uma dupla qualificação: respondem a necessidades coletivas e não geram lucros. Quaisquer lucros gerados por essas entidades no exercício da sua função devem ser reverter para o ciclo produtivo através de reinvestimentos nos meios de produção, não gerando, assim, qualquer património particular. As entidades do Terceiro Setor

diferenciam-se, ainda, pela natureza dos bens/serviços produzidos, que têm como característica responder a uma procura coletiva - por exemplo, uma campanha de purificação do ar – podendo, igualmente, satisfazer um grupo específico de pessoas, como é o caso de entidades que prestam assistência a refugiados, num determinado país.

Na ótica do pensamento atrás referido, bens e serviços não pertencem à mesma lógica do mercado, não há a primazia do lucro, mas sim dos interesses da coletividade, mudando profundamente o foco das ações dessas entidades.

1.7.1 As entidades do terceiro setor na esfera globalizada

O atual debate acerca da ordem mundial organiza-se em torno de três dimensões - a internacionalização do papel público, a reorganização das relações internacionais posteriormente ao fim do conflito este-oeste e uma ordem da economia mundial para o crescimento sustentável – que configuram um processo de transformação correlacionado com a tendência de mundialização intrínseca ao capitalismo, e transcorrem de forma não sincrónica e contraditória.

Uma das peculiaridades fundamentais do mundo contemporâneo é a globalização da economia e o desenvolvimento de novos modelos de solidariedade entre as pessoas, dando forma à instituição de uma sociedade mundial por oposição à sociedade globalizada, contrapondo-se à tendência de relativo declínio do Estado-nacional.

Segundo Santos (2010), nos últimos vinte anos, novos modelos de ação social modificadora surgiram um pouco por todo o mundo, nomeadamente movimentos populares ou novos movimentos sociais com agendas políticas atuais de que constam a paz, a ecologia, o anti sexismo, a luta contra o racismo, a par das agendas clássicas de melhoria da qualidade de vida, de sobrevivência da economia, da terra, da habitação, da educação, do bem-estar social, da saúde e da proteção de crianças e adolescentes.

Tais movimentos, centralizados em termos como cidadania, liberdade, democratização, identidade cultural, além daqueles que instituem a “*herança comum da humanidade*” (desenvolvimento sustentável da vida humana na terra, meio ambiente global, desarmamento nuclear), tornaram-se modelo de corporações não-governamentais e privadas e de ONGS transnacionais.” (Santos, 2010)

De acordo com diversos estudiosos da globalização, como Vieira (2005), Sella (2002) e Rattner (1999), a sistemática política mundial carece da sociedade global. O Terceiro Setor é o requisito para o crescimento de um papel público internacional democrático. Só deste modo serão estabelecidos os alicerces para ultrapassar os paradoxos no meio da socialização mundial e da estruturação política em Estados nacionais, quando as corporações mundiais começarem a ser alvo da procura da vasta camada constituída por gente pobre que atualmente se auto-organiza nos países emergentes. (Landim, 2002)

As ONGS convivem, neste momento, com o processo de criação sua própria identidade política como agente no processo de globalização, no qual a sua ação participativa não é, ainda, normal. Elas cooperam fazendo “*lobbying*” (pressão) junto das grandes corporações internacionais, na ONU, nas organizações multilaterais; cooperam na elaboração de políticas ou de tomada de decisão relativamente a projetos. Contudo, não possuem, ainda, coordenação e articulação para ter um desempenho político efetivo no plano internacional. (Landim, 2002).

Perante isso, é possível afirmar que o Terceiro Setor ainda não é agente do processo global, embora tenda a sê-lo, particularmente no que se refere ao desenvolvimento de uma nova institucionalidade política mundial.

1.7.2 O terceiro setor no Brasil: breve resenha histórica

Segundo Landim (2002), a amplitude dos conceitos utilizados para caracterizar o Terceiro Setor e a dificuldade existente para estabelecer critérios precisos de segmentação e, mesmo, de regulação e fiscalização levam à constatação de que estamos perante um universo marcado, fundamentalmente, pela diversidade.

O setor acolhe uma enorme multiplicidade de corporações descritas como “sem fins lucrativos”, que vão desde as pequenas associações comunitárias e entidades beneficentes aos grandes hospitais e institutos de ensino, ou às fundações empresariais. Essa diversidade pode ser explicada, em parte, pela história do Terceiro Setor, no Brasil.

O aparecimento das entidades que dele fazem parte data do período colonial, quando, no século XVI, as irmandades da misericórdia institucionalizaram o atendimento a pessoas carentes. Nos séculos seguintes, e de forma mais notória no século XVIII, houve uma grande expansão das associações laicas e religiosas, que eram

mantidas por ricos filantropos, obedecendo aos princípios da caridade cristã e da filantropia. (Fischer, 2002; Landim, 2002; Ashoka e Mckinsey, 2001).

No final do século XIX, começo do século XX, o Estado começou a exercer uma relevante função na área social, intensificando a sua atuação através de ações e investimentos diretos na saúde, higiene e educação, bem como através da afetação de recursos às instituições filantrópicas.

Na década de 1930, o Estado - autoritário e centralizador - caracterizava-se pelas políticas sociais corporativas, fragmentadas e exclusivas, abrindo caminho ao aparecimento de um maior número de organizações, muitas das quais na sua dependência, de acordo com o Banco Nacional de Desenvolvimento Económico e Social [BNDES] (2001). Nesse período, a dependência dos recursos estatais, com a obrigatoriedade de prestação de contas, fez com que essas organizações introduzissem novas práticas administrativas, alterando o padrão da organização que se mantivera nos séculos anteriores (Schindler, 2001 *apud* Ashoka e Mckinsey, 2001).

Paralelamente, novas necessidades sociais começaram a manifestar-se nesse período, decorrentes da modernização da sociedade, ligadas aos fenómenos da industrialização e da urbanização (BNDES, 2001). Emergiram, então, as sociedades de auxílio mútuo e os sindicatos que se mantiveram, durante décadas, ligados à igreja e/ou ao Estado. Apenas a partir da década de 1970, esse vínculo deixou de ser dominante e tiveram início os movimentos oriundos da mobilização da sociedade civil, voltados para a proteção de direitos políticos, civis e humanos.

Movidas pela resistência política à ditadura militar, essas organizações autodenominaram-se entidades não-governamentais (ONG) e, por se oporem ao Estado, procuraram novas fontes de recursos, tais como fundações, agências de fomento e de cooperação internacionais (Fischer, 2002; Landim, 2002; Ashoka e Mckinsey, 2001; Gohn, 2011).

Este novo cenário também introduziu mudanças nas suas práticas administrativas, que deveriam, então, obedecer aos padrões internacionais de prestação de contas e resultados. O aparecimento das ONGs, nessa época, foi um fenómeno comum aos países em desenvolvimento, diretamente ligado a instituições como o Banco Mundial, a Fundação Interamericana e a programas como o das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), no fomento de ações destinadas à assistência humanitária e preservação dos direitos humanos (Salamon e Anheier, 1997).

Na América Latina, a proliferação de ONGs, durante a década de 1970, radicou em “processos de formação e desenvolvimento semelhantes, apesar de surgirem em realidades sociais históricas muito distintas como México, Nicarágua, Peru, Paraguai e Brasil” (Fischer e Fischer, 1994, p.6).

Embora grande parte das ONGs tenha surgido no seu país de atuação, algumas tiveram a sua origem em países desenvolvidos e foram “transplantadas para sociedade em desenvolvimento para promover mudanças sociais e económicas” (Salamon e Anheier, 1997, p. 322). Enquadram-se nessa situação a fundação W. K. Kellog e a Ford Foundation, esta última a operar no Brasil desde 1962, onde possui um dos seus mais antigos escritórios no exterior.

O desenvolvimento das ONGs foi alavancado, no Brasil, durante os anos 80, em virtude dos processos de redemocratização (Mendes, 1999; Falconer, 2008). Nesse período essas entidades sofreram modificações, ganhando mais visibilidade, começando a profissionalizar-se e a institucionalizar-se. A exemplo do que sucedeu noutros países, foi durante esse período que o Terceiro Setor se constituiu como um setor diversificado, distinto do Mercado e do Estado, a partir de uma lógica e características próprias.

No decurso dos anos 1990, novos fundamentos alavancaram modificações na confirmação do Terceiro Setor, no Brasil. A abertura económica e a admissão de uma fórmula neoliberal coordenaram uma revisão da função do Estado e o seu progressivo afastamento do espaço público, dando lugar à iniciativa privada e às entidades filantrópicas na gestão das políticas públicas. A figura do Estado nunca se fez sentir na plenitude na sua trajetória histórica, já que não concedeu prioridade às necessidades e ao desenvolvimento social (França, 2010).

O reconhecimento da falta de disponibilidade do Estado para solucionar todas as questões e equacionar as perspetivas e problemáticas sociais através das empresas e entidades estatais, abriu caminho a outros intervenientes para atuarem nestes domínios, principalmente por meio de um projeto de reestruturação do Estado, que incluiu a terceirização, privatização e publicização de práticas na área social (Montaño, 2012b).

A expansão do Terceiro Setor, neste período, foi impulsionada pela criação, em 1995, do Conselho da Comunidade Solidária pelo Governo Federal Brasileiro. Sob a bandeira da promoção do diálogo e da abertura de parcerias entre o Estado e o Terceiro Setor, este conselho tinha por objetivo realizar “ações de desenvolvimento social” para combater a pobreza e a exclusão (Conselho da Comunidade Solidária, 2002).

Uma das suas principais realizações foi a reforma do símbolo legal do Terceiro Setor, que instituiu novas leis para o reconhecimento e a regulação das entidades que ajudam no Setor. De acordo com Cardoso (2000), foi dada uma ênfase especial ao fortalecimento da Sociedade Civil, o que exigiu modificações na legislação relativa às entidades do Terceiro Setor, à sua atuação e novos papéis. Neste processo, foi, ainda, contemplada a regulação da publicização, controle social, e relações com o Estado.

No entanto, o crescimento e o fortalecimento experimentados por essas entidades aconteceram num contexto fortemente marcado pela redução dos recursos financeiros internacionais que garantiam a sustentabilidade de várias dessas entidades. Com a redemocratização e o consequente enfraquecimento do caráter de luta das entidades do Terceiro Setor, as agências financiadoras passaram a exigir resultados efetivos dos projetos financeiros, tendo-se, também, voltado para outras causas e outras regiões carentes de recursos, como o continente africano e o desmoronado bloco soviético (Fischer, 2002; Falconer, 2008).

A escolha de novos parceiros tornou-se mais criteriosa e a busca de eficácia na organização, principalmente nas áreas de planeamento e prestação de contas, mais rigorosa (Fischer, 2002).

Assim, no final do Século XX, o Terceiro Setor enfrentou uma nova realidade: por um lado, reconheceu-se a sua importância e o seu espaço em termos da prestação de serviços à sociedade; por outro, foi notório o crescimento do número e natureza das entidades que o compõem, servindo as mais diversas finalidades e recorrendo às mais diferentes estratégias de atuação (Montaño, 2012b).

A origem difusa do Terceiro Setor tem gerado calorosos debates sobre o papel e as finalidades das entidades que o compõem. Daí a importância de ressaltar algumas das principais teorias e modelos que fundamentam as expectativas sobre o papel a desempenhar por essas entidades.

De acordo com Falconer (2008), para muitos, o Terceiro Setor é sinónimo da expressão ou manifestação da sociedade civil que nele vê um guardião da democracia, um espaço de participação democrática dos cidadãos e de construção e manutenção de um Capital Social.

Por oposição, há uma corrente elitista para quem o Terceiro Setor seria um espaço de formação de líderes ou “elites” destinadas a “governar”.

Recuando às suas origens, também pode ser visto como espaço de manifestação de conflitos e tensões latentes numa sociedade. (James e Rose-Ackerman, 2013)

Finalmente, as abordagens económicas identificam o Terceiro Setor como o espaço de produção de bens e serviços destinados a satisfazer uma procura ignorada pelo Estado, ou, simplesmente, como operações de “contratos de terceirização na área de serviços sociais”. (James e Rose-Ackerman, 2013)

Essa última abordagem é adotada por James e Rose-Alckerman (2013) a partir de um estudo comparativo sobre as características do Terceiro Setor em diversos países, segundo o qual puderam observar que o crescimento do Terceiro Setor decorre da procura excessiva ou diferenciada por serviços públicos. Para estes autores, grande parte desses serviços são “semipúblicos”, pois geram benefícios privados e sociais e, portanto, podem ser disponibilizados tanto por privados como pelo Estado.

A procura por esses serviços pode, de acordo com essa visão, ser entendida como uma resposta do Mercado a situações em que o Governo não produz o serviço em quantidade suficiente ou de acordo com as expectativas das pessoas.

Esta visão económica do setor faz eco de alguns dos primeiros estudos realizados sobre o tema, no Brasil. A característica de “sem fins lucrativos” diz respeito a ações em que as aplicações são maiores que os eventuais retornos financeiros. Essas entidades realizam atividades de grande valor para o público, pois solicitam subsídios humanos e materiais que excedem a competência de pagamento dos mais entusiasmados (Fernandes, 2002), uma visão que justificaria a existência de entidades “semipúblicas” cujas ações fossem financiadas por doações e ocorressem em áreas onde o Estado fosse ineficaz.

Corroborando Montañó (2012a), o debate é mais vasto. Na opinião do autor, a noção e a própria designação de Terceiro Setor estão vinculados ao projeto neoliberal de minimização do Estado, responsável pelo vazio deixado na Previdência e nos Serviços Sociais Assistenciais que resultaram num “novo tratamento da questão social”, em que coexistem a “precarização” das políticas sociais estatais através da “remercantilização” dos serviços sociais e da “refilantropização” das soluções para as questões sociais. O Terceiro Setor estaria, assim, a desempenhar as funções abandonadas pelo Estado, substituindo-o (James e Rose-Alckerman, 2013).

Esta situação foi encorajada pelo projeto de reestruturação do Estado levado a cabo, nos anos 90, no Brasil. Se, por um lado foi alvo de críticas relativamente à forma

encontrada, principalmente o abandono pelo Estado da sua função de promotor do bem-estar social, por outro lado, abriu caminho a uma nova forma de associativismo no âmbito da esfera local, com competência para atuar na construção de uma sociedade mais igualitária e contra a injustiça social (James e Rose-Alckerman, 2013).

Na realidade, o Terceiro Setor aparenta ter uma articulação conjugada, em termos de frentes de trabalho, no seio de movimentos sociais igualmente restaurados, que se destacam mais pela apresentação de propostas do que pela reivindicação, nomeadamente, as atuais ONGs, corporações de cidadãos estabelecidas ao redor das temáticas sociais e direcionadas para um Mercado socialmente justo, determinadas associações comunitárias, fundações sem fins lucrativos e algumas entidades filantrópicas tradicionais. (Landim, 2002)

Uma visão convergente, que procura resgatar o caráter de mobilização da sociedade civil e reforçar a cidadania, começa a predominar na literatura brasileira sobre esta matéria, a partir da segunda metade dos anos 90. Nesse período, Fernandes (2000) ampliou o seu conceito, incorporando a noção de cidadania no Terceiro Setor, uma vez que se trata de entidades sem fins lucrativos, sem ligações governamentais diretas, suportadas pelo voluntariado, desenvolvendo uma ação filantrópica, apoiando a cultura e o desporto e, sobretudo, empenhando-se em promover a cidadania.

Segundo este autor, as entidades do Terceiro Setor estariam a compor um conjunto distinto do Estado e do Mercado, um ambiente próprio não-governamental, de participação nos interesses coletivos, criado a partir da contextualização das lutas pela redemocratização. A conceção de Sociedade Civil teria como finalidade proporcionar aos indivíduos e instituições particulares um espaço para a prática da cidadania, de modo direto e autónomo.

A emergência de um Terceiro Setor como um ambiente de participação social também é ressaltada por Falconer (2008), quando refere a não obrigatoriedade deste setor de atuar unicamente na prestação de serviços sociais através de entidades privadas. Falconer acredita que, através de organizações desta natureza, a sociedade civil pode fiscalizar a ação de entidades privadas e governamentais, promovendo a inclusão de grupos marginalizados nesta tarefa. Desta forma, o Terceiro Setor atuará como agente de transformação, dando poder às minorias e exercitando cidadania e democracia numa redistribuição de tarefas.

Na mesma linha, Cardoso (2000) afirma que o Terceiro Setor desempenha uma função insubstituível ao mobilizar os recursos humanos e materiais para o combate à

exclusão, à desigualdade social e à pobreza. Uma posição corroborada por Toro (2000), ao defender que a estratégia do Terceiro Setor, nos países de baixa participação, deve voltar-se para a construção da democracia, da produtividade e da luta contra a pobreza. “É o projeto de nação que pode fundamentar, nacional e local, às estratégias e políticas do Terceiro Setor” (Toro, 2000, p.36).

Desta forma, ter em atenção as preocupações urgentes de comunidades e grupos isolados é um objetivo que deve acompanhar, paralelamente, a criação de condições para o crescimento social. Como afirma Toro (2000, p. 36) “é papel do Terceiro Setor, no seu âmbito, estabelecer modos de intervenção social democrática, que convertem os agentes sociais em indivíduos sociais, ou melhor, em cidadãos”. No entanto, como pode o Terceiro Setor, em toda a sua diversidade, corresponder às expectativas em si depositadas?

Para Thompson (2000), os meios estão criados para que o Terceiro Setor possa desempenhar essa função, que vai muito além do somatório de ações e projetos privados; são esses meios que estabelecem uma atitude distinta às entidades da sociedade que é necessário assegurar e desenvolver.

Ser transparente na ação e nas finanças, perante a enorme corrupção que se instalou na maior parte das entidades, ter empenho na proteção dos interesses coletivos da Sociedade e do público são requisitos fundamentais. A filantropia e a solidariedade são demonstrações de uma nova cultura a que é necessário dispensar talento, tempo e recursos para benefício dos outros; uma cultura acima dos atos cada vez mais obscenos de apropriação extralegal; onde, por fim, imperem os elementos de uma nova moral, em que o direito das pessoas a uma vida honesta prevaleça sobre o dinheiro, o poder e os bens materiais.

De acordo com este ponto de vista, existe um conjunto de valores partilhados que norteiam as ações das entidades do Terceiro Setor, os quais, uma vez somados, aumentam os seus resultados. Indo além desse conjunto de valores, Cardoso (2000) ressalta a capacidade dessas entidades de inovar e experimentar novos modos de pensar e agir, buscando soluções inovadoras para os problemas sociais. Para a autora, as iniciativas junto de grupos sociais exigem regras e formas de atuação diferentes das do Estado que apenas se constroem por intermédio de entidades do Terceiro Setor.

Estas duas visões são integradas por Salamon (1998), ao afirmar que as características inerentes às entidades do Terceiro Setor são por si mesmas as principais ferramentas para alcançar. Na sua opinião, a flexibilidade, aliada a uma capacidade de

atendimento bastante limitado, confere a essas entidades a agilidade para responder às necessidades e prestar serviços sociais. Além disso, por serem relativamente independentes, estão aptas a defender causas impopulares, são confiáveis e têm vínculos a grupos e comunidades locais.

As entidades do Terceiro Setor são especialmente equipadas para: mobilizar as energias populares; identificar novos problemas e trazê-los a público; mobilizar recursos humanos e financeiros paralisados; promover mudanças; formar novos líderes; contribuir para legitimar e garantir o apoio popular às políticas exigidas e, dessa forma implementá-las (Salamon, 1998, p. 98)

O autor defende que importa ter presente que as corporações do Terceiro Setor têm, por essência, a capacidade de mobilidade popular, de ampliar os debates sobre os problemas sociais e, sobretudo, de canalizar e otimizar recursos humanos e financeiros na procura por formar novos agentes de transformação social.

Entretanto, Kisil (2000) adverte para o facto de que o desenvolvimento social, a um nível mais amplo, não se obtém, apenas, pela soma de ações isoladas. Os resultados obtidos em comunidades específicas deveriam ter um alto padrão de qualidade para poderem tornar-se reivindicações de toda a sociedade, e que esta deveria contar com um meio favorável para a promoção de políticas públicas que satisfizessem a procura.

As entidades do Terceiro Setor geralmente não têm as condições técnicas e/ou operacionais para darem apoio a outros atores e entidades capazes de influenciar mudanças na legislação, mobilizar a opinião pública e os decisores.

Deste modo, a capacidade de articulação intra e intersectorial aparecem como um ponto-chave para que os grandes objetivos do Terceiro Setor sejam alcançados. Falconer (2008) entende que “alcançar a eficácia em entidades peculiares e independentes não é precisamente o caminho mais viável para responder as problemáticas públicas; o interesse de entidades não se iguala, impreterivelmente, ao interesse do setor nem muito menos ao interesse público” (2008, p. 116).

O autor defende um rompimento do individualismo institucional para uma ação de ordem coletiva. Alcançar a eficiência e a perpetuidade organizacional seriam os objetivos das entidades do Terceiro Setor no plano organizacional, a par do desenvolvimento e a estabilização, no plano setorial, e da resolução de problemas públicos no plano das “políticas públicas”.

As entidades do Terceiro Setor posicionaram-se num campo onde múltiplos interesses concorrem para que as suas “finalidades públicas” sejam alcançadas. Para cada interesse de ordem organizacional, setorial ou público são adotadas diferentes estratégias de atuação. No entanto, essas diferentes dimensões não devem ser consideradas isoladamente, pois, na prática, observa-se que as finalidades da entidade se interligam com as finalidades do Setor e com as suas expectativas de influência na Sociedade, em sentido amplo. E é esse conjunto que determina a estratégia de intervenção adotada.

Como exemplifica Toro (2000, pp. 36-37) “todos os modos de agir do Terceiro Setor são intercessões sociais que procuram transformar formas de pensar, de agir e/ou de conhecer. Tal conjunto de transformações constrói uma “pedagogia social” que delineia valores e culturas presentes nas transformações que se propõe a realizar.” Se a intervenção é assistencialista, gera dependência; se é autoritária, gera baixa-estima; se é clientelista, abre caminho a uma cultura de aceitação; se é democrata, dá autonomia e fomenta cidadania.

O desafio em termos de gestão do Terceiro Setor, como afirma Falconer (2008), está no afastamento dos estereótipos e paradoxos que sobre ele se criou: a idealização das suas potencialidades; a existência de má gestão; a excessiva dependência de fatores externos; a ausência de profissionalismo; a natureza assistencialista da sua ação; as suas motivações pouco eficazes e, por vezes, associadas a práticas ilegais. Neste cenário, o Terceiro Setor brasileiro surge rodeado de grandes expectativas sobre a qualidade da sua atuação e aparentando estar mal equipado para satisfazer esta procura.

São muitos os obstáculos a serem vencidos pelas entidades do Terceiro Setor e quase todos passam pela competência de gestão. Eficácia e eficiência são as tónicas de um discurso que procura igualar a escassez de recursos e a necessidade de aumentar a capacidade produtiva, melhorar a qualidade dos serviços, introduzir aperfeiçoamentos técnicos e tecnológicos, remunerar os seus funcionários e, especialmente, atrair e manter voluntários, entre tantos outros problemas que se colocam diariamente.

A governança, que ainda não está bem consolidada no discurso empresarial, começa a rondar o Terceiro Setor e a exigir padrões de transparência nunca antes imaginados por essas entidades que, em princípio, tinham como única missão fazer o bem.

Fischer (1994) ressalta que essas entidades também têm sido afetadas pelas mudanças decorrentes dos avanços tecnológicos e da globalização econômica, uma vez que esses fatores têm introduzido alterações que vão desde os modelos de produção até à conduta individual. Consequentemente, as entidades do Terceiro Setor têm-se defrontado com problemas em tudo similares aos das empresas de Mercado: obter resultados que demonstrem eficácia e eficiência de desempenho; conseguirem subsídios suficientes para prosseguirem a atividade; desenvolverem a capacidade de se manter a par das contínuas transformações que afetam o seu desempenho (Falconer, 2008).

Neste novo contexto, o desafio da sustentabilidade surge como um dos princípios alavancadores da necessidade de profissionalizar a gestão das entidades do Terceiro Setor. “O conceito de sustentabilidade se refere a uma organização ser capaz ou não de manter suas operações sem depender totalmente da doação de recursos por parte de pessoas físicas ou jurídicas” (Ashoka e McKinsey, 2001, p.16).

Atualmente, acontecem discussões na esfera do Terceiro Setor sobre a continuidade das ações desenvolvidas por essas entidades. Cada vez mais, gerentes sociais e atores buscam autossustentação, libertando-se da dependência de doações de entidades governamentais privadas e de organismos de cooperações na tentativa de ter mais autonomia na sua ação. Acontece, cada vez mais, as entidades verem-se obrigadas a romper com a dependência de recursos governamentais, seja porque esses recursos se tornaram escassos, nas últimas décadas, ou porque as próprias entidades passaram a preocupar-se com sua continuidade, ao invés de se concentrarem nos problemas e causas urgentes (Fischer e Fischer, 1994).

Os esforços das entidades do Terceiro Setor têm deixado de se voltar para uma ação ou tema específicos, passando a incorporar novas dimensões do problema, através da ampliação do alcance e da magnitude da sua atividade. Como sugere Tenório (2003), embora em determinado momento a razão de ser de uma entidade do Terceiro Setor possa cessar, em virtude de os objetivos da sua missão terem sido atingidos, a missão deve ser reformulada para acompanhar a evolução das exigências da sociedade.

A sustentabilidade emerge de modo a que o requisito fundamental para romper a dependência de apontadas fontes de recursos seja assegurar a perpetuação da entidade

Embora seja normalmente encarada sob o ponto de vista das fontes de financiamento, a questão da sustentabilidade abrange um conjunto complexo de fatores.

De acordo com Ashoka e McKinsey (2001), o desafio baseia-se, ainda, no desenvolvimento de projetos suscetíveis de gerar receitas, na profissionalização, nos

recursos humanos e voluntariado, na aproximação dos membros sócios das entidades, no estabelecimento de táticas de comunicação, na análise de resultados e na ampliação de uma estrutura de gestão extremamente eficiente no seu conjunto. Estes desafios são reflexos de um tempo em que, à filantropia e à militância, se segue um novo modelo de ação social.

Aparentemente, existe uma convergência, mas é, precisamente, a partir desse ponto que surgem as divergências. O ponto de vista que começa a prevalecer é o de um Terceiro Setor em que a capacidade de mobilização social e de modificação, de procura e de exigência, abre espaço à imposição pela profissionalização no fornecimento dos serviços sociais, aliviando, dessa forma, a função do Estado e a imposição sobre o Mercado. Segundo Ashoka e Mckinsey (2001), a profissionalização, neste caso, expressa, na maior parte das vezes, a inclusão de uma postura acrítica e longe da situação dos instrumentos, originários do campo empresarial e de outros do género.

Estas tendências acentuam a sua crise de identidade, a qual reflete o temor que assola os gestores de entidades do Terceiro Setor face à pressão existente para a incorporação de técnicas de gestão. É o exato ponto onde a tão valorizada profissionalização surge como uma brecha na fronteira entre Estado, Mercado e Terceiro Setor, mostrando-se como uma ameaça de mercantilização das atividades desempenhadas.

Falconer (2008) acredita que o crescimento e a profissionalização destas organizações podem modificar drasticamente a imagem idealizada do Setor. O aumento dos processos burocráticos, os desvios da missão social, o afastamento do voluntariado, o aumento gradual dos aspetos que as tornam semelhantes a entidades de outros setores são aspetos que podem surgir com o crescimento das instituições do Terceiro Setor e constituem motivo de receio para Falconer (2008). Fica claro, o modo como os modelos novos de gestão e a profissionalização destas organizações podem deturpar intrinsecamente a sua natureza social. Daí que o autor considere necessário desenvolver técnicas específicas de gestão para estas entidades, preservando, assim, sua identidade.

Falconer (2008) ressalta um importante desafio que não pode ser deixado de lado na proposta de um campo de gestão para o Terceiro Setor. Antes de se tornar uma ameaça, a profissionalização deve ser transformada numa oportunidade de fortalecimento da identidade do Setor, por meio de sistemas e modelos que não apenas respeitem as suas particularidades, mas que tenham por base a sua especificidade, de

modo a manter e preservar os valores e os paradigmas filosóficos que o sustentam. Por isso, o desenvolvimento organizacional do Terceiro Setor deve figurar ao lado ou, até, em conjunto com outros importantes desafios. Nesse sentido, o ponto seguinte abordará a gênese de uma organização típica do Terceiro Setor - o Banco Palmas localizado numa região periférica da cidade de Fortaleza -

Segundo Falconer (2008), o terceiro setor no Brasil divide-se em:

I – Igrejas e Instituições Religiosas – As Instituições religiosas, de maneira especial a Igreja Católica, foram pioneiras do setor, no Brasil, tornando-se, dessa forma, as primeiras organizações sem fins lucrativos do país.

II – Organizações Não Governamentais (ONGs) e Movimentos Sociais – Trabalham com projetos em prol da defesa dos direitos, por meio de mobilização popular, disseminação de informação e articulação política.

III- Empreendimentos sem Fins Lucrativos - São entidades que oferecem serviços, mas de forma não gratuita, isto é, a comunidade paga por eles. Temos como exemplo: clubes de futebol e instituições culturais, etc. Essas ações passam uma imagem comercial do terceiro setor.

IV- Fundações Empresariais – Empresas privadas que realizam projetos filantrópicos com alguma forma de atividade em benefício das comunidades.

O IBGE elaborou, em 2002, um relatório intitulado *As Fasfil – Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos* - que compreendia todas as empresas consideradas do Terceiro Setor, desde que cadastradas no CEMPRE – Cadastro Central de Empresas. Em 2006, fez novo levantamento de dados sobre as Fasfil que inclui dados até 2010. Esse relatório demonstrou que havia, em 2010, 290,7 mil entidades ligadas ao terceiro setor, um aumento de 9%, quando comparado com o ano de 2006 (IBGE, 2012)

No Quadro 8, é possível observar o crescimento do setor, no Brasil.

Quadro 8 – Tabela de comparação do crescimento das entidades constantes no CEMPRE

Entidades cadastradas no CEMPRE	Números Absolutos		Variação (%) 2006/2010
	2006	2010	
Total	4.636.796	5.551.915	19,7
Entidades sem fins lucrativos	503.519	556.846	10,6
Fundações Privadas e Associações sem lucrativos	267.288	290.692	8,8
Outras entidades privadas sem fins lucrativos	236.231	266.154	12,7
Entidades Empresariais	4.109.681	4.969.980	20,9

Fonte: IBGE (2010, p.63)

O capítulo seguinte situa o enquadramento da amostra com as informações gerais sobre a realidade socioeconómica e política, no Estado do Ceará, Brasil, bem como a Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras e os programas de desenvolvimento local, para além de referir o nascimento do Banco Palmas e a caracterização do seu contexto socioeconómico. O capítulo tem como referenciais teóricos: IBGE (2014), IPECE (2014), França Filho (2011), NESOL (2013), Singer (2013), Melo Neto e Magalhães (2007), Icaza (2009), Sarkar (2010), Lévesque (2012), França Filho e Silva (2009), Dees (2011), Hespanha (2009).

CAPÍTULO 2 - ENQUADRAMENTO DA AMOSTRA

Neste capítulo, faz-se referência à pesquisa bibliográfica sobre o tema em estudo nesta tese e apresenta-se a informação obtida.

Após consulta da literatura especializada referente ao assunto, foram feitas diversas análises de natureza teórica e empírica sobre a criação do Banco Palmas e a caracterização do seu contexto socioeconómico. As concepções fundamentais foram congregadas em nove áreas características para um melhor entendimento do tema.

A população da pesquisa corresponde a 266 atores sendo destes 26 funcionários de apoio do corpo técnico diretivo do Banco Palmas e 240 associados (empresas/autónomos) dos quais 181 associados foram entrevistados perfazendo um total de 75,41% da amostra.

Assim, neste capítulo fornece-se informação de carácter geral acerca da realidade socioeconómica e política do Estado do Ceará, Brasil; procede-se à revisão bibliográfica para enquadrar o aparecimento do Banco Palmas; e faz-se a caracterização do banco, no contexto socioeconómico, abordando os seus processos, a sua função como indutor de inclusão social, os impactos sociais e económicos que produziu, as ações de Empreendedorismo, Inovação Social, Capital Humano e Capital Social que levou a cabo com sucesso, as suas práticas, as unidades produtivas societárias e as ações em rede da ASMOCONP.

2.1. A realidade socioeconómica e política do Estado do Ceará, Brasil

O Estado do Ceará situa-se na Região Nordeste do Brasil. É delimitado a Norte pelo Oceano Atlântico, a Sul pelo Estado de Pernambuco, a Leste pelos Estados da Paraíba e do Rio Grande do Norte e a Oeste pelo Estado do Piauí. A extensão do seu território abrange 148.825,6 km², equivalendo a 9,58% da Região Nordeste e 1,75% do país, cuja extensão completa é de 8.514.876,6 km². (IBGE, 2014)⁹

De acordo com o IBGE, 93% do território do Ceará, que em termos político-administrativos conta com 184 municípios, está inserido na região do semiárido e tem um clima preponderantemente tropical quente, o que o torna vulnerável à ocorrência de

⁹ Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Resolução nº 05, de 10 de outubro de 2002, Disponível em <<http://www.ipece.ce.gov.br>> acesso em 03 de julho de 2014.

períodos consideráveis de seca, devido à pouca precipitação pluvial. Esta situação reflete-se na economia, sendo este um dos estados mais carenciados do país.

A densidade populacional do Ceará, de acordo com os dados do IPECE¹⁰ e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), é de 8.842.791¹¹, sendo 4.207.330 homens e 4.635.461 mulheres. Mais de 75% dos cearenses moram na zona urbana, sendo Fortaleza, capital do Estado, a cidade que possui maior população, acolhendo 2.447.409 habitantes e envolvendo 15 municípios no seu espaço metropolitano.

Mais de 55% dos Cearenses estão em idade produtiva, situando-se na faixa etária compreendida entre os 20 e os 59 anos.

Números referentes à educação sugerem que 78% da população entre 2 e 17 anos estão dentro do sistema educativa, enquanto 22% estão fora. O insucesso e abandono escolares são um constante. O indicador de analfabetismo dos indivíduos com 15 ou mais anos é de 18,8% e desses, 30,7% são considerados analfabetos funcionais¹². Os governos estaduais e municipais têm feito esforços no sentido de assegurar a educação básica, fundamental e um gradual ensino médio. O ingresso no ensino superior, nesta região, constitui uma vantagem apenas para um reduzido número de pessoas. No século XXI, a maioria da população continua privada dos seus direitos fundamentais e sociais à educação, saúde, proteção à maternidade e à infância, etc (IBGE, 2014).

Partindo do princípio de que os direitos sociais são garantidos por meio da sua efetivação, é legítimo afirmar que a prática de direitos, principalmente o direito à educação, estabelece fronteiras mais desafiadoras quando se compara com a situação de países periféricos. Isso acontece porque, ao invocar-se um nível menor de educação, *welfare* e segurança social, tem-se a necessidade de equilibrar as desigualdades produzidas pela economia.

O Estado do Ceará, com 8 macrorregiões de planeamento, 2 regiões metropolitanas e 18 microrregiões administrativas, tem mais de 75% da sua densidade

¹⁰O Instituto de Pesquisa e Estratégia Económica do Ceará IPECE publica anualmente o Anuário Estatístico do Ceará, com dados socioeconómicos e geográficos dos municípios cearenses. Disponível em <<http://www.ipece.ce.gov.br>> acesso em 03 de julho de 2014.

¹¹Fonte: IBGE, População estimada em 2014. Disponível em <<http://www.ipece.ce.gov.br>> acesso em 03 de julho de 2014.

¹²Conceito criado em 1978, pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura – UNESCO, para referir os indivíduos que não compreendem enunciados escritos simples, mesmo sabendo ler e escrever e que, sendo capazes de realizar operações matemáticas fundamentais, não detêm as habilidades necessárias para materializar o próprio desenvolvimento pessoal, social e profissional.

populacional concentrada no perímetro urbano e um crescimento que deveria ter mais igualitário no que diz respeito às necessidades sociais. Em termos de índices demográficos, o Estado do Ceará tem uma população masculina contabilizada em 4.118.066 indivíduos, ultrapassada pela população feminina, que ronda os 4.329.989.

Verifica-se, igualmente, a carência de serviços básicos, traduzida em índices que apontam para que só 32,15% da população urbana tenha acesso a redes de tratamento de esgoto, contra o vergonhoso 0,15 % da população rural que tem saneamento básico.

O PIB do Estado está contabilizado em 75 milhões de reais possui, o que parece evidenciar um crescimento da economia não obstante a situação real de desigualdade de acesso dos indivíduos às sinecuras da economia produtiva (IPECE, 2014).

Quadro 9 – população em 2010 e em 2015

	População em 2010	População em 2015
Brasil	185.712.713	204.584.783
Região Nordeste	51.871.449	53.081.950
Ceará	8.448.055	8.842.791

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, 2014.

Com índices sociais ainda deficientes, a situação socioeconômica do Estado do Ceará é marcada pela disparidade, uma vez que, em termos gerais, evoluiu em comparação com outros Estados do Nordeste do Brasil, no que se refere às preocupações com a educação e o esforço para diminuir as desigualdades através da implantação de infraestruturas sociais (ver Quadro 10).

Quadro 10 – Indicadores sociais

INDICADORES SOCIAIS		Ceará	Nordeste	Brasil
1	Grau de Urbanização (%)	77,29	73,4	84,8
2	Proporção de Domicílios c/ abastecimento de água adequado (%)	78,2	80,6	85,4
3	Proporção de Domicílios c/ acesso à rede de esgotos (%)	37,3	37,2	57,2
4	Taxa de mortalidade infantil (por 1.000 nascidos vivos)	17,6	20,5	15,7
5	Esperança de Vida ao Nascer (em anos)	72,9	71,9	74,5
6	Escolaridade Média dos adultos (em anos de estudo)	6,1	6,2	7,6
7	Taxa de Analfabetismo (pessoas de 15 anos ou mais)	16,3	17,4	8,7
8	Percentagem de Analfabetismo Funcional entre adultos (25 anos ou mais)	35,5	35,1	22,1
9	Percentagem da população adulta (15 anos ou mais) com, pelo menos, o Ensino Fundamental Completo	51,1	48,7	22,1
10	Percentagem da população adulta (25 anos ou mais) com, pelo menos, o Ensino Médio Completo	30,1	31,5	40,2
11	Percentagem da população (com 25 anos ou mais) com nível Superior Completo	7,2	7,3	12,0
12	Taxa de Ocupação (%)	58,8	57,9	61,8
13	Taxa de Desemprego (%)	5,6	7,6	6,1
14	Taxa de Participação (%)	62,3	62,7	65,9
15	Rendimento Real Médio do Trabalho	817,8	906,9	1.404,2
16	Índice de Gini (Desigualdade de Rendimento)	0,524	0,542	0,528
17	Rácio entre os 10% mais ricos e os 50% mais pobres da população	12,5	13,6	12,6
18	Proporção do rendimento apropriada pelos 50% mais pobres da População	16,8	16,1	16,5
19	Proporção do rendimento apropriada pelo 1% mais rico da População	12,5	14,9	12,5
20	Rendimento domiciliar per capita real (R\$)	531,9	550,6	860,9
21	Proporção de pessoas pobres	21,3	20,9	10,4
22	Proporção de pessoas em situação de extrema pobreza (Indigentes)	8,5	8,0	3,9

Fonte: IBGE/PNAD/IPECE (2012)

Verifica-se que a população do Ceará cresceu de modo mais intenso que a do nordeste e que a do Brasil, no período estimado, sendo o crescimento mais acentuado nas áreas em estudo, com significativa redução dos patamares de miséria, em comparação com a magnitude brasileira. Com efeito, houve um crescimento da população economicamente ativa e uma diminuição dos índices de desemprego, embora os indicadores de alfabetização sejam muito inquietantes.

Em relação à educação, estudos empíricos experimentais comprovaram que as gerações brasileiras anteriores, em consequência de vários fatores e conjunturas desfavoráveis, tiveram dificuldade em permanecer na escola. É legítimo concluir que a baixa escolaridade dos trabalhadores brasileiros, especialmente em regiões com uma economia pouco beneficiada, como o Nordeste, contribui para o deficiente desenvolvimento da economia no seu todo, o que pode ser relevante para explicar a diminuição da média da duração da escolaridade nas distintas regiões brasileiras. A constatação da existência de uma economia deficitária revela mais que um mapa de problemas para a construção do Capital Humano e social; ela mostra a falta iminente de iniciativas concertadas, que abranjam comunidade e as empresas, que se destinem a realizar ações direcionadas para a responsabilidade social, e acrescentem valores, tendo por objetivo o desenvolvimento social. (IPECE, 2014)

2.2 Nascimento do Banco Palmas: caracterização do contexto socioeconômico

O Conjunto Palmeiras, assim denominado pelo fato de no local existirem imensas palmeiras antes da construção do bairro atual, distingue-se de outros bairros pobres brasileiros pelas vias de acesso – avenidas amplas, asfaltadas e de fácil acesso – e está afastado do centro da cidade. Situa-se em Fortaleza, cidade do Nordeste do Brasil, uma das regiões mais pobres do país. O bairro nasceu como resposta à necessidade de realojamento de famílias provenientes de várias favelas, onde as casas não tinham condições de habitabilidade, fruto da falta de planejamento das cidades e da ausência de auxílio por parte do Governo.

A edificação das habitações do Conjunto Palmeiras ficou a cargo dos próprios moradores, tendo-lhes sido fornecidos os materiais necessários para tal. Contudo, o bairro não dispunha de água, eletricidade e meios de transporte. Assim, em 1977, os moradores do bairro fizeram a primeira demonstração de mobilização na luta pela

melhoria das condições de saúde no bairro, tendo voltado de novo à luta, em 1981, pelo acesso à água potável e à energia elétrica.

Foi, também, por esta altura que foi criada a ASMOCONP – Associação de Moradores do Conjunto Palmeiras – uma das instituições promotoras do Banco Palmas. Entretanto, outras organizações populares foram-se constituindo com o objetivo de reivindicar uma vivência digna no bairro. As lutas sociais que foram sendo travadas tornaram possível a melhoria das condições de vida dos moradores do bairro, registando-se sempre, por parte destes, um grande nível de participação na defesa dos seus interesses.

Este facto é de extrema importância, pois permite-nos perceber a capacidade mobilizadora dos moradores do bairro e a importância das suas conquistas, dando-nos conta do que é a prática do movimento popular na realidade latino-americana, “uma vasta gama de movimentos reivindicados, extremamente diversos e fragmentados que remetem principalmente a demandas de acesso a direitos sociais e à democracia” (Icaza, 2009, p. 261-262). No conjunto Palmeiras, o acesso a alguns direitos sociais foi conquistado pelas lutas que os moradores foram travando ao longo do tempo.

Depois de satisfeita a reivindicação por uma morada digna, os moradores puderam explorar formas de satisfazer outras necessidades como a circulação de riqueza no bairro, a melhoria dos baixos rendimentos da população e a criação de oportunidades de emprego para os moradores do conjunto de Palmeiras. A resposta encontrada para estas necessidades surgiu sob a forma de criação do Banco Palmas que se encaixa no conceito de banco comunitário de desenvolvimento, constituindo-se como um exemplo a seguir, enquanto iniciativa pioneira e de sucesso.

“Um dos requisitos imprescindíveis à conceção de um Banco Comunitário de Desenvolvimento - BCD relaciona-se à mobilização endógena da localidade” (França e Silva, 2009, p. 31). Neste sentido, o nascimento do banco e o seu sucesso estão relacionados com a capacidade da comunidade em intervir no seu território, participando ativamente em processos que resultam na melhoria das circunstâncias de vida da população, facto que potenciou e facilitou a implementação do banco e o seu desenvolvimento.

O nascimento do Banco, fruto da mobilização dos moradores através da sua associação – ASMOCONP (Associação dos Moradores do conjunto Palmeiras) – em conformidade com inúmeras ONGs (organizações não governamentais) e o facto desta

iniciativa ter partido dos movimentos da sociedade civil, permitem afirmar que se está perante uma prática de economia social, conforme refere Defourny (2009).

O Banco Palmas surgiu através de uma experiência de organização popular e solidária, com o apoio da Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras (AMOCNP) que tem como objetivo a inserção política de empenho dos moradores na construção do seu próprio bairro. Além deste objetivo, a associação realiza ações sob a forma de práticas económicas muito diversificadas, procurando potencializar as capacidades sócio produtivas locais, dando, assim, forma a um ciclo económico muito peculiar no bairro, uma outra economia (a favor do bem estar social e humano), que proporciona os alicerces de uma forma de crescimento sustentável excecionalmente comum, visto que assume o modelo de uma rede sócio produtiva local. A experiência concilia as finalidades políticas e sociais do seu agir com a criação de práticas económicas, proporcionando à comunidade modos alternativos de disposição do trabalho, que questionam os mecanismos essenciais de regulamentação das sociedades em si, adquirindo contornos característicos em função de cada contexto gregário (França, 2011) e da sua cultura.

A ASMOCONP congrega o Banco Palmas no seu planeamento, viabilizando outras ações, e incorporando uma boa parte do dinamismo associativo. A gestão do banco é da responsabilidade da própria ASMOCONP, maioritariamente através de moradores voluntários. A cadeia solidária de consumo e produção local criada permite a circulação de rendimentos dentro da própria localidade, através da venda dos produtos no próprio bairro. O objetivo é reforçar o conceito de *prossumidor*, integração de consumidores produtores. Nesta situação real, a divisão entre produção, oferta e consumo não possui lógica, sendo nocivo ao próprio dinamismo do sistema, uma vez que os atores sociais, são simultaneamente, produtores e consumidores. O Banco Palmas para ajudar os prossumidores locais, oferece uma série de produtos como: clubes de trocas; moeda social (que aumenta a capacidade do comércio local, a riqueza circulatória na localidade, originando rendimento e trabalho na comunidade); cadeia de compras comunitárias; e o centro de comercialização. Desta forma, o rendimento circula na própria localidade, o que permite o desenvolvimento da economia, saindo todos a ganhar.

Como se pode ver, o Banco Palmas faz parte de um sistema financeiro integrado solidário e atual, em quatro vertentes da rede produtiva do bairro: capital solidário (moeda social “Palmas”), produção sustentável (microcréditos destinados à

produção e comercialização local), consumo local (através da campanha “Compre na localidade: é mais trabalho”) e comércio justo (loja solidária/central palmas de comercialização). Com esta forma, o Banco Palmas vem sendo reconhecido, mesmo internacionalmente (entidades do governo, sem fins lucrativos e multilaterais, por razão do êxito da sua luta à exclusão local com uma metodologia original, coerente, factível e multiplicável. Dessa forma, no ano de 2003, o Banco Palmas dá origem o Instituto Palmas de Desenvolvimento e Sócioeconomia Solidária, com o qual pretende disseminar os métodos e técnicas sociais realizadas no Banco Palmas, no Brasil e fora do país. Em Setembro de 2004 é instituído o primeiro banco comunitário com o método replicado com base no Banco Palmas.

O Banco Palmas é um banco comunitário dirigido pela própria localidade que atualmente difunde o seu método de trabalho para vários outros bancos comunitários, em todo o País. É um exemplo inovador de um do Banco Comunitário que presta um serviço *sui generis* de finanças solidárias, visando democratizar os recursos financeiros e colocar as finanças ao serviço de todos.

Os bancos comunitários, segundo a Rede Brasileira de Bancos Comunitários, “consiste em serviços financeiros solidários, em cadeia, de carácter associativo e comunitário, direccionados para a geração de renda e trabalho no ponto de vista de reorganizar as economias da localidade, colocando como alicerce os fundamentos da Economia Solidária” (NESOL, 2013, p. 45). Destina-se a possibilitar o crescimento de regiões de baixos rendimentos, fomentando “a criação de cadeias locais de consumo e produção, contribuindo para as iniciativas de economia solidária, em vários domínios, como empreendimentos sócio produtivos, de prestação de serviços, de apoio ao comércio (mercadinhos, bodegas, feiras solidárias e lojas), organizações de consumidores e produtores” (NESOL, 2013).

Como tecnologia social, os Bancos Comunitários estão bem caracterizados e conceituados, constituindo um contributo para as economias populares de regiões com uma população de baixos rendimentos e com baixo crescimento socioeconómico, alicerçados numa economia solidária e proporcionando às pessoas excluídas do sistema financeiro quatro serviços fundamentais: um fundo de crédito solidário; uma moeda societária que circula localmente; feiras de produtores da localidade; e habilitação para a economia solidária. De acordo com a definição de Singer (2013, p. 38), “a economia solidária, é um *feedback* a uma extensa carência social ocasionada pela globalização,

pelas novas tecnologias, e pela ausência de desenvolvimento da economia, segregando boa parte de trabalhadores, de pequenos camponeses e empreendedores pelo país afora”.

Abordar-se-á, a seguir, a experiência do Banco Palmas, bem como os seus projetos e processos de inclusão social na comunidade do Conjunto Palmeiras.

2.2.1 O Banco e os seus processos

Uma das principais ferramentas do Banco Palmas é a “Integração do Sistema de Microcréditos” que, conforme Melo e Magalhães (2007, p. 34) “consiste num sistema financeiro solidário, habituado à situação real da localidade, que age de modo integrado nas quatro etapas da rede produtiva, quais sejam: produção sustentável, capital solidário, comércio justo, consumo ético.”

O microcrédito é empregado como motor de desenvolvimento por inúmeras iniciativas de economia solidária, caracterizando-se pela concessão de empréstimos de pequeno valor a micro-empresendedores informais e pequenas empresas sem acesso ao sistema bancário tradicional, especialmente por não oferecerem cauções reais.

Para se ter acesso ao crédito do Banco Palmas é preciso ser-se morador do Conjunto Palmeiras, sócio da Associação de Moradores, reconhecido pelos vizinhos como pessoa responsável, (a garantia sobre a credibilidade da pessoa é dada pelos vizinhos), e assinar-se um contrato social com o banco, aceitando as regras de convivência e o compromisso de, sempre que possível, comprar e vender no bairro. (NESOL, 2013)

O sistema financeiro bancário utiliza, além do Real, moeda oficial brasileira, o Palmas, que consiste numa moeda social, própria do banco, para incentivo do mercado local. O Palmas é, assim, um complemento à moeda oficial do país, movimentado apenas dentro da localidade, com uma base em Reais, e os empréstimos concedidos aos comerciantes podem sofrer variação, entre as duas moedas, adaptada ao perfil do cliente.

Um dos itens mais interessantes do banco em análise é, precisamente, a criação desta Moeda Social Circulante que, como só pode ser negociada internamente, tem como objetivo principal aumentar o que os moradores designam por “riqueza circulante”. Essas moedas têm como base os reais depositados no Banco Comunitário. Os utilizadores da Moeda Social têm direito a descontos dos associados

(empresas/autónomos) e produtores. Caso necessite de reais (moeda oficial brasileira), o empresário poderá trocar as moedas sociais no Banco Comunitário. Mas, se porventura preferirem Moedas Sociais, podem trocá-las por reais no Banco comunitário. Nesta base, o Banco dispõe de uma linha de microcrédito alternado (para consumidores e produtores), cartões de crédito e alternativas de comercialização (feiras e lojas solidárias), o que estimula a criação local de emprego.

Dentro do microcrédito, foram já criadas 4 linhas de Crédito:

- Microcrédito para a produção - comércio ou serviço – Crédito de apoio a criação de empresas
- Palma Card. – cartão de crédito
- Microcrédito para Mulheres – apoio ao Empreendedorismo feminino
- Palma Casa – crédito à habitação

Através do microcrédito à produção, foi, já, possível criar pequenos empreendimentos, informais e formais, financiados pelo Banco Palmas, voltados para o atendimento aos clientes da localidade. As unidades produtivas são autónomas e interligadas por ferramentas e regulamentos de solidariedade do modelo Palmas, sendo assistidas pessoalmente pelos colaboradores do banco. Os empreendimentos promovidos com o apoio do banco foram os seguintes:

- Palma Fashion – Razão¹³ comercial de confeções e roupas de cama, mesa e banho, gerido por 12 associadas da localidade;
- Palmart – Razão comercial de artesanato em tecido, envolvendo 7 associadas da localidade.
- Palma Limpe – Razão comercial de materiais de limpeza, iniciada por 5 associados da localidade.

Para além dos créditos acima referidos bem e dos empreendimentos criados com o apoio destes, o banco apresenta um conjunto variado de serviços, projetos e atividades.

O próximo ponto traça o perfil do Banco Palmas como indutor de inclusão social dos moradores do Conjunto Palmeiras.

¹³ O termo razão pode ser utilizado, no português do Brasil, com o significado de firma.

2.2.2 O banco como indutor de inclusão social

O Banco Palmas está atento não apenas ao fator económico, como às questões culturais e sociais, preocupando-se com o coletivo. Através dos apoios concedidos pelo banco, a comunidade passou a fazer algo por si própria, o que trouxe consigo desenvolvimento e prestígio para o bairro e levou à sua transformação.

O Banco Palmas parte da conceção de que a economia solidária é exequível, favorece o desenvolvimento através do financiamento, contribui para a formação e informação na comunidade, promove o crescimento e a acessibilidade ampla da moeda social (as vendas e compras são realizadas na própria localidade através da moeda social, facilitando, valorizando e ampliando o comércio e o bairro), gera riqueza para a comunidade, desenvolve o comércio do bairro e cria emprego para os moradores.

No contexto da sociedade brasileira, verifica-se que, a par de uma economia moderna, subsistem bolsas de excluídos, o que se explica por razões maioritariamente económicas, sociais, políticas e culturais. O conceito de exclusão remete-nos para a questão da desigualdade e a constatação de que, não obstante as leis nacionais consagrarem direitos civis, políticos e sociais para todos, não garantem, efetivamente, o seu usufruto por parte dos excluídos.

Como já foi dito, a definição de cidadania e de democracia do “*Estado Providência*” reconhece esses direitos, contrariamente ao que acontece na democracia liberal clássica. O Capitalismo baseia-se numa relação social entre indivíduos que se posicionam de forma desigual face aos meios de produção e rendimentos: os pobres têm mais carências e encontram-se em situação de risco social, sem acesso às infraestruturas básicas de saúde, educação e emprego.

Por isso, como forma de acesso à cidadania, surgem mecanismos de participação, que conferem poderes aos que estão privados da cidadania; é o caso dos Movimentos Sociais. Estes sempre agiram e continuam a agir como educadores dos direitos sociais, formando lideranças e influenciando as camadas populares, colocando a ênfase nos sujeitos e explorando as reflexões críticas em torno da relação opressor/oprimido. Estes movimentos desempenham papéis distintos: por um lado, articulam-se com os partidos políticos, sobretudo na construção das políticas públicas; por outro, exercem uma função reguladora, criando as regras e condições para a viabilização da democracia participativa e representativa de modo a ampliar o acesso aos direitos sociais e para todos.

Podem ser definidos como uma ação coletiva de um grupo de pessoas que entre si se identificaram, e que, com as suas ideias, necessidades, valores e ideologias produzem, em conjunto, mudanças e transformações (Icaza, 2009).

A Economia Solidária está patente no Banco Palmas, através da organização da produção, distribuição, poupança e crédito e na sua estratégia de autogestão. As ações do banco reside na melhoria das condições de vida dos grupos em risco social que, deste modo, criam redes de confiança e de cooperação, sendo o banco, ele próprio, fruto dessa cooperação coordenada. Há, portanto, uma visão de bem-estar humano e social, a par deste, do empoderamento, solidariedade e colaboração da comunidade para um desenvolvimento mais justo e solidário. Como podemos verificar, o Banco Palmas tem uma oferta de serviços baseada nos moradores, numa rede de economia solidária e no desenvolvimento sustentável local. De facto, é através desta interação e aprendizagem que é possível gerar Capital Social e criar redes sociais; a confiança gerada imprime um carácter integrador, com uma lógica de procura de objetivos comuns.

A criação de trabalho e rendimentos é importante até na própria Incubadora Feminina, já que a profissionalização tem um impacto muito positivo na vida das mulheres. Quanto aos jovens, a ênfase é posta na educação, cultura e formação, contribuindo para que possam ser empreendedores no bairro.

No conjunto Palmeiras, verifica-se que as condições de vida melhoraram, as pessoas são mais participativas, confiam mais na comunidade, a autoestima é elevada, o consumo no comércio local é maior, bem como a riqueza que lá circula, ocorrendo não só aumento de capital económico, mas também social, entre todos.

Dos estudos de Cattani, Laville, Gaiger e Hespanha (2009), ressalta, desde logo, a noção de Emancipação Social, um processo que traduz uma libertação consciente, por parte de uma coletividade de pessoas, da subjugação política, social e económica instituída e exercida por outro grupo. Remetem para uma liberdade concedida, adquirida ou conquistada, para uma autonomia entendida como prática da cidadania plena, num estado de Direito., em que o trabalho e a educação representam os veículos centrais nos processos de emancipação e de domínio social (Cattani, Laville, Gaiger e Hespanha, 2009). Esta é a situação Conjunto Palmeiras, em que a comunidade cria redes de parceria, como, por exemplo, a Associação de Moradores, e há um empoderamento, tanto individual como coletivo, na medida em que existe uma luta organizada por direitos e novas conquistas sociais (a maioria da comunidade eram

pescadores expulsos da beira mar e deslocados para uma zona de mato e pântano, para dar lugar à construção de hotéis).

Na realidade, este banco, para além da criação de um sistema de crédito como aposta para a igualdade de cidadania, promove o desenvolvimento sustentável e o empoderamento dos cidadãos, sendo estes os agentes da sua própria mudança e da libertação da situação de pobreza, com base numa nova lógica – a da economia solidária.

Para que o impacto global seja o da justiça social, é necessário que haja, por parte dos consumidores finais, um grande esforço no sentido da alteração do tipo de sociedade em que vivemos, tornando-a mais igualitária em função do que consumimos, isto é, através de um consumo responsável e solidário.

A questão da prossecução do objetivo coletivo de melhorar a qualidade de vida, em geral, fez com que o local ganhasse uma nova identidade e cultura. A sinergia das relações desencadeou fenómenos de inovação e mudança, valorizando a solidariedade.

A metodologia criada no conjunto Palmeiras Palmas, pelo que é possível concluir da atuação do banco, foi reconhecida a nível governamental e teve impactos a nível nacional e mundial. Foi considerada uma estratégia a aplicar no combate à pobreza e à exclusão. No seguimento, surgiu o instituto Palmas, em 2003, que é responsável pela assessoria e consultoria a uma nova geração de bancos comunitários. O ponto seguinte refere, justamente, algumas ações de Inovação Social levadas a cabo pelo Banco Palmas.

2.2.3 Impactos sociais e económicos do Banco Palmas

Após alguns questionários aplicados na comunidade do Conjunto Palmeiras, é possível retirar algumas ilações no que respeita à imagem e impactos do Banco Palmas no bairro. No tocante à imagem do banco na comunidade, ela está intimamente relacionada com os conceitos de desenvolvimento, crescimento, ideias contagiosas, oportunidade, cultura, divulgação, organização, trabalho, poder de articulação e sucesso. Medindo o impacto do Banco Palmas, através de fontes locais, obtemos os seguintes resultados:

- Criação de 1.800 postos de trabalho diretos e 400 indiretos, através de 6 pequenas empresas comunitárias criadas; 1000 jovens capacitados através de

cursos e/ou estágios; 100 mulheres em situação de risco recuperadas (Banco de dados do Instituto Palmas);

- Queda do Índice de desnutrição em crianças de 76% (Centro de Nutrição do Conjunto Palmeiras);
- Aumento de 30% das vendas do comércio local que se tornou um dos corredores comerciais fundamentais da periferia de Fortaleza (Censo do comércio – Federação do Comércio de Fortaleza – 2007);
- Consolidação de um método exclusivo e eficiente de microcrédito no combate à pobreza (análise de sustentabilidade do Projeto Banco Palmas – DIKAIOS/Fundação Brava – Janeiro de 2007);
- Criação de um Fórum sobre a economia do bairro responsável pelo controle social do Banco Palmas com vasta participação da comunidade;
- Ampliação da metodologia para a Venezuela com a criação de 200 bancos comunitários (MINEP – Venezuela);
- Maior confiabilidade e empoderamento da sociedade, tornando-a referência para o poder público e para a sociedade civil.

A título de exemplo, refira-se um dos projetos desenvolvidos com o apoio do banco – o Projeto Bairro Escola – no qual os jovens conseguem obter o seu primeiro emprego no próprio bairro, uma ocupação na qual se qualificam através do estágio. Com o decorrer do tempo, poderão ser eles próprios empreendedores, continuando a cadeia de relações solidárias sugeridas pelo próprio Banco como a produção sustentável, o consumo ético e local e o comércio justo. O mesmo acontece com o grupo de costureiras que, através de um curso, adquirem uma profissão e, posteriormente, transmitem os seus ensinamentos a outras.

Podemos, igualmente, constatar o modo como a comunidade garante economias de escala no que se refere, por exemplo, aos transportes, uma vez que, ao juntarem as diversas encomendas de tecidos numa só, rentabilizam os recursos, proporcionando riqueza e minimizando os custos. Esta forma de atuação, ao revelar-se rentável, tem impactos ambientais, económicos e financeiros, na comunidade que, por sua vez, se estendem a outras áreas.

O Banco Palmas facilita individualmente a vida das pessoas (proporcionando cursos e oportunidades de criação de rendimento), e a da sociedade local em geral, visto que agiliza a concessão de benefícios – junto dos órgãos do

governo – para o conjunto Palmeiras. O Banco é um caminho alternativo de comércio, que atua com base no reconhecimento do ser humano e acrescenta importância à comunidade.

A interligação comunitária é uma das mais eficientes formas de modificação das dimensões socioeconômicas das comunidades flageladas pela pobreza, valorizando a pessoa humana e a sua dignidade. Só é possível inserir economicamente os necessitados, desenvolvendo a região na qual estão fixados. Uma sociedade será sustentável quando o seu desenvolvimento for gerado nela e para ela. O fator de sustentabilidade encontra-se na própria comunidade, criando novos espaços sociais e econômicos em sintonia com a coletividade.

Então, é a sociedade civil que deve agir, fortalecendo a cidadania, sendo empreendedora, criando e desenvolvendo os seus próprios negócios e procurando o seu próprio desenvolvimento e autossustentação. O desenvolvimento de base comunitária passa pelo envolvimento, suporte e capacitação dos agentes comunitários e pelo fomento à participação comunitária. Esta é a forma de suporte das atividades econômicas autossustentáveis e um modo de catalisar a transformação social (mudança de mentalidades), gerando impactos mais vastos nos contextos culturais, econômicos, políticos e sociais.

2.2.4 Ações de Empreendedorismo e Inovação Social: o êxito da experiência do Banco Palmas

O caso que a seguir se apresenta é emblemático dentro do campo do Empreendedorismo e da Inovação Social por incorporar, da perspectiva da sua atuação, uma variedade de exercícios de economia solidária e popular num momento que foi de combate político pela edificação de um bairro. A expressão *Banco Palmas* não corresponde à dimensão exata do que foi esta experiência. Tratou-se, em primeiro lugar, do dinamismo da ASMOCONP - Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras que, em termos de planejamento, congrega o *Banco Palmas*. O projeto abriu caminho à viabilização das outras ações, extinguindo a maioria do dinamismo associativo. Desta forma, para se poder ter a percepção correta do que a ASMOCOMP significa, é necessário reabilitar o próprio contexto de construção da comunidade, relativamente ao qual a associação de

moradores, além de ter sido um importante agente acelerador dessa ação, representa o seu protagonista fundamental.

O Banco Palmas nasceu como resposta inovadora às necessidades sociais sentidas pela população e operou uma transformação social na comunidade e no território onde a iniciativa se insere. Estes elementos, aliados a outros que serão ainda explorados, permitem considerar o Banco como uma Inovação Social. Relacionado com a inovação está, também, o ato de empreender – “os empreendedores sociais procuram respostas inovadoras para as problemáticas sociais potenciais e existentes” (Melo Neto e Froes, 2002, p. 9). Para além do enquadramento do banco em termos de Empreendedorismo social, também se pretende contextualizar esta iniciativa em termos de Empreendedorismo económico – pelos micronegócios criados com recurso a microcréditos.

O carácter inovador do Banco Palmas está para além do facto de este ter sido o primeiro banco comunitário a existir. No entanto, uma inovação poderá não ser apenas uma ideia nova, mas a aplicação de conceções realistas, de forma exclusiva e com eficácia, conforme defende Sarkar (2010a). No banco Palmas, a implementação de microcréditos é a aplicação de uma ideia já existente, mas num contexto diferente, de uma forma original e com eficácia, no sentido de que este é concedido não só para a criação de micro iniciativas, mas, também, para possibilitar aos consumidores adquirirem produtos locais.

Para além disso, para que uma inovação seja reconhecida, tem que existir uma ideia que é implementada e que tem impacto (Sarkar, 2010a). O que se verifica, é que o banco tem tido sucesso ao longo do tempo e os impactos no desenvolvimento da comunidade e do território são visíveis, conforme referido anteriormente.

Uma Inovação Social é aquela que “é iniciada pelos atores sociais para responder a uma aspiração, responder a uma necessidade, trazer uma resposta ou aproveitar uma oportunidade de ação a fim de modificar as relações sociais, de transformar um quadro de ação ou propor novas orientações culturais”. (Lévesque, 2012, p. 28). No Conjunto Palmeiras, a solução encontrada para superar a pobreza urbana do bairro – aspiração – e para a satisfação de necessidades de emprego e de rendimentos foi a criação do Banco Palmas por parte de vários atores sociais (Sociedade civil e ONGs). Os impactos que a iniciativa tem, junto da comunidade onde está inserida, e o fato de serem os próprios membros da comunidade a gerirem o banco e a decidirem quem poderá ser beneficiário de crédito (partindo de um princípio de

confiança na pessoa) contribuem para que os membros da comunidade tenham novas formas de sociabilidade. Todos os membros são chamados a participar no processo de desenvolvimento da sua própria comunidade, o que gera um sentimento de pertença ao grupo, resultante do envolvimento dos moradores nas atividades e projetos que o banco promove.

A criação de uma instituição – o Banco – como resposta a uma necessidade social permite qualificar esta solução como Inovação Social organizacional. O Banco Palmas é uma iniciativa onde se pode identificar a Inovação Social a vários níveis:

- No seu aparecimento – a ideia de criar um banco (conceito fortemente associado à economia de mercado) como forma de responder a um problema social
- Na forma de criação – produto da mobilização conjunta da comunidade e de ONGs
- Na forma de concessão dos créditos – através de linhas de microcrédito, tal como este é conhecido (para fomentar pequenas iniciativas empresariais, baseando-se na confiança na pessoa empreendedora – relações de vizinhança) mas, também, conforme referido anteriormente, no facto de os micro créditos serem concedidos aos consumidores para estes poderem adquirir produtos locais e, assim, fomentarem a economia local.
- Na forma de circulação de dinheiro na comunidade – através de uma moeda social que é um dos meios de pagamento utilizado, dentro do bairro, com benefícios para quem a utiliza.
- Na forma de estabelecimento das relações económicas – através da rede local de prosumidores (termo que designa a livre associação entre consumidores e produtores), em que os moradores discutem entre si as decisões quanto às atividades socioeconómicas a desenvolver com base nas reais necessidades de consumo.
- Na forma de comercialização dos produtos – através de lojas e de feiras solidárias.

No que diz respeito ao processo de Inovação Social, importa, ainda, mencionar a forma como esta inovação se difundiu e se tem sustentado ao longo do tempo. A visibilidade que o Banco Palmas adquiriu, enquanto promotor de inclusão social, resultou na necessidade de tornar esta tecnologia social passível de ser replicada noutros contextos. Neste sentido, foi criado o Instituto Palmas para difundir o conhecimento e as

boas práticas que o banco promove, conforme já referido. Outros bancos se lhe seguiram, dentro e fora do Brasil (Venezuela), tendo por base as boas práticas do Banco Palmas.

Com o Instituto Palmas, abriu-se a possibilidade de se desenvolverem projetos em parceria com o Governo Federal que, ao reconhecer o banco como uma metodologia de sucesso na luta contra a exclusão social, o reconheceu como uma política nacional de estímulo ao crédito para consumo, produção e desenvolvimento (França e Silva, 2009). Este passo dado no reconhecimento do banco permitiu que o Banco Popular do Brasil se tenha mobilizado para criar um fundo de crédito para apoiar a criação de bancos comunitários de desenvolvimento.

Os desafios que se colocam à sustentabilidade de uma Inovação Social, segundo a Young Foundation e a NESTA (National Endowment for Science, Technology and Arts), são a capacitação da inovação para operar no mercado, o estabelecimento de uma fonte de financiamento a longo prazo e a viabilização económica da inovação (estando as condições de sucesso desta última dependentes de um conjunto de fatores, entre eles a existência de novas tecnologias, de formas institucionais, estruturas regulativas e fiscais, etc.) (IPEA, 2009). O reconhecimento político do Banco Palmas levou a que o Banco Popular do Brasil passasse a disponibilizar um fundo de crédito para este tipo de iniciativas, o que as torna passíveis de financiamento a longo prazo.

As formas de tornar o banco economicamente viável, com base nas condições referidas, estão relacionadas com o facto de o banco ser uma instituição assente numa tecnologia social que segue uma metodologia própria e com resultados bastante positivos. Além disso, o reconhecimento desta tecnologia por parte das estruturas políticas deu-lhe mais visibilidade e garantia de continuidade, o que contribui para que o banco seja economicamente viável.

O Empreendedorismo Social distingue-se por ter como espaço de atuação a comunidade e como objetivo principal a procura de soluções para problemas sociais, resgatando as pessoas em situação de risco social. Quanto ao Empreendedorismo privado (mais associado ao económico e empresarial) é individual e atua no mercado, sendo a satisfação das necessidades dos clientes e o aumento das potencialidades do negócio os seus principais objetivos.

Tendo em consideração a dimensão do coletivo no Empreendedorismo Social, pode-se identificar o peso que a comunidade e as organizações da sociedade civil tiveram na criação do Banco Palmas. É possível que não consigamos não identificar o empreendedor social – o indivíduo que tenha funcionado como mobilizador da iniciativa – mas podemos, contudo, analisar o aparecimento do Banco numa perspectiva do coletivo, uma vez que o Empreendedorismo Social “compreende todos os membros da localidade num empenho comum de integração, participação e desenvolvimento” (Melo Neto e Froes, 2002, p.12).

O Banco foi criado e é sustentado com base na participação coletiva dos membros da comunidade onde os impactos sociais resultantes da sua atuação permitem uma melhoria na qualidade de vida dos indivíduos que participam nas atividades que o Banco Palmas promove. O que move o Empreendedorismo Social é uma missão social “que não pode ser diminuta comparando com a criação de benefícios privados (vantagens de consumo ou retorno financeiro) para as pessoas. Criar riqueza, ter lucro ou condizer aos anseios dos clientes pode fazer parte do sistema, porém como caminhos para um fim social, não como um fim em si próprio” (Dees, 2011, p. 4). A missão social do banco traduz-se na implementação de formas de produção e consumo responsáveis e alternativas que permitam aos moradores do conjunto Palmeiras sair de uma situação de pobreza.

A resposta a este problema social resultou na criação de uma organização social (Banco Palmeiras), através do desenvolvimento de atividades que, embora tenham uma finalidade lucrativa, se pautam, acima de tudo, por objetivos sociais. Num empreendimento social a obtenção de lucros é vista como um meio para atingir os fins sociais, enquanto, num empreendimento económico, a maximização do lucro é um fim em si mesma. No Banco Palmas, os fins a atingir estão relacionados com a criação de valor social. Neste sentido, os seus resultados são avaliados com base nos seus impactos sociais (os postos de trabalho criados, por exemplo) e não no lucro económico do banco. A manutenção do valor social é um princípio que deverá estar presente numa prática de Empreendedorismo Social. A evolução que o Banco Palmas tem vindo a demonstrar ao longo do tempo, através da continuidade dos apoios aos moradores do bairro, bem como da participação em projetos e parcerias com outras entidades, demonstram a sustentabilidade desta iniciativa ao longo do tempo, como forma de manter o seu valor social.

O Empreendedorismo económico pode estar relacionado com o aproveitamento de oportunidades e com a inovação, conforme já referido por Melo Neto e Froes (2002) e Dees (2011), designando-se por oportunidade, no sentido do desenvolvimento de um

negócio que se espera venha a ser rentável. No entanto, a realidade observada no Conjunto Palmeiras menos a da procura de negócios rentáveis que a da necessidade de criação de emprego capaz de permitir a sobrevivência dos moradores do bairro, através do desenvolvimento de um pequeno negócio. Ao proporcionar a criação de pequenos negócios, o Banco enquadra-se numa forma de Empreendedorismo de necessidade mais do que de oportunidade, pois o motor do aparecimento de negócios é a necessidade de um emprego que permita a sobrevivência das pessoas do bairro.

Segundo a perspectiva de Hespanha (2009) o Empreendedorismo de necessidade nasce da ausência de alternativas vistas pelo indivíduo como mais favoráveis para sua sobrevivência, optando, por isso, pelo autoemprego. É importante ressaltar que esta opção não se dá por deteção de uma oportunidade de negócio, mas por ausência de postos de trabalhos gerados por outros, ou apenas devido à existência de vagas que não se adequam ao seu perfil profissional. A falta de oportunidades de emprego no bairro leva muitas pessoas optar pela criação do próprio negócio.

Outro aspeto relevante é o facto de o Empreendedorismo de necessidade surgir associado ao conceito de mico Empreendedorismo, não apenas porque os empreendimentos são de pequena dimensão, mas, também, porque se apresentam “para muitas pessoas como um meio de escapar ao desemprego e à pobreza” (Hespanha, 2009, p. 248). Além disso, os moradores apenas criam novas atividades socioeconómicas com base nas reais necessidades de produtos e serviços sentidas pela comunidade.

No próximo ponto, serão apresentadas as práticas de sucesso do Banco Palmas junto da comunidade do Conjunto Palmeiras.

2.2.5 O banco e suas práticas

O *Banco Palmas* constituiu-se como uma referência financeira solidária e age de modo integrado em quatro vertentes da cadeia produtiva local: produção sustentável, capital solidário, comércio justo e consumo solidário (Quadro 11). A gestão do banco é feita pela própria associação de moradores e seu quadro de pessoal constituído, maioritariamente, por residentes voluntários. A filosofia principal do Banco assenta na construção de uma cadeia solidária de consumo e produção local. Este modelo privilegia a circulação de rendimentos na própria localidade, por meio da comercialização dos produtos aí produzidos, formando uma cadeia de solidariedade no bairro. A ideia é a de fortalecer a definição de prossumidor; a existência da divisão entre procura e oferta ou consumo e produção não tem lógica, prejudicando o dinamismo do

sistema bancário. Assim, a definição de prossumidor aponta para que os agentes sociais exerçam funções difusas, isto é, que o prossumidor seja um consumidor capaz de produzir para outros consumidores. Os produtos do *Banco Palmas* que fazem parte da rede de apoio aos prossumidores da localidade são: microcrédito para estímulo à produção; clubes de trocas; cartão de crédito para consumo; moeda social; loja solidária; e rede de compras coletivas (ver Quadro 11).

Quadro 11 – Rede solidária de produção e consumo local do *Banco Palmas*

LINHA DE ATUAÇÃO	PRODUTO	FUNCIONAMENTO
<i>Produção Sustentável</i>	MICROCRÉDITO PARA PRODUÇÃO	Microcréditos destinados à produção e comercialização local, sem exigências quanto ao fiador, nível de rendimento, patrimônio e outras normas bancárias.
<i>Consumo Solidário</i>	CARTÃO DE CRÉDITO	PalmaCard é o cartão de crédito do <i>Banco Palmas</i> , válido para compras somente no bairro. Não há exigência de taxa para obtenção do cartão, sendo o seu limite variável em função do comportamento do seu titular.
<i>Consumo solidário</i>	CLUBES DE TROCAS	Consiste num espaço de articulação entre produtores, prestadores de serviços e consumidores do bairro que se reúnem semanalmente para trocar bens e serviços mediados pela adoção de uma moeda social específica: o palmares.
<i>Consumo Solidário</i>	COMPRAS COLETIVAS	O <i>Banco Palmas</i> coordena uma rede formada por núcleos organizados de bairros da Região Metropolitana de Fortaleza com o intuito de comprar diretamente dos produtores, se possível, da própria rede, com até 20% de desconto.
<i>Capital Solidário</i>	MOEDA SOCIAL	Uma moeda /bônus local circula no bairro desde Novembro/02. A moeda chama-se Palma\$ e surgiu com a aplicação do método fomento, durante a construção da Palmatech. Os trabalhadores da obra receberam em Palma\$ e fizeram esta moeda local circular no comércio do bairro.
<i>Comércio Justo</i>	LOJA SOLIDÁRIA	Uma loja foi instalada na sede da ASMOCONP, onde os produtores do bairro que pediram crédito ao banco podem colocar os seus produtos para exposição e venda. Em geral, estes produtos são artesanais ou produzidos nos grupos setoriais da ASMOCONP.

Fonte: Melo e Magalhães (2007, p. 53)

2.2.6 Unidades produtivas e solidárias do Banco Palmas

Logo após a instalação do *Banco Palmas*, a associação de moradores (ASMOCONP) empenhou-se em instituir uma composição que garantisse o desenvolvimento do sistema das ações do Banco (Quadro 11). Os pedidos de crédito, centralizados em alguns espaços, induziram a associação de moradores - ASMOCONP a iniciar os Grupos Produtivos Setoriais. No começo, foram criados o grupo de artesanato e o de confecções. Logo após, um grupo de jovens da localidade criou uma unidade destinada à produção de materiais de limpeza. Esses grupos setoriais beneficiam de microcrédito do Banco Palmas para investir em matérias-primas e a associação de moradores assegura a composição física e promove a comercialização por meio das linhas de crédito do *Banco Palmas*. Todos os grupos auferem a marca *palma* e têm autonomia de gestão, sem contudo poderem discordar das políticas da ASMOCONP (Quadro 12).

Quadro 12 - Apresentação das unidades produtivas solidárias

GRUPO SETORIAL	UNIDADE PRODUTIVA	ATIVIDADE
Artesanato	PALMART	Grupo produtivo de artesanato que utiliza, principalmente, as técnicas de fuxico e estamparia. Constituída por 7 mulheres da comunidade
Confecções	PALMA FASHION	Grupo produtivo que confeciona moda jovem, peças íntimas, fardamentos e camisas masculinas. Envolve 12 mulheres da comunidade, na sua maioria oriundas da Incubadora Feminina.
Material de Limpeza	PALMALIMPE	Microempresa que produz detergentes, desinfetantes, água sanitária, amaciante e cera líquida. Formada por 5 jovens que participaram da formação em economia Solidária ministrada pela Palmatech. É legalizada e tem no comércio local e nas organizações não-governamentais os seus principais clientes.

Fonte: Melo e Magalhães (2007, p. 53)

Quadro13 - Funcionamento dos programas de desenvolvimento local

EIXO	PROGRAMA	OBJETIVO
<i>Social</i>	INCUBADORA FEMININA	incluir socialmente mulheres em Situação de risco pessoal e social. São realizadas oficinas, cursos profissionalizantes, ateliês de produção, assistência de psicólogos e economistas domésticos.
<i>Social</i>	PALMA TECH	Oferecer capacitação gerencial e profissional, na perspectiva da Socioeconomia Solidária. Além de desenvolver pedagogias de sensibilização para a cultura da solidariedade.
<i>Económico</i>	LABORATÓRIO DE AGRICULTURA URBANA (LAU)	Aprender o cultivo orgânico de plantas medicinais e hortaliças nos quintais das suas casas. A produção é para consumo próprio e o excedente poderá ser comercializado
<i>Económico</i>	PALMORICÓ	Atuar de modo similar ao LAU, porém para criação de galinha caipira.
<i>Económico</i>	Academia de Moda Periferia	É um espaço de formação e produção na área de moda, constituída por jovens do Conjunto Palmeiras, localizada na sede da ASMOCONP.
<i>Económico</i>	Loja Solidária	Espaço de comercialização coletiva dos produtos do bairro. Os produtores que colocam os seus produtos na loja são pagos na proporção em que os produtos são comercializados.
<i>Social</i>	Cia. Bate Palmas	Consiste num estúdio de música, uma banda e uma pequena oficina para produção de instrumentos musicais.
<i>Económico</i>	Bairro Escola de Trabalho	Aprender os conceitos básicos sobre Empreendedorismo, economia solidária, além do dia-a-dia de uma profissão e a gestão de negócios e marketing.
<i>Económico</i>	FECOL	Promover o desenvolvimento endógeno do território, baseado nos princípios da economia solidária.
<i>Social</i>	Jornal Banco Palmas na Rede	Divulgar as notícias do bairro, balanços e outros números e ações do Banco Palmas.

Fonte: Melo e Magalhães (2007, p. 53)

2.3 A Associação dos moradores do Conjunto Palmeiras e os programas de desenvolvimento local

A Associação dos moradores – ASMOCONP investiga a formação de programas para reduzir a exclusão social; criar uma fonte alternativa de subsistência e rendimento para a localidade; dar formação e divulgar a cultura da socio-economia solidária; e expandir a capacidade de financiamento do *Banco Palmas*. Estes objetivos configuram desenvolvimento da comunidade a partir de dois eixos: um mais económico e outro mais social.

O primeiro faz ressaltar o potencial do associativismo da localidade, a formação de socio-economistas solidários para conceber planos de crescimento da economia do bairro, o olhar sensível para os exercícios da socio-economia solidária, incentivando consumidores e produtores a estabelecerem-se, e o restabelecimento da convivência social da sociedade em situação de risco. O segundo orienta-se para a prática de projetos para a obtenção coletiva de rendimentos, para a criação de clubes de trocas com moeda social, com a intenção de colaborar na melhoria das condições de vida, para o fomento da utilização de moeda social, e para o aperfeiçoamento dos recursos e serviços públicos que existem na localidade do Conjunto Palmeiras. Estes projetos são sistematizados pela associação dos moradores -ASMOCONP – mas fazem parte das linhas de crédito do Banco Palmas (Quadro 13).

2.3.1 A ação em rede da ASMOCONP

As unidades produtivas, os programas e o *Banco Palmas* em conjunto formam uma cadeia interativa que se justifica pela estratégia fundamental de atuação da associação dos moradores - ASMOCONP (Quadro 13). Esta estratégia é o modo empregue pelo *cluster* socioeconómico de crescimento, gerido pela associação dos moradores, para unificar os grupos de produtores, de consumidores e de prestadores de serviço do Conjunto Palmeiras em volta dos grupos setoriais e projetos de desenvolvimento antes apresentados. A finalidade desta estratégia de atuação em cadeia é a de criar emprego e rendimentos para os desempregados e pessoas, de algum modo, marginalizadas; transformar o modelo de consumo das pessoas que dela fazem parte; disseminar informação em economia popular e solidária; e proporcionar a ação política como transformadora da realidade social.

A gestão de toda a cadeia compete à associação dos moradores - ASMOCONP. As Unidades Produtivas (Quadro 12) têm um certo grau de autonomia relativamente à associação dos moradores - ASMOCONP, essencialmente no que diz respeito às determinações relacionadas com a produção, comercialização e lucros. No entanto, as diretivas da associação, no tocante à comercialização e à produção (que sejam introduzidas sob o ponto de vista da economia solidária e do crescimento da localidade) devem ser respeitadas. Observa-se, deste modo, que o comportamento das Unidades Produtivas se baseia, mais concretamente, numa atuação económica, aproximando-se da ação do *Banco Palmas*, enquanto este promove as suas atividades económico-produtivas. A cadeia demonstra que as unidades estão articuladas com os programas da ASMOCONP (Quadro 12) enquanto centros de conhecimento (Palmatech) e de Capital Humano (Incubadora Feminina).

Embora as Unidades Produtivas estejam próximas de um sistema de autogestão, os projetos de crescimento económico e social da localidade, por vezes, são totalmente geridos pela associação dos moradores – ASMOCONP, que coordena e toma as decisões. Como já se viu, os projetos do eixo mais social, Palmatech e Incubadora Feminina (Quadro 11), interligam-se, na cadeia, com as Unidades Produtivas (Palmart, PalmaFashion e PalmaLimpe). Já os projetos do eixo mais económico, LAU e Palmoricó, revelam uma relação de proximidade com o Banco, fundamentalmente por necessitarem do microcrédito para dar o impulso inicial ao negócio.

Quanto ao princípio económico, este está mais ajustado à questão do desenvolvimento da localidade, através de uma cultura de solidariedade e subsistência, que proporciona, inclusivamente, um sistema de trocas - de galinhas, hortaliças e ovos - sem a intermediação de uma moeda, dando, dessa forma, lugar a outros envolvimento inter-programas com a Incubadora Feminina (Oficinas de Segurança Alimentar) e a Palmatech (Difusão da Cultura da Solidariedade). A maior dificuldade das relações na cadeia são as próprias finalidades a que os programas/projetos se destinam, que têm de estar alinhados com os fundamentos e objetivos da ASMOCONP; daí, a gestão ser feita pela associação.

Finalmente, a ação em cadeia é a estratégia levada a cabo pela ASMOCONP, visto consentir uma conexão entre as inúmeras unidades e programas/projetos (Figura 1), trocando recursos (humanos, financeiros, intelectuais, etc.) entre si e fortalecendo-se mutuamente. De acordo com Mance (2000), este processo beneficia a reprodução de

novos programas e unidades, os quais, por sua vez, fortalece todo o conjunto, permitindo a sua ampliação em novas unidades e a sustentabilidade.

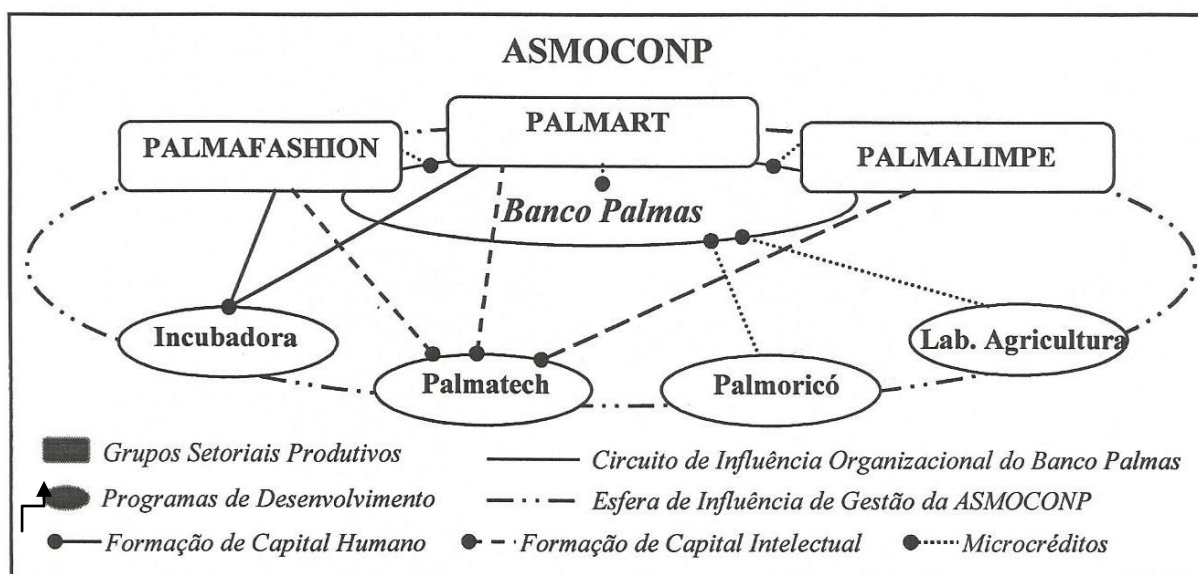


Figura 1 - Cluster socioeconômico de desenvolvimento da ASMOCONP
Fonte: Melo e Magalhães (2007, p. 53)

O capítulo seguinte aborda a metodologia utilizada, debruçando-se, igualmente, sobre as responsabilidades e questões éticas, o cronograma de atividades, os métodos e técnicas de investigação, e o tipo de estudo, com recurso a autores como: (Vergara, 2008), Ruiz (2006), Leite (2008), Barañano (2008), Minayo (1995), Gil (2008), Pardal e Correia (1995), Yin (2005), Eisenhardt (1989), Sedoglavich (2010), Triola (2008), Giddens (2007), Campanha (2001), Martinez e Ferreira (2010), Andrade (2010), Fortin (2003), Lakatos e Marconi (2010), Gonçalves (2007)

CAPÍTULO 3 - METODOLOGIA

Neste capítulo, procede-se à análise das respostas obtidas, verificando se são estatisticamente significativas e confirmam os pressupostos implícitos na fundamentação teórica. Apresenta-se exemplos de metodologias e técnicas estatísticas que podem ser utilizadas numa pesquisa desta natureza, dependendo do tipo de variáveis estudadas, da tipologia de análise e das hipóteses levantadas, tendo-se optado por uma abordagem quantitativo.

3.1 Métodos e técnicas de investigação

A metodologia pode ser definida como um caminho, uma linha de pensamento (Vergara, 2008), uma conjugação de passos e procedimentos que devem ser percorridos sistematicamente na análise das ocorrências (Ruiz, 2006) ou ainda “uma tática associada de pesquisa se estrutura criticamente os exercícios de investigação, advindo especificamente sobre a preferência e conexão dos métodos e análise e recolhimento da informação.” (Costa, *apud* Silva e Pinto, 1986, p.129). De acordo com Leite (2008), a metodologia serve de alicerce à recolha de dados a serem utilizados e decodificados no decorrer da investigação.

Para Barañano (2008), a metodologia científica é instrumental na exploração da situação real, constituída por um conjunto de processos, através dos quais as problemáticas científicas são formuladas e as hipóteses científicas verificadas. É uma orientação que permite ao investigador planear a sua investigação, formular as suas hipóteses, conduzir experiências e analisar os resultados obtidos.

3.1.1 Método, problemática, questões de investigação e operacionalização das variáveis

Minayo (1995) identifica a investigação como um ato básico das ciências, na procura pela descoberta da situação real “apresentada”, servindo-se de uma imagem bastante ilustrativa, em que o método é a essência da teoria, o encaixe entre ideias, dados e realidades.

Em contraposição, Gil (2008) defende que a pesquisa se reveste de uma atitude mais prática, visto ser um processo sistemático e formal de desenvolvimento da

metodologia científica. A finalidade principal da investigação é a descoberta das soluções para os problemas, por meio da aplicação de metodologia científica.

Na perspectiva de Freixo (2009), a metodologia de investigação materializa os inúmeros fundamentos filosóficos e incorpora as inquietações de um investigador. Demonstra uma sequência de intervenções que produzem um resultado fidedigno, válido e fiel à situação real. É uma via traçada para chegar à verdade através de processos ordenados e racionais, que ajudam a orientar o investigador nas suas decisões e na deteção de falhas.

De entre as metodologias de obtenção de conhecimento, a investigação científica é, sem dúvida, a mais rigorosa e a mais cabível, visto assentar num procedimento racional. Comparando-se com as outras, tem ainda uma vasta preferência que a distingue, e que tem a ver com o facto de poder ser corrigida, à medida que a investigação avança, e de reintegrar no tema tudo o que ela própria sugere.

Segundo Gil (2008), esta metodologia de obtenção de conhecimentos caracteriza-se por uma vasta capacidade descritiva e explicativa dos acontecimentos, factos e fenómenos, pelo que, ao citar, continua-se com uma clara conceção sobre a essência da metodologia científica e da ciência. “(...) Tem como objetivo principal chegar à verdade dos fatos (...) não se diferencia de outros conhecimento. O que torna, porém, o conhecimento científico diferente dos demais é que tem como característica principal a sua possibilidade de verificação” (Gil, 2008, p.26). São requisitos *sino qua non* para uma sabedoria científica as “operações mentais e técnicas que proporcionam a sua averiguação (...) quando se institui a metodologia que proporcionou chegar a esse conhecimento.” (*ibid*)

Através de um exame crítico dos procedimentos e problemáticas de investigação, emerge o método, fortemente ligado “à ciência que estuda a metodologia científica como os métodos de investigação e, inclusive, a uma certa proximidade da epistemologia. (...) O método (...) satisfaz a um corpo direccionador da investigação que, correspondendo a uma sistemática de regras, torna admissível a escolha e conexão de métodos, na intenção de se poder ampliar o processo de averiguação experimental” (Pardal e Correia, 1995, p. 11).

A pesquisa levada a cabo no decorrer desta investigação pode ser classificada como exploratório-descritiva e do tipo *ex post facto* (Vergara, 2008). Foi utilizado um tratamento quantitativo, com recurso ao método do estudo de caso (Yin, 2005), visto partir-se de um caso concreto – o Banco Palmas – relativamente ao qual se pretendia perceber, de modo aprofundado, o modo de funcionamento desta experiência de economia solidária, Empreendedorismo e Inovação Social, bem como o seu Capital Humano e social, na comunidade onde atua.

Para Eisenhardt (1989), o estudo de caso pode ser selecionado por reproduzir realidades existentes, ampliar teorias em desenvolvimento, preencher lacunas teóricas ou por retratar casos extraordinários com a intenção de desenvolver teorias consagradas ou testar novas hipóteses teóricas a partir de dados experimentais.

Os estudos de caso são definições experimentais relevantes acerca de um facto, baseadas numa multiplicidade de dados (Yin, 2005). Podem corresponder a uma narrativa histórica ou a acontecimentos atuais sobre o objeto de pesquisa, em que a conceção essencial é ampliar a teoria de modo indutivo (Eisenhardt e Graebner, 2007). A teoria surge, então, logo após a consideração de modelos de relacionamento entre constructos e entre/de entre casos relativamente aos quais são construídas as questões lógicas para estes relacionamentos. Ainda na opinião de Eisenhardt e Graebner (2007), contrariamente às experiências em laboratório, que isolam o fenómeno do seu contexto, o estudo de caso ressalta a riqueza da realidade na qual o fenómeno acontece.

Para investigar o estudo de caso que é objeto de estudo desta tese, recorreu-se à técnica quantitativa para melhor compreender o fenómeno em questão. De acordo com Sedoglavich (2010), a técnica quantitativa é utilizada para encontrar e compreender quais os aspetos culturais que estão acima dos fenómenos cujo conhecimento é insuficiente, seja para desenvolver novas teorias e sistematizar teorias as já existentes, seja para entender um modelo conceptual que pode ser debatido com base em questões e análise quantitativas.

A abordagem quantitativa utiliza conhecimento estatístico com dois objetivos: provar e delinear as questões podendo-se empregar as estatísticas descritivas na descrição das questões e estatísticas inferenciais para prova-las. A estatística é uma

ciência e um método que lida com informações quantitativas relacionadas com os inúmeros campos do conhecimento. É, por isso, um instrumento.

A estatística descritiva configura um grupo de métodos que têm por objetivo resumir ou descrever as características mais relevantes (Triola, 2008)

Do mesmo modo que a estatística descritiva, a estatística inferencial é um conjunto de métodos utilizados para tipificar e distinguir relações entre variáveis. Através da estatística descritiva, é possível reunir os dados que melhor expliquem a relevância da formação do Capital Humano e Capital Social no desenvolvimento da sustentabilidade da localidade em questão, já que os dados quantitativos, por si só, são insuficientes. O facto de se tratar de um único caso não pode ser entendido como uma fraqueza metodológica, pois o método de estudo de caso destina-se a propor/desenvolver teorias e não a prová-las por princípio. Por conseguinte, a utilização de casos que são individualmente ajustáveis aos objetivos do estudo é um procedimento completamente exequível como amostra, da mesma maneira que as experiências laboratoriais utilizam casos previamente escolhidos para um estudo de caso (Eisenhardt e Graebner, 2007).

A pesquisa quantitativa tem a finalidade colaborar fundamentalmente com a consolidação de modelos e teorias, visto que, de modo aprofundado, enriquece a compreensão do fenómeno e de seus elementos subjacentes Ragin (1987).

A Figura 2 representa a metodologia de investigação seguida nesta tese, apresentando uma espécie de fluxograma que resume os passos percorridos.

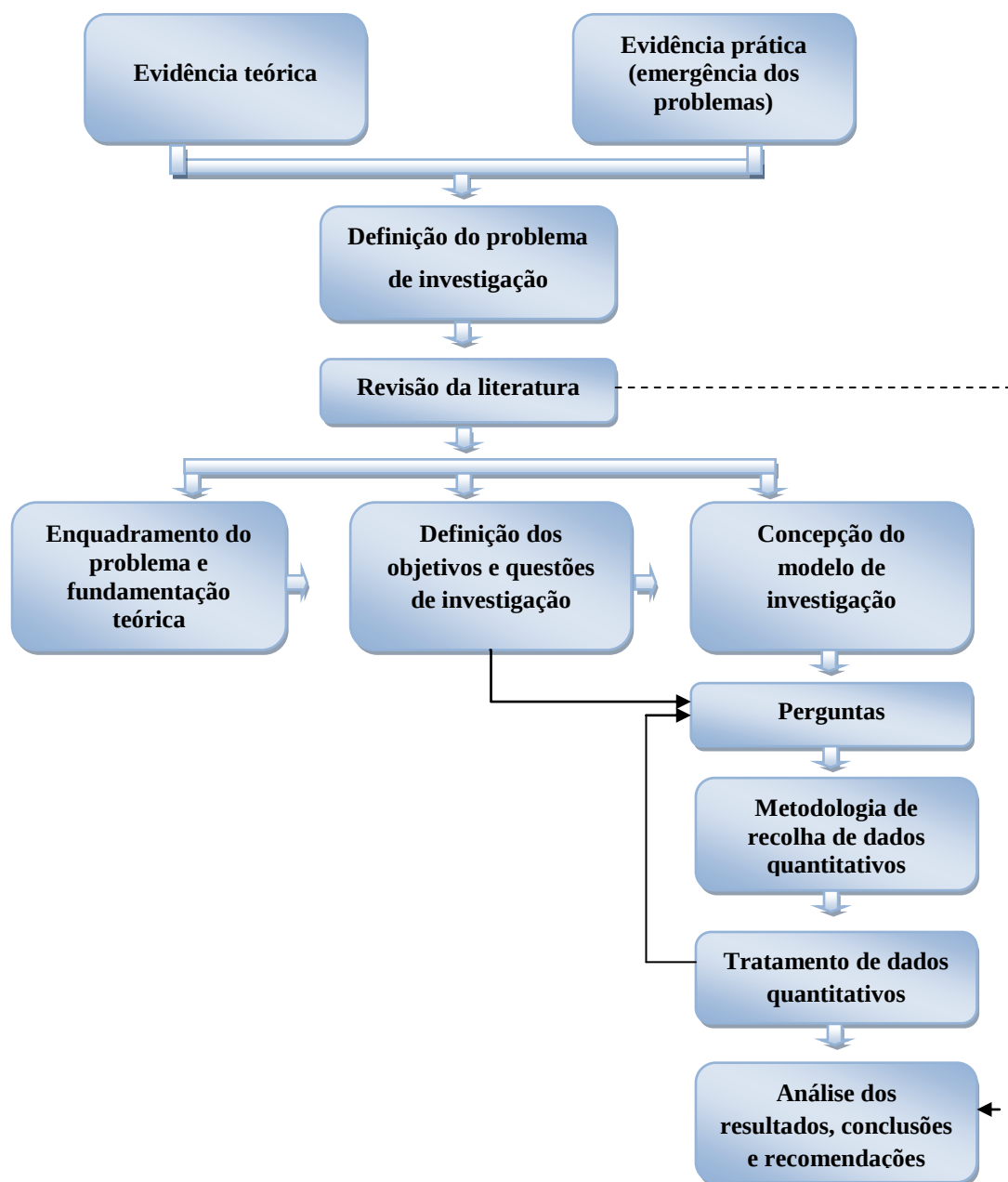


Figura 2 – Metodologia da investigação

Gil (2008, p. 26) fala da técnica científica “como o conjugado de métodos técnicos e intelectuais ajustados para se alcançar o conhecimento”. Simultaneamente Jesuíno (*apud* Silva e Pinto, 1986, p. 216) entende que “a finalidade da investigação científica é não somente desvendar e delinear fenómenos e acontecimentos, como ainda elucidar e entender porque motivos estes fenómenos acontecem”.

Vergara (2008), define a investigação em função dos objetivos que lhe estão subjacentes, e que podem ser de natureza exploratória, descritiva e explicativa. A

análise exploratória tem por alicerce a exploração feita em campo, em que existe pouco conhecimento acumulado; a descritiva tende a compreender, descrever e listar os traços de uma determinada conjuntura ou fenómeno sem pretensões a esclarecer o fenómeno que delinea; já a explicativa procura identificar, conhecer e esclarecer as razões que explicam determinados fenómenos ou factos.

Nesta investigação, privilegiou-se a análise exploratória que possibilita a obtenção de novos conhecimentos sobre a formação do Capital Humano e Capital Social promovido pelo Banco Palmas.

Recorreu-se, também, à análise descritiva, na medida em que se pretendia compreender, conhecer, descrever e listar o contributo do Empreendedorismo e Inovação Social, do Capital Humano e do Capital Social do Conjunto Palmeiras para a cidade de Fortaleza.

Finalmente, a análise explicativa, igualmente essencial nesta investigação, direccionou a pesquisa no sentido da consecução do objetivo principal, isto é, confirmar o Empreendedorismo e Inovação Social do Conjunto Palmeiras e a importância do seu Capital Humano e do seu Capital Social, na cidade de Fortaleza, no que diz respeito à formação de Capital Humano e ao desenvolvimento da sustentabilidade através do Empreendedorismo.

Como refere Giddens (2007, p. 644), acerca da problemática da investigação: “Todas as pesquisas partem de uma problemática a investigar. (...) uma vez detectado o problema (...) a próxima etapa a seguir no processo de investigação é reexaminar as evidências disponíveis no campo (...) e logo após, uma formulação exata do problema de investigação. (...) Neste estágio, as intuições acerca da natureza do problema podem por vezes tornar-se hipóteses definidas.”

Tendo por fundamento a revisão da literatura, formulou-se 4 questões de investigação (Quadro 14):

Quadro 14 – Questões de investigação

Questões de investigação
P₀⁽¹⁾: A implantação do Banco Palmas trouxe desenvolvimento socioeconómico aos colaboradores e associados (empresas/autónomos) do Conjunto Palmeiras;
P₀⁽²⁾: O Banco Palmas contribuiu para o fortalecimento do desenvolvimento local dos seus colaboradores e associados (empresas/autónomos);
P₀⁽³⁾: As ações promovidas pelo Banco Palmas resultaram em desenvolvimento de Capital Humano e Capital Social, na comunidade do Conjunto Palmeiras junto dos seus associados e colaboradores;
P₀⁽⁴⁾: O Banco Palmas teve impactos positivos através das suas ações de Empreendedorismo e Inovação Social, de Capital Humano e Capital Social junto dos seus associados e colaboradores.

A premissa da hipótese tem uma importância fundamental, é “um instrumento direcionador da investigação que promove a escolha dos dados e a organização da sua análise; simultaneamente, se tornada admissível por uma teoria, possibilita pôr esta à prova e, refutada ou aprovada, do embate entre realidade e teoria experimental, poderá tornar possível a formulação de novas hipóteses.” (Pardal e Correia, 1995, p. 14) Ela conduz e focaliza uma investigação, constituindo a ligação imprescindível entre a investigação e a teoria que leva a novas ocorrências, a “*hipótese patenteia o que buscamos*” (Goode e Hatt, 1979, p. 74).

De acordo com Campanha (2001,) a hipótese consiste numa elucidação, independentemente do seu carácter, sugerida para uma problemática, mais ou menos plausível, baseada em factos inteligíveis ou provas importantes. Parte de um pressuposto ou conjectura verosímil que deve ser confirmado pela constatação dos factos. A hipótese estabelece uma das ligações mais relevantes no ciclo da pesquisa, que passa constantemente pela deteção do problema científico (Martinez e Ferreira, 2010).

Nesta tese, em rigor, emprega-se um tratamento mais funcional, em que o exame entre efeito e causa, os seus encadeamentos e a diferença entre variáveis dependentes e variáveis independentes têm um papel hegemónico (Giddens, 2007).

De acordo com Barañano (2008), uma variável dependente consiste nos pressupostos do investigador, não é mais do que o fenómeno que está a ser pesquisado, dito de outro modo, o próprio objeto da pesquisa.

As variáveis independentes, em contrapartida, são os fatores a ter em conta e que, no ponto de vista de Andrade (2010), inspiram as variáveis dependentes que atuam sobre outras variáveis que servem de base a um determinado conhecimento. Fortin (2003) define a variável independente como aquela que o investigador monitora numa investigação de modo a mensurar o seu resultado na variável dependente. As duas podem ser determinadas como dimensões distintas do objeto em pesquisa; são particulares e passíveis de adotar valores e serem medidas, qualidade essencial e intrínseca ao seu caráter. (Campanha, 2001). Para este autor, por definição, uma variável “tem uma característica intrínseca de atribuição e variação de valores” (2003, p. 37) e pode ser categorizada de distintos modos, de acordo com o seu emprego numa investigação.

Nesta investigação, existem os dois tipos de variáveis, sendo as dependentes “a[s] que suporta[m] o efeito aguardado da variável independente; é a conduta, a resposta ou o resultado analisado que é devido à presença da variável independente”(Fortin, 2003, p. 38), em contraponto às independentes que são “a[s] que o investigador manipula num estudo experimental para medir o seu efeito na variável dependente”(ibid).

Neste estudo as variáveis independentes e dependentes foram determinadas por intermédio da análise estatística necessária para legitimar as hipóteses de investigação.

A população pesquisada é constituída por 266 atores, dividida em 26 colaboradores do Banco Palmas e 240 associados (empresa/autónomos), dos quais 181 são associados (empresa/autónomos). A dimensão da amostra foi de 207 sujeitos (181 empresas e 26 colaboradores), perfazendo o total de 75,41%.

3.1.2 População

O conceito de população, para Pardal e Correia (1995), assenta no universo, no todo dos componentes do conjunto que se pretende analisar. Um universo, compreendido como a quantidade total de pessoas que fazem parte do campo de investigação, bem determinado, implica uma plenitude e inteligibilidade que levem à sua compreensão de forma concisa. Fortin (2003) define-a como um conjunto de fatores ou de indivíduos que partilham características comuns, determinadas por uma conjugação de critérios.

Barañano (2008) inclui no seu conceito de população três outras definições de igual importância: “objetivos, população ou universo - conjunto de todos os fatores cujas qualidades quer-se examinar; unidade estatística ou unidade básica de amostragem - cada um dos fatores que constitui a população; e população investigada – população estreitamente pertinente com a população objetiva, determinada quando não é plausível admitir o universo. Serve de alicerce para a amostragem” (2008, p. 85).

Gil (2008) entende que a população é um conjunto definido de elementos que evidenciam determinadas qualidades. Na sua opinião, a população, em conjunto com a amostra, oferecem conhecimento sobre o universo a ser estudado e definem a amplitude da própria amostra, bem como o modo como será escolhida. Deste modo, insere uma definição nova, a de amostra, que ele considera como uma subclasse da população, que permite valorizar as qualidades da população, e que se subdivide em oito tipos: sistemática, aleatória, estratificada, etapas, por conglomerados, quotas, acessibilidade e intencional.

3.1.3. Tratamento de dados

Nesta investigação, empregou-se o *software* AMOS, versão 19.0 e o *software* SPSS, versão 20.0, como instrumento de análise quantitativa.

Quadro 15 – Teorias e conceitos-chave utilizados

Conceitos-chave	Economia Solidária	Terceiro Setor	Capital Humano	Capital Social	Empreendedorismo Social	Autores
Dever de atuação da empresa na sociedade	x				X	Goldstein (2007), Yunus e Weber (2011), (Bowen, <i>apud</i> Gond e Igalens, 2008)
Foco nas pessoas	x		X	X	X	Zarpelon (2006)
Promover o Desenvolvimento Económico e Humano	x	X	X		X	Yunus e Weber (2011), Torres (2008)
Moeda social como diferencial competitivo	x	x		X	X	Mulgan <i>et al.</i> (2007), Singer (2012) Leville e Cattani (2005)
Desenvolvimento Regional e Local	x	X	X			ULSF (1990) Tassigny (2008),
Formação de Rede Social e ação Coletiva	x	X	X	X		Putnam (2013), Fukuyama (2005), Yunus e Weber (2011),
Agentes de transformação social e económica	x	X	X	X	X	Fukuyama (2012), Yunus e Weber (2011), Sarkar (2010b)
Inovação Social	x				X	Marques (2004), Sarkar (2010b)

Os questionários foram elaborados de acordo com os conceitos-chave que servem de suporte teórico à análise. Os fatores subjacentes e as suas manifestações constam do capítulo da análise dos dados, bem como os gráficos referentes ao comportamento das variáveis, de acordo com os dados recolhidos.

3.1.4 Técnicas de recolha e tratamento de dados quantitativos

Durante a investigação, a recolha dos dados foi feita com base em distintos métodos e instrumentos de pesquisa, de acordo com a especificidade, os objetivos, o tipo de informação necessária e as questões logísticas e técnicas da própria pesquisa. No caso da recolha dos dados quantitativos, o questionário, é um instrumento de medida extremamente útil (Fortin, 2003), sobretudo porque é rápido e não implica grande dispêndio financeiro, pois pode ser aplicado a vários indivíduos ao mesmo tempo, além de que evita a distorsão das respostas, com todos os benefícios que daí decorrem.

Na opinião de Lakatos e Marconi (2010), que, em alguns aspetos, está em concordância com a de Fortin (2003), as grandes vantagens do questionário são: poder-se congrega e examinar um maior número de casos em simultaneidade e obter uma maior quantidade de informação; abranger uma área geográfica maior; gerir melhor as deslocações e o tempo; assegurar uma maior fiabilidade dos dados, o que, por vezes, é decisivo para assegurar, de forma igual, uma maior liberdade de expressão; e reduzir o risco do investigador influenciar os dados, entre outras.

Barañano (2008, p.83) chama a atenção para o facto que o questionário proporciona “uma maior agilidade na apuração de resultados, (...) maior altura no tratamento da informação e (...) a coleta de uma maior quantidade de dados”.

Gil (2008) listou, ainda, um conjunto de benefícios, referidos por outros teóricos, como a probabilidade de “alcançar uma grande quantidade de pessoas, abranger uma área geográfica ampla, assegurar o anonimato, não monitorar o tempo de resposta do investigado e não os influenciar” (p.128-129).

O questionário utilizado nesta pesquisa foi concebido e aplicado à totalidade (75,41%) dos membros associados (empresas/autónomos) do Banco Palmas.

De acordo com Ghiglione e Matalon (1993), os questionários podem apresentar-se como fechados ou abertos. O questionário aplicado nesta investigação engloba principalmente questões fechadas, de múltipla escolha, em que as respostas seguem uma escala de Likert para valores de 1 a 5, em que 1 equivale ao valor “Insuficiente” e 5 ao valor “Excelente”.

A formulação das questões teve sempre em conta aspetos essenciais como a clareza e brevidade das questões, o uso de linguagem simples, a ordenação operacional das questões, a variante concisa entre o tipo de questões, a abrangência de todas as hipóteses de resposta (no caso das questões objetivas) e a explicação da relevância de cada questão, visando, continuamente, com relação aos itens pesquisados.

Após a recolha dos questionários, passou-se à etapa seguinte, que consistiu na compilação, análise e registo dos dados, através do *software* de análise estatística AMOS 19.0 e IBM/SPSS - 20.0 (Statistical Package for Social Sciences).

Os aspetos centrais da metodologia estão estruturados da seguinte forma:

Quadro 16 – Ficha técnica de investigação

Instituição	Banco Palmas Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras
População	266, sendo 26 funcionários de apoio do Corpo Técnico Diretivo do Banco Palmas e 240 associados (empresas/autónomos), dos quais apenas 181 associados (empresas/autónomos) foram entrevistados
Dimensão da amostra	207 sujeitos (empresas – 181 colaboradores – 26)
Modelo de questionário	O questionário é constituído por questões essencialmente fechadas, com utilização de uma escala de Likert, e baseado nos questionários de avaliação dos associados e dos programas e serviços desenvolvidos pelo Banco Palmas.
Método de recolha da Informação	Inquéritos administrados pessoalmente, com a colaboração dos funcionários do Banco Palmas.
Modelos estatísticos Utilizados	Análise de conteúdo e de frequências; tabelas de contingência; teste de Kolmogorov-Smirnov; teste de Mann-Whitney; teste de Kruskal-Wallis; Análise Fatorial Exploratória; Análise Fatorial Confirmatória; Análise de Modelos de Equações Estruturais.
Análise de dados	IBM SPSS 20.0, IBM AMOS 19.0
Controle de Qualidade	Em relação ao desenho dos questionários, verificou-se o correto ajustamento entre os objetivos do projeto e os questionários, e foram identificadas as perguntas que respondiam a cada um dos objetivos. Foi, igualmente, feita uma revisão da consistência entre as perguntas e as categorias de resposta, da sequência lógica das respostas e dos filtros. Os questionários foram objeto de um pré-teste ¹⁴ a fim de se confirmar a sua operacionalidade e efetividade de práticas. Após a codificação das perguntas abertas e a validação total do ficheiro informático, este ficou apto a ser tabulado e tratado, com base em <i>software</i> concebido para o efeito (IBM SPSS 20.0).

¹⁴A realização do pré-teste permitiu avaliar a atitude dos inquiridos perante o questionário, a compreensão das perguntas, a coerência do questionário e a consistência das respostas. Procurou-se que os 20 inquéritos da amostra a utilizar no estudo piloto fossem similares, em características, à população prevista para o inquérito.

As hipóteses estabelecidas foram provadas e as variáveis independentes e dependentes equiparadas, utilizando, para o efeito, diversos testes no campo da análise univariada e da análise multivariada efetuada. As análises univariadas empregues (cruzamento de dados, teste t-Student e teste do χ^2) e multivariada (análise fatorial dos componentes principais e modelo de regressão logística binária) estão descritas na secção de análise de dados, fazendo a antecipação da exposição de resultados de cada um dos tratamentos estatísticos realizados.

As diversas tarefas e as respetivas técnicas estatísticas e econométricas associadas estão exemplificadas no Quadro 17.

Quadro 17 – Tarefas, descrição e técnicas estatísticas associadas

Tarefas	Descrição	Técnicas estatísticas
Caracterização da Amostra	Caracterização da amostra	Frequências Absolutas e Relativas; Estatísticas Descritivas; Teste de Qui-Quadrado, Teste de Kruskal-Wallis; Análise de Correspondências Múltiplas.
Redução das variáveis	Fatores de avaliação dos associados (empresas/autónomos) do Banco Palmas	Análise Fatorial Kaiser-Meyer-Olkin
Comparação entre as Variáveis	Variáveis que caracterizam a amostra e os fatores de avaliação dos associados (empresas/autónomos) do Banco Palmas.	Teste de Kruskal-Wallis, Teste de t-Student para amostras independentes e Teste de Mann-Whitney

Em primeiro lugar, realizou-se um estudo preliminar com o objetivo de preparar os dados para análise. Esta fase inclui a verificação da inexistência de erros na codificação das variáveis, o tratamento das não respostas, dos *outliers* (valores atípicos) e do respeito pelos pressupostos das técnicas estatísticas a utilizar.

Em segundo lugar, recorreu-se à estatística descritiva com o objetivo de estudar isoladamente as variáveis para, posteriormente, se analisar a relação entre as mesmas, uma vez que, de acordo com Bryman e Cramer (1990), a verificação da existência de relações entre variáveis é um passo importante na explicação dos factos e, deste modo, a estatística descritiva contribui para a construção de teorias sobre a natureza dos fenómenos.

Por último, foram utilizadas técnicas estatísticas multivariadas, especificamente a análise fatorial confirmatória.

Para testar a hipótese nula de que não existe relação entre as duas variáveis em análise, recorreu-se à aplicação do teste estatístico Qui-Quadrado (χ^2) por ser o mais adequado para situações em que se verificam, em sincronia, os seguintes requisitos (Levin, 1987).

- As tabelas de contingência são de ordem igual ou superior a 2x2 (duas linhas e duas colunas);
- A amostra é aleatória;
- A dimensão da amostra é igual ou superior a 30;
- O valor por célula da tabela de contingência é igual ou superior a 5.

De acordo com Marôco (2003), o teste de Qui-quadrado de Independência só pode ser aplicado com rigor quando se verificam todas as seguintes condições:

- A dimensão da amostra é superior a 20 observações;
- Todos os E_{ij} (valores esperados) são superiores a 1;
- Pelo menos 80% dos valores esperados são superiores ou iguais a 5.

Na opinião de Pestana e Gageiro (2000), o teste de Mann-Whitney é preferível ao teste T-Student quando há violação da normalidade ou quando as variáveis são de nível ordinal com duas ou mais categorias. Este teste tem como objetivo testar a hipótese nula de que duas populações têm a mesma distribuição *versus* uma alternativa de que seguem distribuições diferentes, o que é equivalente a testar que as medianas populacionais são iguais.

Através da análise fatorial confirmatória, procura-se descrever as relações existentes entre dois tipos de variáveis: as manifestas/observáveis e as latentes. Como já foi dito, as primeiras podem ser medidas diretamente; enquanto as variáveis latentes expressam conceitos (constructos) teóricos não passíveis de observação direta, necessitando de ser reduzidas a indicadores empíricos específicos.

O modelo de medida é avaliado através da análise fatorial confirmatória (AFC). O uso da AFC corresponde a uma técnica apropriada para a verificação de cada constructo que compõe o modelo proposto. A AFC é usualmente utilizada como instrumento de verificação da validade de variáveis latentes e na avaliação de escalas de medida (Anderson e Gerbein, 1988; Hair Jr. *et al.*, 1998).

A pesquisa quantitativa visa descrever e explicar fenómenos que produzem regularidades. Quanto aos seus objetivos, é classificada como exploratória e descritiva-analítica. Exploratória, porque oferece, segundo Gonçalves (2007), ‘uma visão panorâmica, uma primeira aproximação a um determinado fenómeno que é pouco explorado [...] e é também denominada ‘pesquisa de base’, pois oferece dados elementares que dão suporte para a realização de estudos mais aprofundados sobre o tema’ (p. 67). É descritiva, segundo o mesmo autor, porque descreve as características de um objeto de estudo, atualizando as características de um grupo social, bem como as que estabelecem a existência de relações entre variáveis.

Quanto às suas fontes de informação, esta pesquisa trata de dados primários, uma vez que foram recolhidos diretamente com os sujeitos, tendo sido utilizados instrumentos de medição adequados a cada método.

A população da pesquisa é constituída pelos associados (empresas/autónomos) locais do Banco Palmas e os seus funcionários, cuja participação foi voluntária, na medida em que os sujeitos aceitaram o convite para participar da pesquisa, respeitando os critérios éticos. A amostra foi intencional e obedeceu a critérios para a sua formação.

3.1.5 Critérios de inclusão da amostra

A) Sujeitos 1: Associados (empresas/autónomos):

- Empresas/atividades que se associaram ao Banco no período superior a 1(um) ano;
- Deverá ter a delimitação geográfica de atuação no Conjunto Palmeiras – Fortaleza- CE.
- Poderão participar do estudo autónomos, microempresas, empresas de pequena, média e grande dimensão.

B) Sujeitos 2: Funcionários do Banco Palmas

- Participar do corpo de apoio, técnicos e diretor do banco;
- Ter vínculo laboral com o banco a no mínimo há 6 (seis) meses.

A opção por estes profissionais levou em consideração o facto dos mesmos estarem envolvidos mais diretamente com a construção da dinâmica do projeto, neste caso do Banco Palmas, pretendendo abranger 100% desses profissionais.

O tempo e o facto de se querer atingir o maior número de pessoas simultaneamente tiveram como principal desvantagem o baixo índice de devolução.

Questionário 1 (Apêndice A) – Contém variáveis relativas ao perfil das empresas e informação acerca da sua relação com o banco de economia solidária.

Questionário 2 – (Apêndice B) - Contém variáveis e informação relativa aos funcionários do Banco que atuam diretamente com o processo de Empreendedorismo e Inovação Social, formação do Capital Humano e Capital Social do estabelecimento.

O questionário aplicado era constituído por perguntas ordenadas e foi entregue aos sujeitos pelo investigador durante visita *in loco*, tendo sido agendado o recebimento com os mesmos. Foi realizado um estudo piloto de ambos os questionários a fim de testar a sua aplicabilidade.

As variáveis contidas no questionário foram registradas em dois bancos de dados -Banco I – Associados; Banco II - Instituição Social - no programa SPSS® versão 20.0, para facilitar as análises estatísticas dos dados.

3.2 Responsabilidades e questões éticas

O estudo seguiu as regras da Resolução nº 196/96 sobre pesquisas envolvendo seres humanos do Conselho Nacional de Saúde (1996).

De acordo com essa resolução, a investigação envolvendo seres humanos deve atender a requisitos éticos e científicos fundamentais como: consentimento livre e esclarecido dos indivíduos alvos; garantia de sigilo que assegure o anonimato e a privacidade dos indivíduos quanto à recolha de dados; total respeito total pela dignidade do ser humano, sem violação ou mutilações do corpo, entre outros.

De acordo com as normas de ética científica em investigações com pessoas humanas, os nomes reais devem ser substituídos por nomes fictícios.

A todos os sujeitos deve ser dado conhecimento sobre a garantia de anonimato. As suas intervenções serão codificadas no processo de análise. O consentimento esclarecido será obtido por escrito antes de cada procedimento de recolha de dados.

O próximo capítulo apresenta a análise dos dados recolhidos e os respetivos resultados estatísticos.

CAPÍTULO 4 - ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A finalidade deste capítulo é a de analisar e apresentar os resultados quantitativos que foram obtidos por intermédio de questionários aos associados (empresas/autónomos) e colaboradores e corpo diretivo do Banco Palmas. Para análise estatística, recorreu-se ao *software* IBM SPSS 20.0 e IBM AMOS 19.0.

Para a recolha de dados relativamente ao Banco Palmas, em 2014, foram realizados questionários semiestruturados, no local de atuação do banco e dos seus associados (empresas/autónomos) e colaboradores. A fim de conhecer melhor a real situação e o funcionamento do Banco Palmas, o investigador efetuou diversas visitas e participou em diversas reuniões na sede do Banco Palmas.

A amostra é composta por 26 colaboradores funcionais e 181 associados (empresas/autónomos) parceiros. Apresenta-se, primeiro, os resultados descritivos (tabelas de frequências e medidas de tendência central) e, em seguida, as relações entre as variáveis (teste Qui-quadrado, Teste U de Mann-Whitney e Kruskal-Wallis) para verificar se existem diferenças estatisticamente significativas entre as variáveis em análise.

4.1. Associados (empresas/autónomos) parceiros

De acordo com a Figura 3, dos 181 associados (empresas/autónomos), 59,1% são mulheres e 41% homens.

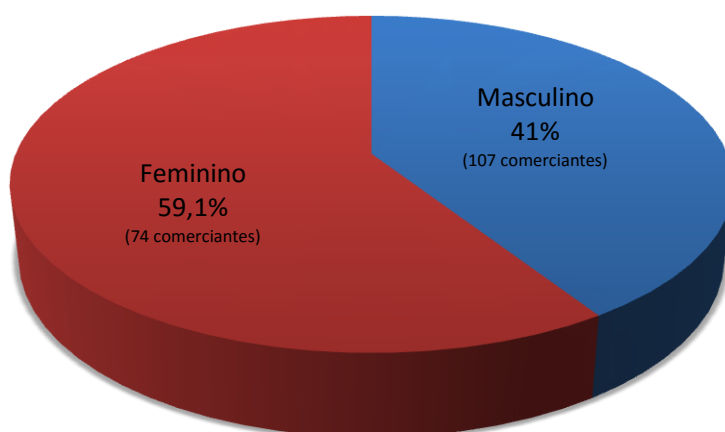


Figura 3 – Distribuição dos associados (empresas/autónomos) por género

Em relação ao seu perfil económico, 58,1% dos associados (empresas/autónomos) parceiros auferem, predominantemente, até um salário mínimo, 30,7% de dois a três salários mínimos e 11,2% acima de três salários mínimos (Figura 4).

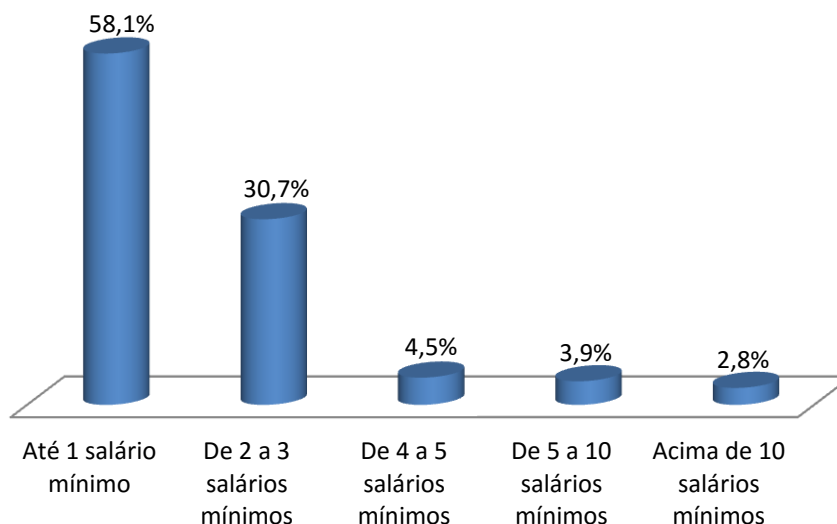


Figura 4 – Distribuição do perfil económico

Aplicando o teste de independência de Qui-quadrado ($\chi^2 = 18,696$; $gl=4$; $P=0,001$), como P é inferior a 0,05, pode concluir-se que o rendimento dos associados (empresas/autónomos) é significativamente independente da atividade da empresa, isto é, o rendimento é significativamente diferente nos dois tipos de atividade; os rendimentos superiores predominam entre os associados (empresas/autónomos) cuja atividade é o comércio, e os menores entre os associados (empresas/autónomos) que exercem a sua atividade no setor dos serviços (Quadro 18).

Quadro 18 – Frequências de rendimentos segundo a atividade.

Rendimento (salários mínimos)	Atividade		Total
	Comércio	Serviços	
Até 5 salários mínimos	17 (16,%)	15 (19,2%)	32 (17,5%)
Entre 5 e 10	14 (13,6%)	23 (29,5%)	37 (20,4%)
Entre 10 e 15	18 (17,5%)	21 (26,9%)	39 (21,5%)
Entre 15 e 20	27 (26,2%)	5 (6,4%)	32 (17,7%)
Acima de 20	27 (26,2%)	14 (17,9%)	41 (22,7%)
Total	103 (100%)	78 (100%)	181 (100%)
Teste Qui-quadrado	$\chi^2 = 18,696$; $gl=4$; $P=0,001$		

Como se pode ver no quadro 19, foi aplicado o teste de independência do Qui-quadrado (χ^2); como P é inferior a 0,05, pode concluir-se que o recurso à linha de crédito é significativamente independente da receita anual do associado (empresa/autónomo) parceiro do Banco Palmas, isto é, o recurso à linha de crédito é significativamente diferente nas diferentes categorias da receita anual; verifica-se o mesmo quando comparamos a receita anual com a utilização da Orientação Financeira, do Treinamento/Capacitação e do Correspondente Bancário.

O rendimento menor, até 5 salários mínimos, predomina no grupo de associados (empresas/autónomos) que utilizam a Linha de Crédito, 25,3%, e o maior, entre 15 e 20 salários mínimos e acima de 20, entre os associados (empresas/autónomos) que utilizam a orientação financeira, ambos os grupos com 29,3%, (Quadro 19). O rendimento entre 10 e 15 salários mínimos predomina no grupo dos associados (empresas/autónomos) que utilizam o serviço Treinamento/Capacitação, 26,7%, e o rendimento mais alto, acima de 20 salários mínimos, predomina no grupo de associados (empresas/autónomos) que utilizam o Correspondente Bancário.

Ao analisar a utilização dos serviços oferecidos aos associados (empresas/autónomos) parceiros pelo Banco de Palmas segundo o rendimento dos associados (comerciantes/autónomos), percebe-se que 49,5% dos associados utilizadores da linha de crédito recebem menos de 10 salários mínimos e 18,2 auferem rendimentos superiores a 20 salários mínimos.

Estes resultados corroboram os postulados de Yunus e Weber (2011), segundo os quais, os modelos de economias populares representam mais uma resposta para a pobreza global e os constantes problemas enfrentados pela sociedade, constituída na base das boas intenções dos líderes, e deve atingir o resultado triplicado de gerar benefícios financeiros, sociais e ambientais. O que caracteriza o modelo de economia solidária são os utentes, que tendem a ser aqueles com menor rendimento familiar, isto é, o segmento dos excluídos da sociedade.

Como destaca França Filho (2012b), o grande sentido da economia solidária é procurar dar respostas às necessidades sociais e humanas, e não somente gerar elevados rendimentos económicos. Também Singer (2012) entende que o modelo de economia solidária procura reverter a ordem estabelecida pelo capitalismo neoliberal, em que o número de pessoas com acesso ao poder económico é, cada vez mais reduzido.

Dos associados que recebem Orientação Financeira, 58,6% auferem mais do que 15 salários mínimos e 14,7% dispõem de um rendimento inferior a 10 salários mínimos. Estes dados estão em consonância com os estudos de Putnam (2010), para quem a formação do Capital Humano através da educação sistemática é essencial para

fomentar uma rede de fraternidade inerente ao Capital Social e, deste modo, dar lugar a uma sociedade consciente da sua responsabilidade e do seu compromisso com o desenvolvimento coletivo.

Esta é, também, a opinião de Matos (2009) que defende que, para possuir Capital Social, o indivíduo necessita de se relacionar com outras pessoas e que, quanto maior for a sua participação na vida de uma comunidade ou o seu relacionamento com redes de interação e associativismo, maior será o volume deste Capital Social.

Dos associados que receberam Treinamento/Capacitação, 50,7% auferem mais do que 15 salários mínimos e 22,7% dispõem de um rendimento inferior a 10 salários mínimos. Estes dados confirmam as opiniões de Diniz (2010), Smith (2008) ou Sen (2000) que defendem o poder inquestionável da educação e treino como forma de melhorar as capacidades humanas e o bem-estar do cidadão e de torná-lo, ao longo do tempo, mais produtivo e capaz de contribuir, de sobremaneira, para o processo de expansão económica.

Quadro 19 – Frequência da receita anual segundo a utilização dos serviços oferecidos aos associados (empresas/autónomos) parceiros pelo Banco Palmas.

Serviços utilizados	Receita Anual (salários mínimos)					Total N (%)	Teste Qui-Quadrado
	Até 5 N (%)	Entre 5 e 10 N (%)	Entre 10 e 15 N (%)	Entre 15 e 20 N (%)	Acima de 20 N (%)		
Linha de Crédito							
Sim	25 (25,3)	24 (24,2)	19 (19,2)	13 (13,1)	18 (18,2)	99 (100)	$\chi^2 = 13,68$ gl=4 P=0,008
Não	7 (8,5)	13 (15,9)	20 (24,4)	19 (23,2)	23 (28)	82 (100)	
Orientação Financeira							
Sim	2 (4,9)	4 (9,8)	11 (26,8)	12 (29,3)	12 (29,3)	41 (100)	$\chi^2 = 13,612$ gl=4 P=0,009
Não	30 (21,4)	33 (23,6)	28 (20)	20 (14,3)	29 (20,7)	140 (100)	
Treinamento/Capacitação							
Sim	6 (8)	11 (14,7)	20 (26,7)	24 (32)	14 (18,7)	75 (100)	$\chi^2 = 26,187$ gl=4 P<0,001
Não	26 (24,5)	26 (24,5)	19 (17,9)	8 (7,5)	27 (25,5)	106 (100)	
Correspondente Bancário							
Sim	20 (13,2)	34 (22,4)	35 (23)	29 (19)	34 (22,4%)	152 (100)	$\chi^2 = 14,741$ gl=4 P=0,005
Não	12 (41,4)	3 (10,3)	4 (13,8)	3 (10,3)	7 (24,1)	29 (100)	

Aplicando o teste de normalidade de Kolmogorov-Smirnov, verifica-se que a variável tempo de associação ao Banco de Palmas não segue a distribuição normal ($KS=0,181$; $gl=180$; $p<0,001$); por essa razão, foi aplicado o teste de Mann-Whitney que permitiu concluir que não existem diferenças estatisticamente significativas relativamente à variável tempo de associação, no que diz respeito à utilização dos seguintes serviços do Banco Palmas: Linha de Crédito ($Z= -1,773$; $p=0,076$), Orientação Financeira ($Z=-0,670$; $p=0,503$), Treinamento/Capacitação ($Z=-0,338$; $p=0,753$) e Correspondente Bancário ($Z= -0,004$; $p=0,997$). (Figura 3)

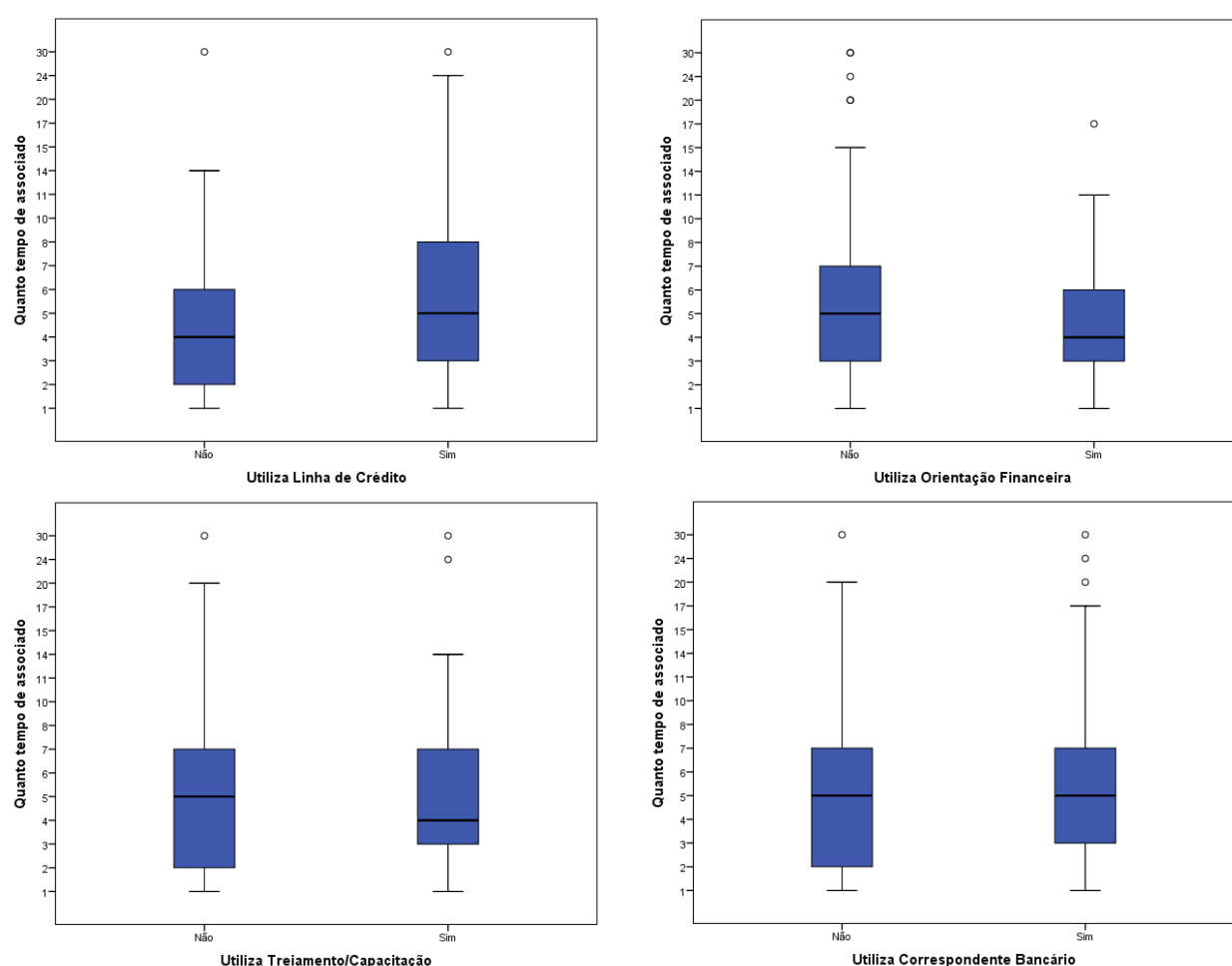


Figura 5. Caixa de Bigodes do Tempo de Associado em segundo a utilização da Linha de Crédito, Orientação Financeira, Treinamento/Capacitação e Correspondente Bancário

A Figura 6 mostra o tempo de associado segundo a receita anual. O teste de Kruskal Wallis permitiu concluir que não existem diferenças estatisticamente significativas na distribuição do tempo de associação relativamente à receita anual dos associados (empresas/autónomos) do Banco Palmas ($\chi^2= 3,666$; $gl=4$; $p=0,453$).

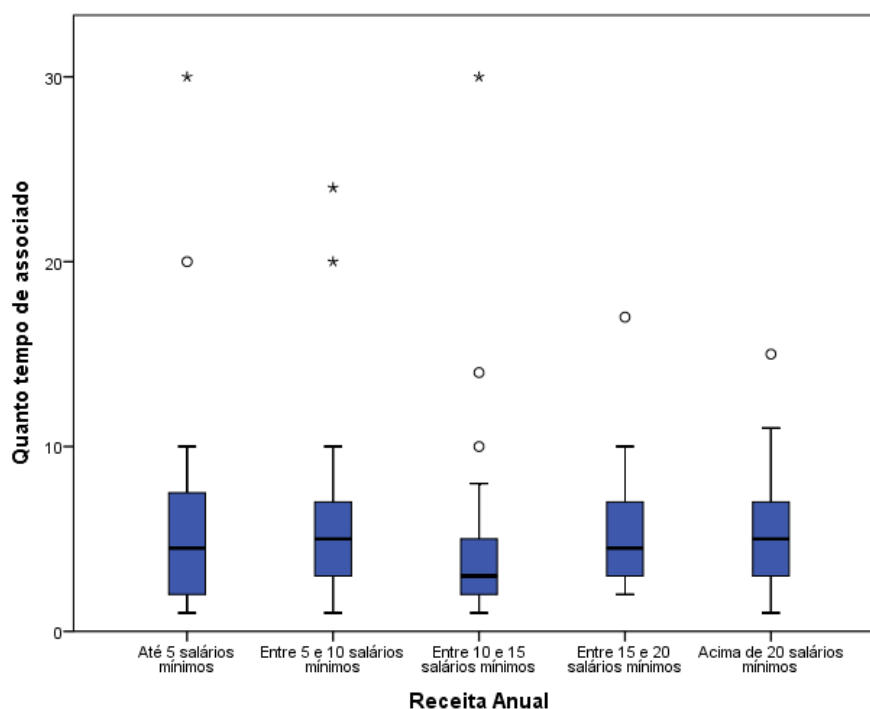


Figura 6. Caixa de Bigodes da Receita Anual em relação ao Tempo de Associado

Para identificar os fatores subjacentes aos diferentes grupos de questões que compõem o questionário, recorreu-se à Análise Fatorial Explanatória

O Quadro 20 apresenta os fatores obtidos a partir da Análise Fatorial Explanatória, que demonstraram a existência de estruturas unifatoriais, coincidindo os itens do questionário com os respectivos fatores.

Quadro 20 – Fatores obtidos a partir da Análise Fatorial Explanatória (AFE)

Fatores	Descrição
F1	Fortalecimento Económico
F2	Impactos na Comunidade Local
F3	Gestão Empreendedora/Inovação Social
F4	Capital Humano e Capital Social

Em primeiro lugar, procurou-se entender como se distinguem os fatores que instituem a Escala de Satisfação dos associados (empresas/autónomos): Fortalecimento Económico (F1); Impactos na Comunidade Local (F2); Gestão Empreendedora/Inovação Social (F3) e; Capital Humano e Capital Social (F4).

Foi aplicado o teste de aderência à normalidade de Kolmogorov-Smirnov, tendo-se verificado que os fatores não seguem uma distribuição normal (Quadro 21). Portanto, procedeu-se à aplicação dos testes não paramétricos Mann-Whitney e Kruskal-Wallis para variáveis bivariadas e multivariadas, respetivamente.

Quadro 21 – Teste de Kolmogorov-Smirnov relativo à escala de satisfação dos associados (empresas/autónomos).

Fatores	KS	Gl	p
F1 – Fortalecimento Económico	0,180	181	<0,001
F2 – Impactos na Comunidade Local	0,108		<0,001
F3 – Gestão Empreendedora/Inovação Social	0,099		<0,001
F4 – Capital Humano e Capital Social	0,094		<0,001

Avaliadas as diferenças para os quatro fatores em relação ao género, constatou-se que existe uma diferença estatisticamente significativa relativamente ao fator F4 (Capital Humano e Capital Social). No entanto, não existem diferenças estatisticamente significativas no que diz respeito ao género quando se avalia os fatores F1, F2 e F3. Com exceção do fator F4, homens e mulheres avaliaram o Banco Palmas sensivelmente da mesma forma (Quadro 22).

Quadro 22 – Comparação da escala de satisfação do Banco Palmas segundo o género dos associados (empresas/autónomos).

Fatores	Género	Média (±DP)	Média Ordens	Teste U de Mann-Whitney
F1 – Fortalecimento Económico	Masculino	3,17 (±0,5)	86,65	Z=-0,953
	Feminino	3,24 (±0,6)	94,01	P=0,341
F2 – Impactos na Comunidade Local	Masculino	3,32 (±0,74)	97,59	Z=-1,413
	Feminino	3,17 (±0,83)	86,44	P=0,158
F3 – Gestão Empreendedora/Inovação Social	Masculino	3,35 (±0,65)	93,93	Z=-0,628
	Feminino	3,29 (±0,72)	88,97	P=0,530
F4 – Capital Humano e Capital Social	Masculino	3,64 (±0,72)	101,95	Z=-2,354
	Feminino	3,38 (±0,80)	83,43	P=0,019

Em conformidade com o quadro 24, a avaliação da satisfação do Banco de Palmas pelos comerciantes associados em função da idade não apresentou grandes alterações considerando o Fortalecimento Económico, Impactos na Comunidade Local,

Gestão Empreendedora/Inovação Social e Capital Humano e Capital Social. Em todos os fatores analisados, não se verificaram diferenças estatisticamente significativas, isto é, os associados (empresas/autónomos) avaliaram sensivelmente da mesma forma o Banco Palmas, independentemente da sua idade (Quadro 23).

Quadro 23 – Comparação da escala de satisfação do Banco de Palmas segundo a idade dos associados (empresas/autónomos).

Fatores	Idade	Média ± DP	Média Ordens	Teste de Kruskal Wallis
F1 – Fortalecimento Económico	20 - 39	3,24 (±0,54)	93,51	$\chi^2 = 1,161$
	40 - 59	3,17 (±0,61)	86,03	gl=2
	60 - 77	3,17 (±0,46)	79,25	P=0,560
F2 – Impactos na Comunidade Local	20 - 39	3,28 (±0,78)	93,90	$\chi^2 = 3,069$
	40 - 59	3,12 (±0,82)	82,12	gl=2
	60 - 77	3,60 (±0,81)	111,58	P=0,216
F3 – Gestão Empreendedora/Inovação Social	20 - 39	3,34 (±0,703)	92,28	$\chi^2 = 0,360$
	40 - 59	3,28 (±0,684)	87,39	gl=2
	60 - 77	3,31 (±0,538)	88,67	P=0,835
F4 – Capital Humano e Capital Social	20 - 39	3,53 (±0,80)	93,84	$\chi^2 = 1,597$
	40 - 59	3,40 (±0,75)	83,72	gl=2
	60 - 77	3,63 (±0,70)	96,58	P=0,450

De acordo com o quadro 24, relativamente aos fatores ‘F2 – Impactos na comunidade local’ ($\chi^2 = 8,205$, gl=2 e P=0,017), ‘F3 – Gestão Empreendedora/Inovação Social’ ($\chi^2 = 8,261$, gl=2 e P=0,016) e ‘F4 – Capital Humano e Capital Social’ ($\chi^2 = 6,678$, gl=2 e P=0,035), constatou-se que os associados (empresas/autónomos) com uma faixa salarial superior atribuíram uma maior avaliação a estes itens, tendo-se verificado que a atribuição de avaliações menos elevadas ocorreu entre os associados (empresas/autónomos) com um intervalo de faixa salarial menor. No fator ‘F1 – Fortalecimento Económico’, não se verificou uma diferença estatisticamente significativa; os associados (empresas/autónomos) avaliaram sensivelmente da mesma

forma o Banco Palmas, independentemente da faixa salarial em que se incluem (Quadro 24).

A satisfação dos associados com o Banco Palmas, no que diz respeito Fortalecimento Económico, Impactos na Comunidade Local e Gestão Empreendedora/Inovação Social, é maior no grupo da faixa salarial acima de três salários mínimos. A avaliação da satisfação em relação ao Capital Humano e Capital Social revela que esta é maior na faixa acima de três salários mínimos. De ressaltar que quem mais utiliza os programas de treino, cursos e formações são os associados (empresas/autónomos) com menores rendimentos. Estes dados estão em consonância com os estudos de Putnam (2010), para quem a formação do Capital Humano através da educação sistemática é essencial para fomentar a rede de fraternidade inerente ao Capital Social, e, assim, construir-se uma sociedade consciente da sua responsabilidade e do seu compromisso com o desenvolvimento coletivo.

Quadro 24 – Comparação da escala de satisfação do Banco Palmas segundo a faixa salarial dos associados (empresas/autónomos).

Fatores	Faixa salarial (Salários mínimos)	Média ± DP	Média Ordens	Teste de Kruskal Wallis
F1 – Fortalecimento Económico	Até 1	3,21 (±0,53)	88,81	$\chi^2 = 0,455$
	De 2 a 3	3,19 (±0,67)	89,66	gl=2
	Acima de 3	3,32 (±0,37)	97,10	P=0,797
F2 – Impactos na Comunidade Local	Até 1	3,13 (±0,76)	83,00	$\chi^2 = 8,205$
	De 2 a 3	3,27 (±0,86)	92,86	gl=2
	Acima de 3	3,68 (±0,69)	118,53	P=0,017
F3 – Gestão Empreendedora/Inovação Social	Até 1	3,20 (±0,63)	80,60	$\chi^2 = 8,261$
	De 2 a 3	3,45 (±0,81)	102,32	gl=2
	Acima de 3	3,51 (±0,5)	105,00	P=0,016
F4 – Capital Humano e Capital Social	Até 1	3,40 (±0,72)	117,05	$\chi^2 = 6,678$
	De 2 a 3	3,54 (±0,93)	82,99	gl=2
	Acima de 3	3,84 (±0,56)	94,55	P=0,035

Em relação ao quadro 25, avaliadas as diferenças para os quatro fatores relativamente ao tempo de fundação, constatou-se que existe uma diferença estatisticamente significativa no que diz respeito ao fator F3 (Gestão Empreendedora/Inovação Social), tendo os associados (empresas/autónomos) com tempo de fundação até cinco anos atribuído uma avaliação menos elevada a este item. A atribuição de avaliações mais elevadas ocorreu no grupo dos associados (empresas/autónomos) com um intervalo de tempo de fundação de seis a dez anos. No entanto, não existem diferenças estatisticamente significativas relativamente ao tempo de fundação na avaliação dos fatores F1, F2 e F4 (Quadro 25).

Considerando o tempo de fundação pelos associados do negócio, a maior satisfação em relação ao Fortalecimento Económico, Impactos na Comunidade Local e Gestão Empreendedora/Inovação Social, Capital Humano e Capital Social situa-se no grupo entre os seis e os dez anos. Esta conclusão contraria os resultados encontrados por Dees (2012), que associa o Empreendedorismo à criação de valor, à inovação e à exploração de oportunidades, respetivamente.

Quadro 25 – Comparação da escala de satisfação com o Banco Palmas segundo o tempo de fundação.

Fatores	Tempo de Fundação (Anos)	Média ± DP	Média Ordens	Teste de Kruskal Wallis
F1 – Fortalecimento Económico	Até 5	3,17 (±0,58)	86,94	$\chi^2 = 2,796$
	De 6 a 10	3,32 (±0,48)	100,48	gl=2
	Acima de 10	3,15 (±0,60)	86,49	P=0,247
F2 – Impactos na Comunidade Local	Até 5	3,13 (±0,81)	83,14	$\chi^2 = 3,113$
	De 6 a 10	3,35 (±0,80)	99,12	gl=2
	Acima de 10	3,27 (±0,77)	93,29	P=0,211
F3 – Gestão Empreendedora/Inovação Social	Até 5	3,17 (±0,71)	79,22	$\chi^2 = 7,276$
	De 6 a 10	3,46 (±0,69)	103,9 2	gl=2
	Acima de 10	3,35 (±0,64)	93,63	P=0,026
F4 – Capital Humano e Capital Social	Até 5	3,37 (±0,80)	82,70	$\chi^2 = 4,497$
	De 6 a 10	3,65 (±0,77)	102,29	gl=2
	Acima de 10	3,48 (±0,74)	90,49	P=0,106

No que diz respeito aos quatro fatores e ao tempo de associação, não se verificaram diferenças estatisticamente significativas, isto é, os associados (empresas/autónomos) avaliaram sensivelmente da mesma forma o Banco Palmas, independentemente do número de anos em que são associados do Banco de Palmas (Quadro 26).

No que diz respeito à satisfação em relação ao Fortalecimento Económico, Impactos na Comunidade Local e Gestão Empreendedora/Inovação Social, Capital Humano e Capital Social, os associados comerciantes avaliaram sensivelmente da mesma forma o Banco Palmas independentemente do tempo de associação. Esta situação foi, de resto, identificada por Melo Neto & Magalhães (2007) que apontam dois traços fundamentais que caracterizam a especificidade do fenómeno da economia solidária, na perspetiva da sociologia e da antropologia económica, e que abrem caminho à sua interpretação enquanto modo de regulação: a hibridação de economias e a construção conjunta da oferta e da procura.

Quadro 26 – Comparação da escala de satisfação do Banco de Palmas segundo o tempo de associado.

Fatores	Número de anos de associado (Anos)	Média ± DP	Média Ordens	Teste de Kruskal Wallis
F1 – Fortalecimento Económico	Até 5	3,21 (±0,54)	90,28	$\chi^2 = 1,510$
	De 6 a 10	3,25 (±0,60)	95,34	gl=2
	Acima de 10	3,00 (±0,53)	73,28	P=0,470
F2 – Impactos na Comunidade Local	Até 5	3,27 (±0,83)	94,02	$\chi^2 = 2,209$
	De 6 a 10	3,21 (±0,75)	88,36	gl=2
	Acima de 10	2,89 (±0,61)	68,50	P=0,331
F3 – Gestão Empreendedora/Inovação Social	Até 5	3,34 (±0,71)	93,72	$\chi^2 = 0,880$
	De 6 a 10	3,27 (±0,64)	86,29	gl=2
	Acima de 10	3,22 (±0,81)	85,22	P=0,644
F4 – Capital Humano e Capital Social	Até 5	3,51 (±0,81)	93,70	$\chi^2 = 2,870$
	De 6 a 10	3,50 (±0,71)	89,85	gl=2
	Acima de 10	3,06 (±0,72)	63,39	P=0,238

4.2 Validação do Instrumento de Medida

A utilização de instrumentos de medida apropriados é fundamental para a validação de uma investigação. Daí que seja essencial a avaliação da qualidade da pesquisa e dos dados recolhidos por meio da quantificação da precisão de medição dos conceitos estabelecidos (Churchill, 1979)

4.2.1 Metodologia de Validação do Instrumento de Medida

A Análise Fatorial Confirmatória (AFC) é uma metodologia confirmatória que se utiliza quando existe informação antecipada sobre a estrutura fatorial que é necessário confirmar, como é o caso, posto que já se procedeu previamente às AFE.

A Análise de Modelos de Equações Estruturais é utilizada para mensurar a qualidade de ajustamento de um padrão de medida teórico à estrutura correlacional observada entre os itens (Marôco, 2010). Alguns dos pressupostos subjacentes à Análise de Modelos de Equações Estruturais, em geral, e consequentemente à AFC, em particular, são o da normalidade univariada e o da inexistência de *outliers*. Para aferir o pressuposto da normalidade univariada avaliaram-se os valores dos coeficientes de assimetria (Sk) e curtose (Ku) univariada. Consideram-se indicadores de violações severas à distribuição Normal se $|Sk| < 3$ e $|Ku| < 10$ (Marôco, 2010).

Para analisar a qualidade de ajustamento de um determinado padrão, ainda segundo Marôco (2010), utilizam-se: 1) testes de ajustamento; 2) índices de qualidade do ajustamento, que podem ser absolutos, relativos, de parcimónia, de discrepância populacional ou índices baseados na teoria da informação;

1) Teste de ajustamento do χ^2

O Qui-Quadrado (χ^2) é um método que deve demonstrar carência de significado estatístico, uma vez que esta dá a conhecer a qualidade do modelo, manifestando o facto das duas matrizes, a dos dados e a ajustada, não serem significativamente diferentes. Pelo contrário, a significância estatística deve conduzir à rejeição da hipótese nula e, consequentemente, à rejeição do modelo definido.

O χ^2 exprime, juntamente com o número de graus de liberdade (gl), a distância entre o modelo hipotético especificado e o modelo sugerido pelos dados. Quanto menor for o χ^2 mais ajustado é o modelo. Como este índice é sensível a desvios da

normalidade e ao tamanho da amostra, deve ser complementado com outros índices de ajustamento.

(2) Índices de Qualidade do Ajustamento

Os índices de qualidade do ajustamento podem classificar-se em cinco grandes famílias: absolutos; relativos; de parcimónia; de discrepância populacional; ou índices baseados na teoria da informação.

Índices Absolutos: estes avaliam a qualidade *per se*, sem comparação com outros modelos. Exemplos destes índices são o χ^2/gl e o GFI (Goodness of Fit Index).

Índices Relativos: avaliam a qualidade do modelo sob teste relativamente ao modelo com pior ajustamento possível (não existe qualquer relação entre as variáveis manifestas) e/ou ao modelo com melhor ajustamento possível (todas as variáveis manifestas estão correlacionadas). Como exemplo deste tipo de índice temos o CFI (Comparative Fit Index).

Índices de Parcimónia: são obtidos pela correção dos índices relativos com um fator de penalização associado à complexidade do modelo. Como exemplo temos o PCFI (Parsimony CFI) e o PGFI (Parsimony GFI). Estes têm valores de referência inferiores aos correspondentes índices relativos (sem penalização).

Índices de discrepância populacional: comparam o ajustamento do modelo obtido com os momentos amostrais (médias e variâncias amostrais) relativamente ao ajustamento do modelo que se obteria com os momentos populacionais (médias e variâncias populacionais). Um exemplo deste tipo de índice é o RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation).

Índices baseados na teoria da informação: estes índices são baseados nas estatísticas χ^2 e penalizam o modelo em função da sua complexidade. São apropriados quando é necessário comparar vários modelos alternativos que se ajustem igualmente aos dados. Exemplos deste tipo de índices são o ECVI (Expected Cross-Validation Index) ou o MECVI (ECVI para o método de estimação ML).

No Quadro 27 estão indicadas estatísticas e índices de qualidade de ajustamento com os respetivos valores de referência:

Quadro 27 – Índices de ajustamento e valores de referência

Índices de ajustamento	Valores de referência
χ^2	Quanto menor melhor $p > 0.05$
χ^2/gl	> 5 – mau [2;5] – sofrível [1;2] – bom
CFI GFI	< 0.8 – mau [0.8;0.9[– sofrível [0.9;0.95[– bom ≥ 0.95 – muito bom
PCFI PGFI	< 0.6 – mau [0.6;0.8[– bom ≥ 0.8 – muito bom
RMSEA (I.C. 90%)	> 0.10 – inaceitável [0.05;0.10] – bom ≤ 0.05 – muito bom
ECVI MECVI AIC BCC	Só para comparar modelos Quanto menor melhor

O instrumento de medida ‘Fortalecimento Económico’ é constituído por um fator que inclui 3 itens: “Comércios”, “Parceiros” e “Comunidade”. Refere-se, em primeiro lugar, a aferição da viabilidade e fiabilidade deste instrumento de medida para os associados (empresas/autónomos) parceiros.

Determinada a Análise Fatorial Confirmatória para cada uma das amostras em separado, chegou-se aos modelos de medida de base (*baseline models*).

A validade fatorial do modelo que visa aferir a avaliação por parte dos respetivos associados (empresas/autónomos) do Fortalecimento Económico foi avaliada por intermédio de uma análise fatorial confirmatória com recurso ao *software* AMOS (v. 19, SPSS Inc, Chicago, IL) aplicada a uma amostra de 181 associados (empresas/autónomos), como foi definido por Marôco (2010). A fiabilidade compósita e a variância extraída média do fator em estudo foram avaliadas como descrito por Fornell e Larcker (1981). A existência de *outliers* (valores atípicos) foi avaliada pela distância quadrada de Mahalanobis (DM2) e a normalidade das variáveis pelos coeficientes de assimetria (*Sk*) e curtose (*Ku*) uni- e multi-variada. Nenhuma variável apresentou valores de *Sk* e de *Ku* indicadores de desvios severos relativamente à distribuição normal ($|Sk| < 3$ e $|Ku| < 10$ (Marôco, 2010). A qualidade de ajustamento

global do modelo fatorial foi feita de acordo com os índices e respectivos valores de χ^2/gl , CFI, GFI, PCFI, PGFI, RMSEA, $P[rmsea \leq 0.05]$, MECVI, AIC e BCC. A qualidade do ajustamento local foi avaliada pelos pesos fatoriais e pela fiabilidade individual dos itens.

O modelo uni-fatorial da avaliação do ‘Fortalecimento Económico’ ajustado a uma amostra de 181 associados (empresas/autónomos) revelou uma qualidade de ajustamento não adequada ($\chi^2/gl=37,026$; CFI=0,999; GFI=0,73; PCFI=,000; PGFI=0,365; RMSEA=0,447; $P[rmsea \leq 0.05]=0,000$).

Quadro 28 – Estatísticas e Índices de Ajustamento do instrumento de medida ‘Fortalecimento Económico’

Índices de ajustamento	Valores	Valores de referência
χ^2	$\chi^2(3)=111,078$; $p=0,000$	Quanto menor melhor $p > 0.05$
χ^2/gl	37,026	> 5 – mau]2;5] – sofrível]1;2] – bom ~ 1 – muito bom
CFI	0,999	< 0.8 – mau [0.8;0.9[– sofrível [0.9;0.95[– bom ≥ 0.95 – muito bom
PCFI	,000	< 0.6 – mau [0.6;0.8[– bom ≥ 0.8 – muito bom
PGFI	0,365	> 0.10 – inaceitável]0.05;0.10] – bom ≤ 0.05 – muito bom $p\text{-value} \geq 0.05$ (≥ 0.5 segundo Jöreskog)
RMSEA (I.C. 90%) e $p\text{-value} (H_0: rmsea \leq 0.05)$	0,000	

O fator ‘Fortalecimento Económico’ apresentou como itens com maior peso fatorial os relativos a “Comércios”, com $\lambda=0.80$, e “Parceiros”, com $\lambda=0.80$. O item com menor peso fatorial neste fator é “Comunidade”, com $\lambda=0.34$.

A Figura 7 apresenta os valores dos pesos fatoriais estandardizados e a fiabilidade individual de cada um dos itens no modelo.

Análise Fatorial Confirmatória
F1 – Fortalecimento Económico

$\chi^2(3)=111,078$; $p=,000$; $\chi^2_{df}=37,026$
 $CFI=0,999$; $GFI=0,73$; $PCFI=,000$; $PGFI=0,365$
 $RMSEA=0,447$; $P(msea \leq 0,05)=0,000$
 $AIC=12$; $BCC=12,273$; $MECVI=0,068$

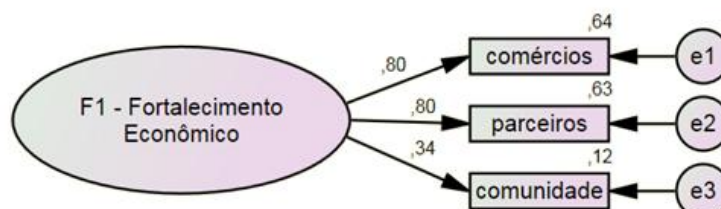


Figura 7 – Pesos fatoriais estandardizados e fiabilidade individual de cada um dos itens do fator ‘Fortalecimento Económico’

A fiabilidade compósita do fator ‘Fortalecimento Económico’ é de 0,454, pelo que a fiabilidade do Constructo não é adequada.

A variância extraída média (VEM), um indicador de validade convergente dos fatores, revelou-se também não adequada, sendo de 0,464 para o fator ‘Fortalecimento Económico’ ($VEM \geq 0,5$).

O Quadro 29 apresenta os valores dos pesos fatoriais estandardizados (λ), a fiabilidade compósita (FC) e a variância extraída média (VEM) do fator ‘Fortalecimento Económico’.

Quadro 29 – Pesos fatoriais estandardizados dos itens (λ), fiabilidade compósita (FC) e variância extraída média (VEM) do instrumento de medida ‘Fortalecimento Económico’.

Fator	Item	λ	FC	VEM
F1 – Fortalecimento Económico	Comércios	0,081	0,454	0,464
	Parceiros	0,797		
	Comunidades	0,340		

O instrumento de medida ‘Impactos na Comunidade Local’ é constituído por um fator com seis itens: “Educação”, “Desenvolvimento Social”, “Movimentos Culturais”, “Organização”, “Desenvolvimento Económico” e “Todas as Ações”.

O modelo uni-fatorial da avaliação do ‘Impactos na Comunidade Local’ ajustado a uma amostra de 181 associados (empresas/autónomos) revelou uma qualidade de ajustamento sofrível ($\chi^2/\text{gl}=3,483$; CFI=,957; GFI=,945; PCFI=,574; PGFI=,405; RMSEA=0,177; $P[\text{rmsea} \leq 0.05]=0,007$).

Quadro 30 – Estatísticas e Índices de Ajustamento do instrumento de medida ‘Impactos na Comunidade Local’

Índices de ajustamento	Valores	Valores de referência
χ^2	$\chi^2(9)=31,345$ $p=0,000$	Quanto menor melhor $p > 0.05$
χ^2/gl	3,483	> 5 – mau [2;5] – sofrível [1;2] – bom ~ 1 – muito bom
CFI	0,957	< 0.8 – mau [0.8;0.9[– sofrível
GFI	0,945	[0.9;0.95[– bom ≥ 0.95 – muito bom
PCFI	0,574	< 0.6 – mau [0.6;0.8[– bom
PGFI	0,405	≥ 0.8 – muito bom
RMSEA (I.C. 90%) e p-value ($H_0: \text{rmsea} \leq 0.05$)	0,007	> 0.10 – inaceitável [0.05;0.10] – bom ≤ 0.05 – muito bom p-value ≥ 0.05 (≥ 0.5 segundo Jöreskog)

A Figura 8 apresenta os valores dos pesos fatoriais estandardizados e a fiabilidade individual de cada um dos itens no modelo.

Análise Fatorial Confirmatória
 F2 – Impactos na Comunidade Local
 $\chi^2(9)=31,345; p=,000; \chi^2 df=3,483$
 $CFI=,957; GFI=,945; PCFI=,574; PGFI=,405$
 $RMSEA=,117; P(msea \leq 0,05)=,007$
 $AIC=55,345; BCC=56,316; MECVI=,313$

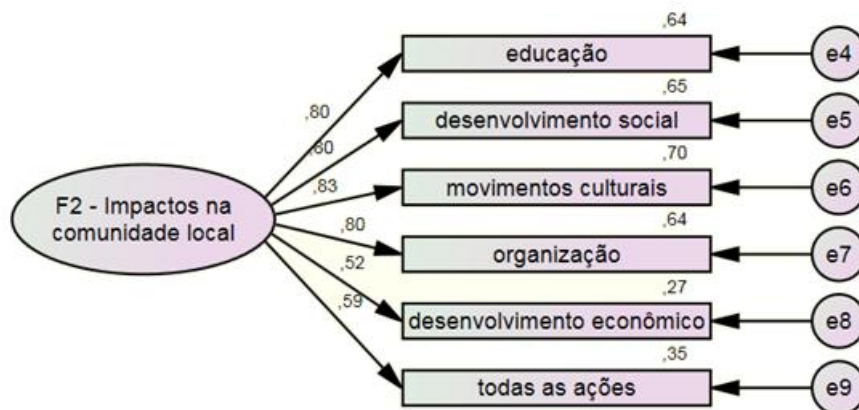


Figura 8 – Pesos fatoriais estandardizados e fiabilidade individual de cada um dos itens do fator ‘Impactos na Comunidade Local’

O fator “Impactos na comunidade local” apresentou como itens com maior peso fatorial os relativos a “Movimentos Culturais”, com $\lambda=0.83$, “Educação”, “Desenvolvimento social” e “Movimentos culturais,” ambos com $\lambda=0.80$. Os itens com menor peso fatorial neste fator é “Todas as Ações”, com $\lambda=0.59$ e “Desenvolvimento Económico”, com $\lambda=0.52$.

A fiabilidade compósita do fator ‘Impactos na Comunidade Local’ é de 0,729, pelo que a fiabilidade do Constructo é adequada ($FC \geq 0,7$).

A variância extraída média (VEM), um indicador de validade convergente dos fatores, revelou-se, também, adequada, sendo de 0,542 para o fator 'Impactos na Comunidade Local' ($VEM \geq 0,5$).

O Quadro 31 apresenta os valores dos pesos fatoriais estandardizados (λ), a fiabilidade compósita (FC) e a variância extraída média (VEM) do fator ‘Impactos na Comunidade Local’.

Quadro 31 – Pesos fatoriais estandardizados dos itens (λ), fiabilidade compósita (FC) e variância extraída média (VEM) do instrumento de medida ‘Impactos na Comunidade Local’.

Fator	Item	λ	FC	VEM
F2 - Impactos na Comunidade Local	educação	0,800	0,729	0,542
	desenvolvimento social	0,805		
	movimentos culturais	0,834		
	organização	0,802		
	desenvolvimento económico	0,521		
	todas as ações	0,594		

O instrumento de medida ‘Gestão Empreendedora/Inovação Social’ é constituído por um fator com sete itens: “Empréstimos”, “Aceitação da Moeda”, “Comércio”, “Trabalho”, “Inovação e Empreendedorismo”, “Novos Negócios” e “Gestão Empreendedora”.

O modelo uni-fatorial da avaliação do item ‘Gestão Empreendedora/Inovação Social’ ajustado a uma amostra de 181 associados (empresas/autónomos) revelou uma qualidade de ajustamento não adequada ($\chi^2/\text{gl}=13,37$; CFI=0,738; GFI=0,732; PCFI=0,492; PGFI=0,366; RMSEA=0,262; $P[\text{rmsea} \leq 0.05]=0,000$).

Quadro 32 – Estatísticas e Índices de Ajustamento do instrumento de medida ‘Gestão Empreendedora/Inovação Social’

Índices de ajustamento	Valores	Valores de referência
χ^2	$\chi^2(7)=187,175$ $p=0,000$	Quanto menor melhor $p > 0.05$
χ^2/gl	13,370	> 5 – mau]2;5] – sofrível]1;2] – bom ~ 1 – muito bom
CFI	0,738	< 0.8 – mau [0.8;0.9[– sofrível
GFI	0,732	[0.9;0.95[– bom ≥ 0.95 – muito bom
PCFI	0,492	< 0.6 – mau [0.6; 0.8[– bom
PGFI	0,366	≥ 0.8 – muito bom
RMSEA (I.C. 90%) e p-value ($H_0: \text{rmsea} \leq 0.05$)	0,000	> 0.10 – inaceitável]0.05;0.10] – bom ≤ 0.05 – muito bom p-value ≥ 0.05 (≥ 0.5 segundo Jöreskog)

A Figura 9 apresenta os valores dos pesos fatoriais estandardizados e a fiabilidade individual de cada um dos itens no modelo.

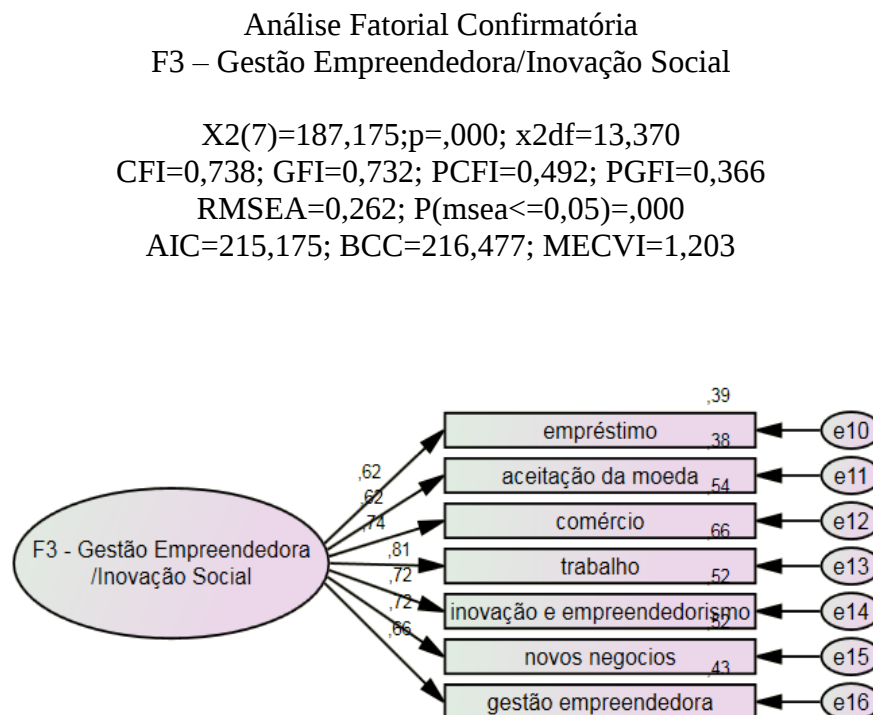


Figura 9 – Pesos fatoriais estandardizados e fiabilidade individual de cada um dos itens do fator ‘Gestão Empreendedora/Inovação Social’

A fiabilidade compósita do fator ‘Gestão Empreendedora/Inovação Social’ é de 0,639, pelo que a fiabilidade do Constructo não é adequada ($FC \geq 0,7$).

A variância extraída média (VEM), um indicador de validade convergente dos fatores, revelou-se adequada, sendo de 0,698 para o fator ‘Gestão Empreendedora/Inovação Social’ ($VEM \geq 0,5$).

O Quadro 33 apresenta os valores dos pesos fatoriais estandardizados (λ), a fiabilidade compósita (FC) e a variância extraída média (VEM) do fator ‘Gestão Empreendedora/Inovação Social’.

Quadro 33 – Pesos fatoriais estandardizados dos itens (λ), fiabilidade compósita (FC) e variância extraída média (VEM) do instrumento de medida ‘Gestão Empreendedora/Inovação Social’.

Fator	Item	λ	FC	VEM
F3 - Gestão Empreendedora/Inovação Social	empréstimo	0,622	0,639	0,698
	aceitação da moeda	0,619		
	comércio	0,736		
	trabalho	0,814		
	inovação e Empreendedorismo	0,722		
	novos negócios	0,720		
	gestão empreendedora	0,656		

O instrumento de medida ‘Capital Humano e Capital Social’ é constituído por um fator com quatro itens: “Conteúdos”, “Consumo de Produtos”, “Geração de Emprego” e “Investimento”.

O modelo uni-fatorial da avaliação do ‘Capital Humano e Capital Social’ ajustado a uma amostra de 181 associados (empresas/autónomos) revelou uma qualidade de ajustamento sofrível ($\chi^2/\text{gl}=3,123$; CFI=0,984; GFI=0,983; PCFI=0,328; PGFI=0,197; RMSEA=0,109; $P[\text{rmsea} \leq 0.05] = 0,113$).

Quadro 34 – Estatísticas e Índices de Ajustamento do instrumento de medida ‘Capital Humano e Capital Social’

Índices de ajustamento	Valores	Valores de referência
χ^2	$\chi^2(2) = 6,247$ $p = 0,044$	Quanto menor melhor $p > 0.05$
χ^2/gl	3,123	> 5 – mau [2;5] – sofrível [1;2] – bom ~ 1 – muito bom
CFI	0,984	< 0.8 – mau [0.8;0.9[– sofrível
GFI	0,983	[0.9;0.95[– bom ≥ 0.95 – muito bom
PCFI	0,328	< 0.6 – mau [0.6;0.8[– bom
PGFI	0,197	≥ 0.8 – muito bom
RMSEA (I.C. 90%) e p-value ($H_0: \text{rmsea} \leq 0.05$)	0,113	> 0.10 – inaceitável [0.05;0.10] – bom ≤ 0.05 – muito bom p-value ≥ 0.05 (≥ 0.5 segundo Jöreskog)

A Figura 10 apresenta os valores dos pesos fatoriais estandardizados e a fiabilidade individual de cada um dos itens no modelo.

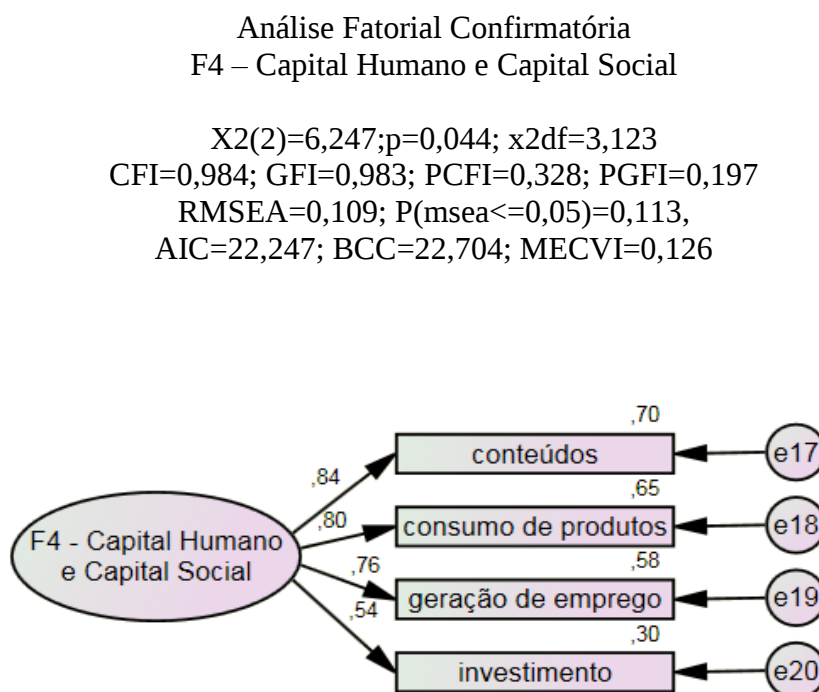


Figura 10 – Pesos fatoriais estandardizados e fiabilidade individual de cada um dos itens do fator ‘Capital Humano e Capital Social’

A fiabilidade compósita do fator ‘Capital Humano e Capital Social’ é de 0,712, pelo que a fiabilidade do Constructo é adequada.

A variância extraída média (VEM), um indicador de validade convergente dos fatores, revelou-se também adequada, sendo de 0,555 para o fator ‘Capital Humano e Capital Social’ ($VEM \geq 0,5$).

O Quadro 35 apresenta os valores dos pesos fatoriais estandardizados (λ), a fiabilidade compósita (FC) e a variância extraída média (VEM) do fator ‘Capital Humano e Capital Social’.

Quadro 35 – Pesos fatoriais estandardizados dos itens (λ), fiabilidade compósita (FC) e variância extraída média (VEM) do instrumento de medida ‘Capital Humano e Capital Social’.

Fator	Item	λ	FC	VEM
F4 - Capital Humano e Capital Social	conteúdos	0,836	0,712	0,555
	consumo de produtos	0,804		
	geração de emprego	0,758		
	investimento	0,545		

A validade fatorial do modelo que visa aferir a envolvente de apoio ao Capital Humano e Capital Social, que tiveram lugar no CFP, por parte dos respetivos colaboradores foi avaliada por intermédio de uma análise fatorial confirmatória com o *software* AMOS (v. 19, SPSS Inc, Chicago, IL) aplicada a uma amostra de 181 associados (empresas/autónomos) parceiros do Banco Palmas, na comunidade Conjunto Palmeiras, tal como descrito por Marôco (2010).

A fiabilidade compósita e a variância extraída média do fator em estudo foram avaliadas em conformidade com os postulados de Fornell e Larcker (1981). A existência de *outliers* (valores atípicos) foi avaliada pela distância quadrada de Mahalanobis (DM2) e a normalidade das variáveis pelos coeficientes de assimetria (Sk) e curtose (Ku) uni- e multi-variada. Nenhuma variável apresentou valores de Sk e Ku indicadores de desvios severos relativamente à distribuição normal ($|Sk| < 3$ e $|Ku| < 10$ (Marôco, 2010). A qualidade de ajustamento global do modelo fatorial foi feita de acordo com os índices e respetivos valores de χ^2/gl , CFI , GFI , $PCFI$, $PGFI$, $RMSEA$, $P[rmsea \leq 0.05]$, $MECVI$, AIC e BCC . A qualidade do ajustamento local foi avaliada pelos pesos fatoriais e pela fiabilidade individual dos itens.

O modelo unifatorial ajustado a uma amostra de 181 associados (empresas/autónomos) parceiros do Banco Palmas revelou uma qualidade de ajustamento sofrível ($\chi^2/gl=3,997$; $CFI=0,775$; $GFI=0,707$; $PCFI=0,669$; $PGFI=0,552$; $RMSEA=0,129$; $P[rmsea \leq 0.05]=0,000$).

Quadro 36 – Estatísticas e Índices de Ajustamento do instrumento de medida ‘Capital Humano e Capital Social’

Índices de ajustamento	Valores	Valores de referência
χ^2	$\chi^2(160) = 655,54$ $p = 0,000$	Quanto menor melhor $p > 0,05$
χ^2/gl	3,997	> 5 – mau [2;5] – sofrível [1;2] – bom ~ 1 – muito bom
CFI	0,775	$< 0,8$ – mau [0,8;0,9[– sofrível
GFI	0,707	[0,9;0,95[– bom $\geq 0,95$ – muito bom
PCFI	0,669	$< 0,6$ – mau [0,6;0,8[– bom
PGFI	0,552	$\geq 0,8$ – muito bom
RMSEA (I.C. 90%) e p-value ($H_0: \text{rmsea} \leq 0,05$)	0,000	$> 0,10$ – inaceitável [0,05;0,10] – bom $\leq 0,05$ – muito bom p-value $\geq 0,05$ ($\geq 0,5$ segundo Jöreskog)

O fator ‘Fortalecimento Económico’ apresenta como itens com maior peso fatorial os relativos a "Comércios", com $\lambda = 0,82$, seguido de "Parceiros", com $\lambda = 0,76$. O item com menor peso fatorial é "Comunidade", com $\lambda = 0,39$.

O fator ‘Impactos na Comunidade Local’ e os itens "Movimentos Culturais" e "Organização" apresentaram, respetivamente $\lambda = 0,81$ e $\lambda = 0,79$. O item com menor peso fatorial é "Desenvolvimento Económico", com $\lambda = 0,59$.

No que respeita à ‘Gestão Empreendedora/Inovação Social’, foi 'Novos Negócios' que apresentou maior peso fatorial, com $\lambda = 0,79$, seguido de "Trabalho", com $\lambda = 0,77$. Os itens com menor peso fatorial foram ‘Empréstimo’ e ‘Aceitação da moeda’, ambos com $\lambda = 0,56$.

O fator ‘Capital Humano e Capital Social’ apresenta como itens com maior peso fatorial os relativos a "Conteúdos", com $\lambda = 0,80$, "Consumo de Produtos", com $\lambda = 0,79$ e "Geração de Emprego", com $\lambda = 0,78$. O item com menor peso fatorial é "Formação e Treinamento", com $\lambda = 0,59$.

A Figura 11 apresenta os valores dos pesos fatoriais estandardizados e a fiabilidade individual de cada um dos itens no modelo.

Análise Fatorial Confirmatória – simplificado

F1_F2_F3_F4 – associados (empresas/autónomos)

$X^2(160)=655,54$; $p=,000$; $x^2df=3,997$

CFI=0,775; GFI=0,707; PCFI=0,669; PGFI=0,552

RMSEA=0,129; $P(msea \leq 0,05)=,000$

AIC=747,541; BCC=759,692; MECVI=4,221

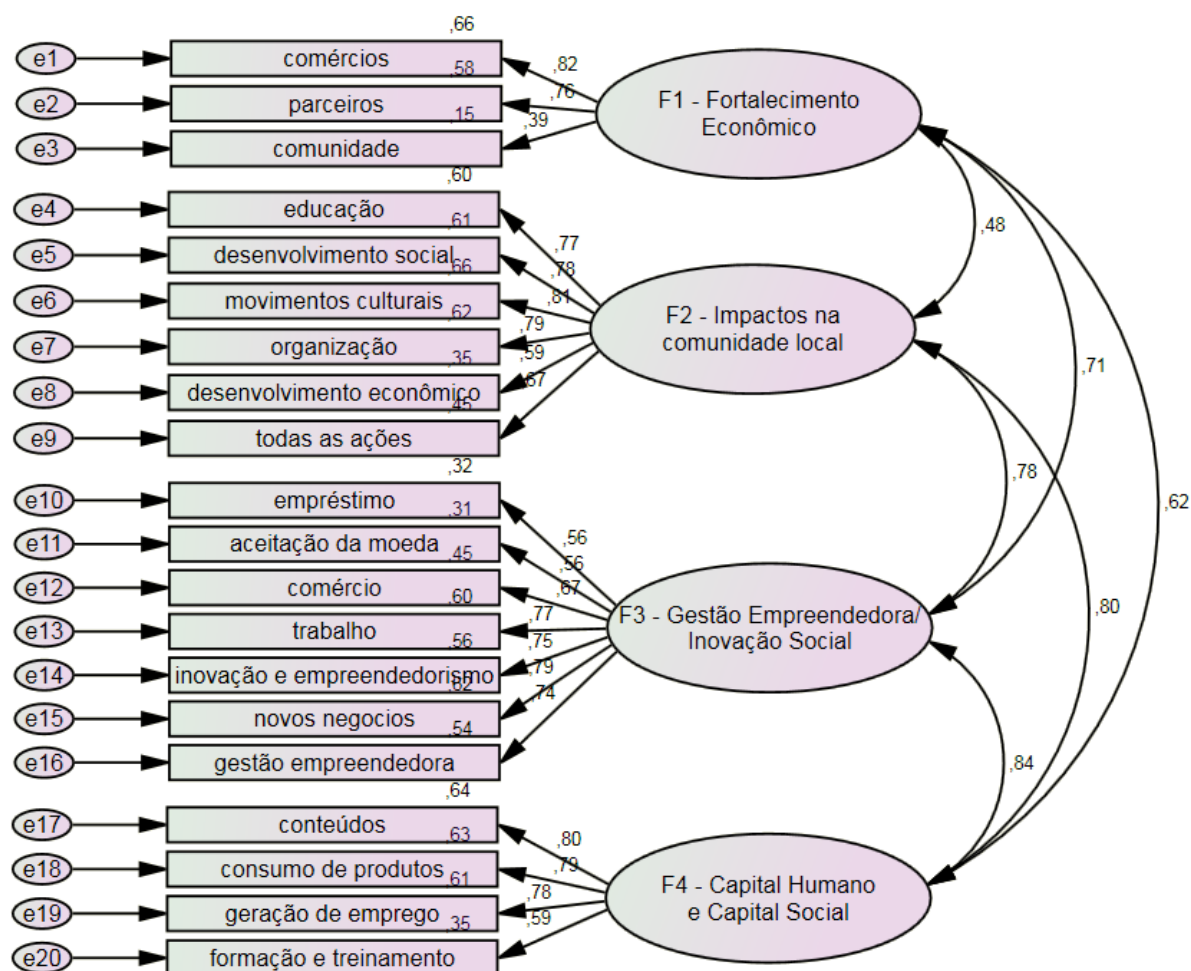


Figura 11 – Pesos fatoriais estandardizados e fiabilidade individual dos itens.

A fiabilidade compósita do fator 'Fortalecimento Económico' é de 0,312, a de 'Impactos na Comunidade Local' de 0,416, a de 'Gestão Empreendedora/Inovação Social' de 0,482 e a de 'Capital Humano e Capital Social' de 0,370; a fiabilidade do Constructo não é adequada ($FC \geq 0,7$).

A variância extraída média (VEM), um indicador da validade convergente dos fatores, revelou-se, também, não adequada, sendo de 0,466 para o 'Fortalecimento Económico' e de 0,482 para a 'Gestão Empreendedora/Inovação Social'. A VEM

revelou-se adequada para os fatores 'Impactos na Comunidade Local' e 'Capital Humano e Capital Social', com 0,548 e 0,557, respetivamente ($VEM \geq 0.5$).

O Quadro 37 apresenta os valores dos pesos fatoriais estandardizados, a fiabilidade compósita (FC) e a variância extraída média (VEM).

Quadro 37 – Pesos fatoriais estandardizados dos itens (λ), fiabilidade compósita (FC) e variância extraída média (VEM) do instrumento de medida no CFP.

Fator	Item	Λ	FC	VEM
F1 – Fortalecimento Económico	Comércios	0,815	0,312	0,466
	Parceiros	0,763		
	Comunidades	0,389		
F2 - Impactos na Comunidade Local	Educação	0,775	0,416	0,548
	Desenvolvimento social	0,782		
	Movimentos culturais	0,810		
	Organização	0,787		
	Desenvolvimento económico	0,593		
	Todas as ações	0,672		
F3 - Gestão Empreendedora/Inovação Social	Empréstimos	0,564	0,482	0,486
	Aceitação da moeda	0,560		
	Comércio	0,667		
	Trabalho	0,774		
	Inovação e Empreendedorismo	0,748		
	Novos negócios	0,789		
	Gestão empreendedora	0,736		
F4 - Capital Humano e Capital Social	Conteúdos	0,801	0,370	0,557
	Consumo de produtos	0,792		
	Geração de emprego	0,779		
	Investimento	0,594		

A validade discriminatória dos fatores foi avaliada pela comparação das VEM com os quadrados da correlação entre fatores. Todos apresentaram validade

discriminatória, pois o quadrado da correlação entre eles é consideravelmente inferior aos respectivos valores da VEM. Está, assim, confirmada a validade e fiabilidade dos fatores que constituem o instrumento de medida.

O Quadro 38 apresenta as correlações entre os vários fatores.

Quadro 38 – Correlações entre os fatores.

			Correlação	r²	p
Fortalecimento Económico	↔	Impactos na comunidade local	0,483	0,233	***
Fortalecimento Económico	↔	Gestão Empreendedora/Inovação Social	0,709	0,503	***
Fortalecimento Económico	↔	Capital Humano e Capital Social	0,616	0,379	***
Impactos na comunidade local	↔	Gestão Empreendedora/Inovação Social	0,780	0,608	***
Impactos na comunidade local	↔	Capital Humano e Capital Social	0,804	0,646	***
Gestão Empreendedora/Inovação Social	↔	Capital Humano e Capital Social	0,838	0,702	***

4.3 Colaboradores funcionais

De acordo com a Figura 12, dos 26 colaboradores, 54,8% são homens e 46,2% mulheres.

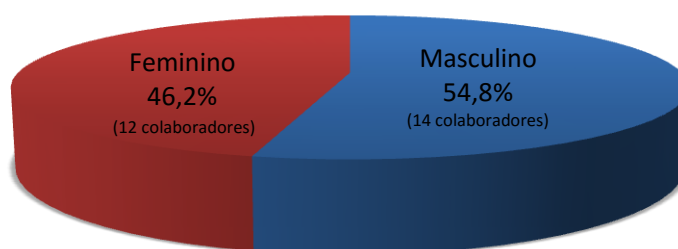


Figura 12 – Distribuição dos colaboradores por Género.

Em relação ao perfil económico, 53,8% dos colaboradores auferem, predominantemente, até um salário mínimo, 34,6% de dois a três salários mínimos e 11,5% acima de cinco salários mínimos (Fig. 13).

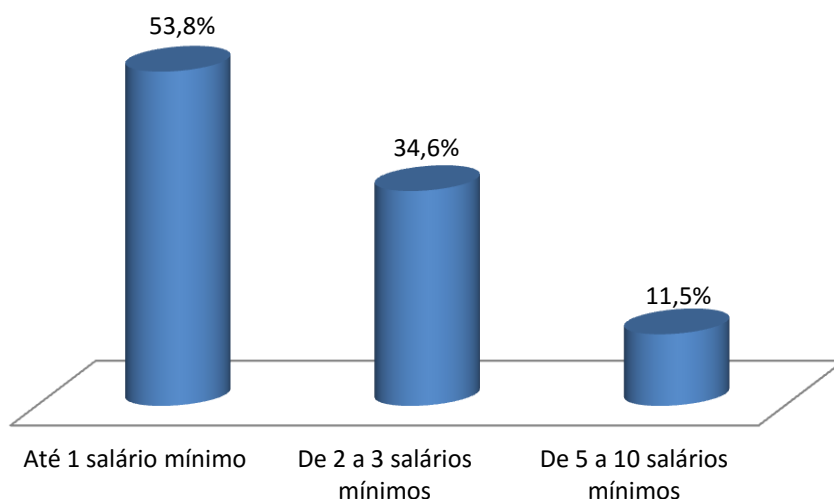


Figura 13 – Distribuição do Perfil Económico.

O Quadro 39 mostra que a faixa etária dos colaboradores funcionais varia de 18 a 59 anos, sendo a média de idades dos colaboradores funcionais do Banco de Palmas de 31 anos (DP $\pm$ 11,35).

Quadro 39 – Distribuição da Idade

N	Mínimo	Máximo	Média ($\pm$ DP)	Mediana	IC _{95%}
26	18	59	31,42 (11,35)	29,50	24,5-32

DP – Desvio Padrão. IC_{95%} - Intervalo de Confiança de 95%

Aplicado o teste de normalidade de Kolmogorov-Smirnov, verificou-se que a variável idade dos colaboradores funcionais do Banco Palmas não segue a distribuição normal (KS=0,207; gl=26; p=0,006); por esse motivo, aplicou-se o teste de Kruskal-Wallis que permitiu concluir que existem diferenças estatisticamente significativas na variável idade em relação à função exercida no Banco Palmas ($\chi^2=9,742$, gl=2 e P=0,008). O Quadro 40 mostra que o Corpo Diretivo e os colaboradores dos Serviços de Apoio apresentam idade superior, quando comparados com os Técnicos.

Quadro 40 – Distribuição da Idade segundo a Função.

Função	Média ($\pm$ DP)	Média Ordens	Teste de Kruskal Wallis
Corpo Diretivo	44,80 ($\pm$ 13,76)	21,80	$\chi^2=9,742$
Serviços de Apoio	36,25 ($\pm$ 13,45)	16,88	gl=2
Técnico	26,35 ($\pm$ 5,58)	10,26	P=0,008
Total	31,42 (11,35)		

De acordo com o quadro 41, a média de idades foi de 31,42 anos (desvio padrão = 11,35), sendo que 46,2% (n = 12) eram mulheres. O Corpo Diretivo apresenta a média de idades mais elevada, 44,8 anos, e o maior desvio padrão (13,76), tendo o corpo técnico a média de idades mais baixa, 26,35, e o menor desvio padrão (5,58). A média total de idades é 31,42 e o desvio padrão 11,35, um resultado nitidamente influenciado pelo desvio do pessoal técnico.

Como se pode ver pelo Quadro 42, a aplicação do teste de Kruskal-Wallis permitiu concluir que existe uma diferença significativa na idade dos colaboradores funcionais em relação ao rendimento ($\chi^2=10,319$; gl=2 e P=0,006), tendo-se verificado que colaboradores com mais idade auferem maiores rendimentos.

Quadro 41 – Distribuição da Idade segundo o Perfil Económico.

Rendimentos (Salários Mínimos)	Média (±DP)	Média Ordens	Teste de Kruskal Wallis
Até 1	25,64 (±6,92)	9,36	$\chi^2=10,319$
De 2 a 3	34,44 (±8,53)	16,83	gl=2
De 5 a 10	49,33 (±15,89)	22,83	P=0,006
Total	31,42 (±11,35)		

DP – Desvio Padrão.

Quadro 42 – Cruzamento entre as variáveis Função e Rendimentos.

Função/Renda (Salários Mínimos)	Até 1	De 2 a 3	De 5 a 10	Total
Corpo Diretivo	0 (0%)	2 (40%)	3 (60%)	5 (100%)
Serviços de Apoio	3 (75%)	1 (25%)	0 (0%)	4 (100%)
Técnico	11 (64,7%)	6 (35,3%)	0 (0%)	17 (100%)
Total	14 (53,8%)	9 (34,6%)	3 (11,5%)	26 (100%)

Ao analisarmos a distribuição do perfil económico, constata-se que praticamente metade dos colaboradores (53,8%) recebem um salário mínimo ou menos e cerca de 11,5% recebem entre cinco e dez salários mínimos. Enquanto os que recebem até um salário mínimo têm, em média, 25,64 anos (com o menor desvio padrão de 6,92), os que recebem entre cinco e dez salários têm uma média de 49,33 anos, apresentando o maior desvio padrão (15,89). Entre os membros do Corpo Diretivo, 60% auferem entre cinco e dez salários e 40% entre dois e três. Dos colaboradores de serviços de apoio, nenhum recebe mais do que três salários mínimos, sendo que,

relativamente aos primeiros, 75% auferem até um salário mínimo (n=3) e, relativamente aos segundos, a percentagem é de 64,7% (n=11). Do total dos 26 elementos da população, 53,8% auferem até um salário mínimo, 34,6% entre dois e três e 11,5% entre cinco e dez.

Quadro 43 – Itens sugeridos para a efetiva gestão de Capital Humano e Capital Social do Banco Palmas segundo a função.

Itens sugeridos	Função			Total (N=26)
	Corpo Diretivo (N=5)	Serviços de Apoio (N=4)	Técnico (N=17)	
Criação de políticas de permanência	2 (40%)	1 (25%)	5 (29,4%)	8 (30,8%)
Oferta de cursos	3 (60%)	2 (50%)	10 (58,8%)	15 (57,7%)
Capacitação	4 (80%)	2 (50%)	10 (58,8%)	16 (61,5%)
Treinamento	4 (80%)	0 (0%)	10 (58,8%)	14 (53,8%)
Participação específica em eventos	2 (40%)	0 (0%)	3 (17,6%)	5 (19,2%)

A aplicação do teste de Mann-Whitney permitiu concluir que, em relação aos itens sugeridos pelos colaboradores funcionais para uma efetiva gestão do Capital Humano e do Capital Social do Banco Palmas, apenas o item Criação de políticas de permanência apresenta uma diferença significativa relativamente à idade dos colaboradores que fazem esta sugestão e dos que optam por não fazê-lo; ou seja, é perceptível que a idade dos colaboradores que sugerem a Criação de políticas de permanência é ligeiramente superior (Quadro 43).

De acordo com o Quadro 44, a distribuição dos itens sugeridos para uma gestão efetiva de Capital Humano e Capital Social no Banco Palmas, por média de idades, variou entre a Oferta de cursos (31,40), a Capacitação (32,06), o Treinamento (32,36), a Participação em eventos (34,20) e a Criação de políticas de permanência (38,63). O desvio padrão sofreu uma oscilação entre a oferta de cursos (10,63), a Criação de políticas de permanência (11,66), a Capacitação e o Treinamento (12,99) e a Participação em eventos (14,57).

Quadro 44 – Itens sugeridos para que para a efetiva gestão de Capital Humano e Capital Social do Banco Palmas segundo a idade.

Itens	Item Sugerido	Média ($\pm$ DP)	Média Ordens	Teste de Mann-Whitney
Criação de políticas de permanência	SIM	38,63 ($\pm$ 11,66)	18,19	Z=-2,087 P=0,037
	NÃO	28,22 ($\pm$ 9,92)	11,42	
Oferta de cursos	SIM	31,40 ($\pm$ 10,63)	13,87	Z=-0,286 P=0,775
	NÃO	31,45 ($\pm$ 12,81)	13,00	
Capacitação	SIM	32,06 ($\pm$ 12,99)	13,44	Z=-0,053 P=0,958
	NÃO	30,40 ($\pm$ 8,64)	13,60	
Treinamento	SIM	32,36 ($\pm$ 12,99)	13,68	Z=-0,129 P=0,898
	NÃO	30,33 ($\pm$ 9,53)	13,29	
Participação específica em eventos	SIM	34,20 ($\pm$ 14,57)	15,40	Z=-0,619 P=0,536
	NÃO	30,76 ($\pm$ 10,78)	13,05	

Aplicado o teste de independência de Qui-quadrado ou o Teste Exato de Fisher, em consonância com os dados, pode-se concluir que existe uma relação estatística entre o gênero dos colaboradores e a sugestão da capacitação como forma de efetivação da gestão de Capital Humano e Capital Social do Banco Palmas; ou seja, verifica-se, predominantemente, percentagens superiores entre as mulheres colaboradoras, atingindo os 91,7%. Nos demais itens (criação de políticas de permanência, oferta de cursos, treinamento e participação específica em eventos), não existe associação estatística (Quadro 45).

Como se pode ver pelo Quadro 45, entre os itens sugeridos para uma efetiva gestão de Capital Humano e Capital Social do Banco Palmas, a Capacitação foi a mais referida, respetivamente, 80% pelo corpo diretivo, 50% pelos serviços de apoio e 58,8% pelo corpo técnico, num total de 61,5%. A Oferta de cursos (57,7%) e o Treinamento (53,8%) aparecem em segundo e terceiro lugares entre o total. A criação de políticas de permanência foi sugerida por 30,8 do total e a participação em eventos por 19,2% do total.

Também no que diz respeito à associação entre gênero e os itens sugeridos para uma gestão efetiva do Capital Humano e do Capital Social do Banco Palmas, no que respeita à Oferta de cursos, verificou-se uma aproximação entre os dois gêneros (M - 57,1% e F - 58,3%), o mesmo acontecendo relativamente à Criação de políticas de permanência (M - 28,6% e F - 33,3%). Quanto à Participação em eventos (M - 71,0% e F - 33,33%) e ao Treinamento (M - 42,9% e F - 66,7%), verificou-se uma disparidade, que é acentuada no que diz respeito à Capacitação (M - 35,7% e F - 91,7%).

A associação entre gênero e os itens sugeridos para uma gestão efetiva do Capital Humano e do Capital Social do Banco Palmas, no que respeita à função (Quadro 45), revelou que o gênero feminino privilegia, por ordem decrescente de valores, a Capacitação (91,7%), o Treinamento (66,7%), a Oferta de cursos (58,3%) e a Criação de políticas de permanência e a Participação específica em eventos (33,3%). Quanto aos homens, preferem a Participação específica em eventos (71,0%), a Oferta de cursos (57,1%), o Treinamento (42,9%), a Capacitação (35,7%) e a Criação de políticas de permanência (28,6%). Comparando as sugestões dos dois gêneros, verifica-se que a Oferta de cursos tem um valor idêntico (M - 57,1% e F - 58,3%), assim como a Criação de políticas de permanência (M - 28,6 e F - 33,3%). Quanto à Capacitação, os valores são díspares (M - 91,7% e F - 35,7%). O Treinamento foi sugerido por 42,9% dos homens e 66,7% das mulheres e a Participação específica em eventos por 71,0% dos homens e 33,3% das mulheres.

Estes resultados corroboram os estudos de Putnam e Subirats (2015) que afirmam que o Capital Social tem como função básica a confiança, tal como as normas e as ligações de relações sociais que contribuem para fortalecer a eficiência da sociedade. Quanto maior o nível de confiança entre os indivíduos de uma comunidade, maior é a probabilidade de cooperarem entre eles e, conseqüentemente, maior o Capital Social. Também Matos (2009) defende que o Capital Social desempenha uma função de extrema relevância quando se trata de investigar a qualidade da relação entre as instituições do Terceiro Setor e a comunidade.

Quadro 45 – Associação entre gênero e itens sugeridos para uma efetiva gestão de Capital Humano e Capital Social no Banco Palmas segundo a função.

Itens sugeridos	Sexo		Total (N=26)	Teste Qui-quadrado ^a Teste Exato de Fisher ^b
	Masculino (N=14)	Feminino (N=12)		
Criação de políticas de permanência	4 (28,6%)	4 (33,3%)	8 (30,8%)	0,999^b
Oferta de cursos	8 (57,1%)	7 (58,3%)	15 (57,7%)	0,951 ^a
Capacitação	5 (35,7%)	11 (91,7%)	16 (61,5%)	0,005^b
Treinamento	6 (42,9%)	8 (66,7%)	14 (53,8%)	0,225 ^a
Participação específica em eventos	1 (7,1%)	4 (33,3%)	5 (19,2%)	0,148^b

O Quadro 46 mostra que, numa escala de Likert, a maioria dos colaboradores avaliou a função do Banco Palmas, no que diz respeito ao fortalecimento económico, com ótimo e bom, de acordo com a seguinte distribuição: desenvolvimento económico das empresas associadas ao Banco Palmas, na comunidade do Conjunto Palmeiras (Bom – 46,2%; Ótimo - 30,8%); Contribuição do Banco Palmas para o fortalecimento económico de seus associados (Ótimo - 38,5%; Bom - 34,6%); Desenvolvimento económico da região nos últimos quinze anos (Ótimo - 46,2%; Bom - 34,6%). Estas conclusões estão de acordo com a visão de Melo Neto & Froes (2002, p. 12), que consideram que o Empreendedorismo Social “envolve todos os membros da comunidade num esforço comum de participação, integração e desenvolvimento”

O objetivo do banco comunitário não é o de potencializar o seu lucro, como sucede com os bancos capitalistas, mas o de estimular o desenvolvimento da economia local que o gerou e o utiliza. (França, 2012b) Combina os objetivos sociais e políticos da sua ação com a elaboração de atividades económicas, proporcionando à comunidade formas alternativas de organização do trabalho que questionam os mecanismos fundamentais de regulação das próprias sociedades, assumindo contornos específicos em função de cada contexto societário e da sua cultura.

Quadro 46 – Distribuição de frequências da avaliação global dos colaboradores funcionais segundo a função no banco de Palmas – Fortalecimento económico.

Itens	Insuficiente e	Regular	Bom	Ótimo	Excelent e	Total	Média das Ordens	Teste Kruskal Wallis
Houve um desenvolvimento econômico das empresas associadas ao Banco Palmas na comunidade do Conjunto Palmeiras?								
Corpo Diretivo	1 (20%)	0 (0%)	2 (40%)	2 (40%)	0 (0%)	5 (100%)	13,50	$\chi^2 = 0,490$ g.l.=2 P=0,803
Serviço s de Apoio	0 (0%)	1 (25%)	1 (25%)	1 (25%)	1 (25%)	4 (100%)	15,75	
Técnico	1 (4,9%)	2 (11,8%)	9 (52,9%)	5 (29,4%)	0 (0%)	17 (100%)	12,97	
Total	2 (7,7%)	3 (11,5%)	12 (46,2%)	8 (30,8%)	1 (3,8%)	26 (100%)		
O Banco Palmas contribuiu para o fortalecimento econômico de seus associados?								
Corpo Diretivo	0 (0%)	2 (40%)	2 (40%)	1 (20%)	0 (0%)	5 (100%)	9,30	$\chi^2 = 2,255$ g.l.=2 P=0,349
Serviço s de Apoio	0 (0%)	1 (25%)	1 (25%)	2 (50%)	0 (0%)	4 (100%)	13,13	
Técnico	1 (5,9%)	1 (5,9%)	6 (35,3%)	7 (41,2%)	2 (11,8%)	17 (100%)	14,82	
Total	1 (3,8%)	4 (15,4%)	9 (34,6%)	10 (38,5%)	2 (7,7%)	26 (100%)		
O desenvolvimento econômico da região nos últimos quinze anos.								
Corpo Diretivo		2 (40%)	2 (40%)	1 (20%)	0 (0%)	5 (100%)	8,50	$\chi^2 = 3,222$ g.l.=2 P=0,224
Serviço s de Apoio		0 (0%)	2 (50%)	1 (25%)	1 (25%)	4 (100%)	15,88	
Técnico		2 (11,8%)	5 (29,4%)	10 (58,8%)	0 (0%)	17 (100%)	14,41	
Total		4 (15,4%)	9 (34,6%)	12 (46,2%)	1 (3,8%)	26 (100%)		

De acordo com a escala Likert, a maioria dos colaboradores avaliou a função do Banco Palmas, em termos do impacto na comunidade local, com ótimo e bom. De acordo com o Quadro 47, no âmbito da contribuição para o desenvolvimento educacional na região, a ação do banco foi avaliada com bom e ótimo, por de 42,3% dos colaboradores. Para 46,2%, a criação do Banco Palmas influenciou de forma boa, ótima e excelente o desenvolvimento social na região.

O desenvolvimento de uma cultura de paz na região foi qualificado como bom por 50% dos inquiridos e como ótimo por 34,6%. O desenvolvimento político da região potenciado pelo Banco foi classificado como ótimo por 38,5% dos inquiridos e como bom por 30,8%.

No que diz respeito à ação do Banco na economia solidária e desenvolvimento local, 53,8% dos colaboradores avaliaram-na com ótimo e 30,8% com bom. Estes dados confirmam a opinião de Dees (2012), segundo o qual obter lucros, gerar ganhos ou ajustar-se aos desejos dos consumidores pode pertencer ao modelo de economia

solidária, mas como meios para atingir uma finalidade social e não como uma finalidade em si própria.

Quadro 47 – Distribuição de frequências da avaliação global dos colaboradores funcionais segundo a função no banco Palmas – Impactos na comunidade local.

Itens	Insuficiente	Regular	Bom	Ótimo	Excelente	Total	Média das Ordens	Teste Kruskal Wallis
Para você, com a criação do banco Palmas, houve desenvolvimento educacional na região do conjunto Palmeiras nos últimos quinze anos.								
Corpo Diretivo	1 (20%)	1 (20%)	0 (0%)	3 (60%)		5 (100%)	13,40	$\chi^2 =,061$ g.l.=2 P=0,974
Serviços de Apoio	0 (0%)	0 (0%)	3 (75%)	1 (25%)		4 (100%)	12,75	
Técnico	0 (0%)	2 (11,8%)	8 (47,1%)	7 (41,2%)		17 (100%)	13,71	
Total	1 (3,8%)	3 (11,5%)	11 (42,3%)	11 (42,3%)		26 (100%)		
Para você, com a criação do banco Palmas, houve desenvolvimento social na região nos últimos quinze anos.								
Corpo Diretivo		2 (40%)	2 (40%)	1 (20%)		5 (100%)	8,10	$\chi^2 =3,846$ g.l.=2 P=0,139
Serviços de Apoio		0 (0%)	2 (50%)	2 (50%)		4 (100%)	14,50	
Técnico		0 (0%)	8 (47,1%)	9 (52,9%)		17 (100%)	14,85	
Total		2 (7,7%)	12 (46,2%)	12 (46,2%)		26 (100%)		
Para você, com a criação do banco Palmas, houve desenvolvimento de uma cultura de paz na região nos últimos quinze anos.								
Corpo Diretivo		2 (40%)	2 (40%)	1 (20%)		5 (100%)	9,80	$\chi^2 =2,199$ g.l.=2 P=0,389
Serviços de Apoio		0 (0%)	2 (50%)	2 (50%)		4 (100%)	16,50	
Técnico		2 (11,8%)	9 (52,9%)	6 (35,3%)		17 (100%)	13,88	
Total		4 (15,4%)	13 (50%)	9 (34,6%)		26 (100%)		
Para você, com a criação do banco Palmas, houve desenvolvimento político da região nos últimos quinze anos.								
Corpo Diretivo	0 (0%)	2 (40%)	1 (20%)	1 (20%)	1 (20%)	5 (100%)	13,40	$\chi^2 =,218$ g.l.=2 P=0,899
Serviços de Apoio	0 (0%)	1 (25%)	2 (50%)	1 (25%)	0 (0%)	4 (100%)	12,00	
Técnico	1 (5,9%)	3 (17,6%)	5 (29,4%)	8 (47,1%)	0 (0%)	17 (100%)	13,88	
Total	1 (3,8%)	6 (23,1%)	8 (30,8%)	10 (38,5%)	1 (3,8%)	26 (100%)		
Avalia o crescimento do Banco Palmas nos últimos quinze anos no que se refere a ação de economia solidária e desenvolvimento Local?								
Corpo Diretivo	0 (0%)	1 (20%)	1 (20%)	3 (60%)	0 (0%)	5 (100%)	12,20	$\chi^2 =,311$ g.l.=2 P=0,859
Serviços de Apoio	0 (0%)	0 (0%)	1 (25%)	3 (75%)	0 (0%)	4 (100%)	14,75	
Técnico	1 (5,9%)	0 (0%)	6 (35,3%)	8 (47,1%)	2 (11,8%)	17 (100%)	13,59	
Total	1 (3,8%)	1 (3,8%)	8 (30,8%)	14 (53,8%)	2 (7,7%)	26 (100%)		

Com o Instituto Palmas, abriu-se a possibilidade de se desenvolver projetos em parceria com o Governo Federal do Brasil que, ao reconhecer o banco como uma metodologia de sucesso na luta contra a exclusão social, fez com que este fosse passível de ser reconhecido politicamente, neste caso, como uma política nacional de incentivo ao crédito para produção, consumo e desenvolvimento. Segundo Yunus e Weber (2011), os modelos de economias populares constituem mais uma resposta à questão da pobreza global e aos constantes problemas da sociedade, constituída na base das boas intenções dos líderes, e deve atingir o resultado de gerar benefícios financeiros, sociais e ambientais.

Quadro 48 – Distribuição de frequências da avaliação global dos colaboradores funcionais segundo a função no banco de Palmas – Gestão Empreendedora.

Itens	Insuficiente e	Regular	Bom	Ótimo	Excelente	Total	Média das Ordens	Teste Kruskal Wallis
Durante esse tempo trabalhando no Banco Palmas, avalia as ações empreendedoras?								
Corpo Diretivo		2 (40,0%)	0 (0%)	3 (60%)	0 (0%)	5 (100%)	11,00	$\chi^2 = 2,864$ $g.l. = 2$ P=0,269
Serviços de Apoio		0 (0%)	3 (75%)	1 (25%)	0 (0%)	4 (100%)	9,50	
Técnico		1 (5,9%)	4 (25,3%)	9 (52,9%)	3 (17,6%)	17 (100%)	15,18	
Total		3 (11,5%)	7 (26,9%)	13 (50%)	3 (11,5%)	26 (100%)		
O Banco Palmas promoveu ações de inovação e Empreendedorismo Social?								
Corpo Diretivo		0 (0%)	1 (20%)	3 (60%)	1 (20%)	5 (100%)	17,60	$\chi^2 = 2,624$ $g.l. = 2$ P=0,277
Serviços de Apoio		0 (0%)	3 (75%)	1 (25%)	0 (0%)	4 (100%)	10,25	
Técnico		1 (5,9%)	8 (47,1%)	6 (35,3%)	2 (11,8%)	17 (100%)	13,06	
Total		1 (3,8%)	12 (46,2%)	10 (38,5%)	3 (11,5%)	26 (100%)		
Sobre a gestão empreendedora do Banco Palmas em criar e oferecer diversos cursos nas áreas da formação, como você avalia a qualidade dessas ofertas?								
Corpo Diretivo			2 (40%)	2 (40%)	1 (20%)	5 (100%)	14,90	$\chi^2 = 0,576$ $g.l. = 2$ P=0,751
Serviços de Apoio			3 (75%)	0 (0%)	1 (25%)	4 (100%)	11,38	
Técnico			8 (47,1%)	7 (41,2%)	2 (11,8%)	17 (100%)	13,59	
Total			13 (50%)	9 (34,6%)	4 (15,4%)	26 (100%)		

De acordo com a escala Likert (Quadro 48), a maioria dos colaboradores considerou a Gestão Empreendedora do Banco Palmas como ótima e boa, com a seguinte distribuição: avaliação das ações empreendedoras (Ótimo - 50% e Bom - 26,9%); inovação e Empreendedorismo Social (Bom - 46,2% e ótimo - 38,5%); qualidade dos diversos cursos nas áreas da formação realizados pelo Banco (Ótimo -

34,6% e Bom - 50%). Estes dados estão em conformidade com os estudos de vários teóricos.

Com efeito, de acordo com Stewart (2013), o Capital Humano é tudo aquilo que as pessoas levam com elas a cada final de uma realização profissional formativa; para Fonseca (1995) a teoria do Capital Humano passou a ser entendida como conhecimento e uma qualificação das pessoas que não podem ser sumariamente excluídas das teorias de crescimento económico, nem ser considerada à luz de um olhar simplista e generalista; Sarkar (2010b) afirma que o papel do empreendedor é o de catalisar as oportunidades, que podem decorrer de algumas necessidades urgentes, e explorá-las com um objetivo próprio, transformando a procura em oferta, a ideia ou inovação em produtos, a gestão em ação inovadora; e Marques (2004) centra a Inovação Social na gestão de pessoas e no alcance de solução para as questões sociais.

Quadro 49 – Distribuição de frequências da avaliação global dos colaboradores funcionais segundo a função no banco Palmas – Capital Humano e Capital Social.

Itens	Insuficiente	Regular	Bom	Ótimo	Excelente	Total	Média das Ordens	Teste Kruskal Wallis
Avalia a formação do Capital Humano e Capital Social promovida pelo Banco Palmas?								
Corpo Diretivo		0 (0%)	3 (60%)	0 (0%)	2 (40%)	5 (100%)	14,60	$\chi^2 = 0,479$ $g.l. = 2$ $P = 0,777$
Serviços de Apoio		1 (20%)	1 (25%)	2 (50%)	0 (0%)	4 (100%)	11,38	
Técnico		1 (5,9%)	7 (41,2%)	7 (41,2%)	2 (11,8%)	17 (100%)	13,68	
Total		2 (7,7%)	11 (42,3%)	9 (34,6%)	4 (15,4%)	26 (100%)		
Houve desenvolvimento de Capital Humano e social através das ações promovidas pelo Banco Palmas?								
Corpo Diretivo	1 (20%)	1 (20%)	0 (0%)	1 (20%)	2 (40%)	5 (100%)	14,60	$\chi^2 = 0,255$ $g.l. = 2$ $P = 0,889$
Serviços de Apoio	0 (0%)	0 (0%)	2 (50%)	2 (50%)	0 (0%)	4 (100%)	12,25	
Técnico	1 (5,9%)	0 (0%)	5 (29,4%)	11 (64,7%)	0 (0%)	17 (100%)	13,47	
Total	2 (7,7%)	1 (3,8%)	7 (26,9%)	14 (53,8%)	2 (7,7%)	26 (100%)		
Frente a todas as ações implementadas pelo Banco Palmas com sua política de Microcrédito, inclusão Social, Empreendedorismo e desenvolvimento local, como você avalia o Banco Palmas?								
Corpo Diretivo		0 (0%)	2 (40%)	3 (60%)	0 (0%)	5 (100%)	11,60	$\chi^2 = 0,741$ $g.l. = 2$ $P = 0,716$
Serviços de Apoio		0 (0%)	1 (25%)	2 (50%)	1 (25%)	4 (100%)	15,50	
Técnico		1 (5,9%)	4 (23,5%)	10 (58,8%)	2 (11,8%)	17 (100%)	13,59	
Total		1 (3,8%)	7 (26,9%)	15 (57,7%)	3 (11,5%)	26 (100%)		

De acordo com a escala Likert, como se pode ver pelo Quadro 49, a maioria dos colaboradores avaliou a função do Banco Palmas, no âmbito do Capital Humano e do Capital Social, com ótimo e bom, observando-se a seguinte distribuição: formação do Capital Humano e do Capital Social (Bom - 42,3%; Ótimo - 34,6%);

desenvolvimento de Capital Humano e social através das ações promovidas pelo banco (Ótimo - 53,8%; Bom - 26,9%); política de microcrédito, inclusão social, Empreendedorismo e desenvolvimento local (Ótimo - 57,7%; Bom - 26,9%). Estes resultados estão em conformidade com os de Matos (2009, p. 34, 35): “O Capital Social descreve circunstâncias nas quais os indivíduos podem se valer de sua participação em grupos e redes para atingir metas e benefícios. Assim, além de atributo individual, o Capital Social é visto como componente de ação coletiva, ativando as redes sociais”. Também Toro (2000) encara as ações do Terceiro Setor como intervenções sociais que procuram modificar modos de pensar, de atuar e/ou de sentir, e de acordo com Melo Neto e Magalhães (2007, p. 34) o “Sistema Integrado de Microcréditos é um sistema financeiro solidário, adaptado à realidade da comunidade, que atua de forma integrada nos quatro pontos da cadeia produtiva, quais sejam: capital solidário, produção sustentável, consumo ético, comércio justo.” Como afirmava o economista inglês Marshall (apud Fonseca, 1995, p.6970) “o mais valioso de todos os capitais é aquele investido no ser humano”.

Para identificar os fatores subjacentes aos diferentes grupos de questões que compõem o questionário, recorreu-se à Análise Fatorial Explanatória (AFE).

Quadro 50 – Fatores obtidos a partir da Análise Fatorial Explanatória (AFE)

Fatores	Descrição
F1	Fortalecimento Económico
F2	Impactos na Comunidade Local
F3	Gestão Empreendedora
F4	Capital Humano e Capital Social

Em primeiro lugar, procurou-se perceber como se diferenciam os fatores que constituem a Escala de Satisfação dos colaboradores funcionais representantes legais do Banco Palmas: Fortalecimento Económico (F1); Impactos na comunidade local (F2); Gestão Empreendedora (F3); Capital Humano e Capital Social (F4).

Foi aplicado o teste de aderência à normalidade de Kolmogorov-Smirnov, verificando-se que apenas o fator F4 (Capital Humano e Capital Social) não segue uma distribuição normal (Quadro 54). O fator F2 ficou no limiar da significância estatística e os fatores F1 e F3 obedecem a uma distribuição normal. No entanto, devido ao reduzido tamanho da amostra, não foram aplicados os testes não paramétricos Mann-Whitney e Kruskal-Wallis, para todos os fatores, para variáveis bi-variadas e multi-variadas, respetivamente.

Quadro 51 – Teste de Kolmogorov-Smirnov relativo à escala de satisfação dos colaboradores funcionais representantes legais do Banco de Palmas.

Fatores	KS	gl	p
F1 – Fortalecimento Económico	0,152	26	0,126
F2 – Impactos na Comunidade Local	0,170		0,051
F3 – Gestão Empreendedora	0,159		0,088
F4 – Capital Humano e Capital Social	0,173		0,044

A amostra era constituída por 181 associados (empresas/autónomos) e por 26 colaboradores, entre grupos de serviços de apoio, técnicos e corpo diretivo que participam das ações desenvolvidas pelo Banco Palmas. O perfil sociodemográfico dos associados (empresas/autónomos) é composto, predominantemente, por indivíduos do género masculino (59,1%), que demonstram uma tendência elevada para a formação, treinamento, capacitação e ações de Empreendedorismo. Relativamente à faixa etária, a pesquisa aponta para uma média de idades dos associados (empresas/autónomos) de 37 anos e uma média de idades dos colaboradores funcionais de 31 anos. Em relação ao perfil económico, os associados e os colaboradores funcionais auferem, predominantemente, até um salário mínimo, sendo a percentagem de 58,1% e 53,1%, respetivamente.

A investigação que serviu de base a esta tese revelou que 58,6% dos associados (empresas/autónomos) que utilizam o serviço de orientação financeira obtém as maiores receitas anuais; desses, 29,3% auferem entre quinze e vinte salários mínimos anualmente, e os outros 29,3% acima de vinte, no mesmo período. Observou-se o mesmo relativamente ao serviço de treinamento/capacitação a que recorrem 58,7% dos associados, dos quais 26,7% têm um rendimento anual entre dez e quinze salários mínimos e 32% entre quinze e vinte. Estes dados reforçam a importância do Capital Humano e do Capital Social do Banco Palmas.

Além disso, 49,5% dos associados (empresas/autónomos) que utilizam a linha de crédito oferecida pelo Banco Palmas recebem menos de 10 salários mínimos, e apenas 18,2% auferem rendimentos superiores a 20 salários mínimos. Relativamente aos Fatores F1, F2, F3 e F4, constatou-se que houve no primeiro fator, fortalecimento económico nos comércios e nos parceiros e no F2, impactos positivos do Banco Palmas na comunidade, através da educação, do desenvolvimento social, dos movimentos

culturais e da organização. Relativamente ao terceiro fator, a gestão empreendedora e a Inovação Social oferecida pelo Banco Palmas destaca-se entre o comércio, os novos negócios, a moeda social e o trabalho, tendo este último o maior destaque; quanto ao F4, a formação do Capital Humano e Capital Social através da capacitação e treinamentos contribuiu para o consumo de produtos e para geração de emprego.

Quanto aos colaboradores (corpo de apoio técnico diretivo) os resultados obtidos foram os que a seguir se apresenta.

A média de idades foi de 31,42 anos (desvio padrão = 11,35), sendo 46,2% (n = 12) mulheres. O Corpo Diretivo apresenta uma média de idades mais elevada, 44,8 anos, bem como um desvio padrão maior (13,76), sendo o corpo técnico o que regista a média de idades mais baixa, 26,35, e o menor desvio padrão (5,58). A média total de idades é 31,42 e o desvio padrão de 11,35, um resultado claramente influenciado pelo desvio padrão do pessoal técnico.

Ao analisarmos a distribuição do perfil económico, constata-se que praticamente metade (43,3%) auferem um salário mínimo ou menos e cerca de 11,5% recebem entre cinco e dez salários mínimos. Enquanto os que recebem até um salário mínimo têm, em média, 25,64 anos (com o menor desvio padrão de 6,92), os que recebem entre cinco e dez salários têm uma média de 49,33 anos, registando-se neste grupo o maior desvio padrão (11,35). Entre os membros do corpo diretivo, 60% auferem entre cinco e dez salários e 40% entre dois e três. Dos colaboradores de serviço geral e dos técnicos, nenhum recebe mais do que três salários mínimos, verificando-se que 75% (n=3) dos primeiros e 64,7% (n=11) dos segundos auferem até um salário. Do total dos 26 elementos da população, 53,8% recebem até um salário mínimo, 34,6% entre dois e três e 11,5% recebe de cinco a dez salários mínimos.

Entre os itens sugeridos para uma efetiva gestão de Capital Humano e Capital Social no Banco Palmas, a capacitação foi a mais referida, com 80% para o corpo diretivo, 50% para os serviços de apoio e 58,8% para o técnico, respetivamente, num total de 61,7%. A oferta de cursos (57,7%) e o treinamento (53,8%) aparecem em segundo e terceiro lugares entre o total. A criação de políticas de permanência foi sugerida por 30,8 do total e a participação em eventos por 19,2%. A distribuição dos itens sugeridos por média de idades para uma efetiva gestão de Capital Humano e Capital Social no Banco Palmas, variou entre a oferta de cursos (31,40), a capacitação (32,06), o treinamento (32,36), a participação em eventos (34,20) e a criação de políticas de permanência (38,63). O desvio padrão sofreu uma oscilação entre a oferta

de cursos (10,63), a criação de políticas de permanência (11,66), a capacitação, o treinamento (12,99) e a participação em eventos (14,57).

No que diz respeito à associação entre gênero e os itens sugeridos para uma gestão efetiva de Capital Humano e Capital Social no Banco Palmas, relativamente à oferta de cursos, verificou-se uma aproximação entre os dois gêneros (M - 57,1% e F - 58,3%), bem como quanto à criação de políticas de permanência (M - 28,6% e F - 33,3%). Houve, no entanto, uma disparidade na participação em eventos (M - 71,0% e F - 33,33%) e no treinamento (M - 42,9% e F - 66,7%), diferença que se acentuou na capacitação (M - 35,7% e F - 91,7%). A associação entre gênero e os itens sugeridos para uma gestão efetiva de Capital Humano e Capital Social no Banco Palmas segundo a função revelou que as mulheres privilegiam, por ordem decrescente de valores, a capacitação (91,7%), o treinamento (66,7%), a oferta de cursos (58,3%) e a criação de políticas de permanência e a participação específica eventos (33,3%). Os homens referiram a participação específica em eventos (71,0%), a oferta de cursos (57,1%), o treinamento (42,9%), a capacitação (35,7%) e a criação de políticas de permanência (28,6%).

Comparando as sugestões feitas pelos inquiridos dos dois gêneros, conclui-se que a oferta de cursos tem um valor idêntico para ambos M - 57,1% e F - 58,3%), tal como a criação de políticas de permanência (M - 28,6 e F - 33,3%). Relativamente à capacitação, os valores são díspares (M - 91,7% e F - 35,7%). Quanto ao treinamento e à participação específica em eventos, os valores obtidos foram M - 42,9% e F - 66,7% e M - 71,0% e F - 33,3%, respetivamente.

Numa escala de Likert, a maioria dos colaboradores considerou a função do Banco Palmas em termos de fortalecimento económico, como ótima e boa, de acordo com a seguinte distribuição: desenvolvimento económico das empresas associadas ao Banco Palmas, na comunidade do Conjunto Palmeiras (Bom - 42,6% e Ótimo - 11,54%); Contribuição do Banco Palmas para o fortalecimento económico dos seus associados (Ótimo - 38,5% e Bom - 34,6%) e desenvolvimento económico da região nos últimos quinze anos (Ótimo - 46,2% e Bom - 34,6%).

A maioria dos colaboradores considerou, de acordo com a escala Likert, a função do Banco Palmas, quanto aos impactos na comunidade local, como ótima e boa. No âmbito da contribuição para o desenvolvimento educacional na região, o banco foi avaliado com ótimo e excelente por 42,3% dos colaboradores. 42,6% dos colaboradores

do Banco Palmas avaliaram com Ótimo e Bom a influência do banco no desenvolvimento social da região. O desenvolvimento de uma cultura de paz na região foi qualificado com Bom por 50% dos colaboradores e com Ótimo por 34,6%. O desenvolvimento político da região promovido pelo Banco foi classificado com Ótimo por 38,5% e com Bom por 30,8%. No que diz respeito à ação do Banco na economia solidária e desenvolvimento Local, os colaboradores avaliaram-na com Ótimo (53,5%) e com Bom (30,8%).

Tendo em consideração a escala de Likert, a maioria dos colaboradores avaliou a Gestão Empreendedora do Banco Palmas com Ótimo e Bom, de acordo com a seguinte distribuição: avaliação das ações empreendedoras (Ótimo - 50% e Bom - 26,9%); avaliação da inovação e Empreendedorismo Social (Bom - 46,2% e Ótimo - 38,5%); avaliação da qualidade dos diversos cursos nas áreas da formação realizados pelo Banco (Ótimo - 34,6% e Bom - 50%).

Quanto à função do Banco Palmas no âmbito do Capital Humano e do Capital Social, de acordo com a mesma escala, a maioria dos colaboradores considerou-a como Ótima e Boa. Nesse âmbito, a formação do Capital Humano e do Capital Social promovida pelo Banco Palmas foi avaliada com Bom - 42,3% e ótimo - 34,6%. O desenvolvimento de Capital Humano e Social através das ações promovidas pelo Banco foi classificado pelos colaboradores do banco como Ótimo por 53,8% e Bom por 26,9%. A política de microcrédito, inclusão social, Empreendedorismo e desenvolvimento local foi avaliada com Ótimo por 57,7% dos colaboradores e com Bom por 26,9%.

Os Quadros 53 e 54 confirmam os fatores: Fortalecimento Económico (F1); Impactos na comunidade local (F2); Gestão Empreendedora (F3); Capital Humano e Capital Social (F4), em relação aos objetivos e as perguntas.

Quadro 52 - Confirmação dos fatores em relação aos objetivos

OBJETIVOS	ASSOCIADOS	COLABORADORES
Analisar o desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social, o Capital Humano e o Capital Social dos colaboradores e associados (empresas / autônomos) de uma comunidade de Fortaleza – CE, a partir da implantação de um banco de economia solidária;	Confirmou-se os fatores F2, F3 com melhor destaque o F1 cujo constatou-se o crescimento econômico nos comércios e o fortalecimento econômico nos parceiros do banco Palmas. (Figura 7) E o F4 no qual a formação do Capital Humano e Capital Social através da capacitação e treinamentos contribuíram para o consumo de produtos e para geração de emprego. (Figura 10)	84,6% avaliaram o Banco Palmas como bom e ótimo frente a todas as ações implementadas pelo Banco Palmas com sua política de microcrédito, inclusão social, Empreendedorismo e desenvolvimento local. (Quadro 49)
Caracterizar o perfil socioeconômico dos colaboradores e associados (empresas / autônomos) do Banco Palmas;	Maioria do sexo feminino 59,1% com rendimentos na sua maioria de 1 salário mínimo 58,1%. (Figuras 3 e 4)	Maioria do sexo masculino 54,8% com rendimentos na sua maioria de 1 salário mínimo 53,8%. (Figuras 12 e 13)
Averiguar junto aos colaboradores e empresas / autônomos referidos a importância desta implantação para o desenvolvimento local;	Confirmou-se todos os fatores, com maior percepção do F3 no qual observa-se que a gestão empreendedora e a Inovação Social oferecida pelo Banco Palmas destaca-se entre o comércio, os novos negócios, a moeda social e o trabalho, sendo este último com melhor destaque. (Figura 9)	84,6% consideraram bom e ótimo o crescimento do Banco Palmas no que se refere a economia solidária e desenvolvimento local. (Quadro 47)
Constatar se a formação de Capital Humano e Capital Social, por meio de práticas e ações em Empreendedorismo e Inovação Social, contribuem para o desenvolvimento local	Confirmou-se todos os fatores com melhor percepção o F2 cujo observou-se os impactos positivos do Banco Palmas na comunidade através da educação, do desenvolvimento social, dos movimentos culturais e da organização. (Figura 8)	80,7% concordaram que houve desenvolvimento do Capital Humano e social através das ações promovidas pelo Banco Palmas. (Quadro 49)

Quadro 53 – Confirmação dos fatores em relação às questões

QUESTÕES	ASSOCIADOS	COLABORADORES
P₀⁽¹⁾ Com a implantação do Banco Palmas, houve desenvolvimento socioeconômico dos associados (empresas/autônomos) do Conjunto Palmeiras;	Confirmou-se os fatores F2, F3, F4, com melhor destaque o F1 no qual constatou-se o crescimento econômico nos comércios e o fortalecimento econômico nos parceiros do banco Palmas. (Figura 7)	92,4% classificaram com bom e ótimo o desenvolvimento social da região com a criação do Banco Palmas. (Quadro 47)
P₀⁽²⁾: O Banco Palmas contribuiu para o fortalecimento do desenvolvimento local dos seus associados (empresas /autônomos);	Confirmou-se todos os fatores, com maior percepção do F3 no qual observa-se que a gestão empreendedora e a Inovação Social oferecida pelo Banco Palmas destaca-se entre o comércio, os novos negócios, a moeda social e o trabalho, sendo este último com melhor destaque. (Figura 9)	73,1% avaliaram como bom e ótimo a contribuição para o fortalecimento econômico de seus associados. (Quadro 46)
P₀⁽³⁾: Com as ações promovidas pelo Banco Palmas, ocorreu desenvolvimento de Capital Humano e Capital Social, na comunidade do Conjunto Palmeiras;	Confirmou-se os fatores F1, F2 ,F3 com maior destaque para o F4 onde a formação do Capital Humano e Capital Social através da capacitação e treinamentos contribuíram para o consumo de produtos e para geração de emprego. (Figura 10)	61,5% afirmam que a Capacitação é fundamental para uma efetiva gestão de Capital Humano e Capital Social. (Quadro 45)
P₀⁽⁴⁾: O Banco Palmas produziu impactos positivos na comunidade através das suas ações de Empreendedorismo e Inovação Social, Capital Humano e Capital Social	Confirmou-se todos os fatores com melhor percepção o F2 cujo observou-se os impactos positivos do Banco Palmas na comunidade através da educação, do desenvolvimento social, dos movimentos culturais e da organização. (Figura 8)	84,6% concordaram que a criação do Banco Palmas trouxe desenvolvimento educacional e de uma cultura de paz. (Quadro 47)

A análise dos dados quantitativos, obtidos por meio de questionários respondidos pelos associados (empresas e autónomos) e colaboradores do Banco Palmas. Os dados foram agrupados em quatro fatores: 1) Fortalecimento Económico, 2) Gestão Empreendedora/Inovação Social, 3) Impactos na Comunidade Local e 4) Capital Humano e Capital Social.

Em seguida, apresenta-se as conclusões, as implicações do estudo, as limitações da investigação, e as sugestões para investigação futura.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como foco de investigação o Banco Palmas, localizada no Conjunto Palmeira, área periférica da cidade de Fortaleza, no Nordeste do Brasil. O intuito da pesquisa realizada era o de verificar o trabalho de Empreendedorismo e Inovação Social, Capital Humano e Capital Social do referido banco na sua área de atuação.

Além da pesquisa teórica, a investigação incluiu questionários aplicados à população com o objetivo de demonstrar que, além de fomentar a economia solidária e o desenvolvimento local participativo, o Banco Palmas forma e capacita pessoas para desenvolver o Empreendedorismo e Inovação Social, o Capital Humano e Capital Social no conjunto Palmeiras.

A investigação ora desenvolvida permitiu verificar como o Banco Palmas contribui para a formação do Empreendedorismo e para a Inovação Social do Capital Humano e Capital Social, na comunidade do Conjunto Palmeiras, na periferia de Fortaleza, no Nordeste do Brasil, constituindo um indutor de desenvolvimento local sustentável através dos seus programas de treinamento e capacitação profissional.

No caso do Empreendedorismo Social, o interesse pelo assunto ocorre num cenário caracterizado pela transformação global, marcado por profundas transformações estruturais nas áreas da cultura, educação, economia, política e tecnologia. Foi a partir dos anos 80 que a temática do Empreendedorismo Social se tornou um assunto a merecer aprofundamento no seio da comunidade acadêmica.

Foi, também, a partir dessa altura que o conceito de Capital Humano e Capital Social se tornou referência obrigatória de pesquisas e trabalhos acadêmicos, nos mais variados domínios do saber. A importância do Empreendedorismo e da Inovação Social, do Capital Humano e do Capital Social tornou-se numa poderosa ferramenta de desenvolvimento das pessoas e da sua realidade local.

Ficou patente, ao longo de toda a investigação, que não existe uma visão consensual entre diversos autores quanto às definições classificadas e aos modelos teóricos sobre Empreendedorismo e Inovação Social, Capital Humano e Capital Social, tema que foi intensamente explorado nesta tese.

Nas comunidades onde os indivíduos estão inseridos, o Capital Social tem uma característica multidimensional; à medida que as correlações se vão estabelecendo e desenvolvendo, novos patamares se vão formando, criando assim o Capital Social. As teias de relações podem ser canalizadas para o bem comum, tornando-se um agregado por motivações de ordem económica, social ou de lazer.

Com a expansão da globalização e o forte e acelerado crescimento da economia mundial, as diferenças de desenvolvimento socioeconómico entre as populações, o aparecimento de novas tecnologias de produção e da sociedade do conhecimento potenciaram um novo perfil de cidadão e de profissionais para o mercado, detentores não apenas de conhecimentos técnicos, mas, principalmente, comprometidos com os anseios da sociedade e abertos a contribuir com soluções para resolver os problemas da sua comunidade.

Estes novos profissionais, alinhados com o discurso da ética e do interesse coletivo, preocupam-se com as injustiças sociais promovidas pelo sistema, estão aptos a desenvolver ações solidárias e a aplicar os conhecimentos adquiridos na busca de soluções para os problemas da comunidade.

Neste cenário, a formação torna-se uma importante estratégia na capacitação e treinamentos dos associados de forma a torná-los capazes de participar, crítica e proactivamente, dos novos desafios da sociedade atual. As organizações do Terceiro Setor, como o Banco Palmas, representam, nos dias de hoje, um lugar de transmissão, promoção e construção de saberes, assumindo-se como um espaço de fundamental importância, onde se promove a inclusão e a justiça social.

Como se constatou, o Banco Palmas tem como um dos seus objetivos a transmissão e a produção do conhecimento por meio de cursos, treinamento, oficinas, incubadoras e formação. Contribui, de forma concreta, para o fortalecimento de uma sociedade democrática, com um forte pendor no Empreendedorismo e Inovação Social, Capital Humano e Capital Social. O Banco Palmas desenvolve a sua função social na formação dos seus associados, qualificando-os em algumas áreas do conhecimento, e estimulando o Empreendedorismo, a Inovação Social e a formação do Capital Humano e do Capital Social, em resposta às necessidades da comunidade. Além disso, tem contribuído com soluções para problemas que deveriam ser objeto das políticas públicas

governamentais nas áreas da educação, meio ambiente ou desenvolvimento económico, entre outras.

O Banco Palmas é uma organização social do Terceiro Setor voltada para os interesses da sociedade na qual está inserida. Com recurso a uma metodologia empírica, procura aperfeiçoar o saber formativo com aplicação prática, ao mesmo tempo que se retroalimenta.

A importância do objeto de reflexão da presente pesquisa consistiu em sistematizar um *corpus* teórico a favor do Empreendedorismo e Inovação Social, do Capital Humano e social e verificar de que modo é desenvolvido pelo Banco Palmas junto dos seus associados (empresas/autónomos) e colaboradores.

Os dados obtidos no decorrer desta pesquisa permitem concluir que os conceitos de desenvolvimento de Empreendedorismo e Inovação Social, Capital Humano e Capital Social são postos em prática pelo Banco Palmas com resultados relevantes na comunidade local. A afirmação fundamenta-se nos resultados e na análise dos conteúdos dos questionários dos associados (empresas/autónomos) e colaboradores do Banco Palmas, confirmando hipóteses formuladas.

Ao implementar o desenvolvimento do Empreendedorismo e da Inovação Social, do Capital Humano e do Capital Social, o Banco Palmas concilia prática e teoria, transforma os seus associados e colaboradores em cidadãos comprometidos com a sociedade em que estão imersos, seres humanos preocupados com as injustiças sociais, e em atores responsáveis pelo desenvolvimento local, pelas políticas sociais e pela efetivação dos direitos sociais.

O Banco Palmas contribui inquestionavelmente para o desenvolvimento do Capital Humano e do Capital Social, além de promover o desenvolvimento da comunidade do Conjunto Palmeiras, com os olhos postos no Empreendedorismo Social, levando a cabo projetos de capacitação, treinamento, formação e fomento, com o que contribui para a melhoria de vida de centenas de pessoas.

De acordo com o Quadro 52, que ilustra o resultado das questões de investigação, obtido através da análise do conceito e do modelo estrutural concebido pelo autor desta tese, é possível verificar que todas as hipóteses são suportadas.

Quadro 54 – Resultados das questões de investigação

Questões de investigação	Resultado
P₀⁽¹⁾ Com a implantação do Banco Palmas, houve desenvolvimento socioeconómico dos associados (empresas/autónomos) do Conjunto Palmeiras;	Suportada
P₀⁽²⁾ : O Banco Palmas contribuiu para o fortalecimento do desenvolvimento local dos seus associados (empresas /autónomos);	Suportada
P₀⁽³⁾ : Com as ações promovidas pelo Banco Palmas, ocorreu desenvolvimento de Capital Humano e Capital Social, na comunidade do Conjunto Palmeiras;	Suportada
P₀⁽⁴⁾ : O Banco Palmas produziu impactos positivos na comunidade através das suas ações de Empreendedorismo e Inovação Social, Capital Humano e Capital Social.	Suportada

As questões de investigação (Quadro 54) foram validadas através do método quantitativo.

A análise dos dados quantitativos, obtidos por meio de questionários respondidos pelos associados (empresas e autónomos) e colaboradores do Banco Palmas. As informações foram agrupadas em quatro fatores: 1) Fortalecimento Económico, 2) Gestão Empreendedora/Inovação Social, 3) Impactos na Comunidade Local e 4) Capital Humano e Capital Social.

O Empreendedorismo e a Inovação Social, o Capital Humano e o Capital Social são um instrumento de desenvolvimento sustentável e humano e de mudança das localidades, com os olhos postos nas pessoas, e concretizam-se através de incentivos ao treinamento, à capacitação e à formação contínua de qualidade, levando em conta as necessidades da realidade local, promovendo um banco de Capital Humano e social apto a fornecer novos empreendedores e mão-de-obra qualificada para o mercado.

O treinamento, a formação e os cursos patrocinados pelo Banco Palmas devem objetivar a promoção da motivação, o desenvolvimento do Empreendedorismo e da

Inovação Social. Neste sentido, a instituição fortalece os processos de formação que geram Capital Humano e desenvolve o perfil de empreendedores, resultando no que se designa por Capital Social.

O investimento na formação do Capital Humano é considerado uma das principais fontes de inovação. É necessário que as organizações dos vários setores da economia incorporem a gestão estratégica do Capital Humano, como preconizado na literatura sobre este tema, que considera o Capital Humano o conjunto de todas as capacidades, conhecimento, competências e experiência dos empregados ou gestores, envolvendo, igualmente, a criatividade e a inovação. A formação do Capital Humano mostra que o conhecimento e a formação qualificada dos indivíduos não poderiam ser simplesmente eliminados das teorias de crescimento económico.

A partir desta investigação, é desejável que outras lhe sucedam e que a academia possa servir de incentivo à investigação no campo do Empreendedorismo e inovação, formação do Capital Humano e do Capital Social como ferramenta de transformação da sociedade, em especial das áreas periféricas dos principais centros económicos, proporcionando, deste modo, uma política de inclusão das populações mais vulneráveis económica, cultural e socialmente.

As conclusões a que se chegou no decorrer da pesquisa, permitem apontar algumas linhas de ação que podem ser implementadas pelo Banco Palmas e demais atores (*stakeholders*) com o objetivo de continuar a promover o Empreendedorismo, a Inovação Social, o Capital Humano e o Capital Social e, conseqüentemente, tornar possível a construção de uma sociedade mais justa, fraterna, participativa e solidária.

De acordo com a pesquisa realizada, chegou-se à conclusão de que compete ao corpo diretivo e colaboradores do Banco Palmas:

- 1- Promover a formação e a capacitação de seus associados (empresas/autónomos) e colaboradores de excelência, buscando novas tecnologias e técnicas que os tornem aptos a transformar, de forma participativa e positiva, a sua realidade local;
- 2- Implementar ações e projetos de Empreendedorismo e Inovação Social, formação de Capital Humano e Capital Social, em outras localidades;
- 3- Ampliar as parcerias com organizações do primeiro, segundo e terceiro setores, como forma de obter recursos para ampliar as suas ações;

- 4- Buscar uma maior aproximação com os associados (empresa/autônomos), no âmbito do Empreendedorismo e Inovação Social, Capital Humano e Capital Social, como ferramenta facilitadora da troca de experiências e validação e atualização do conhecimento desenvolvido no Banco Palmas;
- 5- Ampliar a cultura do Empreendedorismo e Inovação Social, do Capital Humano e Capital Social, nas comunidades de baixos rendimentos do Brasil.

Aos associados:

- 1- Aperfeiçoar os seus conhecimentos teóricos e práticos, por meio de ações e do desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social, do Capital Humano e do Capital Social;
- 2- Procurar formação técnica acadêmica diferenciada para torná-los agentes de transformação, visando a promoção da dignidade da pessoa humana, da busca constante pela justiça social e da participação popular na comunidade em que residem;
- 3- Participar efetivamente dos serviços, programas, cursos e projetos disponibilizados pelo Banco Palmas;
- 4- Aplicar o modelo e a aprendizagem adquiridos no âmbito do Banco Palmas à sua realidade local e familiar, e apontar sugestões favoráveis às transformações na sua vida e no seu entorno;
- 5- Compreender a importância da formação e capacitação como processo de formação do Capital Humano e do Capital Social.

De entre as ações de Empreendedorismo e Inovação Social, Capital Humano e Capital Social desenvolvidas pelo Banco Palmas, na cidade de Fortaleza, no Nordeste do Brasil, apontadas anteriormente, escolheu-se a formação em projetos de capacitação e formação profissional, tendo sido identificadas algumas limitações:

- 1- Necessidade de maior aprofundamento de estudos de mercado sobre os cursos de capacitações e treinamento oferecidos. Em alguns casos, a formação não corresponde à tendência vocacional da região, pois não leva em conta a procura dentro da localidade.
- 2- Necessidade de qualificação e de emprego, com base na tendência de novos negócios, sentida na localidade, além de fazer uma divulgação mais eficaz dos cursos e treinamentos para os associados e para a comunidade.

- 3- Necessidade de ampliação dos quadros de associados, rompendo, se necessário, com o espaço confinante do território do Conjunto Palmeiras e ampliando as suas ações e tecnologias, estendendo-as a outras localidades.
- 4- Necessidade de suprir as falhas de dados sistematizados sobre os ex-associados que participaram de cursos, treinamentos e capacitações, já que os registos apontam, apenas, para os últimos anos. A segunda questão, prende-se com a necessidade de encontrar novos parceiros, com o intuito de ampliar o aporte financeiro para melhorar a amplitude e as ações do Banco Palmas.
- 5- Dificuldade em encontrar produção atualizada sobre o tema nos últimos dois anos.
- 6- Obstáculos encontrados para aplicação dos questionários junto dos associados do Banco Palmas.

Para lidar com estas questões, em alguns casos de limitações, seria extremamente interessante que este estudo fosse aplicado em outros países de África, da América Latina, da Ásia e da Europa para que as conclusões, ora apresentadas, pudessem ser confirmadas ou, pelo contrário, refutadas.

Uma investigação futura sobre este tema deverá:

- Contemplar um período mais elástico de formação, capacitação e treinamentos dos associados e colaboradores do Banco Palmas;
- Utilizar outras referências e comparações relevantes de ordem sociocultural;
- Acompanhar os associados após os cursos, capacitações, treinamentos e formações, no seu desempenho profissional e posicionamento na comunidade do conjunto Palmeiras, ou mesmo da Cidade de Fortaleza como um todo, a partir da proposta de formação do Capital Humano e do Capital Social.
- Observar a evolução da visão entre diversos autores dos modelos teóricos sobre Empreendedorismo e Inovação Social, Capital Humano e Capital Social.
- Verificar o desenvolvimento das redes de confiança e de cooperação que se desenvolvem nos grupos em risco social a partir do fomento da Economia Solidária proporcionado pelo Banco Palmas.
- Analisar a evolução da metodologia usada pelo Banco Palmas para aperfeiçoar o saber formativo
- Desenvolver uma pesquisa com base num método qualitativo objetivado, em princípio, pela utilização de instrumentos estatísticos na análise dos dados. Este

tipo de análise fundamenta-se no conhecimento teórico-empírico que possibilita atribuir-lhe um caráter de cientificidade.

Relativamente a este último ponto, convém lembrar que o marco histórico dos estudos qualitativos teve o seu início na segunda metade do século XIX, na área das Ciências Sociais Aplicadas. Daí a sugestão do aprofundamento, no futuro, de pesquisas nesse âmbito.

Além disso, estas sugestões para investigação futura resultam do processo de pesquisa realizada e das limitações apuradas e considera-se que podem conduzir a novas propostas de estudo sobre Empreendedorismo, Inovação Social, Capital Humano e Capital Social e, mais concretamente, sobre o papel de uma organização do Terceiro Setor como sujeito indutor destes aspetos numa área periférica da cidade de Fortaleza, no Nordeste do Brasil.

Optou-se, nesta tese, por estudar o Empreendedorismo, a Inovação Social, o Capital Humano e o Capital Social promovidos pelo Banco Palmas, através das suas ações empreendedoras e inovadoras e da oferta formativas de cursos, capacitações e treinamentos. Indica-se, todavia, outras variáveis de estudo sobre o Banco Palmas, inerentes às atividades e projetos ligados à economia solidária, ao microcrédito, às incubadoras sociais e à moeda social (o Palmas), como ferramenta de participação e inclusão social.

Acredita-se que a presente tese possa contribuir para o aprofundamento do estudo de ações de Empreendedorismo, Inovação Social, formação de Capital Humano e Capital Social, bem como o fortalecimento económico, tendo como exemplo o Banco Palmas e as práticas aí utilizadas com sucesso. De resto, tratou-se da primeira pesquisa deste tipo, envolvendo o Banco Palmas.

REFERÊNCIAS

ABNT (2010). *Associação Brasileira de Normas Técnicas*. Disponível em: <http://www.abnt.org.br>. Acesso em: 17 de novembro de 2013.

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas (2004). *Norma brasileira 16001: Responsabilidade social – Sistema da gestão – Requisitos*. Rio de Janeiro: ABNT.

Abreu, C. B. (2010). *Responsabilidade social em instituições de ensino superior*. Dissertação de Mestrado. Universidade de Fortaleza, Fortaleza, Brasil.

Albuquerque, A. C. C. (2006) *Terceiro Setor: história e gestão de organizações*. São Paulo: Summus.

Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation: an exploratory study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), pp. 260-282.

Anderson, J.C., & Gerbing, D.W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin* 103(3), pp. 411-423

Andrade, M. M. (2010). *Introdução à Metodologia do Trabalho Científico*. São Paulo: Editora Atlas. Bandeira-de-Mello.

André, I., & Abreu, A. (2006). Dimensões e espaços da Inovação Social. *Finisterra*, XLI, 81, pp. 121-141.

Araújo, M. C. S. D. (2003). *Capital Social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

Arendt, H. (2013). *The human condition*. Chicago: University of Chicago Press.

Ashoka Empreendedores Sociais, & McKinsey e Company Inc. (2001). *Empreendimentos sociais sustentáveis: como elaborar planos de negócios para organizações sociais*. São Paulo: Peirópolis.

Associação Brasileira de Organização Não Governamental ABONG. (2012). *Por um outro desenvolvimento*. São Paulo: ABONG.

Audretsch, D. B., & Fritsch, M. (2003). Linking entrepreneurship to growth: the case of West Germany. *Industry and Innovation*, 10, pp. 65-73.

Audretsch, D. B., Keilbach, M. C., & Lehmann, E. E. (2006). *Entrepreneurship and Economic Growth*. New York: Oxford University Press.

Bandeira-de-Melo, R. (2010). *Softwares em pesquisa qualitativa*. In: Godoi, C. K., Bandeira-de-Melo, R., & Silva, A. B. (org.). *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos*. São Paulo: Saraiva.

Baquero, M. (2007). A fragmentação social na América Latina: formas alternativas para sair da crise. In *Capital Social, desenvolvimento sustentável e democracia na América Latina*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, pp. 15-56.

Barañano, A. (2008). *Métodos e Técnicas de Investigação em Gestão: Manual de apoio à realização de trabalhos de investigação*. Lisboa: Edições Sílabo.

Barbieri J. C., & Cajazeira J. E. R. (2009). *Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática*. São Paulo: Saraiva.

Bardin, L. (2009). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Baron A., & Armstrong, M. (2007). *Gestão do Capital Humano: gerar valor acrescentado através das pessoas*. Lisboa: Piaget.

Banco Nacional de Desenvolvimento Económico e Social BNDES. (2001). *Terceiro Setor em desenvolvimento*. Disponível em: http://www.mte.gov.br/ecosolidario/ecosolidario_oque.asp. Acesso em: 20 de maio de 2012.

Becker, G. S. (1993). *Human Capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. (3rd ed.). New York: The University of Chicago Press.

Birchall, J. (2014). *Building Communities: The Co-operative Way*. New York: Routledge Revivals.

Bogdan, R., & Biklen, S. K. (1994). *Investigação qualitativa em educação*. Porto: Porto Editora.

Boschee, J. (2006). Social entrepreneurship: The promise and the perils. In Nicholls, A. (ed.), *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. Oxford: Oxford University Press, pp. 356-390.

Bourdieu, P. (1980) Le Capital Social: Notes Provisoires. In *Actes de la recherche en sciences sociales*.V.31, pp. 2-3.

Brandalizer, A., Gomes, L., Frasson, M., Ambrósio, P., Lanza, R., & Marine, R. (2005). Capital Humano nas Organizações Modernas: a vantagem competitiva. *Enanpad* 5(2), São Paulo, pp.157-165.

Brinckerhoff, P. O. (2000). *Social entrepreneurship: the art of mission- based venture development*. New York: John Wiley & Son, Inc.

Brooks, H. (1982). Social and Technological Innovation. In S. B. Lundstedt, & E. W. Colelazier Jr. (Eds.). *Managing Innovation: the social dimensions of creativity, invention and technology*. New York: Pergamon Press.

Bryman, A., & Cramer, D. (1992). *Análise de dados em Ciências Sociais, Introdução às técnicas utilizando o SPSS*. (Barros, A. Trad.). Oeiras: Celta Editora.

Bull, I., & Willard, G.E. (1993). Towards a theory of entrepreneurship. In *Journal of Business Venturing*, Vol.8, pp.183-95.

Bygrave, W.D., & Hofer, C. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.16, No.2, pp. 13-22.

Caillé, A. (1998). Nem holismo, nem individualismo metodológico: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 13 (38), pp. 5-38.

Campanha, A.O. (2001). *Investigação científica na área médica*. São Paulo: Manole.

Campos, H.M., Parellada, F.S., & Palma, Y. (2012). Mapping the intelectual structure entrepreneurship research: revisiting the invisible college. In *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 14 (42), 41-58.

Cantillon, R. (1964). *Essai sur La nature Du Commerce en General*. (H. Higgs, Ed.). New York: A. Kelley.

Cardoso, R. (2000). Fortalecimento da sociedade civil. In E. B. Ioschpe, 3º setor: *desenvolvimento social sustentado* (2a ed.). São Paulo: Paz e Terra.

Carvalho, L.C., & Costa, T.G. (2015). *Empreendedorismo, uma visão global e integradora*. Lisboa: Edições Sílabo.

Cattani, A. D., Laville, J.-L., Gaiger, L. I., & Hespanha, P. (2009). *Dicionário internacional da outra economia*. Coimbra: Almedina. Disponível em: <http://www4.fe.uc.br/cee/significadoempreendedor.pdf>. Acesso em 3 de maio de 2012.

Chambon, J. L., David, A., & Devevey, J. M. (1982). *Les Innovations Sociales*. Paris: Presses Universitaires de France.

Chiavenato, I. (2000). Um Código de Ética da Gestão de Pessoas. *Dirigir. Revista para chefias*, pp.60-62.

Chiavenato, I. (2007). O espírito empreendedor. In *Empreendedorismo dando asas ao espírito empreendedor: Empreendedorismo e viabilização de novas empresas. Um guia eficiente para iniciar e tocar seu próprio negócio*. (2ª ed.). São Paulo: Saraiva.

Chizzotti, A. (2010) *Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais*. (3ª. ed.). Petrópolis: Vozes.

Churchill, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73.

Comissão das Comunidades Europeias - CCE (2001). *O Livro Verde: Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*. Bruxelas. Disponível em: <http://www.enterpriseeuropenetwork.pt/info/RSO/Documents/Libro%20Verde-Promover%20um%20Quadro%20Europeu%20de%20Responsabilidade%20Social%20para%20as%20Empresas.pdf>. Acesso em: 10 de julho de 2010.

Comissão das Comunidades Europeias - CCE (2002). *Comunicação da Comissão relativa à Responsabilidade Social das Empresas: Um contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável*. Bruxelas. Disponível em: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2002:0347:FIN:PT:PDF>. Acesso em: 24 de agosto de 2010.

Comissão das Comunidades Europeias. (2006). *Aplicar o Programa Comunitário de Lisboa: Promover o espírito empreendedor através do ensino e da aprendizagem*. Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões. Disponível em: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2006:0033:FIN:PT:PDF>. Acesso em 24 de agosto de 2010.

Conselho da Comunidade Solidária. (2002). *Atuação do conselho da comunidade solidária na reforma do marco legal do Terceiro Setor*. Brasília: CCS.

Conselho Nacional de Saúde. (1996). *Resolução nº 196 de 10 de outubro de 1996*. Dispõe sobre as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos. Brasília, DF. Acesso em: 20 de maio de 2012. Disponível em: http://conselho.saude.gov.br/resolucoes/reso_96.htm.

Cuervo, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (Eds.). (2007). *Entrepreneurship: Concepts, Theory Perspective*. New York: Springer.

Dahlman, C. (1993). Os países em desenvolvimento e a Terceira Revolução Industrial. In Reis Velloso, J.P. e Marins, L. (coords), *A Nova Ordem Mundial em Questão*. Rio de Janeiro: José Olympio.

Dees, J. G., & Anderson, B. B. (2006). Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought. *Research on social entrepreneurship: Understanding and contributing to an emerging field*, 1(3), pp. 39-66.

Dees, J. G. (2012). A tale of two cultures: Charity, problem solving, and the future of social entrepreneurship. In *Journal of business ethics*. 111 (3). pp. 321-334.

Dees, J. G. (2011). Social ventures as learning laboratories. In *Tennessee's Business*, 20 (1). pp. 3-5.

Defourny, J. (2009). Economia social. In A. D. Cattani, J.-L., Laville, L. I. Gaiger, e P. Hespanha. *Dicionário internacional da outra economia*. Coimbra: Almedina. Disponível em <<http://www.jornaldomauss.org/periodico/wp-content/uploads/2009/06/dicionario-Geninternacional-da-outra-economia.pdf>>. Acesso em: 3 de março de 2012>

Demo, P. (2002). *Solidariedade como efeito de poder*. Instituto Paulo Freire. (Coleção Prospectiva), v.6. São Paulo: Cortez.

Dicionário Houaiss de sinônimos e antônimos da língua portuguesa (2003). (1ª Ed.). Rio de Janeiro: Objetiva Editora.

Dimov, D. (2007). Beyond the Single-Person, Single-Insight Attribution in Understanding Entrepreneurial Opportunities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(5), pp. 713–731.

Diniz, F. J. L S. (2010). *Crescimento e desenvolvimento económico: modelos e agentes do processo*. Lisboa: Edições Sílabo.

Dobrescu, P. (2009). Wealth of nations is the Wealth of Ideas. The Social Innovation Imperative. In *Revista Romana de Comunicare si relatti Publice*, 11(3). pp.7-15.

Dornelas, J. C. A. (2014). *Empreendedorismo para visionários: desenvolvendo negócios inovadores para o mundo em transformação*. (1ª. Ed.). Rio de Janeiro: Empreender/LTC.

Dowbor, L (2009). Inovação Social e sustentabilidade. In *Revista Brasileira de gestão urbana*, 1(1). pp. 109-125.

Dowbor, L. (2013). O uso inteligente de crédito. In: *Banco Palmas 15 anos: resistindo e inovando* / NESOL-USP. São Paulo: A9 Eitora. pp. 25-34.

Drayton, W. (2006). Everyone a changemaker: Social entrepreneurship's ultimate goal. *Innovations*, 1(1), pp. 80-96.

Drucker, P. F., Senge, P. M., & Shaw, G. B. (2013). Challenges in Change Management in Central Banks. *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 2, pp. 35-49.

Drucker, P.F. (1984). The new meaning of corporate social responsibility. *California Management Review*, 26(2), pp. 53-63.

Drucker, P.F. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. New York: Routledge.

Drucker, P.F. (1993). *Post-capitalist Society*. New York: Harper Business.

Drucker, P. (2011). LOHAS, Social Reform, and Good Capitalism. In Emerich, M. M. *The Gospel of Sustainability: Media, Market, and LOHAS*. Chicago: University of Illinois Press. pp. 102-123.

Durkheim, E. (2013). *As regras do método sociológico*. (3ª. ed.). São Paulo: Martins Fontes.

Eisenhardt, K. M. (1989). *Building Theories from Case Study Research*. The Academy of Management Review, v. 14, n. 4, pp. 532-550.

Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory Building From Cases: Opportunities and Challenges. *Academy of Management Journal*. V. 50, n. 1, pp. 25-32.

Falconer, A. P. (2008). *A promessa do terceiro setor - um estudo sobre o papel das organizações da sociedade civil e do seu campo de gestão*. CEATS – Centro de Estudos em Administração do Terceiro Setor. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. São Paulo: FEA/USP.

Faustino, A. (2010). *Por um sistema financeiro mais solidário*. Fórum brasileiro de economia solidária. Grupo de trabalho do fórum catarinense de economia solidária. Disponível em: <<http://www.redevivadailha.com/opiniao-rede-viva-da-ilha/artigos/130-por-um-sistema-financeiro-mais-solidario.html>>. Acesso em: 20 de junho de 2015.

Fernandes, R. C. (2002). *Público porém privado: O terceiro setor na América Latina*. Rio de Janeiro: Relume Dumará.

Fernandes, R. C. (2000). O que é terceiro setor. In: E. B. Ioschpe. *3º setor: desenvolvimento social sustentado* (2a ed.). São Paulo: Paz e Terra.

Ferreira, M.P., Miranda, R.M., Reis, N.R., Pinto, C.F. & Serra, F.R. (2014) Pesquisas em Empreendedorismo no principal periódico internacional: um estudo bibliométrico das publicações no Journal of Business Venturing entre 1987 e 2010. *Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 3 (1), pp. 56-83.

Ferreira, M. P., Reis, N. R., Miranda, R. M., & Chaves, M. S. (2014). Schumpeter's impact on entrepreneurship research: A bibliometric study in the premier journals. In *Academy of Management Proceedings*. Vol. 2014, No. 1, pp. 101-164.

Filion, L. J. (1999). Diferença entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. *Revista Administração de Empresa*, 39 (4). outubro/dezembro.

Fischer, R. M. (2002) *O desafio da colaboração*. São Paulo: Gente.

Fischer, R. M., & Fischer, A. L. (1994) O dilema das ONG's. *Anais do Encontro Anual da ANPAD*, Curitiba, PR, Brasil, 18.

Fonseca, M. (1995). O Banco Mundial e a educação brasileira: uma experiência de cooperação internacional. In Oliveira, Romualdo Portela Ed. *Políticas educacionais: impasses e alternativas*. São Paulo: Cortez.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobserved variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), pp. 39-50.

Fortin, M. (2003). *O Processo de Investigação*. (3ª ed.). Loures: Lusociência.

França Filho, G. C., & Silva Jr, J. T. (2009). Bancos comunitários de desenvolvimento. In A. D. C, J. L. Laville, L. I. Gaiger, e P. Hespanha. *Dicionário internacional da outra economia*.

Coimbra: Almedina, p. 31. Recuperado em 03 março, 2012, de <http://www.jornaldomauss.org/periodico/wp-content/uploads/2009/06/dicionario-Geninternacional-da-outra-economia.pdf>

França Filho, G. C. (2010). Esclarecendo terminologias: as noções de terceiro setor, economia social, economia solidária e economia popular em perspectiva. *Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE*. Salvador, BA, 3 (5), pp. 52-60.

França Filho, G. C. (2011). Terceiro setor, economia social, economia solidária e economia popular: traçando fronteiras conceituais. In *Bahia Análise e Dados*, 12 (1), pp. 9-19.

França Filho, G. C., Júnior, S., Torres, J., & Rigo, A. S. (2012a). Finanças solidárias por meio de bancos comunitários de desenvolvimento enquanto estratégia de reorganização de economias locais: lições do caso Banco Palmas. *Revista de Administração (São Paulo)*, 47 (3), pp. 500-515.

França Filho, G. C. (2012b). *Solidarity finance through community development bank as strateg for reshaping local economies: lessons from Banco Palmas*. In *RAUSP*, v. 47, n. 3, jul. /ago /7, pp.500-515.

Franco, A. (2012). *Empreendedorismo político*. Disponível em: <http://200.252.248.103/sites/revistasebrae/01/artigo2.htm>. Acesso em 12 fevereiro de 2012.

Franco, A. (2009). *O lugar mais desenvolvido do mundo. Investindo no Capital Social para promover o desenvolvimento comunitário*. Sobradinho dos Melos, DF: Plus.

Franco, A. (2009). *O lugar mais desenvolvido do mundo: Investindo no Capital Social parapromover o desenvolvimento comunitário*. Rio Grande do Sul: Editora Plus.

Frank, J. V. (2012). *Expanding the Role of Maryland Community Colleges in K-12 Teacher Preparation: Benefits and Costs of Implementing the Associate of Arts in Teaching (AAT) Degree*. Tese de Doutorado. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1787/871641300584>. Acesso em setembro de 2015.

Freixo, M. J. V. (2009). *Metodologia Científica: fundamentos, métodos e técnicas*. Lisboa: Instituto Piaget.

Fukuyama, F. (2012). *As origens da ordem política*. Lisboa: Dom Quixote.

Fukuyama, F. (2005). *Construção de Estados: governo e organização mundial no século XXI*. (Trad. Nivaldo Montingelli Jr.). Rio de Janeiro: Rocco.

Gabor, D. (1970). *Innovation: Scientific, technological, and social*. New York: Oxford University Press.

Gershuny, J. (1983). *Social innovation and the division of labour*. Oxford: Oxford University Press.

Giddens, A. (2007). *Sociologia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.

Ghiglione, R., & Matalon, B. (1993). *O Inquérito: Teoria e Prática*. Oeiras: Celta Editora.

Gohn, M. da G. (2011). *Educação não formal e cultura política* (2a ed.). São Paulo: Cortez.

Goldstein, I. S. (2007). *Responsabilidade social: das grandes corporações ao terceiro setor*. São Paulo: Ática.

Gomes, D. N. (2011). *Intenção empreendedora dos alunos do ensino secundário*. Dissertação de Mestrado. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, Portugal.

Gomes, A., & Moretti, S. L. A. (2007). *A responsabilidade e o social: uma discussão sobre o papel das empresas*. São Paulo: Saraiva.

Gond, J. P., & Igalens, J. (2008). *La responsabilité sociale de l'entreprise*. Paris: Presses Universitaires de France.

Gonçalves, E. P. (2007). *Iniciação à pesquisa científica*. São Paulo: Alínea.

Goode, W. J., & Hatt, P. K. (1979). *Métodos em pesquisa social*. Trad. Carolina Martuscelli Bori, (7ª ed.). São Paulo: Companhia Editora Nacional.

Gupta, P. (2009). *Inovação Empresarial no século XXI – Versão executiva*. Porto: Vida Económica.

Habermas, J. (2013). *Direito e democracia: entre facticidade e validade*. (vols I e II.). Trad. Flávio Beno Siebeneichler. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

Hair Jr., J.F., Anderson, R., Tatham, R.L., Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.

Henderson, H. (1993). Social innovation and citizen movements. *Futures*, 25(3), pp. 322-38.

Henley, M. (2008). *Success in social innovation in South Australia. What has happened, what has worked? Uniting Care Wesley Adelaide*. Disponível em: <http://www.unisa.edu.au>. Acesso em: 17 abril de 2013.

Hespanha, P. (2009) Micro Empreendedorismo. In A. D. Cattani, J.-L., Laville, L. I. Gaiger, e P. Hespanha (eds.), *Dicionário internacional da outra economia*. Coimbra: Almedina. Disponível em <<http://www.jornaldomauss.org/periodico/wp-content/uploads/2009/06/dicionario-Geninternacional-da-outra-economia.pdf>>. Acesso em: 3 de março de 2012.

Howorth, C., Tempest, S., & Coupland, C. (2005). Rethinking entrepreneurship methodology and definitions of the entrepreneur. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12 (1), pp. 24-40.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e estatística (2012). As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil em 2010. *Estudos e Pesquisas: informação econômica*. N° 20, Rio de Janeiro. Disponível em: http://ftp.ibge.gov.br/Fundacoes_Privadas_e_Associacoes/2010/fasfil.pdf. Acesso em: 3 de junho de 2014.

Icaza, A. M. S. (2009). Movimento social. In A. D. Cattani, J.-L. Laville, L. I. Gaiger, e P. Hespanha. *Dicionário internacional da outra economia*. Coimbra: Almedina, p. 261-262. Disponível em <<http://www.jornaldomauss.org/periodico/wp-content/uploads/2009/06/dicionario-Geninternacional-da-outra-economia.pdf>>. Acesso em: 3 de março de 2012.

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. (2009)). *Transformação na indústria bancária brasileira e o cenário de crise* (Comunicado da presidência, N° 29). Disponível em: http://www.sinal.org.br/artigo192/artigos/IPEA_09_04_07_ComunicaPresi_20_Bancos.pdf Acesso em: 22 de setembro de 2013.

IPECE - Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (2014). *Indicadores sociais do Ceará 2012*. Fortaleza/ Ceará. Disponível em: http://www.ipece.ce.gov.br/publicacoes/Indicadores_Sociais_2012.pdf. Acesso em: 3 de julho de 2014.

Instituto Palmas. (2006). *O que é um banco comunitário*. Disponível em: <http://www.inovacaoparainclusao.com/o-que-e-um-banco-comunitario.htm>. Acesso em 8 outubro de 2013.

James, E., & Rose-Ackerman, S. (2013). *The Non-Profit Enterprise in Market Economics*. Abingdon, Oxfordshire: Taylor & Francis.

Johnson, S. (2000). *Literature review on social entrepreneurship*. Disponível em: <http://www.bus.ualberta.ca/ccse/publications/lit%20review%20e%20novembro%202000.rtf>. Acesso em: 22 de junho de 2012.

Jöreskog, K. J., & Goldberger, A. S. (1975). Estimation of a model with multiple indicators and multiple causes of single latent variable. *Journal of the American Statistical Association*, 70, pp. 631-639.

Karkotli, G. (2007). *Responsabilidade social empresarial*. Petrópolis, RJ: Vozes.

Kelle, U. (2002). Análise com auxílio de computador: codificação e indexação. In Bauer, M. W., & Gaskell, G. *Pesquisa Qualitativa com texto, imagem som – um manual prático*. (5ª ed.). Petropolis: Vozes.

Kisil, M. (2000). Organização social e desenvolvimento sustentável: projeto de base comunitário. In E. B. Ioschpe (ed.). *3º Setor: desenvolvimento social sustentado*. (2a ed.). São Paulo: Paz e Terra.

Kobia, M., & Sikalieh, D. (2010). Towards a search for the meaning of entrepreneurship. *Journal of European Industrial Training*. 34(2), pp. 110-127.

Kotler, J. (2002). Gerir a Mudança. *Executive Digest*, Ano 8, 91, pp. 32-34.

Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Hoboken, NJ: Wiley.

Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Hoboken, NJ: Wiley.

Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (1), pp. 5-21.

Lages, M.F.S. (2010). *Espírito Empreendedor dos Técnicos de Diagnóstico e Terapêutica*. Dissertação de Mestrado. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, Portugal.

Lallemand, D. (2001). *Les défis de L'innovation sociale (Collection Action sociales Société)*. Issy-les-Moulineaux: ESF.

Lakatos, E. M., & Marconi, M. A. (2010). *Metodologia do trabalho científico*. São Paulo: Atlas.

Landim, L. (2002). Múltiplas identidades das ONGs. *ONG e universidades: desafios para a cooperação na América Latina*. São Paulo: Editora Fundação Peirópolis, pp. 17-50.

Landim, L. (2012). Organizações civis no Rio de Janeiro e suas periferias: novas cartografias? In *Sobre periferias: novos conflitos no Brasil contemporâneo*. Rio de Janeiro: Lamparina/FAPERJ.

Laville, J-L. (Org.). (2007). *L'Economie solidaire: une perspective internationale*. Paris: Desclée de Brouwer.

Laville, J-L., & Cattani, A. D. (2005) *Dictionnaire de L'autre économie*. Paris: Desclée de Brouwer.

Leadbeater, C. (2014). *The Frugal Innovator: Creating Change on a Shoestring Budget*. London and New York: Palgrave Macmillan.

Leite, F. T. (2008). *Metodologia Científica: métodos e técnicas de pesquisa: monografias, dissertações, teses e livros*. Aparecida, SP: Idéias e Letras.

Lévesque, B. (2011). *Innovations sociales et pouvoirs publics: vers un système québécois d'innovation dédié à l'économie sociale et solidaire: quelques éléments de problématique*. Cahiers du CRISIS, Collection Études Théoriques. Montréal: CRISIS.

Lévesque, B. (2012). *Social Innovation and Governance in Public Management Systems: Limits of NPM and search for alternatives?*. Cahiers du CRISIS, Collection Études Théoriques. Montréal: CRISIS.

Levin, J., (1987), *Elementary Statistics in Social Research*, (2nd Edition). New York: Harper and Row Publishers, Inc.

Lindgreen, A., & Swaen, V. (2010). Corporate Social Responsibility. *International Journal of Management Reviews*. DOI: 10.1111/j.1468-2370.2009.00277.x, pp. 1-7.

London, M., e Morfopoulos, R. G (2010). *Social Entrepreneurship*. New York: Routledge.

Lüdke, M., & André, M. E. D. A. (2013). *Pesquisa em educação: abordagens qualitativas*. São Paulo: GEN.

Malhotra, N. K. (2001). *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. (3ª ed.). Porto Alegre: Bookman.

Mance, E. A. (2000). *A revolução das redes: a colaboração solidária como uma alternativa pós-capitalista à globalização atual*. Petrópolis: Vozes.

Marconi, M. de A., & Lakatos, E. M. (2010). *Fundamentos de metodologia científica* (7ª ed.). São Paulo: Atlas.

Marôco, J. (2003). *Análise estatística com utilização do SPSS*, (2ª Ed.). Lisboa: Edições Sílabo.

Marôco, J. (2010). *Análise de Equações Estruturais: Fundamentos Teóricos, Software e Aplicações*. Pêro Pinheiro: Report Number.

Marques, C. S. E. (2005) *O Impacto da Inovação no desempenho Económico-Financeiro das Empresas Industriais portuguesas*. Tese de Doutoramento em Gestão. UTAD, Portugal.

Marques, C. S. (2004). *O impacto da inovação no desempenho económico-financeiro das empresas industriais portuguesas*. Tese de Doutoramento, Departamento de Economia, Sociologia e Gestão - Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, Portugal.

Marsiglia, R. M. G. (2006). Orientações básicas para a pesquisa. In A. E. Mota, M. I. S. Bravo, R. Uchoa, V. Nogueira, R. Marsiglia, L. Gomes, M. Teixeira (Orgs.). *Serviço Social e Saúde: Formação e Trabalho Profissional*. Disponível em: http://www.fnepas.org.br/pdf/servico_social_saude/texto3-1.pdf. Acesso em 10 de maio de 2012.

Martinez, L., & Ferreira, A. (2010). *Análise de dados com SPSS – Primeiros passos*. Lisboa: Escolar Editora.

Matos, H. (2009). *Capital Social e comunicação: interfaces e articulações*. São Paulo: Summus.

Mauss, M. (2012). Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In *Sociologia e Antropologia*. (Paulo Neves Trad.). São Paulo: Cosac Naify.

Melo Neto, F., & Froes, C. (2002). *Empreendedorismo Social: a transição para a sociedade sustentável*. Rio de Janeiro: Qualitymark.

Melo Neto, J.J., & Magalhães, S. (2007). *Bairros pobres, ricas soluções: Banco Palmas ponto a ponto*. Fortaleza: Expressão Gráfica.

Mendes, L. C. A. (1999). Visitando o terceiro setor (ou parte dele). *Ipea* (Texto para discussão, Nº 647), Brasília. Acesso em: 12 de maio de 2012. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_contentview=articleid=3955.

Milani, C. (2004). Teorias do Capital Social e Desenvolvimento Local: lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil). *Organizações e Sociedade*, Salvador, v. 11, edição esp, pp. 95-113.

Minayo, M. C. de S. (1995). *Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social*. Petrópolis: Vozes.

Minayo, M. C. de S. (Org). (2010). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade* (29ª ed.). Petrópolis, RJ: Vozes.

Montaño, C. (2012a). Poverty," social issue" and its confrontation. In *Serviço Social & Sociedade*, (110), pp. 270-287.

Montaño, C. (2012b). *Terceiro setor e a questão social: crítica ao padrão emergente de intervenção*. São Paulo: Cortez.

Moreira, J. C. P. (2008). *O Capital Social como um dos fatores de sustentabilidade de cooperativas agroindustriais, estudo de caso*. Dissertação Mestrado em Economia Rural. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza. Brasil.

Mulgan, G., Caulier Grice, J., & Murray, R. (2010). *The open book of social innovation*. NESTA (National Endowment for Science, Technology and the Arts). Disponível em: www.nesta.org.uk/. Acesso em 10 de maio de 2012.

Novy, A., Habersack, S., & Schaller, B. (2013). Innovative forms of knowledge production: transdisciplinarity and knowledge alliances. In F. Moulaert, D. MacCallum, A. Mehmood and A. Hamdouch (eds.) *The International Handbook on Social Innovation: Collective Action, Social Learning and Transdisciplinary Research*. Cheltenham: Edward Elgar, pp. 466-480.

NESOL - Núcleo de Economia Solidária. (2013). *Banco Palmas 15 anos: resistindo e inovando / NESOL-USP*. São Paulo: A9 Editora.

Oliveira, E. M. (2008). *Empreendedorismo Social: da teoria à prática, do sonho à realidade: ferramentas e estratégias*. Rio de Janeiro: Qualitymark.

Pardal, L., & Correia, E. (1995). *Métodos e Técnicas de Investigação Social*. Porto: Areal Editores.

Pena Júnior, M., Graciano, C., & Válerly, F. (2005). Universidade e desenvolvimento local: reflexões sobre pró-atividade comunitária. In *Encontro Nacional de Engenharia de Produção (ENEGEP)*, 25. Porto Alegre. Anais, Porto Alegre: ABEPRO/ PUC-RS, 2005. pp. 4132-4139.

Peredo, A.M., & Mclean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of world business*, 41 (1), pp. 56-65.

Pestana, M., & Gageiro, J. (2000). *Análise de dados para as Ciências Sociais: A complementaridade do SPSS*. (2ª ed. revista e aumentada). Lisboa: Edições Sílabo.

Phillips, W., Lee, H., James, P., Ghobadian, A., & O'Regan, N. (2015). Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review. *Group & Organization Management*. 40(3), pp. 428-461.

Piselli, F. (2006). Capitale sociale tra "old" e "new economy". *Rassegna italiana di sociologia*, 47(3), pp. 411-440.

Pol, E., & Ville, S. (2009). Social innovation: buzz word or enduring term? *Journal of Socio-Economics*, 38 (6), pp. 878-885.

Polanyi, K. (2013). *A grande transformação – (História & Sociedade)*. Lisboa: Edições 70.

Pompeu, G. V. M., & Santiago, A. M. (2010). *Responsabilidade social empresarial: perspectiva para implementação do desenvolvimento socioambiental*. Fortaleza: Juruá.

Pompeu, G. V. M. P. (2005). *Direito à Educação: controle social e exigibilidade judicial*. Fortaleza: ABC Editora.

Pompeu, R. M. (2011). *A responsabilidade social da Universidade na formação de Capital Humano e como ferramenta de desenvolvimento local sustentável: os casos da UTAD e da UNIFOR*. Tese de Doutorado em Gestão. UTAD, Vila Real, Portugal.

Ponte, J. P. (2006). *Estudos de caso em educação matemática*. *Bolema*, (25), 105-132. (Obra original publicada em 1994). Disponível em: <http://grupo4te.com.sapo.pt/referencias.html>. Acesso em: 8 de abril de 2013.

Putnam, R., & Subirats, J. (2015). Making democracy work: Social capital and civic traditions in modern Italy. *Cadernos EBAPE. BR*, 13(1), pp. 206-216.

Putnam, R., & Sander, T. (2010). Still bowling alone? The post 9/11 split. *Journal of Democracy*, 21(1), pp. 9-16.

Putnam, R. D. (2013). The prosperous community: social capital and public life. *The American Prospect*, (13), pp. 249-262.

Ragin, C. C. (1987). *The Comparative Method: Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies*. Berkeley: University of California Press.

Ratten, R., & Welp, I. M. (2011). Community-based, social and societal entrepreneurship. In *Entrepreneurship & Regional Development* (Special issue), 23, pp.5-6.

Rattner, H. (1999). Sustentabilidade: uma visão humanista. In *Ambiente e Sociedade*, jul/dec. 1999, n. 5, ppp. 233-240.

Razeto, L. (1991). La veine populaire dans l'économie latino américaine. *La Revue Nouvelle*, (2).

Rede de Informação do Terceiro Setor - RITS. (2005). Disponível em <http://www.rits.org.br>. Acesso em 14 de novembro de 2012.

Ruiz, J. A. (2006). *Metodologia Científica: guia para eficiência nos estudos*. (5ª ed.). São Paulo: Atlas.

Salamon, L. M., & Anheier, H. K. (1997). *Defining the nonprofit sector: a cross national analysis*. Manchester: Manchester University Press.

Salamon, L. M., & Anheier, H. K. (1997). *Defining the nonprofit sector: a cross national analysis*. Manchester: Manchester University Press.

Santos, B. de S. (2005). *A globalização e as ciências sociais*. (3ª ed.). São Paulo: Cortez.

Santos, B. S. (2005). A universidade no século XXI: Para uma reforma democrática e emancipatória da universidade. *Educação, Sociedade e Culturas*, nº 23, pp. 137-202.

Santos, B. S. (2010). *Pelas mãos de Alice: O social e o político na pós-modernidade*. (13ª ed.). São Paulo: Cortez.

Santos, M. (2010). *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal* (2ª ed.). São Paulo: Record.

Sanzo-Perez, M.J., Álvarez-González, L.I. & Rey-García, M. (2015). How to encourage social innovations: a resource-based approach. *The Service Industries Journal*, 35, pp.7-8.

Sarkar, S. (2008). *O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Sarkar, S. (2010a). *Empreendedorismo e Inovação*. (2a ed). Lisboa: Escolar Editora.

Sarkar, S. (2010b). *Empreendedorismo e Inovação*. Lisboa: Escolar Editora.

Saul, R. P. (2004). As raízes renegadas da teoria do Capital Humano. In *Sociologias*. Porto Alegre, ano 6, 12, jul/dez, pp. 230-273.

Schultz, T. W. (1961). Investment in human capital. *The American Economic Review*, 51(1), march, pp. 1-17.

Schumpeter, J. (1961). *The theory of economic development*. New York: Oxford University Press.

Sedoglavich, M. (2010). *Internationalization of the Yarra Valley Wine Industry Cluster*. Waikato, New Zealand: University of Waikato.

Sella, A. (2002). *Globalização neoliberal e exclusão social: alternativas...? São possíveis!* São Paulo: Paulus.

Sen, A. K. (2000). *Desenvolvimento com liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras.

Shaw, E., & Carter, S. (2007). Social Entrepreneurship: Theoretical Antecedents and Empirical Analysis of Entrepreneurial Processes and Outcomes. In *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14 (3), 418-434.

Silva, A., & Pinto, J. (1986). *Metodologia das Ciências Sociais*. Porto: Edições Afrontamento.

Singer, P. (2013). O banco comunitário de desenvolvimento como política pública de economia solidária. In *Banco Palmas 15 anos: resistindo e inovando* / NESOL-USP. São Paulo: A9 editora. pp. 35-41.

Singer, P. (2012). Tecnologia social para economia solidária. In *Parcerias Estratégicas*, 15(31), pp. 237-242.

Singer, P. (2002). *Introdução à economia solidária*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.

Smith, A. (2008). *A riqueza das nações: investigação sobre sua natureza e suas causas* (3a ed.). V. 1. São Paulo: Zahar.

Stewart, A., & Cotton, J. (2013). Making sense of entrepreneurship journals: Journal rankings and policy choices. In *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19 (3), pp. 303-323.

Strauss, A. L., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques*. (2ª ed.) Thousand Oaks, CA: Sage.

Tassigny, M. (2008). Extensión, ciudadanía e inclusión social: bases conceptuales y el programa de formación para el trabajo. In: *Responsabilidad Social de las Universidades* (pp. 86-101). Buenos Aires: Fundación Red Latinoamericana de Cooperación Universitaria-RLCU.

.

Taylor, J. (1970). Introducing Social Innovation. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 6(6), pp. 69-77.

Teixeira, S. (2010). *Gestão das organizações*. Lisboa: Verlag Dashöfer Portugal.

Tenorio, F. G. (Org.). (2003). *Gestão de ONGs: principais funções gerenciais*. São Paulo: Loyola.

Tidd, J., & Bessant, J. (2015). *Gestão da inovação-5*. Porto Alegre: Bookman Editora Brasil.

Thalhuber, J. (2012). *The National Center Social Entrepreneurs*. Disponível em: <http://www.socialentrepreneurs.org>. Acesso em: 29 de novembro de 2012.

Thompson, A. A. (2000). Do compromisso à eficiência? Os caminhos do Terceiro Setor na América Latina. In E. B. Ioschpe. *3º Setor: desenvolvimento social sustentado*. (2ª ed). São Paulo: Paz e Terra.

Tocqueville, A. (1998). *A democracia na América: leis e costumes*. (Eduardo Brandão Trad.). Livro I. São Paulo: Martins Fontes.

Tonnies, F. (2014). *Custom: An essay on social codes*. (Vol. 1). New Jersey: Transaction Publishers.

Toro, J. B. (2000). O papel do Terceiro Setor em sociedade de baixa participação. In E. B. Ioschpe. *3º Setor: desenvolvimento sustentado*. (2ª ed.). São Paulo: Paz e Terra.

Torres, J. Q. R. (2008). Estudo da relação entre os modelos de gestão baseados no Balanced Scorecard, responsabilidade social empresarial e as práticas de recursos humanos. IN *Responsabilidade Social nas empresas: a contribuição das universidades*. (2008). Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, Valor Econômico. São Paulo: Peirópolis.

Trigo, V. (2003). *Entre o estado e o mercado: Empreendedorismo e a condição do empresário na China*. Lisboa: Ad Littram.

Triola, M. F. (2008). *Introdução a estatística*. (10ª ed.). Rio de Janeiro: LTC.

Ullrich, D. R. (2009). *Responsabilidade social e desenvolvimento local: uma leitura da cooperação intersetorial em Blumenau (SC), enfocando os movimentos das organizações do Núcleo RS/ACIB*. Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento Regional - PPGDR, CCHC, Universidade Regional de Blumenau, Santa Catarina, Brasil.

ULSF – University Leaders For a Sustainable Future (1990). Talloires Declaration *The role of Universities in Environmental Management and Sustainable Development Conference*. Talloires, França. Outubro de 1990. Disponível em: http://www.ulsf.org/programs_talloires_report.html. Acesso em: 26 de setembro de 2013.

Van de Ven, A. H., & Grazman, D. N. (1994). From generation to generation: a genealogy of Twin Cities health care organizations, 1853–1993. Presented at the Annual Meet. Acad. Manage., Dallas.

Vergara, S. C. (2008). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. Atlas: São Paulo.

Vieira, L. (2005). *Cidadania e globalização*. (4a ed.). Rio de Janeiro: Record.

Voltolini, R. (2004) T3rceiro Setor – Planejamento e Gestão. São Paulo: SENAC.

Weber, M. (2010) *A ética protestante e o espirito do capitalismo*. (2ª ed.). São Paulo: Cengage Learning

Wolfe, D. A. (2002) *Social capital and cluster development in learning regions*. Program on Globalization and Regional Innovation Systems, Centre for International Studies, University of Toronto. Disponível em: www.utoronto.ca/progris/Wolle_SocialCapital.pdf. Acesso em: 28 de julho de 2014.

Yin, R. K. (2005). *Estudos de caso: planejamento e métodos* (3a ed.). (D. Grassi, trad.). Porto Alegre: Bookman.

Young Foundation (2007). *Social Innovation: what it is, why it matters, how it can be accelerated*. Disponível em: <http://www.youngfoundation.org>. Acesso em 1 de maio de 2013.

Yunus, M., & Weber, K. (2011). *Building social business: The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs*. New York: PublicAffairs.

Zarpelon, M. I. (2006). *Gestão e responsabilidade social*. Rio de Janeiro: Qualitymark.

APÊNDICES

APÊNDICE – A

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO – TCLE

Prezado senhor (a),

Sou aluno do programa de Pós-Graduação da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro – Departamento de Economia, Sociologia e Gestão. Estou desenvolvendo um estudo sobre a criação do Banco Palmas como fator indutor no desenvolvimento do Empreendedorismo e Inovação Social, Capital Humano, Capital Social na cidade de Fortaleza- Ceará.

Nesse sentido, estou solicitando sua colaboração na participação deste estudo, em responder as informações contidas nesse questionário. Gostaria de deixar claro que essas informações são sigilosas, não falarei para ninguém e, principalmente, seu nome, não será em nenhum momento divulgado. Caso se sinta constrangido (a), envergonhado (a), você tem o direito de pedir para sair da pesquisa.

Os dados obtidos serão aos dados de outras pessoas, sempre respeitando o caráter confidencial de seu nome. Pretendemos com este estudo, obter informações sobre aspetos importantes ligados ao Banco Palmas na Cidade de Fortaleza.

Informo ainda, que:

- Mesmo tendo aceitado participar, se por qualquer motivo, durante o andamento da pesquisa, resolver desistir, tem toda liberdade para retirar o seu consentimento.
- Permitir o acesso a seus dados não trará nenhum risco para você. Entretanto, caso se sinta constrangido poderá, interromperemos sua participação.
- Estarei disponível para qualquer outro esclarecimento no Endereço: Desembargador Praxades, 203, Fortaleza – CE , Damas, telefone: (85) 96470597.

Consentimento pós – informado

Declaro que tomei conhecimento do estudo que pretende Caracterizar as ações de Empreendedorismo e Inovação Social: A criação do Banco Palmas como fator indutor no desenvolvimento de Empreendedorismo e Inovação Social do Capital Humano e social na cidade de Fortaleza – Ceará. Á ser realizado pelo pesquisador Hamilton Vale Leitão, compreendi seus propósitos e, concordo em participar do estudo, não me opondo a permitir a responder os questionário e também que em qualquer momento posso retirar meu consentimento em participar do mesmo.

Fortaleza, ____ de _____ de 2014.

APÊNDICE - B

Questionário a ser aplicado aos colaboradores funcionais representantes legais do Banco Palmas

Idade:		
Sexo:	Masculino ()	Feminino ()
Função:		

Defina em que perfil económico você se enquadra:
Até1 salário mínimo ()
De 2 a 3 salários mínimos()
De 4 a 5 salários mínimos()
De 5 a 10 salários mínimos()
Acima de 10 salários mínimos()
Nenhuma das alternativas()

• **Fortalecimento Económico**

1.Para você houve um desenvolvimento económico das empresas associadas ao Banco Palmas na comunidade do Conjunto Palmeiras?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
2.O Banco Palmas contribuiu para o fortalecimento económico de seus associados(empresas/autónomos)?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
3. Como você avalia o desenvolvimento económico da região nos últimos quinze anos.				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()

• **A presença de uma Instituição como o Banco Palmas provoca mudanças no ambiente onde a mesma encontra-se inserida, a isso chamamos de Impactos.**

4. Em relação a presença do Banco Palmas em Fortaleza, como você avalia o crescimento do Banco Palmas nos últimos quinze anos no que se refere a ação de economia solidária e desenvolvimento Local?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
5. Para você com a criação do banco Palmas houve desenvolvimento educacional na região do conjunto Palmeirasnos últimos quinze anos.				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
6. Para você com a criação do banco Palmas houve desenvolvimento social na região nos últimos quinze anos.				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
7. Para você com a criação do banco Palmas houve desenvolvimento de uma cultura de paz na região nos últimos quinze anos.				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
8. Para você com a criação do banco Palmas houve desenvolvimento político da região nos últimos quinze anos.				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
9. Frente a todas as ações implementadas pelo Banco Palmas com sua política de Microcrédito, inclusão Social, Empreendedorismo e desenvolvimento local, como você avalia o Banco Palmas?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()

- **Gestão Empreendedora**

10. Sobre a gestão empreendedora do Banco Palmas em criar e oferecer novos projetos, negócios e oportunidades, como você avalia a qualidade dessas ofertas?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
11.O Banco Palmas promoveu ações de inovação e Empreendedorismo Social?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
12. Durante esse tempo trabalhando no Banco Palmas, como você avalia as ações empreendedoras?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()

- **Capital Humano e Capital Social**

13. Dentre os itens abaixo relacionados identifique o que você pode sugerir para que a gestão de Capital Humano e Capital Social do Banco Palmas possa se efetivar nos olhos de quem contribui para o seu desenvolvimento:				
Criar políticas de permanência()				
Oferta de cursos()				
Capacitação()				
Treinamento()				
Participação específica eventos()				
14. Como você avalia a formação do Capital Humano e Capital Social promovida pelo Banco Palmas?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
15. Para você houve desenvolvimento de Capital Humano e social através das ações promovidas pelo Banco Palmas?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
16. Para você o Banco Palmas oferece oportunidade de ascensão funcional?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()

APÊNDICE – C

Questionário a ser aplicado aos associados (empresas/autónomos) parceiros.

Nº _____

1. IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA				
Empresa:	_____			
Tipo de Atividade:	_____			
Ano de Fundação:	_____			
Número de empregados:	_____			
Classificação da empresa:	Microempresa ()	Pequena ()	Média ()	Grande ()
Receita Anual:	Até 5 salários mínimos ()			
	Entre 10 e 15 salários mínimos ()			
	Entre 15 e 20 salários mínimos ()			
	Acima de 20 salários mínimos ()			

2. RELAÇÃO DE PARCERIA COM O BANCO	
Quanto tempo de associado:	_____
Por quais meios conheceu o serviço do banco:	Mídia Eletrônica ()
	Mídia Impressa ()
	Rádio difusora ()
	Agentes Financeiros ()
	Comunidade ()
	Outros _____
Quais os serviços utilizados:	Linha de Crédito ()
	Orientação Financeira ()
	Treinamento/Capacitação ()
	Correspondente Bancário ()
	Outros _____
Origem:	_____
Idade:	_____
Sexo:	_____
Atividade comercial:	_____

Qual a faixa salarial que você se enquadra:
De 1 salário mínimo()
De 2 a 3 salários mínimos()
De 4 a 5 salários mínimos()
De 5 a 10 salários mínimos()
A cima de 10 salários mínimos()
Nenhuma das alternativas()

• **Fortalecimento Económico**

1.Na sua opinião houve um crescimento económico dos comércios associados (empresas/autónomos) ao Banco Palmas na comunidade do Conjunto Palmeiras?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
2.O Banco Palmas contribuiu para o fortalecimento económico de seus parceiros?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
3.Na sua opinião houve bons resultados promovidos pelo Banco Palmas por meio de suas ações inovadoras e atividades novas voltadas para as pessoas da comunidade no conjunto Palmeiras.				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()

• **A presença do Banco Palmas provoca mudança na localidade no conjunto Palmeiras, chamamos isso de impactos.**

4.Avaliando a presença do Banco Palmas na região do conjunto Palmeiras, como você vê a facilidade de acesso a educação na região do conjunto Palmeiras nos últimos quinze anos?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
5. Como você vê o desenvolvimento social na região do conjunto Palmeiras nos últimos quinze anos?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
6. Houve crescimento dos movimentos culturaisna região do conjunto Palmeiras nos últimos quinze anos.				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
7. Como você avalia a organização das instituições e associações na região do conjunto Palmeiras nos últimos quinze anos? (desenvolvimento político)				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
8. Com a chegada do Banco Palmas, como você avalia o desenvolvimento económico da região do conjunto Palmeiras.				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
9. Frente a todas as ações criadas pelo Banco Palmas, como você avalia o Banco Palmas?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()

• **O Banco Palmas é uma Instituição social, traz como características a inclusão das pessoas no mercado de trabalho, e o desenvolvimento da localidade, como foco numa economia solidária.**

10.Sobre a gestão empreendedora do Banco Palmas como você avalia a política de empréstimo de dinheiro?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
11. Como você avalia a aceitação da moeda palmas no seu estabelecimento local:				

1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
12.Na sua opinião o seu comercio no conjunto Palmeiras melhorou com a chegada do Banco Palmas:				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()

- Um Banco Palmas oferece aos seus parceiros Empreendedorismo e Inovação Social, isso ocorre de forma continuada, levando em conta a realidade da localidade do conjunto Palmeiras.

13.Na sua opinião, como você avalia o trabalho do Banco Palmas:				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
14. As atividades de inovação e Empreendedorismo Social:				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
15. O trabalho de criação novos negócios:				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
16. A Gestão Empreendedora:				
1. Excelente()	2. Ótimo()	3. Bom()	4. Regular()	5. Insuficiente()

- Quanto a formação do Capital Humano e Social o Banco Palmas oferece cursos e treinamentos.

17.Como você avalia os cursos ofertados, quanto aos conteúdos ensinados?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
18. Quanto o consumo dos produtos vendidos nos comércios aumentou dentro do próprio bairro?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
19.E com a criação do Banco Palmas, houve um aumento de geração de emprego no bairro?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()
20. Na sua opinião houve investimento na formação e treinamento das pessoas por meio das ações promovidas pelo Banco Palmas?				
1. Insuficiente()	2. Regular()	3. Bom()	4. Ótimo()	5. Excelente()

ANEXOS



1º Banco Comunitário do Brasil

100

perguntas mais frequentes

Realização:

Instituto Palmas

Texto:

Equipe Técnica do Instituto Palmas

Informações:

55 85 3250-8279

bancopalmas@uol.com.br

www.bancopalmas.org.br

www.banquepalmas.fr

Twitter: JoaquimBPalmas

apresentação

Esta publicação compõe o segundo caderno da série Banco Palmas 10 anos. A primeira foi publicada em 2008 e diz respeito ao estudo de Avaliação e Impacto de 10 anos do Banco Palmas, realizado pela Universidade Federal do Ceará (UFC), através do Laboratório Interdisciplinar de Estudos em Gestão Social (LIEGS).

A estratégia aqui é fazer um resumo das 100 perguntas mais freqüentes nos 10 anos (agora já são 12) de existência do Banco Palmas. Calcula-se que neste período mais de 1000 (mil) encontros pedagógicos foram realizados, em forma de cursos, oficinas e palestras. Fizemos então, uma seleção das questões mais freqüentes nestes momentos por entender ser essas as que mais despertam interesse no leitor, além de consistir em uma rica fonte de informação sobre as práticas do Banco Palmas e dos bancos comunitários.

Nosso objetivo não é levantar nenhum campo novo de teoria ou reflexão sobre o Banco Palmas (ou os bancos comunitários), senão de descrever, de forma leve e agradável, aquilo que já despertou curiosidade naqueles que participaram de algum encontro conosco. Por isso o formato é de perguntas e respostas.

Como em todos nossos escritos, buscamos uma linguagem popular, simples, direta, de fácil entendimento e compreensão para qualquer pessoa. Esta publicação não segue uma ordem cronológica por temas nem tem uma seqüência pedagógica entre uma pergunta e outra. Elas estão (des)organizadas de forma aleatória. Do mesmo jeito que normalmente são formuladas numa plenária.

Boa leitura.

Indice

- 1- Quem criou o Banco Palmas e de onde veio a idéia?
- 2- A idéia do Banco Palmas foi inspirada no Grameen Bank do Muhammad Yunus? Teve algum economista que colaborou para a criação do Banco?
- 3- Qual o ponto de partida para criação do Banco Palmas?
- 4- A Violência diminuiu no Conjunto Palmeira após a ação do Banco Palmas?
- 5- Quais são as cinco maiores dificuldades do Banco Palmas?
- 6- Como se define um Banco Comunitário?
- 7- Qual a inovação do modelo do Banco Palmas?
- 8- O Banco Central permite o funcionamento da moeda social?
- 9- Como foram os seis primeiros meses do Banco Palmas?
- 10- De onde vieram os primeiros recursos para iniciar o Banco Palmas?
- 11- Quando começou o Banco Palmas?
- 12- Os grupos produtivos apoiados pelo Banco Palmas conseguem concorrer com as grandes empresas?
- 13- Quais os empreendimentos financiados pelo Banco Palmas que mais cresceram?
- 14- Qual a maior frustração nestes 10 anos de Banco Palmas?
- 15- Como funciona a moeda social Palmas?
- 16- Qual é o objetivo maior da moeda Palmas?
- 17- Qualquer morador do bairro pode fazer o câmbio de Palmas por reais?
- 18- Como um morador tem acesso à moeda Palmas?

- 19- Se todos os moradores já fizessem suas compras no próprio bairro, haveria necessidade de existir a moeda Palmas?
- 20- O diferencial do Banco Palmas para outras experiências de microcrédito é a moeda social?
- 21- Porque a moeda Palmas produz riqueza?
- 22- Se o comerciante dá descontos, o que ele ganha aceitando a moeda Palmas?
- 23- Quando um comerciante faz o câmbio de Palmas por Reais, paga alguma taxa?
- 24- Depois da criação da moeda Palmas, o cartão de crédito Palmacard continua funcionando?
- 25- Por que o Banco Palmas permite a troca de Palmas (moeda solidária) por Reais (moeda capitalista)?
- 26- Qual é a inadimplência e o que faz o Banco Palmas quando um cliente fica inadimplente?
- 27- Expor publicamente o nome do inadimplente não é contra a lei? Não fere o Código de Defesa do Consumidor?
- 28- A Expansão dos Bancos Comunitários pode oferecer risco para a metodologia?
- 29- Como é feita a gestão do Banco Palmas?
- 30- Os funcionários do Banco Palmas são todos da comunidade?
- 31- Qual a vantagem de ter uma equipe local na gestão do Banco Palmas?
- 32- Existe preocupação do Banco Palmas com a formação da equipe?
- 33- Como o Banco Palmas fez para a comunidade aderir ao projeto?
- 34- A comunidade toda aceita o Banco Palmas?
- 35- Os comerciantes não têm receio de aceitar a moeda social?
- 36- A comunidade aceitou com tranquilidade as regras do Banco Palmas?
- 37- O Banco Palmas inibiu as lutas da Associação de Moradores?

- 38- Qual a relação do Banco Palmas com a Associação de Moradores?
- 39- O Banco Palmas tem se preocupado em formar técnicos para multiplicar a metodologia?
- 40- Qual a relação do Banco Palmas com o Instituto Palmas?
- 41- Como se dá a relação do Instituto Palmas com o Banco Popular do Brasil (BPB)?
- 42- Como se dá a relação entre os mais experientes e os mais jovens no Banco Palmas?
- 43- Como se organiza a rede do Banco Palmas?
- 44- Quais são as dificuldades na relação com o Banco Popular do Brasil?
- 45- Como o Banco Palmas tem conseguido recursos para crédito? Os Banco oficiais tem sido uma alternativa?
- 46- Existe perigo de um Banco Comunitário cair em descrédito junto à população?
- 47- A experiência do Banco Palmas já foi implantada em outros locais?
- 48- Por que o Banco Palmas aderiu a idéia do FIB?
- 49- Como funciona o Curso de Consultores Comunitários?
- 50- O que é a Rede de Bancos Comunitários?
- 51- Quais são os juros praticados pelo Banco Palmas?
- 52- Qual a diferença entre um Banco Comunitário e uma cooperativa de crédito?
- 53- Já foi realizada alguma pesquisa, estudo científico, sobre os resultados do Banco Palmas?
- 54- Qual a meta do Instituto Palmas para os próximos 10 anos?
- 55- O Banco Palmas divulga o nome dos tomadores de credito para a comunidade?
- 56- Como implantar a cultura da solidariedade em uma comunidade?

- 57- Como ocorre a interface entre a economia do local e a economia do ambiente externo?
- 58- Como os mercados locais intermedeiam as compras com seus fornecedores de fora do bairro, que não possuem o comprometimento social com os moradores?
- 59- De onde vem o lastro (em reais) para as moedas sociais?
- 60- O comércio local, que adotou a moeda Palmas, é tributado?
- 61- Existe alguma Prefeitura no Brasil que realiza pagamentos em moeda social?
- 62- O que é o Sistema Palmas?
- 63- O que é ser gestor de rede do Banco Popular do Brasil?
- 64- Qual é a vantagem para o Instituto Palmas ser parceiro do Banco Popular do Brasil?
- 65- O que é preciso para iniciar um Banco Comunitário?
- 66- Quais são as etapas para criar um Banco Comunitário?
- 67- Quantas pessoas trabalham no Banco Palmas?
- 68- No Banco Palmas, é obrigatória a devolução integral do crédito pelo tomador?
- 69- Existe um boleto bancário? Como é feito o pagamento dos créditos?
- 70- As empresas financiadas pelo Banco Palmas podem vender seus produtos fora do bairro?
- 71- As empresas apoiadas pelo Banco Palmas só podem vender seus produtos em moeda social Palmas?
- 72- As pessoas beneficiadas pelo Banco Palmas podem ter conta em outro banco?
- 73- Quantos sócios existem no Banco Palmas e no Instituto Palmas?
- 74- Com tantos bancos, financeiras, lojas comerciais oferecendo crédito, ainda há necessidade do Banco Palmas?
- 75- Porque o Banco Palmas não trabalha com aval solidário?

- 76- Quais as principais características da metodologia de crédito do Banco Palmas?
- 77- Todos os recursos para crédito do Banco Palmas vem do Banco Popular do Brasil?
- 78- Como o Banco Palmas controla e cobra a inadimplência?
- 79- O Banco Palmas é sustentável?
- 80- Quais são os passos para uma pessoa tomar crédito no Banco Palmas? É feita uma análise?
81. Qual a importância da cultura para as estratégias do Banco Palmas?
- 82- O Banco Palmas ajuda na comercialização dos produtos do bairro?
- 83- Já houve assalto ao Banco Palmas? Neste caso, existe algum seguro para cobrir o prejuízo?
- 84- Onde são fabricadas as moeda sociais do Sistema Palmas?
- 85- Já houve falsificação de moeda social?
- 86- Existe perigo do Palmas se isolar em uma economia fechada?
- 87- Porque os Bancos Americanos estão quebrando e os Bancos Comunitários estão crescendo mesmo diante da crise?
- 88- Qual o marco legal do Banco Palmas?
- 89- Quais são os desafios do Banco Palmas para os próximos 10 anos?
- 90- Já teve algum Banco Comunitário que não tenha dado certo, que tenha fechado?
- 91- O que o Instituto Palmas faz para implantar um Banco Comunitário quando não existe nenhuma associação/grupo organizado na comunidade?
- 92- De que forma a população participa do Banco Palmas?
- 93- Qual a relação do Banco Palmas com a economia solidária?
- 94- O que pode ser feito para aumentar a circulação da moeda palmas no Conjunto Palmeira?

- 95- O Banco Palmas é o maior banco da rede de Bancos Comunitários?
- 96- Os que vocês não fariam se fossem iniciar o Banco Palmas hoje?
- 97- Porque o Banco Palmas ainda utiliza um software proprietário?
- 98- Para além dos serviços financeiros e bancários, quais as outras ações que o Banco Palmas oferece a comunidade?
- 99- Quais são os números do Banco Palmas?
- 100 – Qual a importância das parcerias e quais foram os parceiros do Banco Palmas nessa caminhada?

1- Quem criou o Banco Palmas e de onde veio a idéia?

Não teve um criador. Na época eram cinco pessoas que estavam à frente da Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira. Foram estas pessoas que sistematizaram a criação do banco. O Conjunto Palmeira era uma grande favela. Durante 25 anos a Associação de Moradores organizou mutirões comunitários e urbanizou o bairro. Construiu um canal de drenagem, redes de esgoto, pavimentou as ruas, construiu praças, creches comunitárias e outros serviços. Quando o bairro foi urbanizado (1997), a população local não teve como pagar as taxas (água, esgotamento sanitário, energia elétrica, IPTU, e outras) e então começou a vender suas casas e ocupar outras favelas. Para tentar reverter essa situação, a Associação de Moradores tomou a iniciativa de criar um projeto que pudesse gerar trabalho e renda para os moradores, na própria comunidade. Esse projeto foi o Banco Palmas.

2- A idéia do Banco Palmas foi inspirada no Grameen Bank do Muhammad Yunus? Teve algum economista que colaborou para a criação do Banco?

Não. Todos eram líderes comunitários, a maioria com ensino fundamental. A idéia foi completamente endógena. Houve 96 reuniões com produtores, comerciantes e moradores em geral para se definir como seria um projeto para geração de trabalho e renda no Conjunto Palmeira. A base teórica e filosófica veio das leituras que os líderes comunitários tinham sobre a teologia da libertação (que prima pela organização da comunidade enquanto portadora de solução) e dos livros sobre cooperativismo de Paul Singer (princípios de cooperação). Na época (1997) as idéias e a literatura sobre o Yunus ainda eram poucas conhecidas no Brasil.

3- Qual o ponto de partida para criação do Banco Palmas?

A pergunta que fazíamos na época era: porque nós somos pobres? Os moradores respondiam: somos pobres porque não temos dinheiro. Era tão obvio que não podia ser verdade. Daí então fizemos o Mapa da Produção e do Consumo. Saímos perguntando para as famílias o que elas consumiam e em que quantidade, qual a marca dos produtos e em que local realizavam suas compras. O resultado desse mapeamento nos mostrou que mensalmente os moradores consumiam em produtos, ou seja, gastavam com alimentação, vestuário, produtos de limpeza e de higiene e

beleza, um total de R\$ 1.200.000,00 (um milhão e 8duzentos mil reais).O problema era que todas as compras eram feitas fora do bairro. Então dissemos para os moradores: não somos pobres porque não temos dinheiro, e sim, porque perdemos nossa base monetária, ou seja, perdemos o dinheiro que temos.

4- A violência diminuiu no Conjunto Palmeira após a ação do Banco Palmas?

Proporcionalmente sim. Antes o Conjunto Palmeira era o bairro mais violento de Fortaleza (dados de 1997). Hoje, ainda enfrentamos problemas de violência (como em toda periferia urbana), mas a situação já está bem melhor.

5- Quais são as cinco maiores dificuldades do Banco Palmas?

- a) cultivar nos moradores a cultura da solidariedade e valorização dos produtos locais;
- b) o difícil acesso a tecnologia por parte das empresas financiadas pelo banco, principalmente as pequenas indústrias;
- c) obter carteira de crédito a juros muito baixos (ou subsidiados) para atender a população de baixa renda;
- d) profissionalizar a equipe principalmente nos elementos de gestão; e) a ausência de políticas públicas específicas e o reduzido apoio do governo.

6- Como se define um Banco Comunitário?

Banco Comunitário é um serviço financeiro, solidário, em rede, de natureza associativa e comunitária, voltado para reorganização das economias locais, na perspectiva da geração de trabalho e renda e da Economia Solidária.

7- Qual a inovação do modelo do Banco Palmas?

É a combinação de 04 produtos operando de forma integrada e simultânea no bairro:

- i) crédito para a produção,
- ii) crédito para o consumo (em moeda social),
- iii) correspondente bancário,
- iv) e um forte controle social sobre as atividades do banco.

8- O Banco Central permite o funcionamento da moeda social?

No início houve muita incompreensão. Chegamos a ser processados pelo Banco Central. Hoje o BC já se coloca como parceiro dos bancos comunitários e apóia as moedas sociais. Em 18 de novembro de 2009 foi assinado um termo de parceria entre o BC e o Ministério do Trabalho (SENAES) para criar um marco regulatório para o seguimento dos bancos comunitários e das moedas sociais.

9- Como foram os seis primeiros meses do Banco Palmas?

Sufrimento, incertezas e perseverança. Sem recursos para pagar os mínimos custos. Sem funding para crédito. Os comerciantes e produtores locais ainda inseguros para aderirem à proposta. As instituições distantes. Foi necessária muita perseverança da equipe do banco (todos voluntários) e um peregrinar sem fim para conquistar apoios. A Primeira adesão foi de apoiadores internacionais e da Fundação Municipal de Profissionalização, Geração e Emprego e Renda e Difusão Tecnológica da Prefeitura de Fortaleza-PROFITEC (administrada à época pela hoje deputada estadual Rachel Marques). A PROFITEC financiou dois estagiários para trabalhar no banco e um curso de analista de crédito.

10- De onde vieram os primeiros recursos para iniciar o Banco Palmas?

Várias portas se fecharam. Fomos até o Prefeito e o Governador e não conseguimos nada. Naquela época ninguém acreditava na idéia de um Banco Comunitário. A Economia Solidária ainda era pouco conhecida no Brasil, sobretudo no nordeste. Conseguimos apenas R\$ 2.000,00 (dois mil reais) emprestado de uma ONG local - Cearah Periferia. Em oito meses pagamos o empréstimo.

11- Quando começou o Banco Palmas?

O Banco Palmas foi inaugurado no dia 20 de janeiro de 1998, às 19h30min, na sede da Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira. Uma festa bonita, muita gente, imprensa, glamour e um “coquetel popular”. Iniciamos disponibilizando um total de R\$ 500,00 através de 20 cartões de crédito (palmacard) para estimular o consumo local e emprestamos o restante dos recursos, no valor de R\$ 1.500,00 para cinco produtores e comerciantes locais. Todo o recurso do banco foi emprestado na solenidade de lançamento. No outro dia o banco amanheceu liso, quebrado!

12- Os grupos produtivos apoiados pelo Banco Palmas conseguem concorrer com as grandes empresas?

Na produção (indústria) é onde os pequenos empreendedores enfrentam a maior concorrência com as grandes empresas. No setor de comércio e de serviços essa concorrência é bem menor. Os produtos industrializados das grandes corporações chegam a preços muito baratos na periferia (sabonete, perfume, roupas, calçados, material de limpeza, alimentos, e daí por diante). Não se encontra em um bairro pobre nenhum salão de beleza de uma empresa “granfina”, nem uma loja de grife famosa. No entanto, os produtos das grandes indústrias estão na prateleira dos mercadinhos e dos pequenos comércios da periferia. É no setor da produção que os empreendimentos de economia solidária – principalmente os urbanos – mais têm dificuldade de alcançarem sua sustentabilidade.

13- Quais os empreendimentos financiados pelo Banco Palmas que mais cresceram?

Os empreendimentos do ramo do comércio e dos serviços. A concorrência nestes setores é bem menor que na produção. Além do mais, do ponto de vista tecnológico é muito mais fácil comercializar ou prestar algum serviço que produzir. Com a dificuldade de acesso às tecnologias existentes, os grupos produtivos têm muita dificuldade de se desenvolverem. No ramo da produção a empresa que mais se destaca é a Palma Fashion.

14- Qual a maior frustração nestes 12 anos de Banco Palmas?

Não diria frustração, mas, desafio. Nós não avançamos do ponto de vista tecnológico. As empresas financiadas pelo Banco Palmas continuam produzindo de forma artesanal. Sem avançar em tecnologia e inovação dificilmente essas empresas sobreviverão por muito tempo.

15- Como funciona a moeda social Palmas?

A moeda é indexada ao real (1 palmas vale 1 real) e lastreada na moeda nacional. Ou seja, a quantidade de Palmas que temos circulando corresponde a uma quantidade em reais que temos “guardado”. 240 empreendimentos (produção, comércios e serviços) do bairro aceitam a moeda e dão descontos de 5% a 10% para quem compra

com a moeda local. Os empreendimentos cadastrados podem fazer o câmbio (a troca de palmas por reais), na sede do Banco Palmas, caso necessitem de moeda nacional para reabastecerem seus estoques.

16- Qual é o objetivo maior da moeda Palmas?

Fazer a riqueza circular no próprio bairro. Se um morador tem reais, nada assegura que ele irá gastar esses reais no Conjunto Palmeira. Mas se ele tem Palmas, é certo que sim, pois o Palmas só é aceito no bairro. Dessa forma um compra do outro e fica garantido que o dinheiro circule na comunidade, oxigenando o comércio, aumentando as possibilidades de trabalho, emprego e renda na comunidade.

17- Qualquer morador do bairro pode fazer o câmbio de Palmas por reais?

Não. Um morador, nesse caso, é considerado um consumidor. Somente os empreendimentos cadastrados podem trocar Palmas por reais.

18- Como um morador tem acesso à moeda Palmas?

De três formas:

- i) fazendo um empréstimo em Palmas (sem juros);
- ii) recebendo salários e outros pagamentos em Palmas;
- iii) trocando reais por Palmas direto no Banco Palmas.

19- Se todos os moradores já fizessem suas compras no próprio bairro, haveria necessidade de existir a moeda Palmas?

Teoricamente não teria. Os Palmas são exatamente para estimular as pessoas a comprarem no bairro. Se todo mundo já priorizasse fazer suas compras no próprio bairro utilizando seus reais, não haveria razão para existir uma outra moeda. Contudo, é difícil se ter a certeza de que os reais não vão “fugir” de uma hora para outra, reduzindo novamente a base monetária da comunidade.

20- O diferencial do Banco Palmas para outras experiências de microcrédito é a moeda social?

Não somente. A maior diferença é que o Banco Palmas reorganiza as economias do bairro, criando uma rede local de produtores e consumidores. Ou seja, estimula as pessoas a produzirem e consumirem na própria comunidade, criando um circuito financeiro gerador de desenvolvimento local.

21- Porque a moeda Palmas produz riqueza?

Porque ela cria uma poupança interna. Ela não permite que os recursos (o dinheiro) da comunidade migrem para outros territórios. Essa capacidade de gerar poupança (de deixar o dinheiro circulando na comunidade) é que gera a riqueza.

22- Se o comerciante dá descontos, o que ele ganha aceitando a moeda Palmas?

Ele “fideliza” o cliente. Quanto mais comerciantes no bairro aceitam a moeda Palmas, mas pessoas se interessam pela moeda. Quando o comerciante oferece um desconto para quem compra com Palmas, os moradores procuram a sede do banco Palmas para trocar Reais pela moeda Palmas. Quanto mais Palmas em circulação, mais compras acontecem no Conjunto Palmeira. Ou seja, a moeda Palmas aumenta o volume de compras no comércio do bairro.

23- Quando um comerciante faz o câmbio de Palmas por Reais, paga alguma taxa?

Não. O cambio entre as moedas (Palmas x reais x Palmas) é isento de qualquer tipo de taxa.

24- Depois da criação da moeda Palmas, o cartão de crédito Palmacard continua funcionando?

Continua. Mas, estamos aos poucos estimulando os moradores a trocarem o cartão Palmacard pela moeda social. Os dois instrumentos estimulam o consumo local, com a vantagem da moeda social circular com muito mais velocidade que o cartão. Quando alguém faz uma compra com o Palmacard, assina uma fatura que fica 1 mês parada na gaveta do comerciante, até que ela receba o valor correspondente no Banco Palmas. Quando alguém compra com a moeda Palmas, o comerciante pode, na mesma hora, repassar a mesma moeda pra outro morador.

25 - Por que o Banco Palmas permite a troca de Palmas (moeda solidária) por Reais (moeda capitalista)?

O Câmbio entre as moedas permite que aconteça mais circulação de Palmas. Muitos comerciantes precisam repor os seus estoques e comprem insumos que só estão a venda "fora do bairro". Se não for permitido a troca de Palmas por Reais estes empreendimentos não aceitariam a moeda do Bairro. Quanto mais Palmas circulam, mais aumenta a renda da comunidade. Quanto mais renda, mais empresas são abertas no bairro e menos dependência do mercado "lá de fora". Ou seja, a relação entre as duas moedas fortalece a Rede de Economia Solidário do Bairro.

26- Qual é a inadimplência e o que faz o Banco Palmas quando um cliente fica inadimplente?

Acima de 90 dias fica entre 1%. e 3%. É uma inadimplência muito baixa quando observado o público com o qual trabalhamos. Inadimplência é pra ser combatida e controlada. Melhor que nem existisse. Não podemos é ficar desesperados e querer "esfolar" a pessoa que ficou inadimplente. Cada caso é um caso e precisa ser tratado desta forma, tendo a solidariedade como princípio. Primeiro tem que se separar quem está inadimplente porque não pode pagar daquele que não pagou porque teve "má fé" com o Banco Comunitário. No primeiro caso o banco é solidário, ajuda, assessora, negocia, se for preciso até empresta mais dinheiro. No segundo caso, utiliza o controle social e divulga o nome do cliente nos fóruns e redes locais. Persistindo a inadimplência negativamos o nome da pessoa no SPC e protestamos em cartório.

27- Expor publicamente o nome do inadimplente não é contra a lei? Não fere o Código de Defesa do Consumidor?

Fere sim. Contudo, quando uma pessoa solicita um empréstimo no Banco Palmas ela é informada e esclarecida de que o Banco Comunitário trabalha com regras de controle social. Estas regras estão expressas no contrato que o cliente assina. A comunidade empresta o dinheiro e a comunidade cobra. Isso é o que chamamos de uma outra sociabilidade. Mas, é importante lembrar que somente aquelas pessoas que comprovadamente agem de "má fé" com o banco, são expostas publicamente.

28- A Expansão dos Bancos Comunitários pode oferecer risco para a metodologia?

Pode. O Banco Palmas criou a metodologia dos Bancos Comunitários, muitas instituições aprenderam a metodologia e estão reaplicando. Isso é bom. O perigo está em perdermos os princípios, os valores, a originalidade da proposta. O Banco

Comunitário não é apenas uma instituição de microfinanças. A expansão pode, aos poucos, por exemplo, ir prescindindo da participação ativa da comunidade e do controle social. Aí é que mora o perigo.

29-Como é feita a gestão do Banco Palmas?

A gestão é simples, feita pela própria comunidade, através da Associação dos Moradores. Existe uma equipe de 06 pessoas que trabalham diretamente no banco e fazem a coordenação do mesmo. Foi criado um conjunto de ferramentas como planilhas, formulários, fichas e controles que facilitam o processo de gestão do banco. Essas ferramentas são bastante simples para permitir que a própria comunidade “dê conta” de fazer a gestão sem grandes dificuldades.

30- Os funcionários do Banco Palmas são todos da comunidade?

A grande maioria sim (95%). Se um Banco Comunitário tem a maioria de seus trabalhadores e trabalhadoras vindos de fora, dificulta a relação com a comunidade.

31- Qual a vantagem de ter uma equipe local na gestão do Banco Palmas?

A grande vantagem é que a equipe conhece a história, a cultura, as pessoas da comunidade. Esta equipe veste a camisa e trabalha com paixão. Reduz os custos com transporte e alimentação e os salários são menos exigentes. Ter uma equipe local, comprometida com o desenvolvimento do projeto e da comunidade, foi um dos principais motivos de sucesso do Banco Palmas.

32- Existe preocupação do Banco Palmas com a formação da equipe?

Muita. Nós temos um cursinho pré-vestibular, aberto para qualquer morador do bairro, gratuito, que é também freqüentado por nossa equipe. Além disso, o Banco Palmas tem um curso de formação de longa duração (600 horas/aula) chamado Consultores Comunitários que capacita moradores do bairro nas ferramentas e na

filosofia do Banco Palmas. A formação da equipe a curto, médio e longo prazo é fundamental para a sustentabilidade do Banco.

33- Como o Banco Palmas fez para a comunidade aderir ao projeto?

Já havia no Conjunto Palmeira um trabalho realizado pela Associação de Moradores de resgate da memória do bairro, registrando o nosso passado, as lutas para construir o bairro, as conquistas da comunidade. Esta memória fez com que as pessoas criassem identidade com o bairro. Quando o Banco Palmas foi criado mostramos, através de uma comunicação adequada (vídeos, cartilhas, cordéis, fotonovelas, programas de rádio comunitária), como o projeto seria capaz de melhorar a vida das pessoas e da comunidade.

34- A comunidade toda aceita o Banco Palmas?

Não. O Conjunto Palmeira tem 32 mil habitantes. São pessoas de vários lugares, que chegam e que partem. Tem gente que diz que não conhece o banco, ou pensa que é uma enganação de lideranças comunitárias. O importante é que muita gente acredita, participa e valoriza.

35- Os comerciantes não têm receio de aceitar a moeda social?

No começo foi bastante difícil porque todo mundo estava acostumado a trabalhar só com a moeda oficial (reais). Os comerciantes tinham medo de ter prejuízos. Receavam que a idéia não fosse pra frente e que todo mundo deixasse, “do dia para noite”, de aceitar a moeda social e eles ficassem no prejuízo. A estratégia foi começar com poucos comerciantes e depois ir aumentando gradativamente o numero de adesões.

36- A comunidade aceitou com tranquilidade as regras do Banco Palmas?

Foi preciso separar bem as coisas. No inicio a comunidade não entendia quando, por exemplo, negávamos um crédito para uma pessoa muito querida do bairro, justificando que ela não tinha condições de pagamento. A comunidade, por seu passado de lutas sociais, não aceitava essa postura, pois entendiam que o Banco Palmas devia ajudar quem sempre contribuiu com as conquistas do bairro. Demorou fazer a comunidade incorporar as exigências de retorno econômico que o banco precisa ter. Com o tempo, e somente com o tempo, tudo vai ficando mais claro.

37- O Banco Palmas inibiu as lutas da Associação de Moradores?

Ser um Banco Comunitário é fundamentalmente resgatar a história da comunidade, ratificar suas lutas, dar seguimento a sua cultura, suas tradições e seu desenvolvimento. O passado, não é para ser esquecido porque um novo desafio se apresenta. Ao mesmo tempo, é preciso se libertar das amarras “do que éramos” e pensar em criar novas estratégias de lutas, novas prioridades, novas estruturas que dêem conta dos novos desafios. É preciso não ter medo das mudanças. No Conjunto Palmeira, em 1997, a Associação de Moradores decidiu que a prioridade para os próximos 10 anos era a luta pelo desenvolvimento econômico do bairro. O Banco Palmas foi esse projeto pensado para gerar desenvolvimento econômico e social. Por isso ficou uma sensação de que as lutas da associação, as lutas comunitárias, ficaram em segundo plano.

38- Qual a relação do Banco Palmas com a Associação de Moradores?

A Associação de Moradores do Conjunto Palmeira criou o Banco Palmas. O Banco Palmas se desenvolveu, sua gestão ficou complexa, as atividades financeiras e bancárias atualmente chegam a movimentar 10 milhões de reais por ano. Há momentos em que precisamos mudar para que tudo continue como está. O momento chegou. Aos 12 anos de idade, o Banco Palmas entende que precisa ter uma gestão própria, criar seu próprio CNPJ. Mudar, separar, para poder continuar eternamente irmanado a ASMOCONP e as lutas do bairro.

39- O Banco Palmas tem se preocupado em formar técnicos para multiplicar a metodologia?

Essa é uma preocupação permanente. Estamos com um projeto em andamento para criação do Centro Palmas de Referência, que será um espaço de capacitação e formação na metodologia de finanças solidárias, voltado para os Bancos Comunitários. O objetivo do Centro de Referência é formar técnicos para atuarem em todo o Brasil. Essa é uma tarefa do Instituto Palmas.

40- Qual a relação do Banco Palmas com o Instituto Palmas?

Em 2003 a ASMOCONP criou o Instituto Palmas (uma organização da Sociedade Civil de Interesse Público - OSCIP), cuja função é fazer a difusão tecnológica do Banco

Palmas, ajudando a criar outros Bancos Comunitários no Brasil (e em outros países), integrando-os em rede. O Instituto Palmas serve como um guardachuva para os novos Bancos oferecendo crédito e correspondente bancário. O Banco Palmas se relaciona com o Instituto Palmas do mesmo jeito que os outros Bancos Comunitários: utilizando as linhas de crédito e o correspondente bancário do Instituto.

41- Como se dá a relação do Instituto Palmas com o Banco Popular do Brasil (BPB)?

O BPB (hoje integrado ao Banco do Brasil) disponibiliza uma carteira de crédito para o Instituto Palmas (valor de 1,5 milhão de reais em agosto de 2009), através do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado – PNMPO. Com esta carteira de crédito o Instituto Palmas garante funding para o Banco Palmas e vários outros Bancos Comunitários. Além disso, o Instituto Palmas se tornou gestor de rede do BPB, o que possibilita instalar um ponto de atendimento do BPB em cada Banco Comunitário criado. Usamos o software da tecnologia bancária do BB e conectamos todos os Bancos Comunitários. Essa relação nos permite escala (atender um maior número de pessoas com serviços financeiros) e facilita a expansão da rede de Bancos Comunitários.

42- Como se dá a relação entre os mais experientes e os mais jovens no Banco Palmas?

Na equipe de trabalhadores e trabalhadoras /colaboradores/voluntários do Banco Palmas convivem 04 gerações (i) os fundadores da ASMOCONP (década de 80), (ii) pessoas que iniciaram sua militância no processo de urbanização do bairro (década de 90), (iii) a geração que surgiu com o Banco Palmas (década de 2000), (iv) a geração que foi capacitada pelo Banco Palmas. A geração mais antiga, precursora, da época de criação da Associação advoga mais “liberdade” e menos controle. As gerações mais focadas na gestão do banco percebem a necessidade de maior gerenciamento e controle administrativo. Esse é um desafio que precisamos conviver com ele e saber gerenciá-lo. O Banco Palmas não tem dono e é fruto de varias

anos de luta e organização popular. Todas as gerações precisam se sentir confortáveis e importantes.

43- Como se organiza a rede do Banco Palmas?

A grande rede é o bairro. A rede não é do Banco Palmas. Criamos a rede de economia solidária do Conjunto Palmeira. Consideramos como integrante da rede os comerciantes, os produtores, os prestadores de serviço, as organizações comunitárias e os consumidores em geral. O Papel do Banco Palmas é facilitar as conexões entre todos esses atores, constituindo a rede local de prosumidores (produtores e consumidores). O sucesso do Banco Palmas depende dessa conexão.

44 - Quais são as dificuldades na relação com o Banco Popular do Brasil?

O BPB é um banco oficial, portanto, tem que seguir as regras do sistema bancário. Por si só isso já traz grandes dificuldades para um sistema alternativo como o Banco Palmas. Existem significativas diferenças entre o que nós do Banco Palmas e o Banco do Brasil pensamos sobre a concepção de garantias, inadimplência, risco, a concepção de sigilo bancário, desenvolvimento local e tantas outras.

45- Como o Banco Palmas tem conseguido recursos para crédito? Os bancos oficiais tem sido uma alternativa?

Para iniciar suas ações o Banco Palmas tomou R\$ 2.000,00 (dois mil reais) emprestado de uma ONG local chamada Cearah Periferia. Depois recebeu pequenas doações da cooperação internacional. Em 2005 assinamos um contrato com o BPB e conseguimos inicialmente 50 mil reais (recursos do Programa Nacional de Microcrédito Produtivo Orientado). Hoje nosso contrato com o BPB já está em 1,5 milhão de reais, a uma taxa de juros de 1% ao mês. Temos outras duas fontes que são: o Governo do Estado do Ceará (através do fundo FECOP) e a Sitawi (ONG). Ainda não existe no Brasil uma política de crédito específica e nem mesmo favorável aos Bancos Comunitários. O acesso aos bancos oficiais é muito burocratizado em função de exigências de garantias reais (análise de patrimônio, fundo garantidor e outras mais).

46 - Existe perigo de um Banco Comunitário cair em descrédito junto à população?

Enorme. Principalmente no começo. Um Banco Comunitário sempre irá despertar muita expectativa. É preciso ter o que oferecer à população se não o banco cai

no descrédito. É igualmente importante uma boa gestão e cumprir com o que foi prometido anteriormente. Se o banco cair em descrédito, dificilmente conseguirá se recuperar.

47- A experiência do Banco Palmas já foi implantada em outros locais?

Sim. No Brasil existem 51 Bancos Comunitários, em 40 municípios do Brasil. Na Venezuela, com apoio do Instituto Palmas foram implantados 3.600 Bancos Comunitários. Recentemente lançamos na França o livro “Viva Favela” que narra a história do Conjunto Palmeira e a metodologia do Banco Palmas. A partir do lançamento do livro temos recebido convites para atuar em vários países da África e da Ásia.

48- Por que o Banco Palmas aderiu a idéia do FIB?

Felicidade Interna Bruta (FIB) é um indicador de desenvolvimento, criado a muitos anos no Butão, pequeno país asiático. Normalmente utilizamos o Produto Interno Bruto (PIB) para medir o desenvolvimento. O FIB é mais completo porque além do aspecto econômico (da renda) ele mede outros indicadores como: vida comunitária, utilização do tempo, acesso a escola, lazer, felicidade e outros aspectos da vida humana. Em 2010 vamos fazer, no Conjunto Palmeira, a primeira experiência de FIB do Nordeste do Brasileiro.

49- Como funciona o Curso de Consultores Comunitários?

O Curso de Consultores Comunitários é o grande suporte de sustentabilidade (técnica e filosófica) do Banco Palmas. É neste curso que treinamos pessoas do bairro para se engajarem nas ações do Banco Palmas, voluntários ou não. É um curso de 600 horas aula, teóricas e práticas, onde se estuda vários temas no campo da economia e das finanças solidárias. Dos atuais funcionários do Banco Palmas, 80% vieram do curso de Consultores Comunitários.

50- O que é a Rede de Bancos Comunitários?

É a articulação entre todos os Bancos Comunitários. Atualmente ainda é uma rede de relacionamento, onde trocamos conhecimentos, experiências, redigimos documentos coletivamente, animamos a caminhada um do outro. Estamos muito

próximo de sermos também uma rede de negócios. Poderemos no futuro produzir e comercializar em rede. Hoje existem 51 Bancos Comunitários na Rede.

51- Quais são os juros praticados pelo Banco Palmas?

Os juros são os mais baixos possíveis e depende do valor de captação dos recursos. Atualmente variam de 1% a 3% ao mês.

52- Qual a diferença entre um Banco Comunitário e uma cooperativa de crédito?

Podemos destacar duas diferenças básicas.

- i) a cooperativa de crédito compõe o sistema financeiro nacional e é regulamentada pelo Banco Central. O Banco Comunitário não está dentro do sistema oficial,
- ii) a cooperativa de crédito é de propriedade dos associados já o Banco Comunitário não tem um dono (é de toda a comunidade). A gestão do Banco Comunitário é feita por uma organização comunitária. Quanto à filosofia, tanto a cooperativa de crédito como os Bancos Comunitários estão no campo da economia solidária e compartilham os valores da cooperação, da autogestão, da solidariedade e da democracia nas decisões.

53- Já foi realizada alguma pesquisa, estudo científico, sobre os resultados do Banco Palmas?

Sim. Em 2008 o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) contratou a Universidade Federal do Ceará para fazer estudo de análise e impacto do Banco Palmas. Esse estudo foi publicado e encontra-se à disposição na Loja Solidária do Banco Palmas.

54- Qual a meta do Instituto Palmas para os próximos 10 anos?

A grande meta é criarmos um marco legal para os Bancos Comunitários. Atualmente lutamos pela aprovação do Projeto de Lei Complementar No 93, de 2007, de autoria da Deputada Federal Luiza Erundina, em tramitação no Congresso Nacional, que estabelece a criação do Segmento Nacional de Finanças Populares e Solidárias. A nossa meta é criarmos 5.000 Bancos Comunitários nos próximos 10

anos e implantarmos fluxos econômicos entre os municípios e distritos onde existem Bancos Comunitários. Quando fizermos isso estaremos criando um grande corredor comercial de economia solidária, fortalecendo as economias populares.

55- O Banco Palmas divulga o nome dos tomadores de crédito para a comunidade?

Sim. A propriedade do banco é coletiva, portanto, todos devem saber para quem o banco está emprestando. Essa transparência protege o banco de possíveis tentativas de “fraude” e contribui para reduzir a inadimplência. O banco Palmas divulga em sua página na internet (www.bancopalmas.org.br) o nome de todos tomadores de crédito. Isso contribui para democracia econômica.

56- Como implantar a cultura da solidariedade em uma comunidade?

É lento, muito lento. É preciso ter paciência. O Banco Palmas criou vários instrumentos alternativos para trabalhar diretamente com os moradores a cultura da solidariedade: vídeos, fotonovelas, cartilhas, cordéis, além de um jornal comunitário que é distribuído gratuitamente para a população todos os meses. Temos ainda dois programas na rádio comunitária do bairro.

57- Como ocorre a interface entre a economia do local e a economia do ambiente externo?

O Banco Palmas faz empréstimos em reais para que sejam comprados bens e serviços que são produzidos fora da comunidade (importação de tecnologia/máquinas, equipamentos, insumos) e faz empréstimos em moeda social local para que a riqueza produzida circule na própria comunidade. Por isso a moeda social (que gera e protege a riqueza local), pode ser trocada por reais na sede do Banco Palmas, de forma que produtores e comerciantes possam adquirir novas tecnologias, aumentando o volume das riquezas geradas no bairro. Dessa forma existe uma forte interação entre a economia local e a economia “externa”.

58- Como os mercados locais intermediam as compras com seus fornecedores de fora do bairro, que não possuem o comprometimento social com os moradores?

Os fornecedores de fora do bairro recebem em reais. Alguns poucos fornecedores recebem parte em Palmas e gastam estes Palmas consumindo no Conjunto Palmeira, ou

pagando salários a seus funcionários (que moram no Conjunto Palmeira). É um desafio para o Banco Palmas cada vez mais “convencer” fornecedores a aceitarem a moeda social

59- De onde vem o lastro (em reais) para as moedas sociais?

Através de doações (de pessoas físicas ou de empresas) e principalmente pela troca de reais por Palmas realizada diretamente pelos moradores na sede do Banco Palmas. Os moradores têm interesse de trocar reais por Palmas porque muitos comerciantes oferecem descontos para quem compra com a moeda local.

60- O comércio local, que adotou a moeda Palmas, é tributado?

Sim. O comércio local aceita, naturalmente, Palmas e Reais. Está sujeito a carga tributária e recolhem os impostos normalmente como se todas as transações fossem realizadas em reais.

61- Existe alguma Prefeitura no Brasil que realiza pagamentos em moeda social?

Sim. No estado do Piauí, no Município de São João do Arraial. A Prefeitura realiza parte do pagamento dos funcionários públicos e terceirizados em moeda social, através do Banco Comunitário Cocais. O Prefeito regulamentou esses pagamentos através de uma Lei Municipal, aprovada na Câmara de Vereadores.

62- O que é o Sistema Palmas?

É a articulação de todos os Bancos Comunitários que estão diretamente ligados ao Instituto Palmas. Estão ligados porque utilizam o mesmo fundo de crédito e porque operam como orrespondente bancário do Banco Popular do Brasil, tendo o Instituto Palmas como Gestor de Rede.

63- O que é ser gestor de rede do Banco Popular do Brasil?

O Banco Popular do Brasil estabelece parcerias com algumas instituições (empresas e OSCIPS), através de um contrato, para atuar como gestores de rede. O papel do Gestor é instalar e monitorar pontos de atendimento do Banco Popular. O Instituto Palmas é gestor de Rede e desta forma, tem a prerrogativa de implantar um ponto de atendimento do Banco Popular do Brasil nos Bancos Comunitários.

64- Qual é a vantagem para o Instituto Palmas ser parceiro do Banco Popular do Brasil?

Podemos destacar três vantagens:

- a) conseguimos levar serviços bancários às comunidades completamente excluídas do sistema bancário e financeiro. Em algumas comunidades onde estão localizados os Bancos Comunitários (assentamentos, comunidades quilombolas, indígenas, pequenos distritos) a população muitas vezes viaja 20 a 90 km para pagar uma conta de luz, um boleto bancário, receber a aposentadoria, ou acessar uma conta corrente. Com o BPB possibilitamos que esta população efetue seus recebimentos e pagamentos na própria comunidade;
- b) o Instituto Palmas utiliza o Gerenciador de Dados do Banco do Brasil, e através desta ferramenta, realiza a governança (o acompanhamento) das operações bancárias e creditícias dos Bancos Comunitários, corrigindo e evitando erros;
- c) além disso, o recebimento de contas e outras ações bancárias (pagamento de aposentados, abertura de conta corrente e outros) geram receita que contribuem para a sustentabilidade dos Bancos Comunitários,
- d) Outra vantagem é a carteira de crédito que o BPB concede ao Banco Palmas, hoje no valor de 1,5 mi.

65- O que é preciso para iniciar um Banco Comunitário?

- a) Ter no território uma organização comunitária em condições de administrar o banco.
- b) uma sala com computador e internet
- c) 02 pessoas liberadas (funcionários);
- d) recursos financeiros para o lastro inicial da moeda social (aproximadamente R\$ 3.000,00) e recursos para crédito produtivo (aproximadamente R\$ 30.000,00).

66- Quais são as etapas para criar um Banco Comunitário?

Fase 1 - Sensibilização da comunidade. Fase 2 - Capacitação da equipe local. Fase 3 - Implantação do banco. Fase 4 - Consolidação. A implantação de um Banco Comunitário deve acontecer até o terceiro mês depois da realização dos seminários de sensibilização. Normalmente, após a inauguração o banco é consolidado em um período de 06 meses.

67- Quantas pessoas trabalham no Banco Palmas?

O Banco Palmas tem uma equipe de 06 pessoas. O Instituto Palmas conta 24 trabalhadores e trabalhadoras.

68- No Banco Palmas, é obrigatória a devolução integral do crédito pelo tomador?

Sim. Todos os créditos devem ser devolvidos acrescidos de juros. Embora seja um Banco Comunitário, os recursos emprestados têm que ser devolvidos para que o banco possa emprestá-los novamente e manter-se sempre com suas operações normalizadas.

69- Existe um boleto bancário? Como é feito o pagamento dos créditos?

Não existe boleto bancário. A maioria dos clientes do Banco Palmas abre uma conta corrente no BPB (sem nenhum custo de abertura e manutenção) e os pagamentos são feitos através desta conta corrente. Essa dinâmica reduz os custos e aumenta a governança sobre o sistema de crédito.

70- As empresas financiadas pelo Banco Palmas podem vender seus produtos fora do bairro?

Podem sim. Podem e devem. Vender para fora do bairro traz recursos para dentro da comunidade. O que não é recomendado é comprarmos fora do bairro, produtos que existem a disposição na própria comunidade. Em resumo: importar somente quando absolutamente necessário, exportar sim, sempre.

71- As empresas apoiadas pelo Banco Palmas só podem vender seus produtos em moeda social Palmas?

Não. As empresas vendem em moeda nacional (reais) e em moeda social. Os Palmas têm lastro e são indexados ao real. Por isso é possível vender em uma ou outra moeda.

72- As pessoas beneficiadas pelo Banco Palmas podem ter conta em outro banco?

Sim. Preferencialmente estimulamos que elas tenham conta corrente no BB para facilitar as operações de nossas linhas de crédito. Mas, os nossos clientes são livres para operarem com outros bancos.

73- Quantos sócios existem no Banco Palmas e no Instituto Palmas?

O Banco Palmas não tem associados. Ele funciona dentro da Associação de Moradores. Atualmente, os moradores atendidos pelo banco somam-se 1.800 famílias. O Instituto Palmas tem um corpo de 30 sócios (na sua maioria são moradores do Conjunto

Palmeira).

74- Com tantos bancos, financeiras, lojas comerciais oferecendo crédito, ainda há necessidade do Banco Palmas?

Sim. Primeiro é bom ter claro que essas organizações só oferecem crédito para quem comprovadamente pode pagar, ou seja, pra quem não oferece risco. Os mais pobres, as comunidades mais afastadas, as populações diferenciadas (quilombolas, indígenas, assentados) não tem acesso aos bancos oficiais nem as financeiras, porque estas acreditam que esses segmentos não oferecem lucro. Depois, a ação do Banco Palmas vai muito além da simples oferta de crédito. O banco reorganiza as economias locais, estimula créditos para a produção e o consumo local, capacita lideranças comunitárias para serem gestora do banco, capacita jovens e mulheres para o trabalho e a convivência comunitária, organiza a comunidade, empodera, enfim, gera cidadania.

75- Porque o Banco Palmas não trabalha com aval solidário?

O aval solidário é opcional. Se os tomadores de crédito chegam ao Banco Palmas organizados em um grupo, ótimo! Mas, muitas pessoas encontram-se desorganizadas e precisam de uma chance, por isso o banco também concede créditos individuais. Contudo, para qualquer morador do bairro ter acesso a crédito no Banco Palmas antes é feita uma consulta aos seus vizinhos para aferir se aquele tomador é uma pessoa honesta (a isso chamamos aval de vizinhança). Desta forma é a própria comunidade quem assume a responsabilidade ética sobre aquele tomador.

76- Quais as principais características da metodologia de crédito do Banco Palmas?

Os créditos devem estimular a produção e o consumo de bens e serviços para atender o mercado local. Para isso o Banco Palmas faz a cada dois anos um levantamento socioeconômico chamado “mapa da produção e do consumo” do Conjunto Palmeira. Esse mapeamento orienta as ações de crédito do banco, evitando a concorrência entre empreendedores do mesmo seguimento, estimulando a organização de cadeias produtivas locais. Outra característica da metodologia são os juros, sempre abaixo dos praticados pelo mercado e de forma evolutiva, ou seja, quanto maior o valor do empréstimo, maior o valor do juro (desta forma ajudamos a distribuir a riqueza). Destaca-se também o aval de vizinhança, que consiste em uma consulta aos vizinhos sobre a honestidade do tomador de crédito.

77- Todos os recursos para crédito do Banco Palmas vem do Banco Popular do Brasil?

Não. O Banco Palmas já está trabalhando com outras carteiras de crédito, conseguida através de empréstimos a uma organização do terceiro setor (Sitawi) e recursos oriundos do Governo do Estado do Ceará. No momento estamos negociando outras alternativas.

78- Como o Banco Palmas controla e cobra a inadimplência?

Um dia após o vencimento da parcela o analista de crédito visita o tomador de crédito lembrando do seu compromisso com o banco. Passados 15 dias ele recebe uma carta de cobrança. Passado um mês, se o cliente não procura o banco para negociar sua dívida, o analista comunica aos vizinhos aquela situação de inadimplência e da indisposição da pessoa para resolver o problema com o banco, em seguida levamos a situação ao conhecimento do Fórum Socioeconômico Local – FECOL. Por último, negativamos o inadimplente no SPC e protestamos a dívida em cartório. Vele lembrar, que essas medidas são tomadas quando a pessoa tem, comprovadamente, uma “ma fé” com o banco, ou seja, não demonstra interesse em pagar ou negociar a dívida.

79- O Banco Palmas é sustentável?

Quando falamos em sustentabilidade temos que compreendê-la do ponto de vista financeiro, político, social, comunitário, ecológico e daí por diante. Podemos afirmar que o Banco Palmas já é sustentável. Para um Banco Comunitário se tornar sustentável (financeiramente) ele precisa, em média, operar uma carteira de crédito de R\$ 300.000,00 (trezentos mil reais), e realizar oito mil operações bancárias (correspondente bancário) por mês. Isso gera uma receita média de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) mensais. O Banco Palmas já atinge esses números. Com relação aos outros aspectos temos fortes indicadores de que também já os temos alcançado.

80- Quais são os passos para uma pessoa tomar crédito no Banco Palmas? É feita uma análise?

O interessado se dirige ao Banco Palmas, conversa com o a equipe do crédito sobre a sua idéia de negócio e faz a solicitação. Em seguida o agente de crédito do Palmas vai até o local de moradia (ou empreendimento) e preenche uma ficha para análise de crédito. Na mesma ocasião, através de uma abordagem específica, conversa com os vizinhos sobre o comportamento e valores éticos e morais do futuro tomador de crédito. Logo após, o Comitê de Aprovação de Crédito (CAC) do Banco Palmas analisa a solicitação com base nas informações do agente de crédito e nos estudos do mapa da produção e do consumo local. Por último, o interessado recebe a informação quanto à aprovação ou não de sua solicitação. Em caso de aprovação, o morador assina um contrato com o banco e recebe os recursos.

81. Qual a importância da cultura para as estratégias do Banco Palmas?

Há um provérbio popular que diz: “Não sei se a arte vai mudar o mundo, mas se o mundo mudar vai ser por causa da arte”. Compartilhamos desta concepção e damos um lugar privilegiado para a arte e a cultura na construção da nossa Rede de Economia Solidária. Temos um Fundo Especial para financiamento de Grupos Culturais e organizamos a Cia. Bate Palmas, que é o nosso braço cultural.

82- O Banco Palmas ajuda na comercialização dos produtos do bairro?

Sim. Nós temos uma feira mensal com os produtores e produtoras do bairro, realizada no Conjunto Palmeira e uma loja solidária que comercializa os produtos feitos no bairro. Além disso, apoiamos os empreendedores locais para participarem de feiras

temáticas e outras feiras de economia solidaria que acontecem no Ceará e em outros estados.

83- Já houve assalto ao Banco Palmas? Neste caso, existe algum seguro para cobrir o prejuízo?

Sim. Nestes 12 anos, houve 03 assaltos. Infelizmente não podemos evitar. Mas sempre foram praticados por pessoas de outros bairros. O seguro cobre até R\$ 6.000,00 (seis mil reais). Esse seguro é pago pelo Banco Popular do Brasil, porque operamos como correspondente bancário do mesmo. Acima desse valor, o Banco Palmas assume o prejuízo.

84- Onde são fabricadas as moeda sociais do Sistema Palmas?

O Sistema Palmas tem hoje 42 Bancos Comunitários. As moedas destes bancos são produzidas em uma gráfica de segurança, em Fortaleza.

85- Já houve falsificação de moeda social?

Nunca. A segurança da moeda social esta na sua fabricação e principalmente no controle social. Além disso, a moeda tem 05 elementos de segurança. O fato de ser uma moeda local ajuda na fiscalização e desestimula a fraude. Afinal, se alguém falsificar vai ter que usar a moeda falsa no próprio bairro e o risco de ser pego é muito grande.

86- Existe perigo do Palmas se isolar em uma economia fechada?

Não. Nem desejamos isso. Criar um circuito econômico local, não significa se isolar de outras redes produtivas, ou rejeitar relação com o mercado externo. Isso seria impossível nos dias de hoje, porque nenhum território consegue remontar internamente toda sua cadeia produtiva. Por exemplo, as costureiras da Grife Palma Fashion compram máquinas, insumos e equipamentos em empresas fora do bairro, do mesmo jeito que, também, vendem seus produtos para outros consumidores fora do bairro. Da mesma forma, muitos produtos de outras empresas são vendidos no Conjunto Palmeira.

87- Porque os Bancos Americanos estão quebrando e os Bancos Comunitários estão crescendo mesmo diante da crise?

Existem várias explicações. A que afirmamos mais fortemente é o fato de buscarmos um modelo de consumo responsável. O crédito concedido pelo Banco Palmas avalia bem a capacidade de pagamento das pessoas e se co-responsabiliza pelo seu sucesso. Além do mais estamos sempre buscando e promovendo um outro modelo de desenvolvimento. Os americanos, de olho unicamente no lucro, estimularam um consumo alienado, desenfreado.

88- Qual o marco legal do Banco Palmas?

Do ponto de vista legal, o Banco Palmas (e a maioria dos Bancos Comunitários) funcionam resguardados pelo marco legal do Instituto Palmas. O Instituto Palmas é uma OSCIP de Microcrédito e atua como um guarda-chuva que dá suporte legal a todos os outros Bancos Comunitários, que, na sua maioria, são associações locais sem estrutura institucional. Enquanto OSCIP, o Instituto Palmas pode estabelecer contratos e convênios com o poder público e bancos oficiais, captando recursos e tecnologias para os Bancos Comunitários.

89- Quais são os desafios do Banco Palmas para os próximos 10 anos?

Podemos destacar quatro desafios: i) levar tecnologia e inovação para os empreendimentos financiados pelo banco (produção, comércio e serviços); ii) criar um amplo projeto de caráter ambiental com um forte componente de geração de renda, aproveitando as potencialidades do Conjunto Palmeira nesta área; iii) reorganizar de forma ampla e consistente nosso centro de documentação e memória; iv) criar um centro de referência em finanças solidárias que em médio prazo, avance para uma universidade popular.

90- Já teve algum Banco Comunitário que não tenha dado certo, que tenha fechado?

Sim, dois deles. No município de Parnaíba-PI a entidade local desistiu do banco. O Instituto Palmas está retomando o processo com outras instituições locais. No município de Tauá-Ce, um dos Bancos ali existentes descumpriu o termo de referência dos Bancos Comunitários e foi desligado da Rede.

91- O que o Instituto Palmas faz para implantar um Banco Comunitário quando não existe nenhuma associação/grupo organizado na comunidade?

Estimula a criação de uma associação comunitária. Nestes casos, o processo de criação do banco é mais lento, aja visto que a comunidade precisa se organizar primeiramente.

92-De que forma a população participa do Banco Palmas?

O Banco Palmas criou o Fórum Socioeconômico Local-FECOL, que se reúne toda quarta-feira às 19h30min, com a participação de produtores, comerciantes, prestadores de serviço, representantes de organizações comunitárias (culturais, esportivas, religiosas) e de instituições públicas (escolas, postos de saúde e outros) e consumidores. Esse Fórum discute todas as questões econômicas e sociais do Conjunto Palmeira e faz, também, a controladoria social do Banco Palmas. Além do FECOL, a população participa através de seus projetos específicos, como por exemplo, nas reuniões dos feirantes, no Fórum de Cultura, nas assembléias da Associação de Moradores e outros. O Jornal Comunitário (Banco Palmas na Rede) e o programa da radio comunitária também são formas concretas de participação dos moradores.

93- Qual a relação do Banco Palmas com a economia solidária?

O Banco Palmas é um empreendimento de economia solidária no campo das finanças solidárias. Podemos afirmar isso porque i) o banco não tem dono, é de propriedade coletiva, pertence à comunidade; ii) não se apropria de seus excedentes (lucro na linguagem capitalista). Todos os excedentes são reinvestidos em novos créditos para a comunidade; iii) mantém taxas de juros abaixo de mercado; iv) estimula redes de colaboração entre produtores e consumidores; v) realiza análise de crédito com base no aval de vizinha e confia na pessoa humana ao fazer a concessão do crédito.

94- O que pode ser feito para aumentar a circulação da moeda palmas no Conjunto Palmeira?

Dentre tantas, podemos destacar três ações: i) uma intensa campanha educativa, que ajude na formação da consciência crítica dos moradores, fazendo-os entender a importância da moeda social para o desenvolvimento do bairro; ii) cursos intensivos nas escolas e nas associações do bairro sobre educação financeira, colaborando para a população entender seus ganhos ao utilizar a moeda social, tendo em conta também os descontos que os comerciantes oferecem para quem compra com a

moeda do bairro; iii) por ultimo, convencer a Prefeitura Municipal que ela pode contribuir de forma decisiva para o desenvolvimento econômico do bairro realizando parte dos pagamentos públicos em moeda social, por exemplo, pagamento do funcionalismo, bolsas pagas para jovens, pagamento a prestadores de serviços terceirizados e outros.

95- O Banco Palmas é o maior banco da rede de Bancos Comunitários?

Por enquanto sim. O Banco Palmas foi o 1º Banco Comunitário do Brasil. Outros Bancos Comunitários foram criados e cada qual vai aperfeiçoando-se a partir de suas habilidades e da realidade onde estão inseridos. Hoje existem fundações, universidades, ongs, sindicatos, igrejas e uma variedade de organizações que estão refletindo sobre os Bancos Comunitários. Um vai aprendendo com o outro e a cada dia a tecnologia vai melhorando. Esse é o verdadeiro sentido de uma rede.

96- Os que vocês não fariam se fossem iniciar o Banco Palmas hoje?

Tudo o que não deu certo foi importante e serviu de aprendizado. O mais difícil foi ter passado quase oito anos fazendo o controle e o monitoramento do sistema de crédito sem um software ou planilhas adequadas. Isso muitas vezes nos fez perder dias de trabalho para chegar aos números, aos balanços, a clareza do que estávamos fazendo. Portanto, se fosse começar novamente teria bem mais cuidado com o sistema de controle e governança da carteira de crédito.

97- Porque o Banco Palmas ainda utiliza um software proprietário?

Falha nossa. Já decidimos utilizar software livre que, além ser tecnicamente melhor, é coerente com as práticas de economia solidária. Estamos nos organizando para fazer a mudança.

98 – Para além dos serviços financeiros e bancários quais as outras ações que o Banco Palmas oferece a comunidade?

TÍTULO DO PROJETO	DESCRIÇÃO DO PROJETO
Incubadora Feminina	Incubadora Feminina O projeto objetiva a inclusão social de mulheres (25 mulheres por turma) que vivem em situação de risco social e pessoal na comunidade do Conjunto Palmeira. Todas as mulheres recebem alimentação diária e uma bolsa mensal em torno de 100 reais. No final do processo –18 meses - recebem um empréstimo (crédito) concedido pelo Banco Palmas para iniciarem um pequeno negócio produtivo, ou então são encaminhadas pelo Banco Palmas para o mercado de trabalho.
Escola Popular Cooperativa Palmas	A Escola Popular Cooperativa Palmas – EPC Palmas consiste em um projeto do Instituto Palmas voltado para a juventude do conjunto Palmeira, com o objetivo maior de fazer a juventude do bairro ingressar na universidade. Atua com uma pedagogia libertadora que oferecesse aos alunos: conhecimentos teóricos para obterem sucesso no vestibular, desenvolvimento da capacidade empreendedora, e sensibilização para a participação nas atividades comunitárias e de proteção ambiental. Cada aluno recebe um fardamento e todo o material didático e pedagógico. Cada turma tem 06 meses de capacitação, 600 horas de sala de aula. Os professores, geralmente, ex-alunos, alunos universitários, professores das escolas públicas do bairro, recebem uma bolsa do Palmas (em média 100 reais).

TÍTULO DO PROJETO	DESCRIÇÃO DO PROJETO
Academia de Moda Periferia	É um espaço de formação e produção na área de moda, constituída por jovens do Conjunto Palmeira. A Academia funciona em um ateliê existente na sede da Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira/Banco Palmas, medindo 80 metros quadrados, equipadas com máquinas e equipamentos adequados. Na Academia de Moda os jovens compreendem os processos básicos na construção do vestuário, o que lhe permitirá ingressar no mercado de trabalho (ou montar seu próprio empreendimento) com conhecimentos técnicos, antes restritos aos estudantes de moda das universidades e a pessoas que já trabalham na área.
Bairro Escola de Trabalho	O processo formativo se divide em 3 fases e soma uma carga horária de 380 horas/aula (4 meses). Na primeira fase (Formação Básica - 60h) a capacitação ocorre com um curso teórico onde são passados pela equipe do Banco Palmas noções sobre empreendedorismo, relações humanas, economia solidária e a história da comunidade. A segunda fase (Formação Específica - 300h), o jovem é encaminhado a uma empresa do bairro (pequenos comércios, salão de beleza, marcenarias, borracharias, confecções e outros), onde fica fazendo uma espécie de estágio, durante 3 meses, 4 horas por dia, de segunda a sexta, aprendendo na prática o dia-a-dia de uma profissão. Na terceira fase (Formação Complementar - 20h) os jovens voltam à sala de aula para um curso sobre gestão de negócios e marketing (pessoal e empresarial). Esta fase é executada na sede do Instituto Palmas, em uma sala apropriada, com recursos áudio-visual.

TÍTULO DO PROJETO	DESCRIÇÃO DO PROJETO
Consultores Comunitários	É um curso de Economia Solidária, destinado a jovens do Conjunto Palmeira que são treinados para prestar pequenas consultorias aos empreendimentos (comércio, indústria e serviço) do Conjunto Palmeira e a Rede de Bancos Comunitários do Ceará. Serve também como processo formativo para os futuros trabalhadores e trabalhadores e voluntários do Banco Palmas.
Feira Solidária	É um espaço público onde são comercializados semanalmente produtos feitos no próprio bairro. É também um instrumento de reforço a cultura popular, dando oportunidade para apresentação de artistas, cantadores, emboladores, repentistas e outras representações da cultura local. Propicia um momento de encontro entre as famílias e de troca de experiências entre os feirantes.
Loja solidária	É um espaço de comercialização coletiva dos produtos do bairro. A loja tem uma extensão de 30 m ² e fica anexa a sede do Banco Palmas. Os produtores que colocam seus produtos na loja são pagos na proporção em que os produtos são comercializados, ficando uma taxa de 2% para cobrir os custos operacionais da loja.
FACES- Fundo de Apoio à Cultura e ao Esporte Solidário	É um fundo solidário, rotativo, de natureza associativa e comunitária. O repasse de recursos financeiros, sem juros e com formas alternativas de devolução, é feito para que grupos ou associações possam desenvolver suas idéias e transformá-las em projetos viáveis no campo da economia da cultura e do esporte. A avaliação e aprovação dos projetos são realizadas pelo Fórum Socioeconômico Local - FECOL. Cada grupo da comunidade pode apresentar seu projeto e os participantes do Fórum fazem seus comentários e perguntas. Ao final, acontece a aclamação e, quando necessária, a votação. O grupo beneficiado paga apenas 30% do valor solicitado, e os, 70% são pagos com serviços comunitários. Por exemplo, uma banda de música pode pagar cantando nas feiras do bairro. O grupo de dança, apresentando suas danças, etc. O grupo tem até 12 meses para pagar o crédito.

TÍTULO DO PROJETO	DESCRIÇÃO DO PROJETO
FECOL	O Fórum Socioeconômico Local - FECOL é um espaço de diálogo e proposição sobre os aspectos relativos às questões econômicas e sociais, com o intuito de promover o desenvolvimento endógeno do território, baseado nos princípios da economia solidária. O objetivo do Fórum é promover o desenvolvimento socioeconômico da comunidade, através de processos de mobilizações e lutas populares e cabe ao FECOL fazer a controladoria social do Banco Palmas. As reuniões do FECOL acontecem todas as quartas-feiras, às 19h30min., na sede do Banco Palmas.
Jornal Banco Palmas na Rede	É um jornal comunitário, totalmente escrito e diagramado por uma equipe de jovens do Conjunto Palmeira. O Jornal divulga as notícias do bairro, suas lutas, conquistas, desafios, reuniões, eventos, além de dar destaque às lideranças que promovem o desenvolvimento do bairro. No jornal, também é divulgado os balanços e outros "números" e ações do Banco Palmas. É um instrumento de organização e luta da comunidade. O jornal tem uma tiragem de 5.000 exemplares, mensalmente. É distribuído gratuitamente à população.
Cia. Bate Palmas	Consiste em um estúdio de música, uma banda e uma pequena oficina para criação de instrumentos musicais. No período carnavalesco, a banda se transforma na bateria da Bloco Bate Palmas.

99- Quais são os números do Banco Palmas?

AÇÕES	FONTE	2005	2006	2007	2008	2009
Carteira de Crédito em Reais	Banco Popular do Brasil	50.000	120.000	250.000	530.000	700.000,00
Carteira de Crédito em Palmas	Banco Palmas	3.000	10.000	20.000	25.000	36.000

Inadimplência da carteira de crédito (palmas e reais) acima de 30 dias	Banco Palmas	1,0%	1.8%	2.0%	1.3%	2.5%
Número de pessoas atendidas com crédito produtivo (em reais)	Banco Popular do Brasil e Instituto Palmas	70	97	170	310	490
Número de pessoas atendidas com crédito para o consumo (em palmas)	Banco Palmas	70	97	170	310	340
Número de operações realizadas pelo correspondente bancário	Banco Popular do Brasil e Instituto Palmas	40.000	80.000	95.000	110.000	130.000
Número de empreendimentos que aceitam a moeda palmas	Banco Palmas	90	99	130	180	240
Postos de trabalho gerados (formal e informal)	Banco Palmas	40	69	110	180	160
Jovens que receberam capacitação profissional	Instituto Palmas	90	340	420	860	560
Mulheres em situação de risco atendidas (projeto Incubadora Feminina)	Banco Palmas	40	40	20	0	25

Prêmios recebidos	Instituto Palmas	0	0	2	3	2
Feiras realizadas na comunidade (em média 25 produtores)	Banco Palmas	26	22	28	17	14
Venda na loja solidária - anual (em reais)	Banco Palmas	não se aplica	25.000	53.000	76.000	55.000
Consultores Comunitários treinados (jovens treinados para trabalharem no Banco Palmas)	Instituto Palmas	não se aplica	25	10	0	13
Reuniões do FECOL realizadas	Instituto Palmas	não se aplica	não se aplica	não se aplica	15	22
Alunos formados pela Escola Cooperativa Palmas (cursinho pré-vestibular)	Instituto Palmas	não se aplica	não se aplica	não se aplica	40	80

Observação: Nos últimos três anos (2007 a 2009) o Instituto Palmas realizou 3.139 operações de crédito, com um volume emprestado de R\$ 4.126.712,79. Ao todo foram beneficiadas 2.500 famílias, tendo mantido 8.000 postos de trabalho e gerados 2.000. O correspondente bancário realizou 28 milhões de transações e fez a gestão de quase 80 milhões de reais.

100 – Qual a importância das parcerias e quais foram os parceiros do Banco Palmas nessa caminhada?

Fazer parcerias é fundamental. É estratégico. O Banco Palmas tem hoje bons parceiros que divulgam o trabalho, apóiam concretamente e fazem também críticas e sugestão. A parceria é ampla, com governos, entidades da sociedade civil e empresas. Não se deve ter medo das parcerias e sim ficar atento para não perder a autonomia e a linha estratégica de nossa ação.

INSTITUIÇÕES FINANCIADORAS E PARCEIRAS - 1988-2009

Agência de Desenvolvimento Solidário – ADS da Central Única dos Trabalhadores (CUT)
ASHOKA
Associações Comunitárias, Grupos e Empreendimentos Locais
Banco do Brasil (Programa Nacional de Microcredito Produtivo Orientado - PNMPO)
Banco do Nordeste do Brasil – BNB
Banco SANTANDER
Câmara de Dirigentes Lojistas de Fortaleza – CDL
Cearah Periferia
Coordenadoria Ecumênica de Serviços – CESE
CORDAID
FASE
Federação de Bairros e Favelas de Fortaleza – FBFF
Fórum Brasileiro de Economia Solidária – FBES
Fundação Banco do Brasil – FBB
Fundação da Criança e da Família Cidadã – FUNC/Prefeitura Municipal de Fortaleza
Fundo de Investimento Social – FIES/ITAU
GRET
Grupo Cultural Afro Reggae
GTZ-Alemanha

Governos Estaduais
Instituições Públicas Locais (Escolas, ABC, Circo Escola, Postos de Saúde e outros)
Instituto Marista de Solidariedade – IMS
Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária – INCRA/Ce
Instituto Wal Mart
Inter-American Foundation
Misereor
OXFAM
Parlamentares em nível municipal, estadual e nacional
Petrobras
Prefeituras Municipais
PROFITEC – Prefeitura Municipal de Fortaleza
Rede Cearense e Brasileira de Socioeconomia Solidária
Rappa
SEBRAE-CE
Secretaria de Cultura de Fortaleza – SECULTFOR
Secretaria de Desenvolvimento Econômico – SDE/Prefeitura Municipal de Fortaleza
Secretária do Trabalho e Desenvolvimento Social – Governo do Estado do Ceará
Secretaria Nacional de Economia Solidária – SENAES/Ministério do Trabalho e Emprego
Serviço Alemão de Cooperação Técnica – DED
Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo do Ceará – SESCOOP-CE
Serviço Nacional de Empregos-SINE-Instituto de Desenvolvimento do Trabalho – IDT
Sindicatos de Trabalhadores Rurais
STROHALM
Universidade Católica Marista
Universidade de São Paulo – USP
Universidade Federal da Bahia – UFBA
Universidade Estadual do Ceará – UECE/PRAE
Universidade Federal do Ceará

LEIA MAIS SOBRE O BANCO PALMAS E OS BANCOS COMUNITÁRIOS

NOME DO MATERIAL	CONTEÚDO
Livro: Bairros Pobres Ricas Soluções - Banco Palmas-Ponto a Ponto	Narra em detalhes o surgimento da experiência do Banco Palmas e como funciona cada produto do Banco.
Livro: Bancos Comunitários e Cooperativas de Crédito, uma aliança necessária para potencializar as finanças da periferia	Comenta a importância de se ter no mesmo território um banco comunitário que atende aos mais pobres e uma cooperativa de crédito para dar sustentabilidade aos empreendimentos. O livro narra a experiência de três fundos de crédito rotativo: o Banco Palmas (em Fortaleza), o Banco PAR em (Paracuru) e o projeto Rede Cidadã (com as famílias do PETI).
Livro: O Poder do Circulante Local	Descreve sobre o funcionamento do sistema de Moeda Social Local Circulante (PALMAS) no Conjunto Palmeira e como se dá a relação da mesma com o mercado local.
Livro: PLIES - Plano Local de Investimento Estratégico - Uma Metodologia para Gerar Trabalho em Territórios de Baixa Renda	O passo-a-passo de uma metodologia criada pelo Banco Palmas –PLIES - que de forma participativa elabora um plano de investimento para o bairro, escrevendo os projetos estratégicos para geração de renda na comunidade. Detalha, também, como o Conjunto Palmeira elaborou o seu PLIES.
Livro: Bancos Comunitários de Desenvolvimento: uma rede sob controle da comunidade	Apresenta a filosofia, as contribuições, os diferenciais e a caracterização dos Bancos Comunitários de Desenvolvimento, hoje somados em número de 51 no Brasil.
Livro: Avaliação de Impacto e Imagem: Banco Palmas -10 anos	Publica o resultado da pesquisa realizada pela Universidade Federal do Ceará-UFC que avaliou os Impactos e a Imagem do Banco Palmas, no Conjunto Palmeira.
<i>Livro: Viva Favela – quand les démunis prennent leur destin en main</i>	Livro escrito e lançado o em Francês. Narra com detalhes todas as lutas e conquistas do Conjunto Palmira até a criação do Banco Palmas.

LEIA MAIS SOBRE O BANCO PALMAS E OS BANCOS COMUNITÁRIOS

Fotonovela: Santo de Casa Também Faz Milagre	Uma história cômica. Um casal descobre que tudo que precisa para seu casamento tem no seu próprio bairro. Sai visitando os empreendedores locais e dialogando sobre a importância de consumir no bairro. É uma história onde todos os personagens são reais. Excelente instrumento de comunicação para trabalhar de forma massiva com a população. Acompanha a fotonovela um encarte com exercícios para realização de oficinas nas Escolas.
Cartilhas: - Palmatech - Incubadora Feminina - O sistema Integrado de Microcrédito	Trata-se de cartilhas sobre os produtos do Banco Palmas: Palmatech é a Escola de Socioeconomia Solidária do Palmas; Incubadora Feminina é um Trabalho com mulheres em situação de risco e o Sistema Integrado de Microcréditos, apresenta as modalidades de crédito do Banco Palmas.
DVD: Banco Palmas uma Prática de Economia Solidária	Documentário: Narra a experiência do Banco Palmas.
DVD: PLIES – A economia solidária construindo a sustentabilidade local	Narra a metodologia PLIES a partir da experiência do Conjunto Palmeira.
DVD: A Revolução do Consumo	Documentário mostrando a importância de se consumir os produtos do bairro e o potencial de geração de ocupação e renda que possui os moradores a partir de suas economias domésticas.
CD Cia. Bate Palmas	10 Músicas que mostram a história, as melodias de carnaval do Conjunto Palmeira, a cultura do bairro. Totalmente gravado no estúdio do Banco Palmas e por artistas locais.
Peça Teatral: Consumir para o Bem Viver	Texto da peça teatral encenada por jovens da comunidade estimulando os moradores a comprarem produtos fabricados localmente.

Fotos



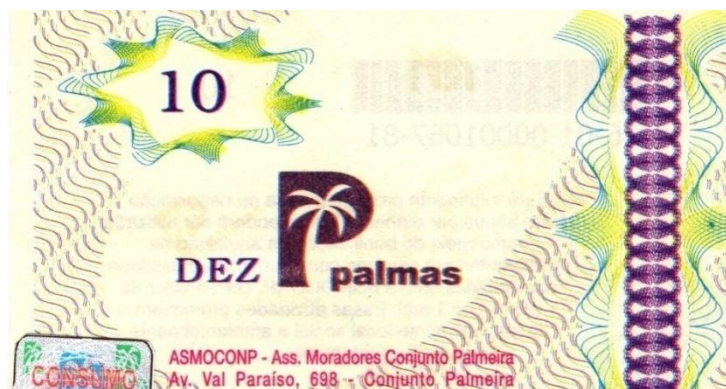
Banco Palmas



Banco Palmas



Moeda Palmas



Moeda Palmas



Cartão de crédito – Banco Palmas