

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE ESTUDOS SOCIAIS APLICADOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MESTRADO EM ADMINISTRAÇÃO

ALLEN DA COSTA ARAÚJO

**A RELAÇÃO ENTRE O MICROCRÉDITO E O CAPITAL SOCIAL:
“O CASO DO CEAPE-PI”**

NATAL
2011

ALLEN DA COSTA ARAUJO

**A RELAÇÃO ENTRE O MICROCRÉDITO E O CAPITAL SOCIAL:
“O CASO DO CEAPE-PI”**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como pré-requisito para obtenção do Grau de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Antônio Sergio Araújo Fernandes, Dr.

NATAL
2011

A658r Araújo, Allen da Costa.

A relação entre o microcrédito e o capital social : o caso do CEAPE – PI /
Allen da Costa Araújo. – Natal, 2011.
86 f.

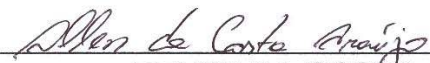
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

“Orientador: Professor Dr. Antônio Sérgio Araújo Fernandes.”

1. Microcrédito. 2. Capital Social. 3. Confiança. 4. Associativismo. 5.
Aval Solidário. I. Fernandes, Antônio Sérgio. II. Título.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

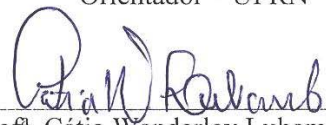
A RELAÇÃO ENTRE MICRO-CRÉDITO E O CAPITAL SOCIAL: O Caso
do CEAPE-PI


ALLEN DA COSTA ARAÚJO
(autor)

Dissertação de Mestrado apresentada e aprovada em 12/07/11, pela Banca Examinadora composta pelos seguintes membros:

BANCA EXAMINADORA


Prof. Antonio Sergio Araújo Fernandes, Dr.
Orientador – UFRN


Prof.ª Cátia Wanderley Lubambo, Dr.ª.
Examinadora Externa - FJN


Prof. Paulo Carlos Du Pin Calmon, Dr.
Examinador Externo- UNB


Prof. Miguel Eduardo Moreno Añez, Dr.
Examinador Interno – UFRN

Natal, 14 de julho de 2011

A Deus, Jesus, Espirito Santo e Maria.
A meus familiares, em especial minha mãe,
Maria Betânia Leal da Costa Araújo.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer a Deus, por permitir que eu pudesse viver a experiência do mestrado de maneira plena.

A meu orientador, Doutor Antônio Sergio Araújo Fernandes, pelo exemplo como pessoa, como professor e como pesquisador. Agradeço pelo compromisso, pelo companheirismo e seriedade ao exercer o ofício de mestre.

Ao CEAPE-PI, que permitiu realizar a pesquisa com seus clientes, disponibilizando os dados solicitados com devida presteza, em especial os gerentes, Paulo Lucênio, gerente executivo e Diógenes Costa, gerente administrativo, que contribuíram com as entrevistas, expressando suas experiências com os grupos de aval solidário.

A minha mãe e minhas irmãs, pela paciência, pelo amor, pela atenção e compreensão em todos os momentos neste mestrado.

A meus tios e tias, primos e primas, que torcem por mim e pelo meu sucesso.

Às amizades formadas dentro do mestrado, em especial com Fabiano André, Douglas Moraes e Risia Kaliane, que mostraram a importância dos laços de amizade em um processo de construção que é o mestrado.

Aos professores de graduação, que se tornaram grandes amigos, Helano Pinheiro e Silvana Ramos, pela atenção, pelos conselhos, pelos momentos de aprendizado e diversão compartilhados.

Gostaria de agradecer a meu pai, José Nilson de Araújo, que nunca me deixou sozinho e nos momentos mais difíceis sempre me orientou.

RESUMO

Este trabalho consiste em um estudo sobre a presença de relação entre Capital Social e os grupos de aval solidário do Centro de Apoio a Pequenos Empreendimentos - CEAPE – PI. O capital social foi medido através dos níveis de confiança e associativismo, considerando confiança como as expectativas desejadas e aprendidas entre as pessoas e o associativismo como as interações entre os membros dentro de um grupo e entre grupos. A questão central da pesquisa pretende identificar se há relação entre os níveis de capital social e o perfil dos membros de aval solidário do CEAPE-PI. O objetivo geral será analisar o nível de capital social e se estes variam conforme a mudança no perfil dos membros de aval solidário. O método adotado analisou em perspectiva transversal o nível de capital social encontrado em 300 membros de aval solidário, coletados através de uma pesquisa survey relacionado com o perfil dos membros de aval solidário, obtidos junto com o CEAPE-PI. Os dados obtidos demonstram que os grupos de microcrédito apresentam níveis relativamente altos para a maioria das variáveis estudadas, porém, ao relacionar com o perfil de microcrédito, os resultados demonstram pontos interessantes de análise.

Palavras-Chaves: Microcrédito; Capital social; Confiança; Associativismo; aval solidário.

ABSTRACT

This study consists of a study on the presence of relationship between social capital and solidarity groups to endorse the Center for Support to Small Businesses - CEAPE - PI, the capital was measured by confidence levels and associations, considering trust as the expectations want, and learned associations between people and how the interactions among members within a group and between groups. The central research question seeks to identify whether there are linkages between the levels of social capital and the profile of members of the solidarity group CEAPE-PI. The overall objective is to analyze the level of social capital and whether these vary with the change in the profile of the solidarity group members. The method adopted in perspective cross-examined the level of social capital found in 300 of solidarity group members, collected through a survey research related to the profile of the solidarity group members, obtained with the CEAPE-PI. The data show that micro-credit groups have relatively high levels for most variables, but to relate to the profile of microcredit results demonstrate the interesting points of analysis.

Keywords: Microcredit; Social Capital; Confidence; Associations; solidarity group.

LISTAS DE SIGLAS E ABREVIATURAS

CEAPE	Centro de Apoio a Pequenos Empreendimentos
ONG	Organização Não-Governamental
WVS	World Values Survey
SPSS	S tatistical P ackage for the S ocial S ciences
ACP	Análise de Componentes Principais
UNO	União Nordestina
AITEC	Association Internationale de Techniciens, Experts et Chercheurs

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

QUADROS

QUADRO 1	- Comparação entre Crédito tradicional e Microcrédito	15
QUADRO 2	- Indicador de confiança interpessoal	29
QUADRO 3	- Escala para resposta das questões sobre confiança em instituições	29
QUADRO 4	- Desenho metodológico da pesquisa	33
QUADRO 5	- Organização das variáveis conforme indicadores	36
QUADRO 6	- Objetivos específicos e técnica de análise de dados	38

GRÁFICOS

GRÁFICO 1	- Curva de melhor aderência	49
GRÁFICO 2	- Curva de melhor aderência entre precisa de ajuda e ajuda mútua	59
GRÁFICO 3	- Curva de melhor aderência entre projeto e dinheiro e projeto e tempo	60
GRÁFICO 4	- Curva de melhor aderência entre problemas pessoais e problemas financeiros.....	62

TABELAS

TABELA 1	- GENERO	41
TABELA 2	- IDADE	42
TABELA 3	- ESTADO CIVIL	43
TABELA 4	- ESTADOCIVIL * IDADE Crosstabulation Count	43
TABELA 5	- NIVEL DE ESCOLARIDADE DOS CLIENTES	44
TABELA 6	- GESTÃO DE CREDITO.....	45
TABELA 7	- CONFIANÇA NOS COLEGAS DE GRUPO	46
TABELA 8	- Confiança em deixar seu negocio com seus colegas de grupo	46
TABELA 9	- Resumo do modelo	47
TABELA 10	- Anova	48
TABELA 11	- Coeficientes entre confiança nos colegas de grupo e confiança em deixar seu negócio com seus colegas de grupo	48
TABELA 12	- Confiança em terceiros	50
TABELA 13	- Confiança CEAPE	50
TABELA 14	- Todas as variáveis explanadas	51
TABELA 15	- Componentes da matriz rotacionada	51
TABELA 16	- Correlação entre fator 1 de confiança e as variáveis de controle	52
TABELA 17	- Correlação entre fator 2 de confiança e as variáveis de controle	53
TABELA 18	- Correlação entre as variáveis precisa de ajuda e ajuda mútua	58
TABELA 19	- Correlação entre as variáveis projeto e dinheiro e projeto e tempo	59
TABELA 20	- Correlação entre problemas pessoais e problemas financeiros	61
TABELA 21	- Variação total explicada para associativismo	63
TABELA 22	- Extração da matriz rotacional	64
TABELA 23	- Correlação entre fator 1 e as variáveis de controle	65
TABELA 24	- Correlação entre fator 2 e as variáveis de controle	67
TABELA 25	- Correlação entre fator 3 e as variáveis de controle	69
TABELA 26	- Correlação entre fator 4 e as variáveis de controle	71

SUMARIO

1. INTRODUÇÃO	9
2. FUNDAMENTAÇÃO TEORICA	13
2.1 O Microcrédito	13
2.1.1 Conceito	13
2.1.2 Características do Microcrédito	14
2.1.3 Metodologia de ação do microcrédito	17
2.1.3.1 A instrumentalização do crédito assistido	17
2.1.3.2 Laços de Relacionamento	18
2.1.3.3 Grupo de Aval solidário	19
2.1.4 Metodologia dos grupos solidários	21
2.2 O Capital Social	21
2.2.1 Conceito	21
2.2.2 Elementos e implicações do capital social	25
2.2.2.1 Confiança	25
2.2.2.2 Associativismo	26
2.2.3 Indicadores de Capital Social	27
2.2.3.1 Indicadores de confiança	27
2.2.3.2 Indicadores de associativismo	30
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	31
3.1 Hipótese da pesquisa	31
3.2 Desenho da pesquisa -	32
3.3 Definição da unidade de análise e plano de amostragem	34
3.4 Coleta de dados	34
3.5 Procedimentos de análise dos dados	38
4. ANALISE DOS DADOS	40
4.1 Características do universo pesquisado	41
4.2 Confiança	45
4.3 Associativismo	55
5. ANALISES DOS RESULTADOS	72
6. CONCLUSÃO	80
7. REFERÊNCIAS	82
APÊNDICE A	85

1. INTRODUÇÃO

Esta dissertação tem por objetivo estudar a relação entre o perfil dos membros de aval solidário de uma instituição de microcrédito e os níveis de capital social, observando confiança e associativismo, por meio da aplicação de uma survey baseada na percepção dos níveis de capital social.

A metodologia da maioria dos bancos de microcrédito segue as experiências do trabalho realizado por Muhammad Yunus, em Bangladesh, ao pesquisar uma aldeia que ficava aos arredores da universidade em que o mesmo ministrava aulas sobre economia. Ao se perguntar como poderia aplicar seus estudos sobre economia na localidade onde vivia, Yunus observou que 27 dólares emprestados para 42 famílias, seriam suficientes para gerar um desenvolvimento sustentável naquela aldeia. Com base nestas experiências, Yunus desenvolveu o primeiro banco de microcrédito.

No Brasil, assim como em toda a América latina, a primeira experiência de microcrédito data de 1970, com a criação do projeto UNO, União Nordestina de assistência a pequenas organizações, que se situou inicialmente em Recife, contando com apoio da Ong AITEC. Apesar de o Brasil ter uma das primeiras iniciativas de microcrédito na América latina, somente na década de 90 é que as experiências neste campo se tornaram mais consistentes e somente nos últimos 20 anos é que os grupos que prestam esta atividade se consolidaram.

Das experiências brasileiras, a que melhor se desenvolveu com base nos resultados obtidos com o projeto UNO, foi o CEAPE – Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos. A rede CEAPE, como foi chamado o grupo que reúne todos os CEAPE's que existem no Brasil, surgiu na década de 80, com sua primeira sede no Rio Grande do Sul, a partir de uma experiência piloto promovida em 1986 pelo Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF).

Após a experiência de Porto Alegre, outros CEAPE's foram constituídos nos demais estados brasileiros, no Maranhão e no Rio Grande do Norte em 1989, em Sergipe, Pernambuco e Distrito Federal em 1992, Paraíba e Goiás em 1994, em 1995 Pará e Bahia e em 1997, Piauí, Espírito Santo e São Paulo.

Escolheu-se trabalhar com o CEAPE Piauí, pela facilidade de acesso aos dados e às informações pertinentes para esta pesquisa e pelo desejo do pesquisador em analisar a realidade dos clientes do Piauí.

O CEAPE-PI foi criado em 18 de dezembro de 1996, através de uma iniciativa da ESSOR, Organização Não-Governamental de Desenvolvimento Francesa, em parceria com o Centro Nacional de Apoio aos Pequenos Empreendimentos (CEAPE-NA) e com o apoio de vários empresários piauienses. Suas atividades iniciaram em 1º de abril de 1997, com a execução de um programa de crédito voltado para pequenos empreendedores, a oferta de cursos de capacitação gerencial e humana e a realização de assessorias técnicas.

O CEAPE-PI conta com importantes parceiros que auxiliam as suas atividades. Dentre eles estão: o Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID, o Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES. O trabalho de concessão de microcrédito realizado pelo CEAPE-PI baseia-se na metodologia dos grupos de aval solidário, ou seja, grupos onde cada membro serve de avalista dos demais.

Dos grupos de aval solidário formados no CEAPE-PI, exige-se manter altos níveis de confiança e associativismo, o que os gestores desta organização definem como sendo imprescindível para a construção e manutenção dos grupos. O microcrédito tem a possibilidade de levar desenvolvimento social a membros excluídos da sociedade que em situações normais não conseguiriam empréstimos para desenvolver suas atividades em instituições bancárias tradicionais.

A confiança é a base para a formação dos grupos, uma vez que, sem confiança, seria inaceitável a formação de grupos de aval solidário, onde cada membro é avalista de todos os demais membros. A confiança é o cerne dos grupos, a presença desta característica é imprescindível para os grupos de aval solidário se manterem.

O associativismo condiciona a manutenção dos grupos, uma vez que a sua função dentro de um grupo de aval solidário é aumentar a interação entre os membros, permitindo a perpetuação dos grupos. Esta interação é o que permite que os grupos de aval solidário mantenham-se unidos e que se permitam honrar principalmente os pagamentos caso um dos membros venha a atrasar o pagamento.

Tanto a confiança quanto o associativismo são características presentes nos grupos de aval solidário, porém fazem parte também da teoria sobre capital social, que defende que as relações entre membros de um grupo ou de uma organização, ou até entre organizações são capazes de influenciar a sustentação, constante desenvolvimento e o desenvolvimento social dos membros destes grupos.

O capital social atua como recurso que facilita a ação de um indivíduo presente na rede social que o vincula aos demais membros de uma rede. Estes vínculos podem ser

facilitados pelo nível de confiança e associativismo presentes nos membros do grupo que este indivíduo permite, porém o capital social também atua como bem público, usufruído por todos os que pertencem a uma estrutura, seja ela comunidade, sociedade, organização e regiões que interagem com aquele grupo.

As duas zonas de atuação descritas acima tratam das dimensões interna e externa do capital social, interna por se tratar das relações internas do grupo do qual os indivíduos fazem parte. A dimensão externa trata das relações ou impactos gerados pelos grupos que a desenvolvem, ou seja, enquanto a dimensão interna trata das relações internas dos grupos, a dimensão externa trata das relações que este grupo, ou que os membros deste grupo têm com a sociedade que envolve o grupo.

Independente da dimensão interna ou externa que o capital social atue tanto a confiança, quanto o associativismo são presentes e influenciam diretamente no impacto do capital social presente nos grupos, principalmente os grupos de aval solidário.

É perceptível a relação teórica entre o capital social, observando principalmente a confiança e o associativismo, e o grupo de aval solidário, ou seja, os níveis de confiança e associativismo têm relacionamento direto com o comportamento dos grupos de aval solidário, porém será que esta relação atua realmente na prática e se atua, há alguma relação entre estes níveis de confiança e associativismo e o perfil dos membros de microcrédito, com estas indagações chega-se ao nosso problema de pesquisa:

Há relação entre capital social - considerado a partir dos elementos confiança e associativismo, e o microcrédito, nos clientes de grupos de aval solidário do CEAPE-PI, que residem em Teresina?

O objetivo geral: analisar a relação entre o capital social considerando os níveis de confiança e associativismo e o microcrédito através dos membros de grupos de aval solidário do CEAPE-PI.

Para chegar ao objetivo geral desta dissertação, temos os seguintes objetivos específicos:

- a) Definir os parâmetros sobre microcrédito para gerar pontos de relação com o capital social.
- b) Medir os níveis de confiança nos membros de aval solidário.
- c) Medir os níveis de associativismo nos membros de aval solidário.
- d) Relacionar os níveis encontrados de confiança com os parâmetros de microcrédito.

- e) Relacionar os níveis encontrados de associativismo com os parâmetros de microcrédito.

Os grupos de aval solidário são importantes para o desenvolvimento de uma parcela da população, que sem este programa de crédito específico ficaria estagnada na pobreza, dependendo de auxílio vindo do governo, ou moedas de troca de alguns candidatos políticos, por alguns votos.

O microcrédito, com o aval solidário, permite, além da melhoria das condições de vida dos clientes, a possibilidade de criação ou ampliação do conceito de grupo, onde a interação dos membros pode ir além do crédito, e caso o capital social seja gerado, pode trazer benefícios constantes e diversificados para cada um dos clientes e para o desenvolvimento dos grupos.

Para que os objetivos específicos sejam alcançados e a pergunta de pesquisa respondida, o presente estudo segue a seguinte estrutura. No primeiro capítulo, é apresentado o referencial teórico no qual se explorou o fenômeno através da conceituação de microcrédito, características do microcrédito, metodologia do microcrédito, capital social, confiança e por fim associativismo.

A seguir, no capítulo dois, serão observados os procedimentos metodológicos utilizados nesta dissertação, apresentando as características do método de pesquisa, as ferramentas estatísticas utilizadas para atender aos objetivos específicos estabelecidos e responder à pergunta de pesquisa. O terceiro capítulo trata da descrição e análise dos dados coletados, ponderando os pontos abordados no referencial teórico. Por fim a conclusão, destacando os pontos principais da pesquisa, referências bibliográficas.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 O Microcrédito

2.1.1 Conceito

O principal conceito de crédito como usualmente conhecemos, é a cessão de mercadoria, serviço ou importância em dinheiro, para pagamentos futuros, Este conceito gera a primeira questão a ser levantada: como uma pessoa pobre, desempregado, sem fonte de renda ou imóveis poderia arcar com o pagamento deste crédito concedido? Ou como este crédito poderia alterar o *status quo* deste pessoa? A segunda questão em decorrência desta primeira, será o modo como esta pessoa pobre, que não pode ter acesso ao crédito para se desenvolver, terá igualdade de oportunidades tão defendidas pelo capitalismo.

Ao se pensar nesta necessidade de apoio de crédito as pessoas com necessidades e excluídos socialmente, tem-se como resposta a construção e, ainda, o desenvolvimento de uma estrutura de microfinanças, dentre elas, o microcrédito, para atender aos necessitados.

Muito se tem visto, lido e pesquisado sobre experiências de microcrédito realizadas em diversos lugares do planeta. O principal foco está no hemisfério sul, com o objetivo de ofertar estruturas econômicas e sociais através de recursos e serviços financeiros a famílias de baixa renda.

O microcrédito possui varias definições, porém não há grandes contradições entre os conceitos como podemos observar.

Segundo Bandeira (2008), o conceito técnico para microcrédito aparece como um dos serviços de microfinanças, encarregado do provimento de crédito produtivo a microempreendedores que não têm acesso ao crédito financeiro tradicional, além de acesso ao crédito à intermediação de serviços sociais, ajuda na formação de grupos, no desenvolvimento da autoconfiança dentre outros serviços.

Segundo Gulli (1999), o microcrédito é basicamente a concessão de crédito e demais serviços financeiros de baixo valor monetário, enquanto para Schreiner (2001), a definição não deve seguir o valor monetário, mas a quem o crédito é concedido, no caso do microcrédito, a pessoas de baixa renda.

Para Neri et. al. (2008), o microcrédito se encaixa no campo das microfinanças e envolve o fornecimento de crédito a clientes não atendidos pelo setor bancário tradicional, tendo como os principais clientes micro empreendimentos, atividades econômicas independentes que envolvam um volume reduzido de recursos formais ou informais.

Deve-se entender o microcrédito como o tipo de financiamento, fornecido por instituições com ou sem fins lucrativos, a taxas de juros abaixo dos empréstimos de consumo e está direcionado ao segmento baixo da população, especialmente a micro-empresendedores com características formais e informais (GONZÁLES; PRADO; MILLER, 2002).

A primeira experiência com o microcrédito ocorreu no sul da Alemanha, em 1846, onde o pastor Raiffeinsen fundou a Associação Pão, para ajudar os fazendeiros endividados com os agiotas, depois de um longo inverno, cedendo farinha de trigo para a fabricação e posterior comercialização de pães para obter capital de giro. Contudo o principal marco que propagou microcrédito fora a experiência em Blangadesh, realizada pelo professor Muhammad Yunus. Ao observar as aldeias próximas à universidade, ele percebeu que os membros destas aldeias eram reféns dos agiotas, pagavam juros muito altos, para resolver tal situação. Yunus resolveu emprestar dinheiro para as famílias nas aldeias, sem cobrar juros e permitia que pagassem quando obtivessem lucro.

No Brasil, as primeiras operações de microcrédito surgiram em Recife, Pernambuco, a cargo da União Nordestina de Apoio a Pequenas Organizações, que foi estabelecida como ONG por Ação Internacional, de Boston, Massachussets, EUA, ao iniciar-se a década dos anos setenta. Seus programas cresceram rapidamente, com ótima recuperação de carteira. O sucesso levou a replicar em maior escala em Salvador, Bahia, em 1974, ainda a cargo da Ação Internacional (BARONE et al, 2002).

2.1.2 Características do Microcrédito

O microcrédito tem várias características que podem gerar um perfil de risco muito particular para as instituições dedicadas a essa atividade. Entre estas características encontram-se:

- A estrutura de propriedade das instituições especializadas em microcrédito é diferente das instituições financeiras convencionais (bancos comerciais e empresas financeiras). As instituições tradicionais têm acionistas institucionais individuais com mentalidade comercial, detentores de “grandes capitais” que lhes permitem aportar capital adicional em momentos de crise e que pressionam a instituição por resultados. De forma oposta, os proprietários majoritários das instituições especializadas em microcrédito são as ONG’s a partir das quais foram criadas. Geralmente não se pode contar com uma ONG para obter respaldo financeiro nos momentos de crise e o mais provável é que a organização não dê prioridade à eficiência nem à sustentabilidade, devido a seu objetivo social e não econômico.

- Os tomadores de crédito das instituições especializadas em microcrédito são diferentes dos tomadores de crédito das instituições financeiras tradicionais. Geralmente são empresários de baixa renda que têm negócios familiares rudimentares e documentação formal limitada, portanto são considerados clientes de alto risco.
- O crédito oferecido pelas instituições especializadas em microcrédito é diferente daquele oferecido pelas instituições tradicionais. Os empréstimos são pequenos, seus prazos curtos e os juros são variáveis. Como resultado, a carteira de empréstimos das instituições de microcrédito mostra um particular perfil de risco; é mais fracionado, o que diminui o risco; mas, o giro é alto o que o incrementa.
- A metodologia do empréstimo de microcrédito é diferente dos procedimentos das instituições financeiras tradicionais. A análise da reputação e fluxo de caixa dos clientes é mais importante que as garantias e a documentação formal. Em muitos casos o pagamento das parcelas do empréstimo é semanal, quinzenal e mensal.

Os programas de microcrédito têm como objetivo fornecer empréstimos aos pequenos e microempreendedores pobres que carecem de ativos para garantir um empréstimo; tal como se entende nas organizações financeiras tradicionais, a fim de que possam empreender as atividades comerciais por conta própria, que geram receitas e que sejam com isso, capazes de manter suas famílias.

O microcrédito é um instrumento de luta contra a pobreza, que tem demonstrado ser útil a pessoas dos seis continentes e de quase todos os países (YUNUS,2000). O microcrédito, numa primeira acepção, aplicado em países em desenvolvimento, tem como principal finalidade a redução da pobreza. O microcrédito tem características próprias que o diferenciam dos créditos tradicionais. No Quadro 1 podemos constatar as características distintivas entre o crédito tradicional e o microcrédito.

Quadro – 1 Comparação entre Crédito tradicional e Microcrédito

	Crédito tradicional	Microcrédito
Propriedade e forma de gerência	Instituição que acrescenta os benefícios e acionistas individuais	Bancos e ONGs
Características do cliente	Diversos tipos de empresas formais e empregados assalariados	Empresários de baixa renda com empresa familiar rudimentar e limitada documentação formal

Características do produto	Grandes valores. Longo prazo	Pequenos créditos. Curto prazo
Metodologia de empréstimo	Colateral e documentação formal. Pagamento mensal	Análise de devedor e de fluxo de caixa com inspeção no lugar. Pagamento semanal ou mensal

Fonte: Jansson; Wenner (1997) e Rock; Otero (1996)

Quadro 1. Características distintivas entre um crédito tradicional e o microcrédito

Em primeiro lugar, o crédito que oferecem as instituições especializadas em microcrédito é diferente do que oferecem as organizações financeiras tradicionais. As quantias dos empréstimos são pequenas, seus vencimentos são mais curtos e os juros são variáveis. Tudo isso faz parte de uma carteira de empréstimos com perfil de risco diferente: é mais fracionado, o que diminui o risco, mas o giro é mais alto e, portanto, aumenta o risco.

Em segundo lugar, o público-alvo do microcrédito é diferente. Normalmente microempreendedores de baixa renda, com negócios familiares rudimentares e documentação de forma escassa, são, portanto clientes de alto risco.

Em terceiro lugar, a metodologia para determinar o risco que tem o microcrédito começa da análise da reputação do tomador e do fluxo de caixa que faz o projeto.

Por último, as instituições de microcrédito têm um perfil particular de risco. São organizações que têm altos custos administrativos e que tentam compensar com elevações de juros e com carteiras de empréstimo em curto prazo, sem garantias. Em conclusão apresenta um perfil de composição de carteira não muito atrativo para um supervisor bancário. Vega e Prado (1997), na análise e estudos que realizaram nas instituições de microfinanças, o BancoSol e Caja Los Andes, entre outros, concluíram que as chaves de sucesso para um programa de microcrédito consistem em:

- Adotar um segmento de mercado para se adaptar às preferências dos clientes e criar produtos específicos que respondam a essas preferências.
- Cobrar taxas de juros ao alcance de seus clientes, que lhes permitam cobrir custos não excessivamente altos e não encarecer o crédito com custos de transação para o devedor.
- Diversificar suficientemente a carteira, evitando fornecer crédito a empreendedores que não tenham capacidade de pagamento. Captar recursos, como depósitos ou poupanças locais em lugar de depender substancialmente de fundos de doações.

O acesso a este serviço financeiro flexível, oportuno e permanente é mais importante para o tomador que a taxa de juros que paga. A preocupação principal desses devedores está no desenvolvimento de uma relação de crédito de longo prazo, confiável e sustentável, com a fonte de crédito.

2.1.3 Metodologia de ação do microcrédito

A metodologia de ação do microcrédito deve gerar condições de estabelecer laços de confiança entre credor e devedor, reduzindo assim o alto risco operacional.

Descreve-se a seguir cada uma das partes desta metodologia:

2.1.4 A instrumentalização do crédito assistido

Um elemento comum às instituições de microcrédito é o método do crédito assistido, expresso na figura do agente de crédito. A proposta deste funcionário é atuar como o elo de diálogo entre os participantes da operação, sendo o responsável por um trabalho de acompanhamento e monitoramento junto ao conjunto de tomadores de crédito. Por meio dessa maior proximidade, objetiva-se construir uma estrutura de relacionamento e confiança que atue como um substituto para a escassa garantia real disponível, conseqüentemente reduzindo o risco da operação. (IBAM, 2001; SCHREINER, 2001; BARONE et al, 2002).

O trabalho do agente de crédito pode ser dividido em três etapas, tomando como referencial a realização do crédito. Na etapa preliminar, cabe realizar visitas junto às comunidades que envolvam o público potencial de microempresários, de maneira a divulgar o serviço e reunir subsídios, não apenas sobre a viabilidade técnica e financeira dos microempreendimentos potenciais, como também sobre o ambiente de relacionamento do empreendedor. O agente de crédito assume assim o papel de facilitador do diálogo entre os participantes, buscando identificar as necessidades e o perfil do serviço de crédito exigido pelo tomador. Essa etapa do trabalho é concluída por meio da montagem de relatórios socioeconômicos que sejam capazes de mensurar a contabilidade potencial ou real do micronegócio, assim como captar informações sobre a vida comunitária do microempresário. Ou seja, além de um caráter puramente técnico e financista, cabe ao agente de crédito a tarefa de avaliar e construir laços de relacionamento entre esse conjunto potencial de clientes, colocando-se como provedor do microcrédito.

Uma segunda etapa compreende o período operacional, a defasagem temporal entre prestação e contraprestação do serviço de crédito, em que se devem avaliar as condições de cumprimento das obrigações, assim como averiguar o andamento das micro atividades e o desempenho dos serviços oferecidos. Finalmente, restaria a etapa pós-operacional, que deve representar a continuidade da operação e o fortalecimento dos laços de relacionamento já estabelecidos, o que se refletiria numa alta taxa de renovação de serviços.

2.1.5 Laços de Relacionamento

Para explicar a lógica do microcrédito, os autores Bhatt e Tang (1998), fazem uso do conceito de “custo de transação”. Partindo desse conceito, esses autores ressaltam uma série de custos, de ordem financeira e não-financeira associada às três etapas de uma operação de crédito conforme descrição feita nos parágrafos anteriores. O argumento principal é que as diversas modalidades de crédito trazem consigo custos de transação para ambas as partes envolvidas. No entanto, quanto maior for o grau de formalidade contratual incorrido numa operação como essa, maior será tanto para os credores quanto para os tomadores de empréstimo.

Nesse sentido, as organizações bancárias tradicionais, em busca por minimização do risco operacional, trabalham com uma série de requisitos formais, que representam custos para o prestador do serviço, em sua busca por informações que facilitem o estabelecimento contratual e o monitoramento da operação com baixo risco.

Em contrapartida, à medida que contam com um maior grau de proximidade pessoal, as instituições informais são capazes de reduzir estes custos burocráticos, assegurando uma maior agilidade e fluidez para a operação.

Segundo Bhatt e Tang (1998), as instituições de microcrédito devem seguir exatamente o mesmo caminho das instituições informais, se quiserem romper com a estrutura de colaterais insuficientes do público demandante. A questão imediata é como construir esse ambiente de proximidade e conhecimento pessoal.

De acordo com os autores, os custos de transação são determinados pelas especificidades e arranjos organizacionais, do contexto social no qual estão inseridos os potenciais tomadores de crédito. Desta forma, a saída estaria na inserção das instituições de microcrédito neste ambiente, de modo que o aproveitamento dessa estrutura, denominada “capital social”, possibilitasse a eliminação de uma série de custos de transação, sem que isso comprometesse uma elevada taxa de adimplência. O argumento é que o maior conhecimento e

o bom relacionamento existente entre as pessoas eliminariam os custos de montagem de regras e contratos, reduzindo as despesas de monitoramento junto aos tomadores.

Percebe-se então a importância de operar em conjunto com associações de moradores, sindicatos e grupos de microempresários, ou entidades filantrópicas, como organizações não-governamentais, igrejas ou em contextos de políticas públicas que estejam presentes no desenvolvimento do cotidiano de uma comunidade. Devido ao fato de que, mesmo que essas entidades e organizações não assumam uma postura ativa dentro da operação de crédito, como avalistas de crédito, por exemplo, exercem um papel fundamental para a construção do poder de relacionamento estabelecido entre os membros de uma comunidade. Este constitui um ambiente ideal para a realização de um programa de microcrédito.

2.1.6 Grupo de Aval Solidário

O grupo de aval solidário é um arranjo entre os clientes de microcrédito que possui um aspecto fundamental, os tomadores se organizam na formação de um grupo, de forma que seus componentes assumam, com a instituição provedora de crédito (BARONE et al, 2002), o compromisso de cumprimento e monitoramento das obrigações contratuais de todo o conjunto, resultando no rebaixamento dos custos administrativos e operacionais de natureza financeira, assim como os chamados custos intangíveis.

O fato de as pessoas do grupo se responsabilizarem pelo cumprimento das operações do coletivo reduzem os custos de monitoramento da operação, o custo deixa de ser individual e passa a ser de todo o grupo. Adicionalmente, a posição do grupo, ao reunir uma riqueza patrimonial e assumir a condição de avalista, acaba por reduzir não somente o risco, assim como a perda do capital emprestado.

A mesma importância corresponde aos elementos intangíveis, com a construção de um ambiente de confiança e relacionamento, na qual os indivíduos tenham identidade pessoal. Assim Bhatt e Tang (1998) colocam que o grupo de aval solidário é um método eficiente para a contenção dos custos de transação, uma vez que estes são incorporados ou internalizados na própria estrutura de ordem social vigente no grupo. O resultado é que a agência de microcrédito se colocaria numa posição vantajosa e análoga a dos credores do tipo pessoal ou informal, podendo se aproveitar do baixo custo de informação por tomador e consequente baixa taxa de risco.

Para Bhatt e Tang (1998), a formação de grupos deve ser tratada como um processo de construção institucional, cujos arranjos possíveis dependerão do modo de organização e

interação econômica, social e cultural existente entre essas pessoas. Assim os autores desenvolveram uma classificação simples, mas ilustrativa, do grau de capital social constituído num grupo de pessoas e os efeitos gerados sobre os custos de transação. Nesse sentido, têm-se, no limite, grupos coesos caracterizados por normas sociais comuns, o que se reflete num grau de confiança e responsabilidade mútua que dispensa a participação ativa da agência de microcrédito, representando uma diminuição no custo de transação para ambas as partes.

Nas palavras dos autores, os custos de transação seriam aqui “internalizados” dentro da estrutura de relacionamento pessoal. (BHATT; TANG, 1998 p. 629-631), em determinados ambientes sociais, por uma série de motivos – fluxo de migração recente ou diferenças socioculturais intrínsecas. Esse contexto impõe a necessidade de uma postura mais ativa por parte da instituição de microcrédito para desenvolvimento dessa estrutura pessoal, incorrendo em custos de transação mais elevados, tanto para o credor, como para o tomador.

O resultado desse processo é que a instituição não teria como exigir a mesma contrapartida do conjunto de devedores, ou seja, não apenas a etapa previa, mas os períodos subsequentes exigiriam uma maior participação da instituição prestadora do microcrédito.

2.1.4 Metodologia dos grupos solidários

Destina-se a um grupo formado por mais de três pessoas que têm um microempreendimento operando, ou têm mostrado capacidade de gerenciamento de uma microempresa. Os membros do grupo fornecem uma garantia mútua para o pagamento do crédito correspondente.

Geralmente os grupos são formados por mulheres, as atividades a serem financiadas incluem a fabricação em pequena escala, prestação de serviço, pequenos comércios, refletindo muitas atividades que são realizadas em empresas informais.

Os grupos são responsáveis por selecionar seus próprios membros, líderes e recebem a orientação necessária para a sua conformação. O número de membros deve ser selecionado de acordo com as características do mercado a ser atingido.

Ao definir quanto cada membro do grupo pode receber de empréstimo, o montante é emprestado ao grupo como se fosse um só. Os créditos são do tipo escada, ou seja, começam com pequenas quantias e com períodos curtos, os quais vão se incrementando de acordo com o desempenho do grupo e com as atividades realizadas. Isso permite que a Organização e o grupo se conheçam e continuem autosseleccionando participantes e estabelecendo critérios de confiança.

O pedido de crédito deve ser fácil e de rápida revisão. A informação deve ser simples e facilmente disponível para avaliar a viabilidade financeira da atividade proposta, mas não chega a representar uma análise formal do crédito; o processo de revisão precisa ser eficaz e o tempo de decisão não deve ser maior do que sete dias, para os tomadores que a solicitam pela primeira vez e de três a quatro dias quando são recorrentes.

Os membros do grupo são responsáveis por coletar o empréstimo total e nenhum membro é elegível para um crédito adicional até que todo o grupo tenha pago o empréstimo. Algumas instituições oferecem incentivos de efetuar o crédito rapidamente e fazer acréscimos graduais aos grupos que são responsáveis.

O importante é que o agente de crédito consiga motivar os membros do grupo e assim possam fazer o pagamento com as datas certas, ou seja, vincular o compromisso de reputação dos tomadores, em que cada membro considere que o pagamento do crédito está acima das despesas da família. O agente de crédito pode visitar periodicamente os clientes inadimplentes para incentivar neles a necessidade de pagar. Além disto, deve haver uma pressão do grupo que sabe que as consequências das atitudes do indivíduo impactam o grupo. O agente de crédito deve sinalizar ao tomador inadimplente que não pagar o coloca numa situação de falta de confiança que o tomador possuía no momento da concessão do empréstimo, como se houvesse um rebaixamento da condição de relacionamento do cliente com a organização.

2.2 O Capital Social*

2.2.1 CONCEITO

As contribuições teóricas sobre o capital social sofrem com a dificuldade de definição de seu conceito, pois ainda é muito difuso. Portes (2000), Balestro (2006) e diversos outros trabalhos sugerem que essa não é uma noção nova no campo da sociologia ou da economia, e já estava presente nas obras de Durkheim e Marx, por exemplo.

*Adler e Kwon (2000) e Balestro (2006) propõe duas definições amplas para o capital social: A primeira como recurso que facilita a ação de um indivíduo, presente na rede social que o vincula aos demais atores de uma rede, tendo assim ênfase na dimensão externa, como se vê nos trabalhos de Bordieu (1983) e Portes (2000). A segunda como bem público usufruído por todos que pertencem a uma estrutura (comunidades, grupos, organizações, regiões, focando assim na dimensão interna do capital social, os principais autores que trabalham nessa dimensão, estão Coleman (1988, 1990), Putnam (1994,1995), Fukuyama (1995, 1997), Granovetter (1973, 1983). Neste trabalho foi escolhido não utilizar esta subdivisão, por entender que não ficaria claro a relação entre esta definição com os indicadores escolhidos.

Fernandes (2002) cita capital social como uma das mais difundidas linhas de análise no contexto atual das ciências sociais, pois há a crença de que uma sociedade dotada de redes de confiança e solidariedade horizontais produz instituições sólidas.

De modo geral pode-se definir capital social como um conjunto de laços e normas de confiança e reciprocidade contidas numa comunidade que facilitam a produção de capital físico e de capital humano (PUTNAM, 1995).

O capital social busca recriar antigas noções de civismo comunitário, tratadas por entre outros atores clássicos como Tocqueville. Segundo Tocqueville, um dos principais aspectos que asseguravam o bom funcionamento da democracia na América era o caráter associacionista dos cidadãos americanos (FERNANDES, 2002).

Tocqueville foi o primeiro teórico de importância a apresentar a sociedade civil como uma contrapartida indispensável para uma democracia estável e vigorosa, ao invés de uma alternativa a ela (Whitehead, 1999:18).

Dentre os autores que definem capital social, destaca-se Bourdieu (1983), que o trata como um “agregado dos recursos potenciais e reais vinculados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de familiaridade e de reconhecimento mútuo”. Esses recursos proporcionam a cada um de seus membros uma “credencial”, algo que lhes habilita ao crédito, nos diferentes sentidos dessa palavra.

Entendido o capital, Bourdieu (1983) destaca suas características de acumulação, capacidade potencial de produzir lucros e de autorreprodução. Nesse sentido, Bourdieu (1983) trabalha esse conceito a partir da noção marxista de acumulação de capital e de todos os efeitos da apropriação dessa energia social, que nada mais é que trabalho acumulado.

São os lucros materiais e simbólicos resultantes da participação nessa rede que constitui a base da solidariedade que a forma, ainda que os indivíduos não necessariamente tenham consciência disto. (BOURDIEU, 1983).

Paxton (1999) lembra que a definição de capital social vai além das redes de relações de conhecimento mútuo e de reconhecimento mais ou menos institucionalizado, pois ele também implica transformar relações contingentes, como de parentesco, trabalho e vizinhança, em relações “necessárias e elegíveis”, envolvendo gratidão, respeito e amizade.

Dessa forma, ele é resultado de uma ação deliberada dos indivíduos. A rede não é vista como um bem natural, e as relações nela têm que ser contínuas e assegurar lucro, material ou simbólico, para seus membros (BOURDIEU, 1983).

É nessa perspectiva que Portes (2000) defende que a originalidade da noção de capital social destaca suas consequências positivas de sociabilidade e chama a atenção para o fato de que as formas não monetárias podem ser fontes importantes de poder e influência, tanto quanto uma carteira de ações ou o saldo bancário.

Segundo Bourdieu (1983), o capital social tem a capacidade de garantir benefícios aos indivíduos em virtude de eles pertencerem a redes ou a outras estruturas sociais. Assim, as redes sociais não são um dado natural, mas sim fruto de estratégias de investimento orientadas para a institucionalização das relações do grupo.

Neste ponto, a noção se contrapõe às ideias de Coleman (1988,1990), Putnam (1994), às de Fukuyama (1995,1997) e a de Inglehart (1997), em que o capital social está relacionado à trajetória de uma comunidade ou região e para quem os valores culturais são determinantes, como veremos a seguir.

Uma das principais contribuições ao conceito de capital, que se contrapõem às ideias de Boudieu, advém do teórico Coleman (1988, 1990). Segundo o autor, o capital social deve ser definido por sua função e é constituído por diferentes entidades, tendo como característica ser aspecto da estrutura social que facilita as ações de indivíduos que pertencem àquela estrutura.

O capital social é definido por sua função; não é apenas uma entidade, mas um conjunto de diferentes entidades, com duas características em comum: todas as entidades consistem em alguns aspectos da estrutura social e algumas ações dos indivíduos repercutem na estrutura social (COLEMAN, 1990).

Segundo Putnam (1996), a base do capital social está nas suas raízes históricas, como o exemplo do norte da Itália, que apresenta espírito cívico, em contraste com o sul, pobre e sem tradição de relações sociais horizontais. Apesar dessa visão histórica, o autor reconhece a possibilidade de criação de capital social, bem como o valor de iniciativas que ressaltem a importância social da cooperação local e da mobilização política, por contribuírem para combater o isolamento e a desconfiança mútua.

Para Putnam (1996), as formas de capital social presentes são confiança, normas e cadeias sociais, que têm a característica de ser sistêmicas e de acumulação, assim os que dispõem desse capital tendem a acumular, bem como minguar, caso entre em desuso.

Dessa forma, o capital social está ligado ao papel da estrutura social como um recurso disponível para membros de dado grupo, podendo ser usado para fins individuais ou coletivos em prol de determinados objetivos que não seriam alcançáveis sem ele.

Assim, o autor inspira-se nos estudos das redes sociais de Granovetter (1973,1983) e apresenta o capital social de três formas: 1) obrigações e expectativas que dependem da confiança no ambiente social; 2) capacidade de fluxo da informação na estrutura social, figurando como a base para a ação; e 3) normas e sanções. Portanto Coleman (1988, 1990) vê capital social na confiança, na informação, nas normas e sanções coletivas, nas relações com a autoridade e na extensão das obrigações em um grupo. Cada uma delas é um traço da estrutura social que também é fonte de capital social (PAXTON, 1999).

As normas, a confiança e os sistemas de uma organização social que contribuem para aumentar a eficiência da sociedade, facilitando as ações coordenadas, também aparecem em uma das definições de Putnam (1995:67) sobre capital social: “*features of social organization such as networks, norms, and social trust that facilitate coordination and cooperation for mutual benefit*”.

Sem dúvida, Putman é o teórico mais conhecido, citado, debatido e controverso quando se trata do tema. Em Putnam (1994) ele aparece como um bem ou um ativo intransferível e não comercializável presente na organização social de uma determinada região ou comunidade. Nesse sentido, o capital social é uma espécie de catalisador ou facilitador para os grupos, na medida em que traz ganhos de previsibilidade e confiabilidade para as pessoas que os compõe.

Observa-se, portanto, que permanece a noção de intangibilidade na definição de capital social. Para o autor, ele é visto como um ativo de retornos crescentes, diferentes de outras formas de capital, e tem a função de facilitar a coordenação e cooperação entre os agentes para benefício mútuo. Nessa perspectiva, a análise de Putnam (1995) defende a ideia de benefícios tanto para as pessoas quanto para a comunidade, o que diferencia qualitativamente sua análise da de Bourdieu (1983):

“*O diferencial da definição de Putnam é o de que em sua análise de capital social, ele incorpora a noção de interação recíproca na comunidade (entendida em termos de relações sociais entre pessoas) e seu impacto no desenvolvimento democrático de uma nação*” (BAQUERO, 2001: 33).

É com base nessa interação que Putnam defende o capital social como fundamental para o desenvolvimento econômico, tanto quanto o capital físico e humano, como enfatiza Balestro (2006). Para Bourdieu (1983), ao contrario, quem internaliza seus benefícios são os próprios indivíduos, mas apesar de ele estar subordinado pelo capital econômico, abrem-se potenciais vantagens quanto às expectativas de retorno para as classes historicamente excluídas.

Quem compartilha dessa visão de capital social associado à trajetória histórica de uma região e aos valores culturais preexistentes é Fukuyama. O autor destaca a capacidade de os indivíduos trabalharem em grupos sobre uma base de normas e valores compartilhados, colocando a cultura como fonte de capital social.

Portanto, as abordagens de Putnam (1994, 1995, 1996, 1996b), Fukuyama (1995, 1997) e Coleman (1988, 1990) enfatizam a importância da reciprocidade, da consciência cívica e da confiança – também destacada por Granovetter (1973, 1983) e Inglehart (1997) – como elementos importantes para o capital social.

A teoria do capital social argumenta que a confiança está relacionada com a participação em associações cívicas e que, quando ele está presente, aumenta a capacidade de ação e facilita a produção de alguns bens, provendo ganhos econômicos e outros benefícios para os indivíduos e para o grupo, como resume Paxton (1999). Portanto, espera-se que em ambientes onde há confiança, os indivíduos estejam estimulados a participar e a interagir com outros, já que a criação desses laços dá acesso a recursos (ou bens) que geram benefícios aos membros de uma rede social.

2.2.2 Elementos e implicações do capital social

Os elementos do capital social aqui apresentados consideram os dois grupos de definições supracitados. Baseado nestes elementos, assim como em Paxton (1999), defende-se ideia de que o capital social envolve dois componentes:

- Associações objetivas entre indivíduos: a estrutura de rede que une os indivíduos. Esse componente indica que indivíduos são ligados uns aos outros no espaço social;
- Laço subjetivo: caracterizado pela reciprocidade, confiança e emoção positiva. O argumento é que, quando há capital social, isso aumenta a capacidade de ação e facilita a produção de alguns bens, favorecendo os indivíduos e o grupo. Tal como o capital humano, ele pode prover ganhos econômicos ou outros benefícios privados para o indivíduo.

Dessa forma, os indicadores de capital social são construídos a partir da confiança e do associativismo.

2.2.2.1 Confiança

Fukuyama (1996) considera que a confiança gera uma expectativa de uma comunidade com comportamento estável, honesto e cooperativo, com base em normas compartilhadas

pelos membros dessa comunidade. Estas normas tem como base a cultura, a religião, as leis e os padrões profissionais desta comunidade.

Ao tentar formular uma teoria social crítica que dê conta da sociedade contemporânea, Giddens (1991) aponta a confiança como um dos fundamentos que caracterizam a natureza da modernidade e “da ordem pós-moderna que deve emergir do outro lado da era atual”.

Nesse trabalho, a confiança é entendida como as expectativas socialmente aprendidas e confirmadas que as pessoas têm com as outras, com as organizações e instituições, e com a moral e a ordem social em que fundam suas vidas (BARBER, 1983 *apud* PAXTON, 1999). Ela pode ser verificada em pelo menos três níveis da estrutura social: entre pessoas em um grupo (confiança interpessoal), entre indivíduos e uma terceira parte, e entre indivíduos e uma organização e uma organização ou instituição (confiança institucional).

Estando associada à reciprocidade generalizada, a confiança é um resultado dos laços positivos, componentes subjetivos do capital social. Assim, ela aparece em diferentes abordagens, sendo um elemento essencial nas análises de Granovetter (1973, 1983) sobre redes sociais. Para Putnam (1994), por sua vez, ela é uma fonte de capital social. Em Lin (2001), a confiança é um ativo coletivo resultado do capital social, enquanto que Coleman (1998, 1990) a classifica como uma forma de capital social. No extremo, Fukuyama (1995,1997) trata a confiança como o próprio capital social: “ a confiança nasce desta partilha de valores e tem um vasto e mensurável valor econômico” (FUKUYAMA, 1995:22).

Como fontes teóricas da confiança por parte da sociedade civil, Baquero (1998) apresenta duas: a) as teorias culturais, que atribuem à confiança nas instituições políticas às experiências políticas num processo de socialização política; e b) as teorias políticas econômicas e de escolha racional, que argumentam que ela é determinada por avaliações do desempenho institucional.

2.2.2.2 Associativismo

O associativismo é o segundo elemento do capital social e reflete as ligações objetivas entre os indivíduos e suas associações, o qual pode ser de dois tipos: informal, como as amizades, e formal, como a existente entre membros de organizações.

Os indivíduos se relacionam com outros indivíduos, possuem suas redes, e os efeitos positivos que decorrem dessa participação em associações para eles ou para a comunidade já foram mostrados em Bourdieu (1983), Portes (2000). E mais, os diversos tipos de grupos têm implicações distintas sobre o estoque de capital social, mas o que há de comum entre elas é o

fato de que esses laços podem criá-lo pelo aumento da comunicação, difusão da informação com economia de tempo e apoio social, lembra Paxton (1999).

O elemento associativismo, segundo Portes (2000) é responsável pela predisposição dos membros dos grupos ou comunidades em participar das ações coletivas destes grupos, ou seja, é o associativismo que leva membros religiosos a doarem anonimamente fundos a escolas e hospitais religiosos, jovens se alistarem no exército, desde que haja uma identificação do indivíduo para com aquele grupo.

O associativismo está fortemente associado com a confiança. Seus efeitos devem-se ao fato de que estar conectado voluntariamente a outros, como membro formal de uma associação pode permitir ao indivíduo o acesso a recursos, como o crédito, que resolvem seus problemas e da comunidade.

Em contextos microssociais e microeconômicos, percebe-se a diferenciação entre confiança e associativismo, apesar de serem interdependentes, uma vez que não há associativismo sem um mínimo de confiança e em ambientes, onde a confiança está presente raramente, não são encontrados.

2.2.3 Indicadores de Confiança e Associativismo

Para esta pesquisa sobre o capital social foi levado em consideração tanto sua dimensão interna quanto sua dimensão externa para explorar os indicadores de confiança e associativismo.

As informações necessárias para construir o questionário sobre capital social da presente pesquisa foi obtida na onda de 2005-2006 da pesquisa WVS, considerando os países das Américas que dela participaram: Argentina, Brasil, Canadá, Chile, Colômbia, México, Trinidad e Tobago, Estados Unidos (EUA) e Uruguai.

As medidas de capital social são separadas em duas partes. um componente mede a confiança subjetiva dos indivíduos nos demais membros de uma comunidade: pessoas e instituições. O segundo componente mede a extensão objetiva da associação individual, seus laços com a comunidade.

2.2.3.1 Indicadores de confiança

A interpretação da variável confiança pode gerar conflito devido à complexidade em se definir confiança, ou seja, qual o conceito a ser utilizado para restringir confiança. Como já foi afirmado anteriormente, como as expectativas socialmente aprendidas e confirmadas, que

as pessoas têm com as outras, com as organizações e instituições, e com a moral e ordem social que fundamentam suas vidas.

Feres e Eisenberg (2006) argumentam que a etimologia das palavras que exprimem a ideia de confiança, apontam para diferenças significativas em seu sentido moral, principalmente em línguas com origem indo-europeu. Para os autores, o uso do termo em inglês está associado a confiar primeiramente em pessoas (amigos, parentes, conhecidos), em Deus ou em qualquer divindade religiosa e por fim o significado de crédito: “comprar em confiança”, ou seja, comprar fiado. No latim o significado mercantil de confiança é bem anterior.

Portanto, os autores chamam atenção para as dificuldades de realizar estudos tendo como base indicadores construídos através de questionários de origem anglo-saxã, já que, a confiança ressalta a existência e manutenção, envolvendo aspectos morais e emocionais do âmbito privado, diferente dos pares em português e espanhol:

“Em outras palavras, ao serem perguntados “generally speaking, would you say that most people can be trusted...?”, os falantes de língua inglesa podem ter entendido que a expressão “most people can be trusted” se refere às pessoas sobre as quais a confiança pessoal pode ser depositada, isto é, aquelas pessoas que lhes são próximas – as que Charles Taylor, por exemplo, chama de “significant others”. Por outro lado, falantes de línguas neolatinas teriam mais dificuldade de depositar “confiança” em “pessoas em geral” visto que as condições da relação de confiança não são dadas pelo enunciado da pergunta” (FERES JÚNIOR, EISENBERG, 2006:464).

O componente confiança do capital social foi separado em duas dimensões: confiança interpessoal e confiança nas instituições. O componente confiança interpessoal foi construído considerando inicialmente, cinco indicadores da WVS, Pessoas, Senso de Justiça, Vizinhos, Pessoas conhecidas pessoalmente, Pessoas vistas pela primeira vez.

A primeira variável considera a questão sobre a confiança em PESSOAS . A variável SENSO DE JUSTIÇA foi obtida da pergunta sobre as expectativas de as pessoas levarem vantagem ou serem justas, caso tivessem uma chance, ambas as variáveis numa escala diagramática com diferencial semântico, em que 1 significava “ as pessoas tentariam levar vantagem sobre o Sr” e 10 significava que “as pessoas tentariam ser justas”. As respostas com

valor igual ou superior a 7 foram consideradas confiança. As demais variáveis (3, 4, e 5) avaliavam a confiança em GRUPOS distintos.

Quadro 2 – Indicador de confiança interpessoal

Nº	Variáveis	Questões	Respostas
1	Pessoas	"O Sr. diria que pode confiar na maioria das pessoas, de modo geral?"	1) As pessoas são de confiança. 2) É preciso ser mais cuidadoso.
2	Senso de Justiça	"O Sr acha que a maioria das pessoas tentariam levar vantagem sobre o Sr ou tentariam ser justas?"	Escala de 1, "as pessoas levam vantagem", de 10, " as pessoas são justas".
3	Vizinhos	"(...) O Sr diria que confia totalmente, confia em parte, confia pouco ou não confia nos seus vizinhos?"	Escala de 1, " totalmente" até 4 "não confio".
4	Pessoas conhecidas pessoalmente	"(...) O Sr diria que confia totalmente, confia em parte, confia pouco ou não confia nas pessoas que conhece pessoalmente?"	Escala de 1, " totalmente" até 4 "não confio".
5	Pessoas vistas pela primeira vez	"(...) O Sr diria que confia totalmente, confia em parte, confia pouco ou não confia nas pessoas que está vendo pela primeira vez?"	Escala de 1, " totalmente" até 4 "não confio".

Estas variáveis serviram para delinear as questões da survey em relação à dimensão confiança, em relação aos indivíduos intragrupos e à instituição de microcrédito.

Para se construir a variável de confiança em instituições, que abrangiam organizações privadas e as públicas, a pesquisa WVS utilizou quinze variáveis a partir da seguinte questão: "Vou citar o nome de algumas organizações. Para cada uma, o Sr poderia me dizer em que medida confia: confia totalmente, em parte, pouco ou não confia nessas organizações?(...)". as possibilidades de resposta eram dadas em escala Likert, assim configuradas:

Quadro 3 – Escala para resposta às questões sobre confiança em instituições

Confia totalmente	Confia em parte	Confia pouco	Não confia
-------------------	-----------------	--------------	------------

1	2	3	4
---	---	---	---

Fonte: WVS (2005-2006)

As instituições consideradas na pesquisa em questão foram: igrejas, Forças Armadas, imprensa, televisão, sindicatos, polícia, governo, partidos políticos, serviço público e grandes empresas.

A consistência interna dos componentes de confiança, seja interpessoal, seja institucional, foi calculada através do alfa de Cronbach, que mede a homogeneidade dos seus componentes, ou seja, a consistência interna das respostas. Para confiança interpessoal, o alfa de Cronbach foi de 0,686, valor abaixo do esperado pela literatura (0,7) e mostrou que, eliminando a variável SENSO DE JUSTIÇA, o alfa de Cronbach elevava para 0,792, determinando a exclusão deste para a realização desta pesquisa. Sobre a consistência interna do componente confiança em instituições, a consistência interna foi de 0,865, considerando assim a utilização de qualquer componente para compor a pesquisa sobre confiança institucional.

O indicador de confiança utilizado nesta pesquisa levou em consideração os parâmetros da Survey WVS supracitados com a relação da significância interna e adaptação à realidade local, onde esta pesquisa fora aplicada, resultando assim na construção das seguintes variáveis de confiança interpessoal: 1) Confiança nos membros do grupo de aval solidário, 2) Confiança nas pessoas que se conhece de maneira geral (fora membros do grupo de aval solidário). Para confiança institucional, a população em questão demonstrou, através do pré-teste, obter significância apenas ligada à instituição que oferece o microcrédito, o CEAPE.

2.2.3.2 Indicadores de associativismo

A expressão associativismo designa, por um lado a prática social da criação e gestão das associações O associativismo, como forma de organização social, caracteriza-se pelo seu carácter, normalmente, de voluntariado, por reunião de dois ou mais indivíduos usados como instrumentos da satisfação das necessidades individuais humanas nas suas mais diversas manifestações.

Para Putnam, o associativismo é condição necessária para o governo democrático, que a vivacidade da comunidade cívica é um determinante mais forte que o desenvolvimento econômico; que quanto mais cívica for a região, mais eficaz o seu governo. Nos locais onde a

afiliação a associações sociais e culturais é inexpressiva, a corrupção é geralmente considerada a norma (Putnam, 1996:128).

Para Barquero (2003), a ênfase no associativismo procura responder à crise da eficiência declinante da democracia por procedimentos e o crescente descontentamento dos cidadãos com as ações de um estado centralizador e padronizado; ao mesmo tempo, propicia elementos de fiscalização para os cidadãos, buscando assim democratizar a sociedade ao mesmo tempo em que a fortalece.

O componente associativismo do modelo da pesquisa WVS considera o pertencimento dos indivíduos e sua participação em diversos tipos de organizações e/ou associações voluntárias, como grupos religiosos, associações esportivas, associações artísticas e associação profissional dentre outras. As variáveis foram lidas em lista para que os pesquisados pudessem responder em escala likert, variando entre “nunca” e “sempre”, levando em consideração situações que descrevem a relação de associativismo

Estas variáveis serviram para elaborar as questões sobre associativismo da survey desta pesquisa, levando em consideração o perfil dos grupos de microcrédito.

Além das questões sobre o nível de associativismo dos membros com os demais tipos de grupo, foram definidas variáveis que buscam evidenciar o nível de associação entre os membros de aval solidário, solicitando que os mesmos respondam quão estão predispostos a ajudar os demais membros, ou quão estão disponíveis a permitir interação entre eles.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Lakatos e Marconi (2008), o método, além de auxiliar na escolha do caminho a ser trilhado na pesquisa, facilita a tomada de decisão e ajuda na detecção de prováveis gargalos e falhas no estudo, devido à capacidade de encontrar atividades sistêmicas que melhor se adequam ao objetivo de uma pesquisa.

Assim o objetivo deste capítulo é apresentar o método utilizado para resolver o problema desta pesquisa, assim como as técnicas utilizadas de coleta e análise de dados e o local e unidade de análise.

3.1 Hipótese da pesquisa

O estudo em questão tem como objetivo observar se há relação entre os níveis de capital social e a variação do perfil dos clientes de aval solidário, ou seja, se os níveis de

confiança e associativismo mudam conforme a variação das características dos membros de aval solidário, assim sendo, a hipótese nula desta pesquisa fica assim configurada:

H0: Os níveis de capital social não variam de acordo com a mudança no perfil dos membros de aval solidário.

A confirmação de a hipótese nula ocorrer, caso a análise dos dados coletados venha a configurar uma variação pequena dos níveis de capital social ao se alternar o perfil dos membros de microcrédito.

A hipótese um desta pesquisa configura a presença de uma forte relação entre os níveis de capital social e o perfil de microcrédito, ou seja, a variação no perfil dos membros causa uma variação perceptível nos níveis de capital social, assim a hipótese um fica configurada:

H1: Os níveis de capital social variam de acordo com a mudança no perfil de aval solidário.

Após esta explanação sobre as hipóteses de pesquisa vamos demonstrar algumas características da pesquisa em questão.

3.2. Desenho da pesquisa

Neste estudo sobre a relação entre o microcrédito e os níveis de capital social, foi realizada uma pesquisa conclusiva, descritiva, transversal simples na forma de correlacionar dados primários sobre capital social de indivíduos que participam de grupos de aval solidários, coletados através de uma survey, com dados secundários sobre o perfil destes indivíduos que participaram da survey em questão. Os dados que compõem o perfil foram levantados a partir de entrevistas junto ao gerente administrativo da organização CEAPE-PI, onde se definiram os pontos como gênero, idade, estado civil, escolaridade, ramo de negócio e gestão do crédito concedido (adimplência ou inadimplência). Por fim foi realizada uma entrevista com os gerentes administrativo e executivo da instituição, para que possam se posicionar em relação aos resultados da relação supracitada.

Apesar do CEAPE-PI, ter a sua estrutura de concessão de análise de crédito baseada na confiança e associativismo entre os membros que vão formar os grupos de aval solidário, o levantamento realizado com os clientes pertencentes à amostra demonstrou que todos os 300 clientes possuem níveis elevados tanto para confiança, quanto para associativismo (A escala presente no questionário da instituição varia entre baixa, média e alta, todos os clientes apresentaram nível alto). Sendo assim foram retirados da pesquisa estes dados para evitar um erro de análise futuro.

Para Malhotra (2006), a pesquisa conclusiva serve para testar hipóteses específicas e examinar relações, onde as informações necessárias são claramente definidas. *A pesquisa conclusiva é geralmente mais formal e estruturada que a exploratória. Ela se baseia em amostras grandes e representativas e os dados obtidos estão sujeitos a uma análise quantitativa (MALHOTRA, 2006 pag. 100).*

A pesquisa descritiva, segundo Malhotra (2006) é eficaz para descrever características de uma população ou relações entre características desta população, serve ainda para estimar a porcentagem de unidades em uma população específica que exibe um determinado comportamento, determinar em que grau está associada às variáveis de uma determinada pesquisa (MALHOTRA, 2006 pag. 101-102).

A pesquisa transversal simples ocorre quando os dados são extraídos com um grupo determinado, coletados apenas uma vez, também conhecida como pesquisa por levantamento de amostragem. A pesquisa por levantamento de amostragem envolve um questionário estruturado, a que os entrevistados devem responder, com o objetivo de elucidar informações específicas. Assim o método se baseia no interrogatório dos participantes, aos quais se fazem várias perguntas sobre seu comportamento, intenções, atitudes, percepção, motivações, características demográficas e de estilo de vida (MALHOTRA, 2006).

Quadro 4 – Desenho metodológico da pesquisa

Desenho da pesquisa	Conclusiva	Descritiva	Transversal simples
Representação na pesquisa	Relação entre capital social e os dados sobre os indivíduos pertencentes a grupos de aval solidário.	O presente estudo descreveu as variáveis de controle acerca dos membros de grupos de aval solidário e os níveis de confiança e associativismo.	A coleta de dados foi realizada com a amostra determinada em um único bloco de aplicação da survey, aplicado com apenas uma amostra.

(Quadro elaborado pelo autor)

Segundo Malhotra (2006), na pesquisa por levantamento de amostragem, transversal simples, a coleta de dados se dá de forma estruturada em um questionário elaborado formalmente com as perguntas aplicadas com ordem predeterminada. A coleta de dados, ainda segundo Malhotra (2006) pode ser realizada de quatro maneiras principais: por telefone,

entrevista pessoal, por correio e entrevista eletrônica. Para a pesquisa em questão, foi determinada a entrevista por telefone, como melhor método de levantamento, por motivos que serão evidenciados a seguir.

3.3. Definição da unidade de análise e plano de amostragem

As unidades de análise são tipicamente pessoas, mas podem ser famílias, empresas, cidades, estados, indústrias, agências governamentais, ou seja, a unidade de análise é o respondente para o qual a survey foi elaborada. Independente de qualquer que seja a unidade de análise, os dados são colhidos para se descrever a amostra estudada e, por extensão, a população representada pela amostra (BABBIE, 1999).

Neste sentido, a unidade de análise para esta pesquisa foi determinada como sendo os membros de grupos de aval solidário ativos da OSCIP CEAPE-PI, localizados em Teresina (PI). A escolha por membros de aval solidário é justificada uma vez que apenas em grupo o membro de microcrédito desenvolve o capital social e, portanto, desenvolve confiança e associativismo.

Após a definição da unidade de análise, foi escolhido trabalhar com uma amostra retirada da população de clientes de aval solidário. Segundo Babbie (1999), surveys por amostragem podem permitir estimativas muito precisas sobre as populações que as retratam. Foi utilizada uma amostragem probabilística, pois assim podemos ter uma amostra representativa da população selecionada, considerando que todos os membros desta população tinham oportunidade igual de ser relacionados para a amostra (BABBIE, 1999).

Com base em uma população de 1000 clientes de aval solidário, para um nível de confiança de 95%, portanto, um grau de erro amostral de 1,96%, chegamos a uma amostra de 278 clientes. Foram aplicados 300 surveys para que houvesse um grau de confiabilidade maior dentro da pesquisa.

3.4. Coleta de dados

A coleta de dados foi dividida em dois procedimentos, um primário e outro secundário, a fim de se obter em dados diversos para a análise.

Os dados primários foram obtidos através de uma survey sobre confiança e associativismo. Os questionamentos que compõem este tipo de questionário foram elaborados

com base em uma pesquisa mundial realizada pela WVS (World Values Survey). Esta organização elabora pesquisas bienais, chamadas de ondas pelos organizadores, com temáticas ligadas a assuntos sociais, que servem para levantar dados mundiais sobre temas diversos. A onda de 2005-2006 teve, dentre seus objetivos, evidenciar os níveis de confiança e associativismo.

A WVS – Pesquisa Mundial de Valores – é uma rede global de cientistas sociais que pesquisam os valores e crenças básicas dos públicos de mais de 80 sociedades, em todos os seis continentes habitados. São realizadas pesquisas sobre vários aspectos da vida social, objetivando principalmente pesquisas longitudinais, que são aplicadas ao longo do tempo para verificar mudanças nas respostas dos entrevistados. Paralelamente são feitas também pesquisas sobre assuntos pontuais como ocorreu na onda de 2005-2006, onde foram acrescentadas as pesquisas de relação social sobre confiança e associativismo.

A escolha de uma survey advém da necessidade de se obter um modelo lógico que pudesse evidenciar uma relação de causa e efeito entre os indicadores de capital social e os indivíduos que compõem os grupos de aval solidário, como evidencia Babbie (1999): *“o fato do formato survey permitir elaboração clara e rigorosa de um modelo lógico clarifica o sistema determinístico de causa e efeito”*.

Para Babbie (1999), a pesquisa de survey amostral é a que melhor permite produzir informações que venham gerar inferências sobre a população para a qual aquela amostra foi selecionada. A survey ainda permite que haja uma maior liberdade para se desenvolver as variáveis que serão estudadas, pois após a aplicação desta survey, elas podem ser quantificadas e processadas por computador, permitindo assim obter vários modelos explicativos e definir quais os modelos que explicam melhor as relações esperadas (BABBIE, 1999).

A Survey é comumente utilizada para permitir realizar enunciados descritivos sobre uma determinada população, ou seja, descobrir a distribuição de certos traços e atributos, como afirma Babbie (1999):

O survey amostral é um veículo para descobrir estas distribuições. A distribuição de traços numa amostra cuidadosamente selecionada de uma população maior pode ser medida e uma descrição comparável da população maior pode ser inferida a partir da amostra. (BABBIE, 1999 pag, 96)

Os questionamentos que compuseram a survey desta pesquisa foram feitos com base nos indicadores de confiança e associativismo e seguiram, como já foi afirmado

anteriormente, os pontos considerados na WVS, adaptados à realidade local da realização da pesquisa. Para o indicador confiança, foi levado em consideração: confiar nas pessoas próximas, confiar nas instituições. O indicador associativismo considerou as relações entre os indivíduos, sua relação com grupos religiosos, esportivos, profissionais e ONG's.

Depois de realizada a adaptação para a região na qual o presente estudo foi realizado, os indicadores de confiança e associativismo geraram as variáveis citadas no quadro abaixo:

QUADRO 5 – Organização das variáveis conforme indicadores

Indicadores de capital social	Variável conforme WVS	Realidade local	Variável na survey	Ordenação.
Confiança	Confiança nas pessoas próximas.	A pesquisa foi realizada com grupos de aval solidário.	Você confia nos membros do seu grupo?	Variável 01
Associativismo	Relação entre indivíduos próximos	A relação observada entre os membros do grupo	Você pode contar com as pessoas do seu grupo, caso precise de ajuda?	Variável 02
Confiança	Confiança nas pessoas próximas.	A pesquisa foi realizada com grupos de aval solidário.	Você deixaria algum membro do seu grupo responsável pelo negocio, caso, precisasse se ausentar do seu negocio?	Variável 03
Associativismo	Relação entre indivíduos próximos.	A relação observada entre os membros do grupo	Você diria a frequência com que as pessoas do seu grupo ajudam umas as outras?	Variável 04
Associativismo	Relação entre indivíduos próximos.	A relação observada entre os membros do grupo	Você ajudaria com dinheiro um projeto que não lhe beneficia diretamente, mas beneficia o grupo?	Variável 05
Associativismo	Relação entre indivíduos próximos.	A relação observada entre os membros do grupo.	Você ajudaria com o seu tempo um projeto que não lhe beneficia diretamente, mas beneficia o grupo?	Variável 06
Confiança	Confiança nas pessoas próximas.	Observação além dos grupos, da confiança	Você confia nas pessoas que conhece pessoalmente?	Variável 07

		daquela pessoa nas pessoas que a cercam.		
Confiança	Confiança institucional	A instituição que percebe mais contato é a organização que realiza o empréstimo.	Você confia no CEAPE?	Variável 08
Associativismo	Participação em grupos	Reunião de grupos que têm concepção de ser do mesmo universo.	Você participa de grupos religiosos com que frequência?	Variável 09
Associativismo	Participação em grupos	Reunião de grupos que têm concepção de ser do mesmo universo.	Você participa de alguma associação profissional com que frequência?	Variável 10
Associativismo	Relação entre o grupo	Os membros devem morar próximos.	Você e seu grupo se reúnem para discutir assuntos da região em que moram?	Variável 11
Associativismo	Relação entre o grupo	Os membros devem ser integrados e ter contato entre si.	Você e seu grupo se reúnem para resolver algum problema pessoal do grupo com que frequência?	Variável 12
Associativismo	Relação entre o grupo	Os membros devem ser integrados e ter contato próximo entre si.	Você e seu grupo se reúnem para resolver algum problema financeiro do grupo com que frequência?	Variável 13

(Quadro elaborado pelo autor conforme dados da pesquisa)

Os participantes responderam às perguntas adaptadas numa escala Likert, variando entre 1, para “nunca”; 2, para “poucas vezes”; 3, para “algumas vezes” e 4, para “sempre”. A variação nula, “não sei”, foi retirada da escala por não ser possível gerar resultados que pudessem ser analisados.

A organização das variáveis foi escolhida para que as pessoas que responderam à survey não tivessem dificuldade em responder e, com as variáveis intercaladas, para que a sequência de perguntas não viesse a ser desgastante para os respondentes.

As variáveis 01 e 03, apesar de parecerem redundantes, foram importantes para saber se o nível de confiança respondido na variável 01 evidenciava o mesmo nível de confiança em um recorrente caso real.

As variáveis 05 e 06 tratam do indicador associativismo de maneira semelhante, sendo que a variável 05 levou em consideração a relação de associativismo e a ajuda financeira, e a variável 06, considerando a simples ajuda entre os pares do grupo. Houve aqui uma necessidade de perceber a relação de associativismo entre os membros dos grupos, independente da questão financeira ou tempo alocado.

A base com a realidade local foi tida conforme a metodologia de criação de grupos de aval solidário da organização CEAPE-PI, que tem como base a relação entre confiança e capacidade de se formar e a manutenção dos grupos (associativismo).

Os dados secundários foram obtidos de acordo com o banco de dados dos clientes de aval solidário que responderam a survey. Foram catalogados dados para as variáveis de controle: idade, gênero, estado civil, nível de escolaridade e situação do crédito. Estes dados foram coletados em separado da survey devido à preocupação em manter um questionário reduzido para melhor aceitação dos respondentes, já que foi detectada rejeição no pré-teste, quando todos os respondentes ponderaram que, se o CEAPE-PI já tinha esses dados, por que responder novamente.

3.5 Procedimentos de análise dos dados

As técnicas para analisar os dados coletados foram definidas com base nos objetivos específicos do presente trabalho, destacando-se também, que os resultados estatísticos foram processados com a utilização do software SPSS (Statistical Package for Social Sciences), versão 17.0.

QUADRO 6 – Objetivos específicos e técnica de análise de dados

Objetivos específicos	Técnica de análise de dados
Definir os parâmetros sobre microcrédito para gerar pontos de relação com o capital social.	Análise descritiva
Medir os níveis de confiança nos membros de aval solidário.	Análise descritiva Análise de correlação Análise fatorial
Medir os níveis de associativismo nos membros de aval solidário.	Análise descritiva Análise de correlação Análise fatorial
Relacionar os níveis encontrados de confiança com os parâmetros de microcrédito.	Análise de correlação

Relacionar os níveis encontrados de associativismo com os parâmetros de microcrédito.	Análise de correlação
---------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------

(quadro elaborado pelo autor)

Neste sentido, são descritas, a seguir, as definições e as principais características das técnicas acima citadas.

A análise descritiva busca apresentar características não uniformes das unidades de análise observadas. Esta modalidade permite proporcionar informações de dados sumarizadas contidos no total de elementos de uma amostra estudada. Com esta técnica, podemos traçar medidas de posição, características típicas de um grupo; medidas de dispersão, características de distribuição dos grupos, ou associação (nível de relacionamento existente entre variáveis pesquisadas). E estas medidas são importantes para determinar padrões iniciais de análise, o que permite ter uma noção geral da pesquisa (MATTAR, 2007).

A análise de correlação tem por propósito descobrir se há relações entre as variáveis estudadas ou demonstrar a ausência de correlação, identificando assim a hipótese nula verdadeira, permitindo também a direção do relacionamento entre positivo, negativo ou zero e a força ou magnitude do relacionamento entre as duas variáveis (DANCEY e REIDY, 2008).

A análise de correlação não gera causalidade, ou seja, em um resultado de correlação entre as variáveis “x” e “y” não se pode confirmar que “x” gere o evento em “y” ou “y” em “x” (MALHOTRA, 2006).

Enquanto a análise de correlação exhibe apenas a relação entre as variáveis estudadas, a análise de regressão permite prever quanto a variável “x” pode influenciar a variável “y” (DANCEY e REIDY, 2008).

Para Malhotra (2006), a análise de regressão é um processo potente e flexível para a análise de relações associativas entre uma variável métrica dependente e uma ou mais independentes, tendo como objetivo determinar se as variáveis independentes explicam uma variação significativa na variável dependente, quanto da variação na variável dependente pode ser explicado pelas variáveis independentes, ou controlar outras variáveis independentes quando da avaliação das contribuições de uma variável ou conjunto de variáveis específicas.

Já a análise fatorial, para Babbie (1999), é usada para descobrir padrões de variação nos valores de diversas variáveis, especialmente pela geração de dimensão artificial (fatores) que se correlaciona altamente com as diversas variáveis reais.

Para Malhotra (2006), a análise fatorial é um nome genérico que denota uma classe de procedimentos utilizados essencialmente para redução e resumo dos dados, estudando assim a

relação entre conjuntos de muitas variáveis interrelacionadas, representando-as em termos de alguns fatores fundamentais. Na análise fatorial não se faz distinção entre variável dependente ou independente, ao contrário, a análise fatorial é uma técnica de interdependência, no sentido de que examinamos todo um conjunto de relações interdependentes.

Ao se realizar a análise fatorial é necessário observar alguns parâmetros, segundo Malhotra (2006), o primeiro passo é a formulação do problema de análise fatorial e a identificação das variáveis a serem analisadas. O próximo passo é a construção de uma matriz de correlação entre as variáveis, definindo um método de análise fatorial. Em terceiro, o pesquisador deverá determinar os números de fatores a serem extraídos e o método de rotação. A próxima etapa é definida pelos objetivos da pesquisa, se ocorrerá cálculo dos escores fatoriais ou seleção de variáveis substitutivas, para representar os fatores em uma análise multivariada subsequente, e finalmente determina-se o ajuste do modelo de análise fatorial.

Nesta pesquisa, os parâmetros foram assim definidos: o problema de análise fatorial baseia-se na própria necessidade de se reduzir o número das variáveis, o que torna o processo de análise simplificado. O método escolhido foi o ACP – análise de componentes principais, que transforma as variáveis originais em um conjunto menor de componentes não-relacionados. Para Malhotra (2006), é recomendada a análise dos componentes principais quando a preocupação maior for determinar o número mínimo de fatores que respondem pela máxima variância nos dados para utilização em análises subsequentes.

Como a finalidade da análise fatorial é a redução do número de variáveis, foi escolhida a formação de fatores quanto as variáveis demonstrarem, desde que o nível de correlação dentre elas seja superior a 0,4. O método usado para rotacionar os dados foi o Varimax que, segundo Malhotra (2006), permite minimizar o número de variáveis, com altas cargas sobre um fator, reforçando a interpretação dos fatores.

4. ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo são apresentados e analisados os resultados desta pesquisa, através da descrição dos procedimentos utilizados para a análise e interpretação dos dados obtidos. As discussões a seguir têm como principal enfoque atender aos objetivos estabelecidos para este estudo e responder à pergunta de pesquisa.

Assim, para melhor desenvolver didaticamente a pesquisa, dividimos o texto nas seguintes seções: a primeira seção trata de um panorama do universo pesquisado,

apresentando informações gerais sobre o estudo realizado. A seguir, são descritos os resultados estatísticos de acordo com os objetivos traçados para a pesquisa: Definir os parâmetros sobre microcrédito para gerar pontos de relação com o capital social, medir os níveis de confiança nos membros de aval solidário, medir os níveis de associativismo nos membros de aval solidário, relacionar os níveis encontrados de confiança com os parâmetros de microcrédito e por fim, relacionar os níveis encontrados de associativismo com os parâmetros de microcrédito.

4.1 Características do universo pesquisado

Considerando a amostragem apresentada no item 3.3, realizou-se a aplicação da survey para a verificação dos níveis de capital social e o perfil dos membros de aval solidário. Da população de 1000 clientes ativos, residentes na cidade de Teresina foi extraída, como já foi descrito na metodologia, uma amostra de 300 membros. Para gerar estes 300 questionários, entramos em contato com 400 clientes de um total de 600 clientes de aval solidários disponibilizados pelo CEAPE-PI. Foi solicitado para o CEAPE-PI que os clientes fossem escolhidos aleatoriamente, respeitando apenas uma divisão entre as zonas territoriais da cidade (a cidade de Teresina é dividida entre zona leste, norte, sul e sudeste) possibilitando assim que todos os membros da população em questão tivessem a oportunidade de participar da pesquisa, totalizando assim uma média de 75 membros de cada zona na amostra coletada.

Com base nos clientes que participaram da survey, foi estruturado o perfil dos clientes de aval solidário, que aqui trataremos como variáveis de controle. As variáveis definidas na metodologia foram: gênero, estado civil, idade, setor do negócio, escolaridade e gestão do negócio.

Para a variável “gênero”, temos as seguintes referências:

TABELA 1 – GÊNERO

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MASCULINO	87	29,0	29,0	29,0
	FEMININO	213	71,0	71,0	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

Percebemos uma forte predominância do gênero feminino o que, para os gerentes administrativo e executivo, é um perfil cultural, não há nenhuma predeterminação da organização CEAPE-PI que explique presença maior do gênero feminino em relação ao masculino.

Para a idade há dois casos, que chamam a atenção dos gerentes de crédito, tanto o gerente administrativo, Diógenes Leite, quanto o gerente executivo, Paulo Lucênio, são convictos em afirmar que dentro da variável idade, o grupo entre 20 e 30 anos apresenta maior risco de não pagar o empréstimo concedido.

TABELA 2 – IDADE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-30 ANOS	25	8,3	8,3	8,3
31-40 ANOS	60	20,0	20,0	28,3
41-50 ANOS	90	30,0	30,0	58,3
51-60 ANOS	86	28,7	28,7	87,0
61-70 ANOS	36	12,0	12,0	99,0
+71 ANOS	3	1,0	1,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

O receio citado pelos gerentes do CEAPE-PI resulta diretamente no quadro acima, onde se verifica que apenas 8,3% dos clientes pertencem ao grupo de 20 a 30 anos. Outro ponto importante para os gerentes são os clientes com mais de 61 anos, segundo os dois, estes clientes possuem maior índice de inadimplência: *“os membros deste grupo, com mais de 61 anos, são muito mais preocupados em manter o nome limpo e também são muitas vezes a única fonte de renda da família, portanto mantêm o crédito em dias”* (entrevista com Diógenes Leite).

Quanto ao estado civil, a pesquisa demonstra que 62,3 % dos membros são casados. Para o gerente administrativo, Diógenes Leite, os separados e divorciados oferecem maior preocupação devido a um maior nível de endividamento que estes grupos podem apresentar.

TABELA 3 - ESTADO CIVIL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Solteiro	56	18,7	18,7	18,7
	Casado	187	62,3	62,3	81,0
	Viúvo	15	5,0	5,0	86,0
	Divorciado	11	3,7	3,7	89,7
	Separado	12	4,0	4,0	93,7
	Amigado	19	6,3	6,3	100,0
	Total	300	100,0	100,0	

(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

Para o gerente executivo, Paulo Lucênio, há preocupação não só com os clientes divorciados e separados, mas também com os solteiros que tenham até 30 anos, devido à possibilidade de que aquele crédito que está sendo emprestado seja utilizado para cobrir um problema financeiro dos pais do próprio cliente, o que o gerente chama de laranja.

Relacionando estado civil com a idade dos membros, chegamos à seguinte quadro de análise:

TABELA 4 – ESTADO CIVIL * IDADE Crosstabulation Count

		IDADE						Total
		20-30 ANOS	31-40 ANOS	41-50 ANOS	51-60 ANOS	61-70 ANOS	+71 ANOS	
ESTADO CIVIL	Solteiro	13	14	15	7	6	1	56
	Casado	11	38	54	64	19	1	187

Viúvo	0	0	1	9	5	0	15
Divorciado	0	0	7	2	2	0	11
Separado	0	3	3	2	3	1	12
Amigado	1	5	10	2	1	0	19
Total	25	60	90	86	36	3	300

(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

A preocupação do gerente Paulo Lucênio se confirma no gráfico acima em que apenas treze membros solteiros fazem parte do grupo entre 20 e 30 anos. A tabela evidencia também a predominância de casados com média de idade entre 31 a 60 anos.

A seguir, apresentamos o nível de escolaridade dos clientes pesquisados em geral. Segundo o CEAPE-PI, o nível de escolaridade dos seus membros varia de analfabeto a pós-graduado. A amostra pesquisada demonstrou a seguinte distribuição:

TABELA 5 - NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS CLIENTES

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Analfabeto	100	33,3	33,3	33,3
1º Incompleto	80	26,7	26,7	60,0
1º Completo	41	13,7	13,7	73,7
2º Incompleto	30	10,0	10,0	83,7
2º Completo	43	14,3	14,3	98,0
Superior incompleto	1	0,3	0,3	98,3
Superior completo	4	1,3	1,3	99,7
Pós-graduado	1	0,3	0,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

Percebemos que 60% dos clientes de aval solidário aparecem como analfabetos ou detentores do 1º grau incompleto (ensino fundamental incompleto). Considerando que 58,7% dos membros têm entre 41 e 60 anos, é baixo o grau de alfabetismo entre os clientes.

A última variável de controle explorada neste trabalho e a mais importante para este estudo é a gestão do crédito concedido pelos grupos. O nível de inadimplência presente dentre

os membros de aval solidário foi, em 2010, de 2,45%. Em relação à amostra utilizada nesta pesquisa, chegamos à tabela a seguir:

TABELA 6 - GESTÃO DE CRÉDITO

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ADIMPLENTE	284	94,7	94,7	94,7
INADIMPLENTE	16	5,3	5,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

(Dados compilados a partir da pesquisa realizada)

Percebe-se, pela amostra, que o percentual de clientes adimplentes é alto. Considerando porém a porcentagem de clientes inadimplentes de 2,45%, foi encontrado na pesquisa 5,3%, praticamente o dobro do encontrado na população do CEAPE-PI.

Em termos gerais, os membros de aval solidário são mulheres (71%), com idade entre 41 e 60 anos (58,7%), casados (62,3%), com nível de escolaridade variando entre analfabeto e 1º grau incompleto (60%) e trazem o pagamento dos empréstimos concedidos em dia (94,7%).

Após traçarmos o perfil dos clientes de aval solidário, podemos relacionar com os indicadores de capital social e associativismo com cada característica do perfil dos clientes.

4.2 CONFIANÇA

No presente estudo, o conceito de confiança, como as expectativas socialmente aprendidas e confirmadas que as pessoas têm com as outras, com as organizações e instituições, e com a moral e a ordem social que fundam suas vidas, gerou quatro variáveis de análise, duas baseadas no principal ponto sobre a confiança, quanto as pessoas confiam nos membros de seu grupo e em deixar seu negócio com seus colegas de grupo, uma vez que a confiança nos pares é uma premissa importante tanto para a constituição dos grupos de microcrédito quanto para a existência de capital social. Foi abordado também o nível de confiança em terceiros e o nível de confiança institucional. O nível de confiança em terceiros auxilia a análise dos níveis de confiança institucional. O Alfa de Cronbach medido para

confiança foi de 0,946, o que indica uma boa consistência interna das variáveis analisadas. Para esta medida de confiabilidade, os resultados obtidos não podem ser inferiores a 0,70 (HAIR et al., 2006).

Considerando os dados coletados, chegamos aos seguintes dados descritivos:

Para a confiança nos companheiros de grupo, temos o seguinte resultado:

(Dados) **TABELA 7 - CONFIANÇA NOS COLEGAS DE GRUPO**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nunca	9	3,0	3,0	3,0
Poucas vezes	6	2,0	2,0	5,0
Algumas vezes	81	27,0	27,0	32,0
Sempre	204	68,0	68,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

copilados a partir da pesquisa realizada)

Percebe-se nitidamente a presença de um nível alto de confiança, onde 68% dos membros confiam sempre nos outros membros, porém para grupos onde a construção só é realizada na presença de altos níveis de confiança entre os membros, os 68% de confiança se tornam uma porcentagem abaixo do esperado pelos gerentes administrativo e executivo do CEAPE-PI. Para ambos, torna-se necessário desenvolver estruturas mais robustas para determinar estes níveis de confiança.

Após o levantamento sobre os níveis de confiança entre os membros dos grupos, chegamos à variável que tem como base uma aplicação casual da confiança entre os membros. Avaliando se um membro deixaria outros membros do grupo cuidarem do seu negócio em seu lugar, chegamos a seguinte configuração.

TABELA 8 - Confiança em deixar seu negócio com seus colegas de grupo

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nunca	10	3,3	3,3	3,3

Poucas vezes	12	4,0	4,0	7,3
Algumas vezes	95	31,7	31,7	39,0
Sempre	183	61,0	61,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

Aqui a tabela da confiança no negócio apresenta que 61% dos membros entrevistados sempre confiam em deixar o negócio nas mãos do grupo, em contraponto aos 68% que disseram confiar sempre nos colegas de grupo, demonstra que realmente há um nível de confiança entre os membros.

Para melhor visualizar esta relação, recorreremos ao r de Pearson, que, como já foi descrito na metodologia deste estudo, permite mostrar prováveis relações entre variáveis. Sendo assim, o relacionamento entre confiança nos colegas de grupo e confiança no negócio é positivo e forte ($r = +0,847$, $p < 0,001$), portanto se aumenta o nível de confiança nos colegas de grupo, em 71,70% dos casos, aumenta também a confiança no negócio. Podemos visualizar a relação de causa e efeito na regressão a seguir:

TABELA 9 – Resumo do modelo

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,847 ^a	,717	,716	,38880

a. Predictors: (Constant), CONFIANÇA NOS COLEGAS DE GRUPO

(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

No resumo do modelo, podemos verificar o r de Pearson, que, como foi dito anteriormente, é de 0,847. Para o quanto de confiança nos colegas de grupo em deixar seu negócio com eles, temos que elevar o valor do r de Pearson ao quadrado e chegamos a 0,717 ou 71,7%. Como este valor é apenas uma estimativa, o SPSS gera um ajuste para considerar a estimativa mais representativa da população em questão, aqui sendo de 0,716 e um erro padrão de 0,388, ou seja, para cada variação em relação ao nível de confiança nos membros, a variação do nível de confiança em deixar seu negócio com seus amigos pode ter um erro de 0,388 pontos.

TABELA 10 - A NOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	113,950	1	113,950	753,831	,000 ^a
	Residual	45,046	298	,151		
	Total	158,997	299			

a. Predictors: (Constant), CONFIANÇA NOS COLEGAS DE GRUPO

b. Dependent Variable: CONFIANÇA EM DEIXAR SEU NEGÓCIO COM SEUS COLEGAS DE GRUPO

(Dados copiados a partir da pesquisa realizada)

Podemos perceber que a linha de regressão, a linha de melhor aderência é significativamente diferente de 0 (Regressão = 113,95). Com o valor de F a 753,831 e com uma probabilidade associada de $< 0,001$, é pouco provável que o resultado tenha ocorrido por erro amostral.

Por fim, os coeficientes da relação entre estas variáveis e o limite de confiança, baseado no erro padrão.

TABELA 11 - Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	,232	,121		1,914	,057	-,007	,471
	CONFIANÇA NOS COLEGAS DE GRUPO	,909	,033	,847	27,456	,000	,844	,974

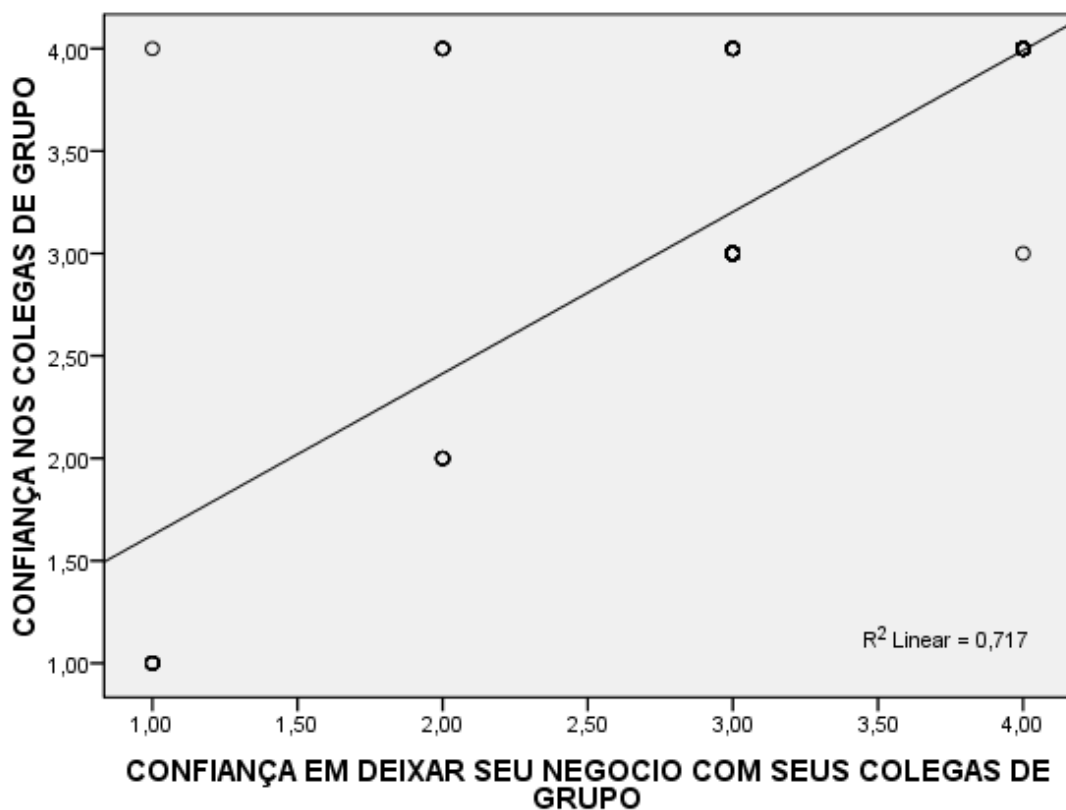
a. Dependent Variable: CONFIANÇA EM DEIXAR SEU NEGÓCIO COM SEUS COLEGAS DE GRUPO

(Dados compilados a partir da pesquisa realizada)

Com a tabela sobre coeficientes, podemos observar a inclinação da linha, que, para este estudo é de 0,909, ou seja, para cada variação em confiar em deixar seu negócio nas mãos do seu grupo há um aumento de 0,909 em relação à confiança nos colegas de grupo. Outro ponto importante aqui é o intervalo de confiança que demonstra uma variação em que, para a população a que o estudo se referencia, 95% dos clientes, a relação varia entre 0,844 e 0,974.

Por fim, podemos visualizar em gráfico a relação supracitada.

GRÁFICO 1 – CURVA DE MELHOR ADERÊNCIA



(Dados compilados a partir da pesquisa realizada)

Aqui temos a representação gráfica da relação de regressão com a linha de melhor aderência, que apresenta dados visuais sobre a discussão acima.

Outra variável utilizada na pesquisa foi a confiança em terceiros, que teve por objetivo identificar o grau ou nível de confiança que os clientes possuem de maneira geral, independente da convivência com as pessoas do grupo.

TABELA 12 - CONFIANÇA EM TERCEIROS

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nunca	34	11,3	11,3	11,3
Poucas vezes	67	22,3	22,3	33,7
Algumas vezes	82	27,3	27,3	61,0
Sempre	117	39,0	39,0	100,0
Total	300	100,0	100,0	

(Dados copiados a partir da pesquisa realizada)

Dos resultados até agora trabalhados sobre confiança, a confiança institucional foi a que apresentou resultado mais inesperado para o pesquisador, uma vez que seria esperado um nível de confiança plena na instituição de 90%, devido ao nível de escolaridade baixo dos membros.

TABELA 13 CONFIANÇA CEAPE

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Poucas vezes	10	3,3	3,3	3,3
Algumas vezes	58	19,3	19,3	22,7
Sempre	232	77,3	77,3	100,0
Total	300	100,0	100,0	

(Dados copiados a partir da pesquisa realizada)

Após apresentarmos o contexto geral sobre os dados coletados acerca do indicador de confiança, podemos focar no objetivo da pesquisa em relação aos níveis de confiança.

Com as variáveis escolhidas sobre confiança, com a finalidade de reduzir o número de variáveis foi definida a análise fatorial como ferramenta de análise para esta finalidade.

Conforme foi descrito na metodologia deste estudo, a análise fatorial foi identificada como o melhor método para a pesquisa, o ACP, método por omissão, a técnica de rotação escolhida foi a Varimax, foi solicitada do SPSS a ordenação das correlações por grandeza e eliminada qualquer correlação inferior a 0,4, tornando a tabela das cargas dos fatores rotacionadas mais significativas.

TABELA 14 - Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1,871	46,766	46,766	1,871	46,766	46,766	1,866	46,659	46,659
2	1,090	27,257	74,023	1,090	27,257	74,023	1,095	27,364	74,023
3	,888	22,202	96,225						
4	,151	3,775	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

(Dados compilados a partir da pesquisa realizada)

Conforme a tabela acima, podemos ver o número máximo de fatores que podem explicar a relação entre as variáveis, dois fatores explicam 74,02% das relações, evidenciando assim a necessidade de apenas dois.

Estes dois fatores são verificados abaixo:

TABELA 15 COMPONENTES DA MATRIZ ROTACIONADA

	Component	
	1	2
CONFIANÇA NOS COLEGAS DE GRUPO	,952	
CONFIANÇA EM DEIXAR SEU NEGÓCIO COM SEUS COLEGAS DE GRUPO	,959	
CONFIANÇA EM TERCEIROS		,769
CONFIANÇA CEAPE		,708

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

(Dados compilados a partir da pesquisa realizada)

O fator 1, gerado pelas variáveis “confiança nos colegas de grupo” e “confiança em deixar seu negócio com seus colegas de grupo” são de alto nível de correlação (0,952 e 0,959, respectivamente).

O fator 2, gerado pelas variáveis “confiança em terceiros” e “confiança no CEAPE”, a variável confiança no CEAPE aparece com um número de correlação negativa. Esta informação, segundo a literatura recorrente, não impacta diretamente nas análises, não há como explicar esta relação com base nos dados coletados.

Após definir os fatores representativos, podemos relacionar os fatores com o perfil dos membros de aval solidário.

A definição de correlação foi determinada com base no r de Pearson, (para melhor visualização foram separados dois grupos dentro do perfil. Em primeiro lugar, informações sobre gênero, idade, estado civil e, em seguida, o segundo grupo com setor em que o cliente trabalha, nível de escolaridade do cliente e gestão de crédito)

Para o fator 1, temos a presente tabela de análise:

TABELA 16 – Correlação entre o fator 1 de confiança e as variáveis de controle

	REGR factor score 1 for analysis 1	GÊNERO	ESTADO CIVIL	IDADE
REGR factor score 1 Pearson Correlation	1	,194**	-,021	-,015
Sig. (2-tailed)		,001	,004	,007
N	300	300	300	300
GÊNERO Pearson Correlation	,194**	1	,006	,035
Sig. (2-tailed)	,001		,924	,547
N	300	300	300	300

ESTADO CIVIL	Pearson Correlation	-,021	,006	1	,096
	Sig. (2-tailed)	,004	,924		,096
	N	300	300	300	300
IDADE	Pearson Correlation	-,015	,035	,096	1
	Sig. (2-tailed)	,007	,547	,096	
	N	300	300	300	300

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		REGR factor score 1 for analysis 1	SETOR EM QUE O CLIENTE TRABALHA	NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS CLIENTES	GESTÃO DE CRÉDITO
REGR factor score 1 for analysis 1	Pearson Correlation	1	-,142*	,067	,028
	Sig. (2-tailed)		,014	,027	,027
	N	300	300	300	300
SETOR EM QUE O CLIENTE TRABALHA	Pearson Correlation	-,142*	1	,125*	,020
	Sig. (2-tailed)	,014		,030	,728
	N	300	300	300	300
NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS CLIENTES	Pearson Correlation	,067	,125*	1	,062
	Sig. (2-tailed)	,027	,030		,283
	N	300	300	300	300
GESTÃO DE CRÉDITO	Pearson Correlation	,028	,020	,062	1
	Sig. (2-tailed)	,027	,728	,283	
	N	300	300	300	300

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Dados compilados a partir da pesquisa realizada)

Podemos verificar a ausência de níveis consideráveis de correlação entre o fator 1 e o perfil dos clientes de microcrédito. O maior índice de correlação apresentado para o fator 1 foi

o gênero, que apresentou uma relação de 0,194, demonstrando assim que não há correlação entre o fator 1 e o perfil dos membros de aval solidário. Este perfil de não correlação não é gerado por algum erro amostral, uma vez que os valores de significância não ficaram acima de 0,05, ou seja, o erro amostral ficou abaixo de 5%.

A relação deste fator com o gerenciamento do crédito concedido demonstrou que não há relação nenhuma entre os níveis de confiança e a gestão do crédito, ou seja, independentemente da situação de adimplência ou inadimplência os níveis de confiança não se alteram de forma significativa.

Para o fator 2, temos a seguinte tabela de correlação:

TABELA 17 – Correlação entre fator 2 de confiança e as variáveis de controle

		REGR factor score 2 for analysis 1	GÊNERO	ESTADO CIVIL	IDADE
REGR factor score 2 for analysis 1	Pearson Correlation	1	-,045	,000	-,083
	Sig. (2-tailed)		,033	,009	,001
	N	300	300	300	300
GÊNERO	Pearson Correlation	-,045	1	,006	,035
	Sig. (2-tailed)	,033		,924	,547
	N	300	300	300	300
ESTADO CIVIL	Pearson Correlation	,000	,006	1	,096
	Sig. (2-tailed)	,009	,924		,096
	N	300	300	300	300
IDADE	Pearson Correlation	-,083	,035	,096	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,547	,096	
	N	300	300	300	300

		REGR factor score 2 for analysis 1	SETOR EM QUE O CLIENTE TRABALHA	NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS CLIENTES	GESTÃO DE CRÉDITO
REGR factor score 2 for analysis 1	Pearson Correlation	1	,028	-,031	-,047
	Sig. (2-tailed)		,030	,006	,019
	N	300	300	300	300
SETOR EM QUE O CLIENTE TRABALHA	Pearson Correlation	,028	1	,125*	,020
	Sig. (2-tailed)	,030		,030	,728
	N	300	300	300	300
NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS CLIENTES	Pearson Correlation	-,031	,125*	1	,062
	Sig. (2-tailed)	,006	,030		,283
	N	300	300	300	300
GESTÃO DE CRÉDITO	Pearson Correlation	-,047	,020	,062	1
	Sig. (2-tailed)	,019	,728	,283	
	N	300	300	300	300

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Dados compilados a partir da pesquisa realizada)

Assim como o fator 1, o fator 2, quando rodado com o perfil dos clientes pesquisados, gerou uma baixa correlação, ou seja, não apresentou níveis satisfatórios de relação entre o fator 2 e qualquer variável de controle do perfil dos clientes de aval solidário. Mais uma vez o baixo nível de significância, abaixo de 5%, deduz que a falta de correlação não é formada por um erro de amostra, comprovando também a hipótese nula.

A relação do segundo fator com a gestão de crédito ocorre da mesma maneira que o primeiro, ou seja, não apresenta níveis de relação que possam ser considerados nesta pesquisa. Mais uma vez as variáveis que compõem este fator não apresentam relação com a gestão de crédito, apresentam também ausência de erro amostral, uma vez que o nível de significância é inferior a 5%, $p < 0,05$.

4.3 Associativismo

O alfa de Cronbach para associativismo foi de 0,946, considerando a consistência interna alta para a pesquisa, acima dos 0,6 que a literatura recorrente exige.

A relação posta aqui neste trabalho foi identificar níveis de associativismo com base em situações comuns nos membros do grupo de aval solidário. De maneira geral, podemos visualizar o comportamento destes clientes segundo as variáveis já descritas na metodologia. A construção das variáveis foi feita em duplas, ao menos duas variáveis sobre o mesmo aspecto; este detalhe permitiu gerar dados mais conclusivos sobre esta variável.

Quando interrogados se ao “precisarem de ajuda”, poderiam contar com os membros do seu grupo, houve predominância de duas respostas algumas vezes (37,7%) e sempre (43,7%), o que, para a pesquisa, foi considerado bom nível de associativismo. Em seguida, foi analisada esta mesma relação de ajuda, mas substituindo a relação do cliente “precisarem de ajuda” e analisando de maneira geral quanto “os membros prestam auxílio entre si”. Foram detectados níveis muito próximos dos registrados na primeira variável houve a predominância das mesmas duas respostas, algumas vezes (36,3%) e sempre (44,3%). Esta construção de variáveis determinou que, em termos de prestação de auxílio, ou ajuda, os clientes de aval solidário consideram que, entre si, estão bem assistidos.

A seguir foram analisadas as variações no associativismo do ponto de vista de prestação de ajuda a algum projeto do grupo que não trouxesse benefícios diretamente para o entrevistado. As variações analisadas consideravam o entrevistado ajudar com dinheiro ou disponibilizar tempo para prestar este auxílio.

As opções de resposta predominantes em relação ao projeto e dinheiro, foram algumas vezes (35%) e sempre (43%), demonstrando que os membros de aval solidário estão predispostos a colocar recursos financeiros para a melhoria dos demais membros. Quanto aos pontos observados em relação ao projeto e tempo, as respostas mais frequentes foram nunca (38,7%) e poucas vezes (30,3%), demonstrando que, o indivíduo destes grupos não tem predisposição para ajudar seus membros com tempo. Comparando os dois dados, podemos verificar que os membros de aval solidário aqui pesquisados preferem prestar auxílio quando se solicita dinheiro ao invés de disponibilizar tempo para ajudar nos projetos dos grupos.

A seguir foram considerados os dados sobre a ação de frequentar outros grupos fora os próprios grupos, com a finalidade de perceber, de maneira geral, se os clientes de aval solidário possuem interações de associativismo, fora do seu grupo, permitindo assim entender se os membros podem pertencer a grupos ou se adequam à metodologia do microcrédito para conseguir o empréstimo desejado.

A primeira variável estudada neste sentido foi se os membros frequentam algum tipo de grupo religioso. Para esta variável foram encontrados os seguintes resultados: a opção de resposta que apresentou maior frequência foi de sempre frequentar grupos religiosos (43,3%); as opções nunca e poucas vezes representam o segundo maior resultado, quando considerados os dois valores juntos (34%). A outra variável que é trabalhada nesta relação é a frequência em grupos profissionais, como sindicato. Para esta variável, os dados coletados revelaram que a resposta mais presente foi que nunca frequentaram qualquer tipo de associação profissional (42,3%), considerando as respostas algumas vezes e sempre (37,4%). Observando estes dois dados, podemos verificar que a princípio os membros frequentam mais grupos religiosos do que profissionais. Percebe-se uma tendência a associação em grupos religiosos ao invés de associação a grupo profissional.

Por fim foram pesquisadas três variáveis com o objetivo de verificar a relação interna entre os membros do grupo, onde foi verificado se os grupos se reúnem para discutir assuntos da região em que moram, assuntos pessoais e problemas financeiros do grupo.

A variável “assuntos da região em que moram” não apresentou diferenciação predominante em relação às respostas possíveis, houve mais respostas para sempre, (33%), porém, considerando a margem de resposta negativa (nunca e poucas vezes) apresentou maior representatividade (39,3%).

A variável “problemas pessoais” apresentou um dado relevante. Segundo os dados da pesquisa, 63,3% dos membros de aval solidário nunca trataram de problemas pessoais com os demais membros do grupo. Se considerarmos as duas respostas negativas, nunca e poucas vezes, 89,3% dos membros de aval solidário não têm nível de associativismo que permita esta interação. Para a variável resolver problemas financeiros, a resposta de maior frequência foi nunca, 60,3 %, confirmando o baixo nível de associativismo para interações internas do grupo, seja no campo pessoal, seja no campo financeiro.

Observando as relações prévias entre as variáveis, é necessário extrair as correlações, caso existam, entre as variáveis descritas acima.

A princípio rotacionamos todas as variáveis, após este passo, evidenciamos as correlações a seguir:

A primeira correlação a explorar no associativismo ocorre entre precisa de ajuda e ajuda mútua, conforme vemos no r de Pearson:

TABELA 18 – Correlação entre variáveis precisa de ajuda e ajuda mútua

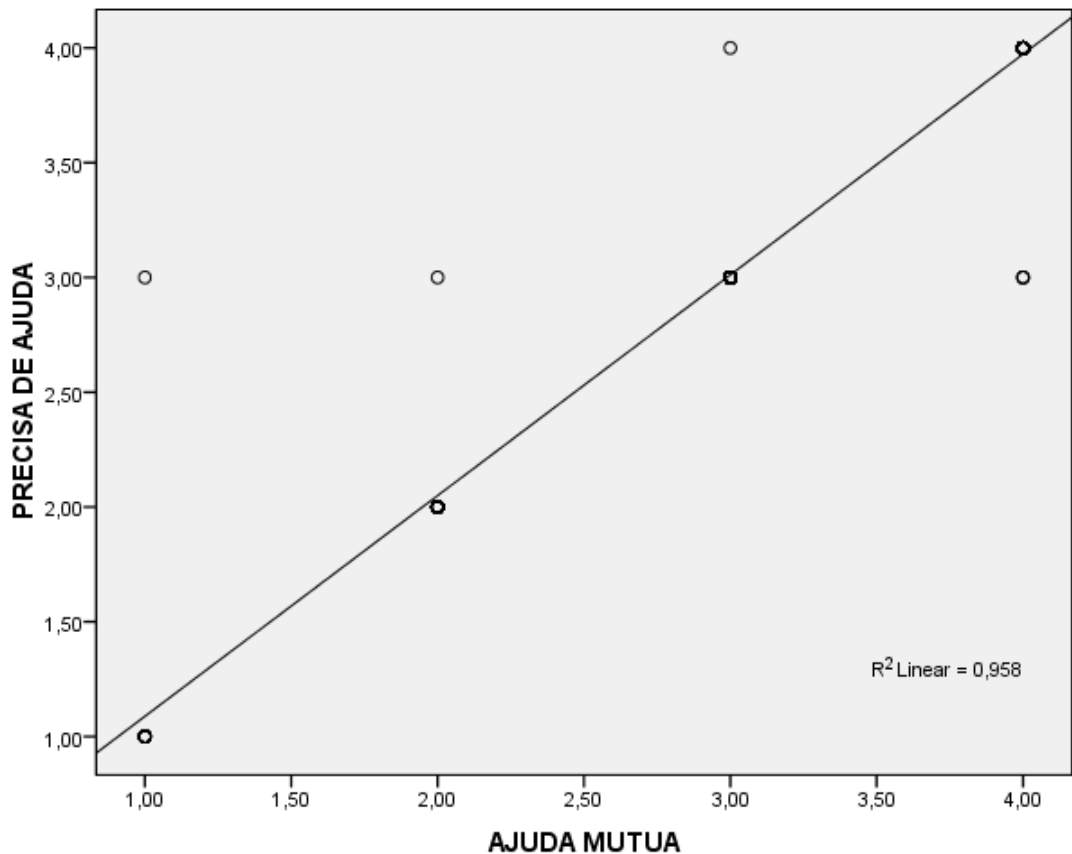
		PRECISA DE AJUDA	AJUDA MÚTUA
PRECISA DE AJUDA	Pearson Correlation	1	,979**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	300	300
AJUDA MÚTUA	Pearson Correlation	,979**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	300	300

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

Percebe-se um alto nível de correlação entre as variáveis, ($r = +0,979$, $p < 0,001$), assim podemos afirmar que 95,89% dos casos dos clientes de aval solidário do CEAPE-PI, o aumento dos níveis em precisa de ajuda, aumenta também a ajuda mútua entre os membros. Quanto o aumento de precisa de ajuda influencia na ajuda mútua, podemos visualizar no gráfico abaixo:

GRÁFICO 2 – Curva de melhor aderência entre precisa de ajuda e ajuda mútua



(Dados compilados a partir da pesquisa realizada)

Na figura acima, vemos a relação entre precisa de ajuda e ajuda mútua. Pela linha de melhor aderência, podemos observar a relação entre as variáveis, que indicam a relação de casualidade, onde o aumento na variável precisa de ajuda, resulta no aumento da ajuda mútua dos membros em praticamente 1 para 1, ou seja, $y = x + 0$.

A próxima relação a ser observada trata das variáveis “projeto e dinheiro” e “projeto e tempo”, que revelaram a seguinte correlação para r de Pearson:

TABELA 19 – Correlação entre as variáveis “projeto e dinheiro” com “projeto e tempo”.

		PROJETO E DINHEIRO	PROJETO E TEMPO
PROJETO DINHEIRO	Pearson Correlation	1	-,700**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	300	300
PROJETO E TEMPO	Pearson Correlation	-,700**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	300	300

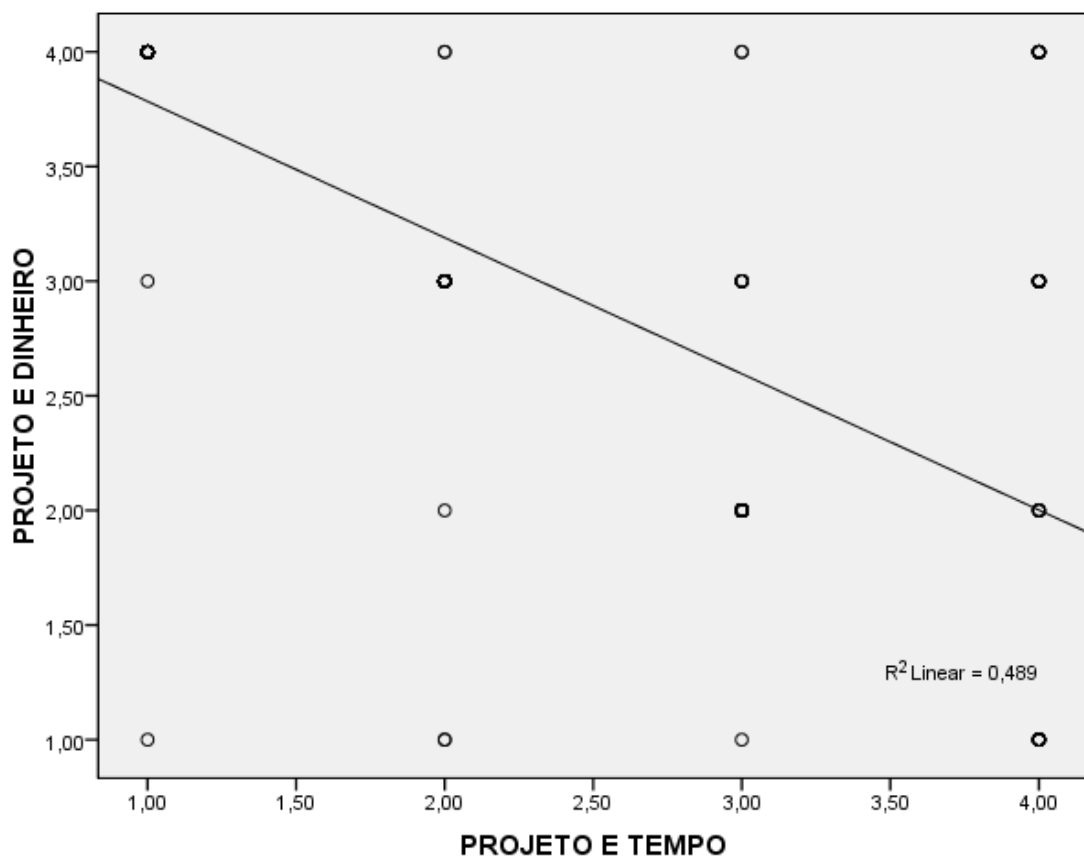
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

Percebe-se uma forte correlação negativa entre as variáveis, $r = -700$, $p < 0,001$, ou seja, o aumento na variação projeto e dinheiro, diminui o apoio de tempo a projetos dos grupos.

Para visualizarmos a relação de causalidade, vamos ao gráfico a seguir:

GRÁFICO 3 – Curva de melhor aderência entre as variáveis “projeto e dinheiro” e “projeto e tempo”



(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

Aqui neste gráfico, podemos visualizar através da linha de melhor aderência o relacionamento negativo entre as variáveis em questão, a curva de melhor aderência foi deslocada para cima devido às relações entre as variáveis ($R^2 = 0,489$).

A relação entre as variáveis é negativa, ou seja, à medida em que aumenta a predisposição dos membros em emprestar dinheiro para projetos dos demais membros, reduz a disponibilidade de tempo dos membros para ajudar os demais membros do grupo com seus projetos.

As variáveis “participação em grupos religiosos”, “participação em associações profissionais” e “assuntos da região em que moram” não apresentaram níveis significantes correlação com as demais variáveis.

Por fim, as duas variáveis restantes trabalham os pontos ligados à relação interna dos grupos em relação à ação de manter contato e interação, que trabalham a liberdade dos membros conversarem sobre os assuntos pessoais e a liberdade de conversar sobre problemas financeiros.

TABELA 20 – Correlação entre problemas pessoais e problemas financeiros

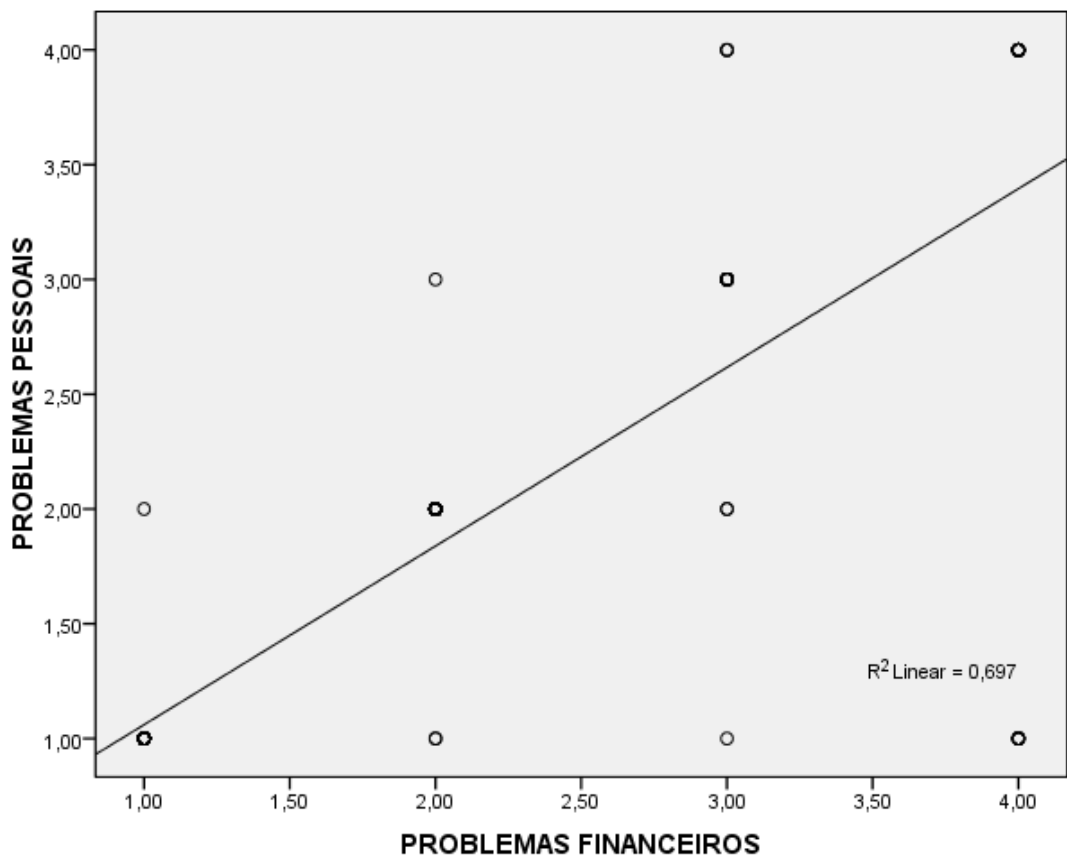
		PROBLEMAS PESSOAIS	PROBLEMAS FINANCEIROS
PROBLEMAS PESSOAIS	Pearson Correlation	1	,835**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	300	300
PROBLEMAS FINANCEIROS	Pearson Correlation	,835**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	300	300

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

O relacionamento entre a liberdade em discutir problemas pessoais e a liberdade de discutir problemas financeiros é positivo e forte, $r = +0,83$ $p < 0,001$, ou seja, em 68,89% dos casos quando diminui a liberdade para conversar assuntos pessoais no grupo, diminui também a liberdade para falar de assuntos financeiros.

GRÁFICO 4 – Curva de melhor aderência entre problemas pessoais e problemas financeiros



(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

Esta relação pode ser visualizada no gráfico acima onde o aumento da liberdade em conversar sobre problemas pessoais impactam diretamente no aumento da liberdade em tratar de problemas financeiros em 69,7% dos casos, lembrando que este valor foi ajustado pelo SPSS, para melhor se adequar à população.

Agora que já tratamos das relações entre as variáveis sobre associativismo, podemos realizar a análise fatorial para, após os fatores, podermos relacionar com o perfil dos membros de aval solidário.

TABELA 21 – Variação total explicada para associativismo

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2,358	26,195	26,195	2,358	26,195	26,195	2,031	22,564	22,564
2	1,870	20,774	46,969	1,870	20,774	46,969	1,841	20,453	43,017
3	1,638	18,200	65,169	1,638	18,200	65,169	1,725	19,170	62,187
4	1,345	14,939	80,108	1,345	14,939	80,108	1,613	17,921	80,108
5	,712	7,907	88,015						
6	,623	6,920	94,936						
7	,274	3,043	97,978						
8	,161	1,790	99,768						
9	,021	,232	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

Observamos na variação total explicada a presença dos fatores possíveis e a definição de quantos fatores são necessários com base nos autovalores acima de 1, sendo assim 80,1% da variação dos escores podem ser explicadas pelos 4 fatores.

Podemos verificar logo abaixo as variáveis pertencentes a estes fatores:

TABELA 22 – Extração da matrix rotacional

	Component			
	1	2	3	4
AJUDA MÚTUA	,982			
PRECISA DE AJUDA	,982			
PROBLEMAS PESSOAIS		,957		
PROBLEMAS FINANCEIROS		,951		
PROJETO E TEMPO			-,917	
PROJETO E DINHEIRO			,902	
GRUPOS RELIGIOSOS				,760
ASSUNTOS DA REGIÃO EM QUE MORAM				,753
ASSOCIAÇÕES				,678

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

(Dados compilados a partir da pesquisa realizada)

A construção dos fatores seguiu, em quase todos, as demonstrações das relações entre variáveis anteriores, isto porque, o método utilizado nesta pesquisa preza pelo agrupamento das variáveis que possuem um alto nível de relação entre variáveis.

Como foi feito com o indicador confiança, relacionamos cada fator com as características do perfil dos clientes de aval solidário.

TABELA 23 Correlação entre fator 1, associativismo e as variáveis de controle

		REGR factor score 1 associativismo	GÊNERO	ESTADO CIVIL	IDADE
REGR factor score 1 associativismo	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 300	-,025 300	,040 300	,046 300
GÊNERO	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,025 300	1 300	,006 300	,035 300
ESTADO CIVIL	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,040 300	,006 300	1 300	,096 300
IDADE	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,046 300	,035 300	,096 300	1 300

		REGR factor score 1 associativismo	SETOR EM QUE O CLIENTE TRABALHA	NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS CLIENTES	GESTÃO DE CRÉDITO
REGR factor score 1 associativismo	Pearson Correlation	1	-,006	-,035	,045
	Sig. (2-tailed)		,004	,018	,029
	N	300	300	300	300
SETOR EM QUE O CLIENTE TRABALHA	Pearson Correlation	-,006	1	,125*	,020
	Sig. (2-tailed)	,004		,030	,728
	N	300	300	300	300
NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS CLIENTES	Pearson Correlation	-,035	,125*	1	,062
	Sig. (2-tailed)	,018	,030		,283
	N	300	300	300	300
GESTÃO DE CRÉDITO	Pearson Correlation	,045	,020	,062	1
	Sig. (2-tailed)	,009	,728	,283	
	N	300	300	300	300

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Dados compilados a partir da pesquisa realizada)

Observando as relações entre o fator 1 e as variáveis de controle dos grupos de aval solidário, podemos visualizar que não há níveis de correlação significante entre as variáveis.

Entre as correlações, o r de Pearson não apresenta nenhuma correlação entre as variáveis que tenham valores de que possamos extrair conclusões. Corroborando com os níveis de significância inferiores a 5%, $p < 0,05$, podemos afirmar que, em relação ao fator 1, confirma-se a hipótese nula, ou seja, não há relação entre o capital social e o perfil dos clientes de aval solidário.

A confirmação da hipótese nula é possível, considerando duas situações: ausência de correlação e significância inferior a 5%. A ausência de correlação não foi fruto de erros amostrais.

Para o segundo fator, encontramos os seguintes dados correlacionados:

TABELA 24 Correlação entre fator 2 associativismo e as variáveis de controle.

		REGR factor score associativismo 2	GÊNERO	ESTADO CIVIL	IDADE
REGR factor score associativismo	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 300	-,021 300	-,045 300	,013 300
GÊNERO	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,021 300	1 300	,006 300	,035 300
ESTADO CIVIL	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,045 300	,006 300	1 300	,096 300
IDADE	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,013 300	,035 300	,096 300	1 300

(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

		REGR factor score 2 associativismo	SETOR EM QUE O CLIENTE TRABALHA	NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS CLIENTES	GESTÃO DE CRÉDITO
REGR factor score 2 associativismo	Pearson Correlation	1	-,087	,059	,070
	Sig. (2-tailed)		,000	,005	,006
	N	300	300	300	300
SETOR EM QUE O CLIENTE TRABALHA	Pearson Correlation	-,087	1	,125*	,020
	Sig. (2-tailed)	,000		,030	,728
	N	300	300	300	300
NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS CLIENTES	Pearson Correlation	,059	,125*	1	,062
	Sig. (2-tailed)	,005	,030		,283
	N	300	300	300	300
GESTÃO DE CRÉDITO	Pearson Correlation	,070	,020	,062	1
	Sig. (2-tailed)	,006	,728	,283	
	N	300	300	300	300

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Os valores para r Pearson encontrados na relação entre as variáveis de controle e o segundo fator demonstram ausência total de correlação entre as variáveis observadas. Podemos verificar que a ausência de correlação não é resultado de algum tipo de erro amostral, uma vez que o nível de significância entre as variáveis observadas fica abaixo de 5%, $p < 0,05$, portanto, para o segundo fator, a hipótese nula também torna-se verdadeira.

Seguindo para o terceiro fator, podemos visualizar as correlações a seguir:

TABELA 25 – Correlação entra fator 3, associativismo e variáveis de controle.

		REGR factor score 3 associativismo	GÊNERO	ESTADO CIVIL	IDADE
REGR factor score 3 associativismo	Pearson Correlation	1	-,049	,035	-,065
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001
	N	300	300	300	300
GÊNERO	Pearson Correlation	-,049	1	,006	,035
	Sig. (2-tailed)	,000		,924	,547
	N	300	300	300	300
ESTADO CIVIL	Pearson Correlation	,035	,006	1	,096
	Sig. (2-tailed)	,000	,924		,096
	N	300	300	300	300
IDADE	Pearson Correlation	-,065	,035	,096	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,547	,096	
	N	300	300	300	300

		REGR factor score 3 associativismo	SETOR EM QUE O CLIENTE TRABALHA	NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS CLIENTES	GESTÃO DE CRÉDITO
REGR factor score 3 associativismo	Pearson Correlation	1	,071	,060	-,116*
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	300	300	300	300
SETOR EM QUE O CLIENTE TRABALHA	Pearson Correlation	,071	1	,125*	,020
	Sig. (2-tailed)	,000		,030	,728
	N	300	300	300	300
NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS CLIENTES	Pearson Correlation	,060	,125*	1	,062
	Sig. (2-tailed)	,000	,030		,283
	N	300	300	300	300
GESTÃO DE CRÉDITO	Pearson Correlation	-,116*	,020	,062	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,728	,283	
	N	300	300	300	300

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Dados copilados a partir da pesquisa realizada)

Para o terceiro fator, temos r de Pearson sem correlações que permitam visualizar relação entre a variável fator 3 e os níveis de perfil de aval solidário e, corroborando com níveis de significância inferior a 5%, $p < 0,05$, levando em consideração estas duas colocações: r de Pearson sem nível de correlação e nível de significância inferior a 5%, podemos confirmar a hipótese nula para as relações entre o fator 3 e as variáveis de controle.

Por fim visualizamos as relações do quarto fator com as variáveis de controle:

TABELA 26 – Correlação entre fator 4, associativismo e variáveis de controle.

		REGR factor score 4 associativismo	GÊNERO	ESTADO CIVIL	IDADE
REGR factor score 4 associativismo	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 300	-,020 300	,021 300	-,011 300
GÊNERO	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,020 300	1 300	,006 300	,035 300
ESTADO CIVIL	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,021 300	,006 300	1 300	,096 300
IDADE	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,011 300	,035 300	,096 300	1 300

	REGR factor score 4 associativismo	SETOR EM QUE O CLIENTE TRABALHA	NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS CLIENTES	GESTÃO DE CRÉDITO
REGR factor score 4 associativismo	1	,010	-,004	,074
Pearson Correlation				
Sig. (2-tailed)		,005	,000	,003
N	300	300	300	300
SETOR EM QUE O CLIENTE TRABALHA	,010	1	,125*	,020
Pearson Correlation				
Sig. (2-tailed)	,005		,030	,728
N	300	300	300	300
NÍVEL DE ESCOLARIDADE DOS CLIENTES	-,004	,125*	1	,062
Pearson Correlation				
Sig. (2-tailed)	,000	,030		,283
N	300	300	300	300
GESTÃO DE CRÉDITO	,074	,020	,062	1
Pearson Correlation				
Sig. (2-tailed)	,003	,728	,283	
N	300	300	300	300

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(Dados compilados a partir da pesquisa realizada)

Observando o r de Pearson, verificamos a ausência de correlação entre o fator quatro e as variáveis de controle, $R < 0,600$. Observando também os níveis de significância inferior a 5%, $p < 0,05$, podemos afirmar que a hipótese nula se torna verdadeira, ou seja não há relação entre o fator quatro e o perfil dos grupos de aval solidário.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS

As análises realizadas nesta dissertação tiveram como principal objetivo perceber se havia relação entre o capital social, observando os níveis de confiança e associativismo, e o perfil dos clientes de aval solidário em uma organização de microcrédito em Teresina – Piauí, por meio de um estudo **exploratório e descritivo** com 300 clientes de aval solidário na organização CEAPE-PI.

Os parâmetros sobre os clientes de aval solidário encontrados nesta pesquisa foram assim determinados:

Em relação ao gênero, houve predominância de 71% de membros do sexo feminino, contra 29% do sexo masculino. Em relação à idade, houve a predominância de membros com idade entre 41 e 60 anos com 58,7%, onde 62,3% são casados, com o nível de escolaridade de 60% variando entre analfabeto e 1º grau incompleto e 94,7% dos clientes trazem em dia o pagamento dos empréstimos concedidos.

Ao se definir o perfil dos clientes pesquisados, faz-se necessário discutir os níveis de confiança e associativismo para melhor compreensão dos níveis de cada indicador. Primeiro analisaremos os níveis de confiança, e em seguida, as interpretações das análises de dados sobre confiança. Prosseguindo, serão explorados os níveis de associativismo e, por fim, as interpretações deste.

Procurou-se entender o conceito de confiança segundo Barbier (1983 *apud* PAXTON, 1999): confiança como sendo as expectativas socialmente aprendidas e confirmadas que as pessoas têm entre si, com organizações e instituições. Estas expectativas socialmente aprendidas e confirmadas são consideradas neste trabalho como a sensação de familiaridade adquirida entre os membros de um determinado grupo, onde as interações presentes permitem uma sociabilização das perspectivas, medos, receios e realizações de cada grupo.

Como já apresentado foi explorado o indicador confiança em quatro variáveis “confiança nos colegas de grupo”, “confiança em deixar seu negócio com seus colegas de grupo”, “confiança em terceiros” e “confiança no CEAPE”.

A variável “confiança no grupo” apresentou 68% das respostas “sempre” confiar nos membros de grupo. Buscando perceber se há realmente este nível alto de confiança entre os membros, foram analisados os dados conforme a variável “confiança em deixar seu negócio com seus colegas de grupo”, esta variável serviu exclusivamente para averiguar a consistência das respostas sobre confiar nos membros do grupo, e, para esta variável foi apresentado um grau de que confia sempre de 61%. Muito embora as porcentagens sejam próximas, diferença de 7%, foi necessário definir se havia relação entre as variáveis.

Para perceber esta relação, foi gerado o r de Pearson entre as variáveis em questão, com a finalidade de descobrir a presença de relação entre as variáveis. O resultado da correlação apresentou uma relação de 0,847, ou seja, há relação entre as variáveis em 71,6% dos casos, confirmando assim que há um forte nível de confiança entre os membros dos grupos.

As variáveis “confiança em terceiros” e “confiança no CEAPE” serviram para identificar prováveis níveis de confiança com membros externos aos grupos com a finalidade de perceber outros pontos de análise sobre os níveis e confiança.

Para “confiança em terceiros” não houve predominância entre as escalas, “sempre” apresentou 39% das respostas, “algumas vezes”, 27,3%, ambos sendo os maiores resultados apresentados. Para “confiança no CEAPE” a variável sempre aparece com 77,3% das respostas, não houve correlação pertinente entre estas variáveis, limitando assim as análises entre elas.

Conforme descrito na metodologia, por uma necessidade de reduzir as variáveis estudadas com a finalidade de melhor trabalhar a relação com o perfil dos clientes de aval solidário, foi utilizada a análise fatorial para agrupar variáveis que apresentavam níveis de relação, formando assim fatores.

As variáveis que foram trabalhadas em confiança, quando rotacionadas pela análise fatorial geraram dois fatores, respeitando um nível de correlação superior a 0,4 entre as variáveis, gerando assim o “fator 1”, formado pelas variáveis “confiança nos colegas de grupo” e “confiança em deixar seu negócio com seus colegas de grupo”, com grau de correlação 0,952 e 0,959 respectivamente. E o fator 2, formado pelas variáveis “confiança em terceiros” e “confiança no CEAPE” com grau de correlação 0,769 e 0,708 respectivamente.

Com a definição dos fatores, foi possível verificar se havia, ou não, a presença de alguma relação entre o nível de confiança e o perfil dos membros de aval solidário. Para perceber provável relação foi definido inicialmente o modelo de correlação r de Pearson. Ao gerar a tabela de correlação, percebeu-se a ausência de correlação entre o fator 1 e as variáveis do grupo de controle que determinam o perfil dos clientes de aval solidário, sendo que os níveis de significância nas relações observadas ficaram abaixo de 0,05, observando que a ausência de correlação não é fruto de algum erro amostral. A ausência de correlação nos leva a concluir que independentemente do perfil dos clientes de aval solidário, não haverá grandes variações no valor correspondente ao fator 1.

Analisando o fator 2 em correlação com o perfil dos membros de aval solidário, utilizando o r de Pearson para identificar os níveis de correlação, houve uma ausência de correlação entre as variáveis em questão, não apresentando correlação entre o fator 2 e qualquer uma das variáveis de controle, sendo que os níveis de significância nas relações observadas ficaram abaixo de 0,05. Observando que a ausência de correlação não é fruto de algum erro amostral, podemos concluir que a variação no perfil dos membros de aval solidário, não influencia a variação no fator 2 de confiança.

A ausência de correlação entre os fatores de confiança nos leva a concluir que, para o indicador confiança, a hipótese nula torna-se verdadeira, uma vez que os níveis de capital social não variam conforme a mudança no perfil dos membros de aval solidário.

Assim explanados os pontos sobre confiança podemos discutir as análises relacionadas com o nível de associativismo presente nos clientes de aval solidário.

Estudar associativismo em um grupo de microcrédito traz a mesma reflexão de estudar confiança, se a confiança é pressuposto básico para a existência de capital social. O associativismo é a premissa básica para a existência de qualquer grupo, como já foi afirmado o indicador de associativismo discutido neste trabalho.

O conceito de associação trabalhado nesta pesquisa é compartilhado por Paxton (1999), que considera o associativismo como laços formados dentro de grupos de capital social que impactam diretamente no aumento de comunicação, difusão de informação, economia de tempo e apoio social entre os indivíduos. Acrescentada esta definição encontrada em Paxton (1999), o presente estudo considera ainda que o associativismo gera um impacto direto na manutenção dos grupos, uma vez que uma situação de ausência de associativismo em qualquer grupo, para qualquer finalidade, tende a ser extinta pelos próprios membros.

O indicador associativismo gerou nove variáveis, sendo elas “precisa de ajuda”, “ajuda mútua”, “projeto e dinheiro”, “projeto e tempo”, “frequentam associação religiosa”, “frequentam associação profissional” “assuntos da região em que moram”, “problemas pessoais” e “problemas financeiros”.

Quando interrogados se, ao “precisarem de ajuda”, poderiam contar com os membros do seu grupo, a resposta “sempre” aparece em 43,7%, o que, para a pesquisa, foi considerado um baixo nível de associativismo. Em seguida, foi analisada esta mesma relação de ajuda, mas substituindo a relação do cliente “precisarem de ajuda” e analisando de maneira geral quanto “os membros prestam auxílio entre si”. Foram detectados níveis muito próximos dos registrados na primeira variável. Onde para a resposta “sempre” foi escolhida em 44,3% dos pesquisados.

Esta construção de variáveis determinou que, em termos de prestação de auxílio, ou ajuda, os clientes de aval solidário consideram que, entre si, não há uma frequência de assistência entre os membros.

A seguir foram analisadas as variações no associativismo, do ponto de vista de prestação de ajuda a algum projeto do grupo que não trouxesse benefícios diretamente para o entrevistado. As variações analisadas consideravam o entrevistado “ajudar com dinheiro” ou “disponibilizar tempo para prestar este auxílio”.

As opções de resposta predominantes em relação ao projeto e dinheiro foram “algumas vezes” (35%) e “sempre” (43%), demonstrando que os membros de aval solidário estão predispostos a colocar recursos financeiros para a melhoria dos demais membros. Quanto aos pontos observados em relação ao projeto e tempo, as respostas mais frequentes foram “nunca” (38,7%) e “poucas vezes” (30,3%), demonstrando que, o indivíduo destes grupos não tem predisposição para ajudar seus membros com tempo. Comparando os dois dados, podemos verificar que, os membros de aval solidário aqui pesquisados, preferem prestar auxílio quando se solicita dinheiro ao invés de disponibilizar tempo para ajudar nos projetos dos grupos.

A seguir foram considerados os dados sobre a ação de frequentar outros grupos fora os próprios grupos, com a finalidade de perceber, de maneira geral, se os clientes de aval solidário possuem interações de associativismo, fora do seu grupo, permitindo assim entender se os membros podem pertencer a grupos ou se adequam à metodologia do microcrédito para conseguir o empréstimo desejado.

A primeira variável estudada neste sentido foi se os membros frequentam algum tipo de grupo religioso. Para esta variável foram encontrados os seguintes resultados: a opção de resposta que apresentou maior frequência foi de “sempre” frequentar grupos religiosos (43,3%); as opções “nunca” e “poucas vezes” representam o segundo maior resultado, quando considerados os dois valores juntos (34%). A outra variável que é trabalhada nesta relação é a frequência em grupos profissionais, como sindicato. Para esta variável, os dados coletados revelaram que a resposta mais presente foi que “nunca” frequentaram qualquer tipo de associação profissional (42,3%), considerando as respostas “algumas vezes” e “sempre” (37,4%). Observando estes dois dados, podemos verificar que a princípio os membros frequentam mais grupos religiosos do que profissionais. Percebe-se uma tendência à associação em grupos religiosos ao invés de associação a grupo profissional.

Por fim foram pesquisadas três variáveis com o objetivo de verificar a relação interna entre os membros do grupo, onde foi verificado se os grupos se reúnem para discutir assuntos da região em que moram, assuntos pessoais e problemas financeiros do grupo.

A variável “assuntos da região em que moram” não apresentou diferenciação predominante em relação às respostas possíveis, houve mais respostas para sempre, (33%), porém, considerando a margem de resposta negativa (nunca e poucas vezes) apresentou maior representatividade (39,3%).

A variável “problemas pessoais” apresentou um dado relevante. Segundo os dados da pesquisa, 63,3% dos membros de aval solidário nunca trataram de problemas pessoais com os demais membros do grupo. Se considerarmos as duas respostas negativas, “nunca” e “poucas

vezes”, 89,3% dos membros de aval solidário não têm nível de associativismo que permita esta interação. Para a variável resolver problemas financeiros, a resposta de maior frequência foi “nunca”, 60,3 %, confirmando o baixo nível de associativismo para interações internas do grupo, seja no campo pessoal, seja no campo financeiro.

Após a explanação descritiva das variáveis, podemos observar a presença de algumas relações entre as variáveis deste indicador.

A primeira relação a ser explorada acontece entre as variáveis “precisa de ajuda” e “ajuda mútua” que apresentaram correlação de 0,979 entre as variáveis, com significância inferior a 0,001, ou seja, a alta correlação não ocorreu por erro amostral. Considerando o nível de correlação encontrado em 95% dos casos o aumento da variável “precisa de ajuda” gera um aumento em “ajuda mutua”.

A próxima relação gira em torno das relações entre “projeto e dinheiro” e “projeto e tempo”, foi encontrado uma forte correlação negativa, $r = - 700$, com significância inferior a 0,001, ou seja, aumentando a predisposição dos membros em ajudar os demais membros com dinheiro, diminui a predisposição dos membros disponibilizarem tempo para ajudar os demais membros dos grupos. Demonstrando assim uma predisposição de interação mais voltada para o lado financeiro em detrimento as interações de cunho pessoal.

Outra relação encontrada ocorre com as variáveis “problemas pessoais” e “problemas financeiros”, onde foi encontrada uma correlação de 0,835, para um nível de significância inferior a 0,001, o que demonstra uma correlação positiva entre as variáveis, evidenciando uma relação onde em 69,72% dos clientes que conversam sobre problemas pessoais também tem liberdade para conversar sobre os problemas financeiros contrapondo-se à relação negativa entre as variáveis “projeto e dinheiro” e “projeto e tempo”, demonstrando que há relações pessoais entre os membros, não se limitando apenas a relações empresariais.

As variáveis “participação em grupos religiosos” e “participação em associações profissionais” não apresentaram correlação com as demais variáveis. Continuando as relações entre as variáveis, chegamos a duas que não apresentaram nenhuma correlação significativa, a participação em grupos religiosos e a participação em grupos profissionais. Estas variáveis não apresentaram correlação de Pearson com nenhuma das variáveis em questão. Acredita-se que a ausência de correlação se deva ao fato de os membros de aval solidário geralmente viverem de casa para o trabalho, como argumenta Paulo Lucênio, gerente executivo, segundo o qual, os clientes de microcrédito mantêm geralmente um fluxo onde existem relações apenas com a família e com o trabalho, mas avisa que uma porcentagem de pouco menos de 10% dos grupos têm um perfil religioso. Considerando que

na capital Teresina, o CEAPE-PI possui uma média de 350 grupos e na pesquisa houve a presença de membros de 80 grupos, desconsideramos qualquer relação amostral para estas variáveis.

Há outra variável que não demonstrou nenhuma correlação. Para os gerentes do CEAPE-PI, esta variável faz parte do grupo das que mais apresentam riscos para os grupos, uma vez que trata da questão da liberdade entre os membros para conversar sobre o local em que residem, sobre o dia a dia. Os resultados dessa questão foram pulverizados, ou seja, estão distribuídos em vários níveis da escala Likert, sem permitir gerar qualquer relação com outras variáveis.

Após evidenciarmos as relações entre variáveis rotacionamos as variáveis de associativismo, para gerar fatores. As variáveis geraram 4 fatores, respeitando um nível de correlação superior a 0,400 entre elas, ficando assim o fator 1, formado pelas variáveis “ajuda mutua” e “precisa de ajuda”, o fator 2, formado por “problemas pessoais” e “problemas financeiros”, o fator 3, pelas variáveis “projeto e tempo” e “projeto e dinheiro” e por fim o fator 4, com “associação em grupos religiosos”, “associação profissional” e “assuntos da região em que moram”

A relação entre o fator 1 e as variáveis de controle do perfil de aval solidário não apresentou r de Pearson superior a 0,500, praticamente desconsiderando qualquer relação entre o fator 1 e as variáveis de controle, com p inferior a 0,05, assim confirmando que a ausência de correlação não é fruto de um erro amostral.

A relação entre o fator 2 e as variáveis de controle do perfil de aval solidário não apresentou r de Pearson superior a 0,500, praticamente desconsiderando qualquer relação entre o fator 2 e as variáveis de controle, com p inferior a 0,05, assim confirmando que a ausência de correlação não é fruto de um erro amostral.

O fator 3 ao ser rodado com as variáveis de controle não gerou nenhum r de Pearson com valor acima de 0,500, sendo assim não apresentando qualquer relação pertinente com as variáveis de controle, sendo que em todas as correlações a significância ficou abaixo de 0,05%, assim o baixo nível de correlação não é formado por algum erro amostral.

O fator 4 ao ser rodado com as variáveis de controle não gerou nenhum r de Pearson com valor acima de 0,500, sendo assim não apresentando qualquer relação pertinente com as variáveis de controle, sendo que em todas as correlações a significância ficou abaixo de 0,05%, assim o baixo nível de correlação não é formado por algum erro amostral.

Após analisar os quatro fatores do indicador de associativismo e verificar total ausência de correlação entre os fatores e o perfil dos membros de aval solidário, podemos

afirmar que o indicador de associativismo não oferece correlação com as variáveis de controle, confirmando assim a hipótese nula para o indicador associativismo.

Questionado sobre esta ausência de relação entre os níveis de associativismo e o perfil dos membros de aval solidário, o gerente administrativo, Diógenes Costa, informou que a origem deste baixo nível de relação entre associativismo e o perfil de aval solidário é desconhecido por parte da gerência, ao mesmo tempo que demonstrou uma forte preocupação em sanar este problema que, segundo o mesmo “é um sério risco para a manutenção e perpetuação dos grupos”. Para o gerente executivo, Paulo Lucênio, uma provável origem desta falta de correlação seria a preocupação muitas vezes dos clientes em apenas conseguir o crédito e não em formar grupo, apenas se adaptando às exigências do CEAPE.

Há uma preocupação evidente e justificada entre os gerentes do CEAPE-PI: os baixos níveis de interação entre os membros de aval solidário, principalmente as variáveis do quarto fator. A ausência de correlação se torna preocupante em nível organizacional quando ela é encontrada na gestão do crédito, uma vez que, independentemente dos grupos serem adimplentes ou inadimplentes, os níveis de associativismo não variam, esta ausência gera uma situação desconfortante, ou seja, deixa de gerar para a organização CEAPE-PI um indicador capaz de informar possíveis problemas futuros em relação aos grupos, principalmente em relação a futuras inadimplências.

A organização CEAPE-PI considera os níveis de confiança e associativismo em sua metodologia para a formação de grupos de aval solidário, por entender que na formação de grupos são imprescindíveis para a sua construção e manutenção. Os grupos para o CEAPE-PI somente são formados se for identificado um alto nível de confiança e associativismo, no entanto os agentes de crédito, que são os funcionários responsáveis para a orientação durante a criação dos grupos e realizam o acompanhamento dos grupos criados, recebem por carteira de grupos formados, portanto as avaliações realizadas por eles poderiam se tornar uma informação viciada como os próprios gerentes que foram entrevistados nesta pesquisa afirmam acontecer, o que resulta em problemas concretos para a organização.

Portanto para a pesquisa foram desconsiderados os dados coletados pelo CEAPE-PI em relação às informações de confiança e associativismo. Suprindo este impasse inicial sobre os dados com a survey que foi aplicada, com base nos dados conseguidos, verificou-se que, em primeiro lugar, os dados compilados pela organização estão desatualizados ou mal catalogados, uma vez que houve variações tanto no nível de confiança quanto no nível de associativismo. Em segundo, concluímos que, em relação aos parâmetros de confiança, foi encontrado na pesquisa um nível de 68%, presente nos clientes de aval solidário, porém este

nível não definiu apenas um grupo ou padrão de perfil dos clientes de microcrédito, ao invés, independentemente da variação do perfil dos clientes de aval solidário, o nível de confiança permanece o mesmo, assim como já foi abordado anteriormente, configurando a hipótese nula como verdadeira.

Em relação ao associativismo, a pesquisa demonstrou variação de relação e de níveis de acordo com cada constructo de associativismo. Quando foi abordado o nível de associativismo em relação à ajuda mútua prestada aos grupos de aval solidário, apresentou-se uma correlação positiva e um alto nível de associativismo, um dado extremamente positivo, pois isso nos possibilita dizer que os grupos, caso verbalizem a necessidade de ajuda, são atendidos em sua maioria.

Ao se tratar de apoio financeiro ou apoio de disponibilidade de tempo para auxílio aos membros, a relação encontrada foi negativa, onde o aumento da disponibilidade em ajudar com dinheiro os demais membros, gera uma diminuição na predisposição em apoiar com disponibilidade de tempo algum projeto do grupo.

As relações entre os níveis de associação quanto à participação em grupos externos ao aval solidário, acentuaram uma situação que apresentou um baixo nível de associação externa, seja em relação a grupos religiosos, seja em relação a grupos profissionais, os membros de aval solidário não apresentam participação nestes grupos externos.

Por fim, em associativismo foram verificadas as interações entre os membros, analisando a liberdade de conversar sobre assuntos sejam do dia a dia, sejam problemas pessoais ou problemas profissionais. Nesta análise, foi observado que os clientes de aval solidário apresentaram níveis baixos de relação, o que gerou um desconforto, uma vez que no primeiro constructo sobre associativismo os resultados apontaram para um alto nível de ajuda e prestação de ajuda; porém quando questionados sobre a liberdade de conversar sobre assuntos casuais, problemas pessoais e financeiros, não se percebem os mesmos resultados.

CONCLUSÃO

Evidenciamos nesta pesquisa que, tanto os níveis de confiança quanto de associativismo, não apresentam níveis de relação com o perfil de aval solidário.

Os membros de aval solidário possuem níveis altos tanto para confiança quanto para associativismo, destacando confiança entre os membros, dos quais 68% destes acreditam sempre nos seus pares. As variáveis de confiança analisadas neste estudo confirmaram que há

níveis altos de confiança, porém estes altos níveis não estão relacionados com nenhum perfil em específico, ou seja, independem da variação no perfil dos clientes de aval solidário.

O associativismo presente nos grupos de aval solidário apresentou resultados que permitiram análises diversas, ressaltando os pontos importantes, observou-se um baixo nível de associativismo entre os membros, uma vez que não houve nenhuma variável onde a resposta “sempre” apresentou porcentagens de resposta acima de 50%. Assim mesmo apresentando níveis elevados de confiança, os níveis das variáveis de associativismo apresentaram-se baixos.

Embora definir o que gerou este baixo nível de associativismo entre os membros de aval solidário não seja possível com os dados desta pesquisa, cabe aqui considerar que baixos índices de interações, ou associativismos, fazem questionar a concepção de grupos definidos pelo Capital Social. Uma vez que imaginar grupos, de qualquer natureza de formação, sem apresentar níveis altos de associativismo, gera dúvidas acerca da integridade do objetivo de formação destes grupos.

A perspectiva supracitada acerca do motivo de formação dos grupos de aval solidário se baseia, além dos resultados da pesquisa, na percepção dos gerentes do CEAPE-PI que, como já citado, acreditam que a metodologia do próprio CEAPE-PI acabe por gerar nos membros um perfil pré-determinado, onde eles precisam apresentar níveis altos de confiança e interação para que o crédito seja aprovado.

Voltando para a pergunta que pontuou esta pesquisa, considerando os dados coletados e, portanto, com os resultados obtidos podemos concluir que não há relação entre o Capital Social e o microcrédito, considerando o universo da pesquisa, realizado com os clientes do CEAPE-PI. Uma vez que mesmo variando os critérios observados nas variáveis de controle, não há distinção nos níveis dos indicadores de Capital Social.

REFERÊNCIAS

- ADLER, Paul. KWON, Seo-Woo. Social Capital: the good, the bad, and the ugly. University of Southern California Working Paper, 2000. Disponível em SSRN: <http://ssrn.com/abstract=186928>.
- BABBIE, Earl R. Métodos de pesquisas de Survey. Belo Horizonte: Ed. UFMG; 1999.
- BALESTRO, Moisés V. Capital Social, Aprendizado e Inovação: Um estudo comparativo entre redes de inovação na indústria de petróleo e gás no Brasil e Canadá. Tese de Doutorado. Brasília: UnB, 2006.
- BANDEIRA, Carlos Idelfo Araújo. **Microcrédito emancipatório no nordeste do Brasil?** :Estudo de caso do crediamigo comunidade do banco do nordeste. Dissertação de Mestrado. Rio Grande do Norte: UFRN, 2008.
- BAQUERO, Marcello. **A desconfiança como fator de Instabilidade Política na América Latina.** In: BAQUERO, Marcello; CASTRO, Henrique; STUMPT, Rodrigo (orgs). A Construção da Democracia na América Latina: Estabilidade Democrática, Processos Eleitorais, Cidadania e Cultura Política. Porto Alegre, 1998.
- BAQUERO, Marcello. Alcances e limites do capital social na construção democrática. IN: Idem (org.) Reinventando a sociedade na América Latina: cultura política, gênero, exclusão e capital social. Porto Alegre/Brasília: UFRGS/CNDM, 2001.
- BARBER, Bernard. The Logic and Limits of Trust. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 1983.
- BARONE, Francisco Marcelo, et. al. **Introdução ao Microcrédito.** Brasília: Conselho da Comunidade Solidária, 2002. 65p.
- BHATT, N.; Tang, S.Y.(1998), “The Problem of Transaction Costs in Group-Based Microlending: An Institucional Perpective,” *World Development*, v.26, n.4, pp. 623-637, abr/1998.
- BOURDIEU, Pierre. The Forms of Capital. IN: RICHARDSON, John G. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. Trad. Richard Nice. New York: Greenwood, 1983. Disponível em: http://www.viet-studies.org/bourdieu_capital.htm.
- COLEMAN, James S. Foundations of social theory. Cambridge, Mass: Harvad University Press. 1990.
- COLEMAN, James S. Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, 1988, pp. S95-s120. Disponível em <http://www.jstor.org>.
- DANCEY, Christine P. & REIDY, John. *Estatística sem matemática para psicologia usando SPSS para Windows.* Porto Alegre: Artmed; 2006
- FERNANDES, Antônio Sergio Araújo. O capital social e a análise institucional e de políticas públicas. *Revista Administração Pública*, 2002, 375-398.

FUKUYAMA, Francis. Trust: The social virtues and the creation of prosperity. New York: Free Press, 1995.

FUKUYAMA, Francis. Social capital and the modern capitalist economy: Creating a high trust workplace. Stern Business Magazine, 4(1), 1997.

GIDDENS, Anthony. As conseqüências da modernidade. São Paulo: UNESP, 1991.

GONZÁLES-VEJA, C.; PRADO, F.; MILLER., T. El reto de las microfinanzas em America Latina: la visión actual. Corporación Financiera Nacional, Caracas, 2002.

GRANOVETTER, MARK. The Strength of Weak Ties. American Journal of Sociology, 78(6), pp. 1360-1380, 1973.

GRANOVETTER, MARK. The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revised. Sociological Theory, 1 201-233, 1983.

GULLI, H. Microfinanzas y Pobreza. ¿ Son válidas las ideas preconcebidas?, New York, Banco Interamericano de Desarrollo, 1999.

INGLEHART, Ronald. Modernization and post-modernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies. Princeton, NJ: Princeton university Press, 1997.

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

MALHOTRA, Naresh K. Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MARCONI Marina de Andrade, LAKATOS Eva Maria. Técnicas em pesquisa. 2nd Ed. São Paulo: Atlas; 1990.

MATTAR Fauze Najib . Pesquisa de marketing. Edição compacta. São Paulo: Atlas; 1996.

NÉRI, Marcelo Cortês (coord.). **Microcrédito, o mistério nordestino e o Grameen brasileiro**. Sumário executivo: Rio de Janeiro: FGV/IBRE, CPS, 2008.

PAXTON, Pamela. Is Social Capital Declining in United States? A Multiple Indicator Assessment. The American Journal of Sociology, Vol. 105, nº. 1. (jul) 1999, pp. 88-127.

PORTES, Alejandro. Capital social: origens e aplicações na sociologia contemporânea, Sociologia, Problemas e Práticas, nº 33, 2000, pp. 133-158.

PUTNAM, Robert D. Making democracy work: civic traditions in modern Italy. Princeton: Princeton University Press, 1994.

PUTNAM, Robert D. The Strange Disappearance of Civic America. *American Prospect* 24: 34-48. 1996b.

PUTNAM, Robert D. Bowling Alone: America's Declining Social Capital, *Jornal of Democracy* 6(1), 65 – 78. 1995.

PUTNAM, Robert D. *Comunidade e Democracia: a Experiência da Itália Moderna*. Rio de Janeiro, Fundação Getúlio Vargas, 1996a.

ROCK. R.; OTERO M. From margin to mainstream: the regulations and supervision of microfinance (Desde los márgenes hasta las corrientes principales: Regulaciones y fiscalización de las actividades de microfinanciamiento). Somerville, N.J.: Acción Internacional (Action International Monograph Series N° 11), 1997.

VEGA, C.; PRADO, f. *El Reto de las Microfinanzas en América Latina: La visión actual*. Caracas: Corporación Andina de Fomento, 1997.

WHITEHEAD, Laurence (1999). “Jogando Boliche no Bronx: os Interstícios incivis entre a Sociedade Civil e a Sociedade Política”. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 14, n.41, novembro/99.

YUNUS, Muhammad. *O banqueiro dos pobres*. São Paulo: Ática, 2000.

APÊNDICE

APÊNDICE A – SURVEY COM OS CLIENTES DE AVAL SOLIDARIO.

VARIABLES	ESCALA LIKERT			
	Nunca	Poucas vezes	Algumas vezes	Sempre
Você confia nos membros do seu grupo?	1	2	3	4
Você pode contar com as pessoas do seu grupo, caso precise de ajuda?	1	2	3	4
Você deixaria algum membro do seu grupo responsável pelo negocio, caso, precisasse se ausentar do seu negocio?	1	2	3	4
Você diria a frequência com que as pessoas do seu grupo ajudam umas as outras?	1	2	3	4
Você ajudaria com dinheiro um projeto que não lhe beneficia diretamente, mas beneficia o grupo?	1	2	3	4
Você ajudaria com o seu tempo um projeto que não lhe beneficia diretamente, mas beneficia o grupo?	1	2	3	4
Você confia nas pessoas que conhece pessoalmente?	1	2	3	4
Você confia no CEAPE?	1	2	3	4
Você participa de grupos religiosos com que frequência?	1	2	3	4
Você participa de alguma associação profissional com que frequência?	1	2	3	4
Você e seu grupo se reúnem para discutir assuntos da região em que moram?	1	2	3	4
Você e seu grupo se reúnem para resolver algum problema pessoal do grupo com que frequência?	1	2	3	4
Você e seu grupo se reúnem para resolver algum problema financeiro do grupo com que frequência?	1	2	3	4