

Banco Palmas. Uma prática de socioeconomia solidária

2003

Programa de Gestão Urbana

Coordenação Regional para América Latina e Caribe

Casilla Postal 17-01-2505

García Moreno 751 entre Sucre y Bolívar

E.mail pqu@pqu-ecu.org

Web: www.pqualc.org

Telefax (593 2) 2583 961 / 2 282 361/ 2 282 364

Quito, Ecuador

O Programa de Gestão Urbana é uma iniciativa do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento e de outras agências de cooperação internacional que executa o Programa das Nações Unidas para os Assentamentos Humanos. Busca fortalecer a contribuição das cidades e povos do mundo ao desenvolvimento humano.

A promoção da governabilidade local participativa, a erradicação da pobreza urbana e a melhoria da gestão ambiental das cidades constituem os eixos principais do PGU em sua quarta fase, junto com a construção da igualdade social e de gênero. Para impulsá-los, o PGU promove o uso e distribuição equitativa e eficiente dos recursos e mobiliza as capacidades e iniciativas de indivíduos, comunidades, organizações públicas, privadas e voluntárias e, fundamentalmente, dos governos locais.

MELO, João Joaquim de

Banco Palmas. Uma prática de socioeconomia solidária

Agora XXI / Banco Palmas

Quito.- Programa de Gestão Urbana – UN/HABITAT. Maio 2003

39p.- (Caderno de Trabalho N°116)

Incluye: tabs.

1. ECONOMIA SOLIDÁRIA. 2. MICROCRÉDITO 3. DESENVOLVIMENTO SOCIAL. 4. COMBATE À POBREZA. 5. AGRICULTURA URBANA. 6. COMERCIALIZAÇÃO. 7. AMÉRICA LATINA. 8. BRASIL – FORTALEZA.

I. Título. II. João Joaquim de Melo. III. Agora XXI. IV. Banco Palmas. V. Programa de Gestão Urbana / UN-HABITAT. VI. Serie Cadernos de Trabalho.

As opiniões contidas neste documento são de exclusiva responsabilidade de seus autores e não refletem necessariamente os critérios do Programa de Gestão Urbana, do Programa das Nações Unidas para Assentamentos Humanos, nem do Programa de las Nações Unidas para o Desenvolvimento.

CRÉDITOS

Direção Editorial

Yves Cabannes, Coordenador Regional
Jaime Vásconez, Assesor Regional
PGU-ALC

García Moreno 752 entre Sucre y Bolívar, Quito

Casilla 17-01-25-05

Tel. Fax (593 2) 2 282 361 / 364 / 371

Email: pgu@pgu-ecu.org

Web: www.pgualc.org

Elaboração do texto

João Joaquim de Melo Neto Segundo
Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira / Banco Palmas
Fortaleza - CE. BRASIL

ASMOCNP-Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira/Banco Palmas

Av. Val Paraíso, 698, Conjunto Palmeira
CEP 60870-440 Fortaleza-CE. Brasil
Fone/fax 269-3800
Email: bancopalmas@uol.com.br

ÁGORA XXI

Av. Monsenhor Tabosa, 111 – sala 48 – Centro
Fortaleza – CE. BRASIL
CEP-60165-010 - fone 85 219 6100
Email: agoraxxi@fortalnet.com.br

Coordenação Técnica da Serie

Álvaro Muriel
Coordinador del Área de Gestión del Conocimiento / IPES / PGU - ALC
Email: alvaro@pgu-ecu.org

Edição y revisão

Mónica Rhon D. / IPES / PGU – ALC
Email: monica@pgu-ecu.org

Imprimir da tampa / ARTES GRÁFICAS SEÑAL

Imprimir dos textos / LAMINSTAR

Ligar / BETTEL

TABELA DE CONTEÚDO

Resumo executivo

1. Introdução

2. Antecedentes

3. Formulação de objetivos e estratégias

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

4. Mobilização inicial dos recursos

5. Os principais problemas enfrentados na implementação do Banco Palmas

6. Parceiros

7. Estrutura de funcionamento

8. Rede de solidariedade: os produtos do Banco Palmas

- 8.1. O sistema integrado de microcréditos
- 8.2. O cartão de crédito PalmaCard
- 8.3. Mapeamento da produção e do consumo local
- 8.4. As empresas da rede de solidariedade
- 8.5. PalmaTech
- 8.6. Balcão de empregos e trocas de serviços
- 8.7. Clube de trocas com moeda social
- 8.8. A feira comunitária e a loja solidária
- 8.9. Incubadora Feminina
- 8.10. Laboratório de Agricultura Urbana
- 8.11. Projeto Fomento
- 8.12. Sistemas de compras coletivas

9. Principais dificuldades

10. Lições aprendidas

11. Impactos da experiência em relação aos objetivos iniciais

12. Passos para o futuro

Carta de Mendes

BANCO PALMAS

UMA PRÁTICA DE SOCIOECONOMIA SOLIDÁRIA

Resumo executivo

O Banco Palmas consiste em um sistema integrado de microcréditos que organiza e articula os moradores do Conjunto Palmeira, uma favela muito pobre que abriga 30 mil habitantes localizada em Fortaleza-Ce, nordeste do Brasil, para produzirem e consumirem no próprio bairro. É um programa que foi criado e é totalmente administrado pela Associação de Moradores do Conjunto Palmeira, dentro da lógica da socioeconomia solidária, indo muito além do simples ato de concessão do crédito como se faz nos bancos formais. As ações do banco tem início com a capacitação e empoderamento dos moradores, despertando a sensibilidade para a solidariedade e a colaboração enquanto estratégia de um modelo de desenvolvimento justo e sustentável. Integra em um mesmo cenário instrumentos de crédito, produção, comercialização e consumo, na perspectiva de remontar localmente as cadeias produtivas, oportunizando trabalho, renda para os moradores.

O Objetivo do banco é proporcionar o desenvolvimento local e solidário do Conjunto Palmeira, a baixo custo e de forma sustentável, melhorando a qualidade de vida de seus moradores. Para alcançar seus objetivos o Banco Popular criou vários programas complementares que articulados entre si formam a Rede de Prosumidores (produtores e consumidores) do bairro, a saber: uma escola de capacitação, uma incubadora para mulheres em situação de risco, um laboratório de agricultura urbana, clubes de trocas com moda social, uma moeda própria que circula nos comércios do bairro, sistemas de feiras com os produtores locais e uma loja solidária.

Neste caderno vamos mostrar como tudo começou, e como funcionam esses instrumentos, destacando seus avanços, dificuldades e os impactos desta ação.

1. Introdução

Este documento refere-se a uma iniciativa local de combate à pobreza, promovida por uma associação de moradores de uma favela pertencente ao Conjunto Palmeiras, com trinta (30) mil habitantes, inserida em um dos bairros mais pobres de Fortaleza – Ceará – Brasil.

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

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

Atualmente o Banco Palmas desenvolve novas modalidades de intervenção, que visam fortalecer as ações locais e criar mecanismos de superação da pobreza, incluindo o incentivo a produção, prestação de serviços e comercialização. Para tanto implementa feira de produtores locais, balcão de emprego, trocas solidárias de produtos e serviços, confecção com grife própria, dentre outros.

Essa experiência concorreu nos anos de 1999 e 2000 ao prêmio das Melhores Práticas de Dubai, tendo sido classificada entre as primeiras, nas duas oportunidades.

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

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

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

2. Antecedentes

O Conjunto Palmeira é uma favela com 30 mil habitantes situada na região sul de Fortaleza-Ce, nordeste do Brasil. Em 1973 chegaram os primeiros habitantes vindos de despejos realizados na região litorânea da cidade. Os moradores foram construindo espontaneamente seus barracos,

dando origem a uma grande favela, sem nenhuma rede de saneamento básico, água tratada, energia elétrica, escola ou outro serviço público. A partir de 1981, com a fundação da Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira/ASMOCONP deu-se início o processo de organização das famílias.

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

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

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

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

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

Uma pesquisa realizada pela Associação de Moradores em 1997, antes da criação do Banco Palmas, constatou que a pobreza e a fome eram devastadoras, onde 90% da população economicamente ativa tinha renda familiar abaixo de 2 salários mínimos (US\$ 148), 80% estava desempregada, e os pequenos produtores não tinham como trabalhar devido à falta de acesso ao crédito e comercialização de seus produtos. Cerca de 1.200 crianças estavam nas ruas por não ter vagas nas escolas.

3. Formulação de objetivos e estratégias

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

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

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

4. Mobilização inicial dos recursos

O Banco Palmas começou com apenas 10 clientes a partir de um empréstimo de R\$ 2.000,00 (dois mil reais) contraído junto a Ong CEARAH Periferia. Alguns meses depois recebeu recurso a fundo perdido da cooperação internacional, através da Oxfam e da GTZ.

A capacidade técnica foi garantida pelas experiências anteriores do banco junto ao projeto Prorrenda e dos círculos de estudos realizados pela Associação. Contou-se ainda com o conhecimento empírico de diversos produtores e comerciantes locais.

Quando iniciado os trabalhos alguns membros da equipe do banco receberam um treinamento em gestão financeira oferecido pela prefeitura local.

Os recursos humanos são voluntários (moradores do bairro e sócios da Associação dos Moradores), com exceção de três bolsistas.

Atualmente o banco recebe ajuda de cooperação internacional e mantém algumas atividades pontuais com apoio de recursos públicos locais. O recurso arrecadado com as taxas de juros dos empréstimos, que embora bastante pequenos, ajudam a custear despesas com o funcionamento do banco.

5. Os principais problemas enfrentados na implementação do Banco Palmas

Caracterizando-se como uma iniciativa pioneira no Estado do Ceará e na própria Região Nordeste do país, como era de se esperar o processo de implantação enfrentou dificuldades das mais diversas ordens, dentre as quais destacam-se:

- ?? Convencimento dos parceiros quanto à capacidade da Associação para fazer a gestão do Banco
- ?? Obtenção de recursos iniciais
- ?? Inexperiência da equipe em gerenciar uma estrutura financeira
- ?? Dificuldade dos sócios em conviver com uma proposta econômica (créditos, juros, cobranças) dentro de um espaço de ações comunitárias
- ?? Problemas de segurança para os recursos do banco, haja vista os assaltos constantes na região.

Para superação dos problemas a equipe do banco buscou ajuda de parceiros externos, quer na esfera pública, quer em ONG's. Os analistas de crédito fizeram um treinamento promovido pela municipalidade. Os agentes administrativos do banco realizaram treinamento no CEARAH Periferia. A coordenação buscou aperfeiçoamento em planejamento e métodos de gestão participativa no projeto Prorenda/GTZ.

Permanentemente são realizados ciclos de estudos sobre temas importantes para o desenvolvimento das atividades do banco.

Como desafios, o banco ainda continua enfrentando os seguintes problemas:

- ?? A questão da segurança
- ?? A organização contábil e gerencial
- ?? Excesso de demanda diante da pouca capacidade financeira e administrativa de atendimento

No que se refere à questão da segurança, foi aberta uma conta no Banco do Brasil (Banco Federal) onde os recursos são operacionalizados.

6. Parceiros

Tabela Nº1

Instituições	Ação desenvolvida (função)	Quando e como se iniciou	Termos da parceria
Governamentais			
Secretária de Trabalho e Ação Social - Governo do Estado	Através do Plano Estadual de Qualificação, financia capacitação profissional para os empreendedores do bairro.	A ação iniciou em outubro de 2001, através de um pequeno curso sobre economia solidária e no ano seguinte foram desenvolvidos outros treinamentos	O Banco Palmas concorre a um edital de projetos e posteriormente é assinado um convênio. Através destes os recursos são repassados para o Banco.
Fundação da Criança e da Família Cidadã- Prefeitura de Fortaleza	Garante alimentação e acompanhamento social para as mulheres do programa Incubadora Feminina, desenvolvido pelo Banco Palmas	A parceria começou em abril de 2002, através de audiências marcadas com o Prefeito de Fortaleza e a presidente da Fundação	Existe um convênio assinado que garante o repasse de recursos e disponibiliza profissionais do município para atuarem na Incubadora
Serviço Nacional de Empregos (SINE)	Instalou dentro do Banco Palmas um Balcão de Empregos, conectado com a oferta de empregos das empresas do mercado formal. Diariamente os desempregados que procuram o balcão são encaminhados para o mercado de trabalho	A ação iniciou em 1999 a partir de uma reunião com o presidente do SINE/Ce.	Existe um convênio assinado entre a Associação de moradores e o SINE assegurando ao primeiro a obrigação de conceder o espaço de atendimento e ao segundo garantir os recursos humanos e materiais necessários para o funcionamento do Balcão

Tabela Nº1 (continuação)

Instituições	Ação desenvolvida (função)	Quando e como se iniciou	Termos da parceria
Governamentais			
Instituto de Desenvolvimento do Trabalho (IDT)	Oferece capacitação profissional e gerenciamento empresarial para os empreendimentos financiadas pelo Banco Palmas	A parceria teve início em março de 1999 a partir de reuniões com a diretoria do instituto	Não existe nenhuma formalidade nesta parceria. A relação se dá de forma pontual e os acordos se fazem diante a necessidade do momento
Projeto PRORENDA/GTZ	Ajudou a estruturar a carteira do Banco Palmas. Ofereceu cursos de capacitação para a equipe de gestão do banco. Oportunizou uma melhor relação com o poder público local.	A relação do projeto Prorenda (GTZ) com a Associação dos Moradores é antiga. Começou no início dos anos 90 com a urbanização do bairro e estendeu-se até a criação do Banco Palmas	Existe um convênio assinado entre o governo do Estado, Prefeitura de Fortaleza, GTZ e Associação de moradores. Através deste convênio são realizadas todas as ações do prorenda na Área, inclusive repasse de recursos financeiros. Obs.: O Prorenda encerrou suas atividades em Fortaleza no ano de 2001.
Programa Capacitação Solidária	Oferece capacitação em cidadania e economia solidária para os jovens do Conjunto Palmeira	Início em 2002 através de um edital de projetos lançado pelo Programa. O banco Palmas apresentou um projeto e foi aprovado.	O Programa Capacitação Solidária realiza concurso de projetos para entidades capacitadoras em diversas temáticas. Quando os projetos são aprovados são assinados contratos de parceria que garantem o repasse de recursos para a Entidade comunitária.
Universidade Federal do Ceará (UFC)	Oferece diversas assessorias diversas através de seus núcleos de estudos e extensão universitária: -Núcleo de Psicologia Comunitária – NUCOM -Núcleo de Estudos sobre Gênero, Idade e Família – NEGIF -Curso de Economia Doméstica -Curso de Arquitetura e Urbanismo	A parceria é construída ao longo dos anos 90 por ocasião das lutas pela urbanização do bairro. Com o surgimento do Banco Palmas as relações se aproximam pela solicitação dos alunos em fazerem suas monografias e teses de mestrado e doutorado sobre o Banco Palmas.	Existe uma informalidade nas relações. A universidade costumeiramente envia seus alunos e professores que fazem assessorias e acompanham os alunos em seus trabalhos acadêmicos sobre o Banco.

Tabela Nº1 (continuação)

Instituições	Ação desenvolvida (função)	Quando e como se iniciou	Termos da parceria
Não Governamentais			
Redes Cearense e Brasileira de Socioeconomia Solidária	O Banco Palmas participa das redes fazendo intercâmbios de informações, capacitações e metodologias, além de articular produtores e consumidores para as práticas de Economia Solidária	A relação com a Rede Brasileira e Cearense tem início em junho de 2001, momento em que o Banco Palmas Participa do encontro de Mendes, no Rio de Janeiro, e é criada a Rede Brasileira de Socioeconomia Solidária	A participação nas redes é livre, ocorre geralmente através de um fórum eletrônico e reuniões presenciais locais e nacionais.
Instituto de Desenvolvimento do Trabalho (IDT)	Oferece capacitação profissional e gerenciamento empresarial para os empreendimentos financiadas pelo Banco Palmas	A parceria teve início em março de 1999 a partir de reuniões com a diretoria do instituto	Não existe nenhuma formalidade nesta parceria. A relação se dá de forma pontual e os acordos se fazem diante a necessidade do momento
Serviço Brasileiro de Empresas (SEBRAE)	Assessora o Banco Palmas nas áreas de planejamento estratégico e gestão empresarial e apóia publicações, eventos e seminários organizados pelo Banco	Iniciou em abril de 1998, a partir de negociações realizadas diretamente com a presidência do SEBRAE-Ce.	Existe um acordo de parceria entre o SEBRAE e o Banco Palmas que descreve uma meta de ações a ser cumprida em três anos. O SEBRAE disponibiliza técnicos e recursos financeiros, quando necessários, para implementações das ações.
Agência de Desenvolvimento Solidário – ADS da Central Única dos Trabalhadores (CUT)	Oferece capacitação nas áreas de cooperativismo e Economia Solidária	A parceria com a ADS iniciou através de uma solicitação do Banco Palmas para a Central Única dos Trabalhadores (CUT) desenvolver um curso de elevação de escolaridade no método Paulo Freire, oportunizando aos trabalhadores do bairro a receberem a certificação de estudos do ensino fundamental. Após este treinamento outros cursos e oficinas se sucederam	A relação com a ADS/CUT se dá de forma informal, planejando-se as capacitações e oficinas de acordo com as necessidades que vão surgindo

Tabela Nº1 (continuação)

Instituições	Ação desenvolvida (função)	Quando e como se iniciou	Termos da parceria
Não Governamentais			
Coordenadoria Ecumênica de Serviços – CESE	Parceira do Banco Palmas que financiou a compra das barracas para as feiras e assegurou três anos de funcionamento do projeto Incubadora Feminina, garantindo os recursos humanos e pedagógicos.	Início da parceria em maio de 2000 a partir da visita dos assessores de projeto do CESE ao Banco Palmas.	Existe um contrato assinado entre as duas instituições que assegura o repasse dos recursos.
OXFAM	Parceiro do Banco Palmas que colaborou com a carteira de crédito do banco e tem apoiado todos os anos diversas atividades desenvolvidas pelo Palmas.	A relação começou em junho de 1998 a partir de uma visita de Oxfam a sede do Banco	Existe um contrato assinado entre as duas instituições, renovado anualmente, que assegura o repasse de recursos financeiros.
DED	Parceiro do Banco que durante cinco anos garantiu Apoio Institucional	A relação teve início em março de 1998 a partir da visita do DED à sede do Banco	Existe um contrato assinado entre as duas instituições, renovado anualmente, que assegura o repasse de recursos financeiros
AGORA XXI	Ong local que oferece assessoria em Economia Solidária e gerenciamento Contábil	A relação com AGORA XXI é recente e data de março de 2001 quando a entidade surgiu. Vale a pena ressaltar que alguns membros da equipe do Palmas também atuam em ÁGORA XXI	Relações de parceria informal e pontual de acordo com as necessidades do Banco.
Associações Comunitárias e Comerciantes locais	Integram a rede local de economia solidária, produzindo e comercializando os produtos feitos no bairro	A parceria com as organizações e os comerciantes do bairro foi construída ao longo dos anos, desde fevereiro de 1981 quando foi criada a Associação de Moradores	Os comerciantes do bairro são sócios da Associação e participam das lutas do bairro.

7. Estrutura de funcionamento

Desde o início o Banco Palmas é integrado à Associação dos Moradores do Conjunto Palmeira. O Banco ocupa duas pequenas salas na sede da Associação e se insere na área de Economia Popular da Associação. A equipe do Banco Palmas é formada por sete pessoas diretamente envolvida no trabalho, sob responsabilidade da DIRETORIA DA Asmoconp e Assembléia de Sócios. As funções da equipe se dividem da seguinte forma:

Tabela Nº2

Função	Formação/ relação com a comunidade	Horas trabalhadas por semana	Relação de trabalho
1 coordenador geral	Teólogo, líder comunitário ¹	20h	Voluntário
1 coordenador de projetos	Assistente Social, técnico externo ²	12h	Recebe uma ajuda de custo
1 analista de crédito	Ensino fundamental, líder comunitária	40h	Bolsista
1 caixa	Nível médio, líder comunitária	40h	Bolsista
1 responsável pelo balcão de emprego	Universitária, técnica externa	20h	Estagiário
1 responsável pelo setor de cobrança	Nível médio, Moradora do bairro ³	20h	Bolsista
1 apoio administrativo	Nível fundamental, moradora do bairro	40h	Bolsista
01 assessora de segurança alimentar	Economista doméstica, técnica externo	12h	Recebe uma ajuda de custo
01 técnico agrícola	Nível médio, Técnico externo	12h	Recebe uma ajuda de custo

8. Rede de solidariedade: os produtos do Banco Palmas

Tabela Nº3

	PRODUTO	O QUE É?	QUANDO SURTIU	NÚMEROS
8.1	Sistema Integrado de Créditos	É um <i>sistema financeiro solidário</i> , adaptado à realidade da comunidade, que atua de forma integrada nos quatro pontos da cadeia produtiva, quais sejam: <i>capital solidário, produção sustentável, consumo ético, comércio justo</i> .	Janeiro de 1998	1.500 microcréditos concedidos em 05 anos
8.2	Cartão de crédito Palmacard	É um cartão de crédito criado pelo Banco Palmas para estimular o comércio local, com funcionamento apenas no bairro	Janeiro de 1998	300 famílias possuem o cartão
8.3	Mapeamento da Produção e do consumo Local	É o primeiro passo para criação da rede de economia solidária do Banco Palmas. Trata-se de um levantamento realizado sobre tudo que a população está consumindo e produzindo, incluindo os insumos utilizados na produção. São identificados os locais onde os produtores e consumidores estão realizando suas compras.	Março de 1998, atualizado anualmente	01 mapeamento da produção e do consumo local

¹ Líder Comunitário são moradores do bairro, Sócios da Associação dos Moradores

² São técnicos que trabalham no Palmas e não moram no bairro.

³ Moradores do bairro são pessoas que reside no bairro, mas não são sócias da Associação.

Tabela Nº3 (continuação)

	PRODUTO	O QUE É?	QUANDO SURTIU	NÚMEROS
8.4	Os Empreendimentos produtivos do sistema Palmas: Palmart Palmafashion Palmalimpe	São pequenas unidades produtivas, formais e informais, financiadas pelo Banco Palmas, direcionadas para o atendimento de demandas locais, articuladas em um sistema de rede. Os empreendimentos são independentes e interligados por instrumento e regras de solidariedade do sistema Palmas, sendo acompanhados diariamente pela equipe do banco. Utilizam a logomarca e as estruturas de funcionamento do banco.	Abril de 2001	São 03 os empreendimentos produtivos do sistema Palmas.
8.5	Palmatech	É um espaço, localizado na sede da Associação, que oferece oficinas e cursos variados na área de capacitação profissional, gestão de empresas solidárias, criação de redes e instrumentos de Economia Solidária enfatizando a cultura da cooperação. A escola é encarregada pela gestão do conhecimento do Banco Palmas, elaborando materiais pedagógicos, publicações e relatórios. Tem como valor central o controle da sociedade sobre a economia e o mercado como espaço de cooperação, colaboração e satisfação das necessidades humanas.	Abril de 2000	1.600 capacitações realizadas
8.6	Balcão de empregos	O Balcão de empregos é um espaço que atende a população encaminhando os trabalhadores desempregados para as empresas. A demanda de ofertas é localizada através de um computador interligado ao Sistema Nacional de Empregos	28 de agosto de 1999	O Balcão já encaminhou 2.300 trabalhadores para as empresas, destes 456 conseguiram uma vaga.
8.7	Clube de trocas solidárias com moeda social	O clube de trocas é uma articulação entre produtores, prestadores de serviço e consumidores do bairro, que se reúnem semanalmente para trocarem seus bens e serviços utilizando uma moeda social.	Outubro de 2000	40 famílias participam do Clube de Trocas
8.9	Incubadora feminina	É um projeto de segurança alimentar direcionado a mulheres em situação de risco pessoal e social, moradoras no Conjunto Palmeira. A estratégia consiste em reintegrá-las ao circuito produtivo de forma a garantir-lhes cidadania e renda que assegure o acesso ao alimento. É um espaço na sede da Associação equipado com sala, cozinha, refeitório, banheiros e um galpão onde são realizadas oficinas, cursos profissionalizantes, ateliê de produção e um Laboratório de Agricultura Urbana.	Outubro de 2000	50 mulheres já foram atendidas pela Incubadora Feminina

Tabela Nº3 (continuação)

	PRODUTO	O QUE É?	QUANDO SURTIU	NÚMEROS
8.10	Laboratório de Agricultura Urbana	É um espaço na sede da Associação onde se cultiva plantas medicinais, hortaliças, frutas, flores e criação de galinha caipira. Comporta também um minhocário e um tanque de compostagem de lixo, tudo numa perspectiva orgânica e agroecológica. O laboratório é o local onde as famílias aprendem as práticas agrícolas para desenvolverem nos quintais de suas casas.	Outubro 2001	20 famílias já foram atendidas pelo laboratório
8.11	Projeto Fomento	O fomento consiste em se “clonar” a moeda oficial em igual montante de moeda social, fazendo com que os recursos existentes na comunidade sejam multiplicados por dois.	Novembro de 2002	40 comerciantes estão recebendo as moedas alternativas: PALMAS, que já circulam em torno de 50 mil.
8.12	Compras Coletivas	É uma estratégia que organiza famílias de vários bairros da Região Metropolitana de Fortaleza para juntas comprarem os produtos da sexta básica.	Junho de 2002	300 famílias envolvidas

8.1 O sistema integrado de microcréditos

O Banco Palmas constitui-se em um *sistema financeiro integrado*, que atua de forma estratégica nos quatro pontos da cadeia produtiva do ciclo econômico sustentável em áreas de baixa renda, quais sejam: *capital solidário, produção sustentável, consumo ético, comércio justo*. A metodologia Palmas compreende que na ausência de um destes elementos não é possível alcançarmos desenvolvimento econômico local. Neste sentido o Banco Popular desenvolveu instrumentos para concessão de micro-créditos, compatíveis com a realidade da comunidade, tanto para produção, como para o consumo e comercialização.

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

São 04 as linhas de crédito do Banco Palmas:

Tabela Nº4

Produtos	Funcionamento	Famílias Beneficiadas
Microcrédito para produção, comércio ou serviço	Microcréditos cedidos para quem não pode acessar as fontes de financiamentos “oficiais” por causa da burocracia, exigências quanto ao fiador, nível de renda, patrimônio e outras normas bancárias. Os créditos concedidos pelo Palmas não exigem documentos, nem garantias cadastrais. São os próprios vizinhos quem oferecem as informações sobre o tomador do crédito, assegurando de que se trata de uma pessoa responsável, com experiência no ramo da atividade pretendida, ou, negando esses valores	420
PalmaCard	Microcrédito para o consumo. Palmacard é o cartão de crédito do Banco Palmas, válido para compras somente no bairro. Cada cartão de crédito tem o valor inicial de R\$ 20,00 (vinte Reais), podendo de forma escalonada chegar ao máximo de 100 reais. A família não paga nenhuma taxa para ter o cartão.	300
Microcrédito para mulheres	Através de uma linha de crédito específico para atendimento as mulheres, o Palmas tem financiado a produção de mulheres empreendedoras do bairro, principalmente as que se encontram em situação de risco pessoal e social.	120
PalmaCasa	Linha de crédito para pequena reforma de moradia, objetivando a melhoria nas condições de produção. Pode ser uma pia, uma varanda, o piso, um banheiro e outros). As famílias fazem um orçamento no depósito de construção do bairro e recebem autorização do Banco Palmas para receberem o material. O dono do depósito recebe o dinheiro do banco e o beneficiado tem 6 (seis) meses para pagar com um juros de 1,5% ao mês. A partir de julho de 1999, os créditos para moradia passaram a ser concedidos por outra instituição	65

Três (3) empresas já foram abertas:

Tabela Nº5

Palmafashion	Empresa de confecções e roupas de cama, mesa e banho, administrado por 12 mulheres da comunidade
Palmart	Empresa de artesanato, destacando a produção de artesanatos em tecido, envolve 07 mulheres da comunidade
Palmalimpe	Empresa de materiais de limpeza, criada por cinco jovens da comunidade.

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

Os juros

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

Tabela N°6

Crédito	R\$	Juro ao mês	Prazo de pagamento
1º Crédito	Até 300	2%	6 meses
2º Crédito	Até 500	2,5	6 meses
3º crédito	Até 1.000	3 %	6 meses

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

Como ter acesso às linhas de crédito do banco

O Palma\$ trabalha com uma política de crédito pautada no controle social. Quando um morador chega ao banco para solicitar um serviço é informado das regras de funcionamento da rede de solidariedade. Não se pede nenhum documento ou garantia.

Um analista de crédito visita a família do solicitante e conversa com os vizinhos. É o depoimento da vizinhança quem vai servir de aval para o futuro cliente. O Banco Palma\$ não cobra fiador, não faz consultas ao Serviço de Proteção ao Crédito, a cartórios e outras fontes de verificação da ficha dos clientes. A maioria dos moradores do Conjunto Palmeira estão com seus nomes fichados em um desses sistemas.

A partir do momento que o cliente é aceito no banco ele passa a ser acompanhado pôr toda a rede de solidariedade. Esse controle social fiscaliza as ações do banco e dos seus empreendedores, ajudando, inclusive a inadimplência do Palma\$ ficar sempre na casa de 1 a 3%

Créditos evolutivos

Os créditos são evolutivos. Quando um cliente acaba de pagar seu primeiro crédito tem direito de efetuar um segundo, com o valor de até R\$ 500, 00 (quinhentos reais) e um terceiro de R\$ 1.000 (um mil reais). Os juros também sobem para 2,5%. e 3% ao mês, respectivamente.

Evolução dos créditos ao longo dos três anos: de 1998 a 2000

Tabela N°7

Ano	Orçamento total	Empréstimos Cearah Periferia (%)	Cooperação internacional OXFAM-DED-GTZ-CESE (%)	Poder Público Governo Estadual/Federal/municipal	Fundo de créditos-rotativo-próprio
1998	55.000	73%	27%	-	-
1999	70.000	-	29%	14%	57%
2000	100.000	17%	33%	10%	40%
2001	120.000	0%	55%	15%	30%
2002	130.000	0%	63%	9 %	28%

Perfil financeiro

Tabela N°8

Produção/comercialização/serviços	PalmaCasa (moradia)*	Consumo (PalmaCard)	Total Geral
-----------------------------------	----------------------	---------------------	-------------

Tabela N°9

Anos	1° Crédito	2° Crédito	3° Crédito	Total	1° Crédito	2° Crédito	3° Crédito	Total	Crédito definitivo	Total Geral
98	140	30		170	56	00	00	56	370	596
99	30	73	90	193	10	15	00	25	400	618
00	15	23	45	83	00	00	00	00	450	533
01	17	45	68	128	00	00	00	00	450	578
Total	185	126	135	574	66	15	00	71	1220	1865

*A partir de julho de 99, os créditos para moradia foram concedidos por outra instituição

A estratégia de financiamentos de microcréditos do Banco Palmas tem se redefinido a partir de algumas reflexões:

1. Por ser um banco local, basicamente já financiou todos os empreendedores em potencial. A cada dia as novas solicitações de crédito apresentam um número maior de inviabilidade econômica. O banco já atingiu a casa de 300 empreendimentos financiados.
2. A maioria das solicitações viável é de clientes antigos que estão no 3° crédito em diante. Normalmente estes clientes necessitam de uma quantia maior de recursos, que não está dentro dos critérios do Banco Palmas.
3. Por estar no seu terceiro ano de funcionamento a tendência do Banco Palmas é ter um maior número de cliente no 2° e 3° crédito. Isso limita a capacidade de atendimento a novos clientes tendo em vista o pequeno volume de recursos da carteira.

4. Para continuar apoiando os clientes que cresceram com o banco e necessitam de financiamentos de R\$ 1000,00 (um mil reais) Paridade com o dólar a cima, o Palmas tem atuado como Banco de Aval, facilitando o acesso destes a outras fontes de recursos. Na maioria dos casos o pagamento dos créditos é feito no próprio banco popular, que repassa as prestações ao financiador. Entre 1999 e 2000 o Palmas beneficiou 30 empreendimentos através deste sistema, totalizando um volume de recursos na ordem de 32 mil reais.

Essa estratégia possibilita ao Banco Palmas financiar apenas a economia de subsistência (até 300 reais). Discorda do ponto de créditos evolutivos.

5. Outra tendência é o banco priorizar os créditos coletivos, estimulando os produtores a se unirem em grupos setoriais, ou seja, por ramo de atividades.
6. As ações do Banco Palmas, através de microcréditos, vêm aos poucos sendo reduzidas em função de outras atividades que vão se tornando prioritárias:

- ?? Comercialização através do cartão de crédito próprio
- ?? Sistemas de trocas solidárias com moeda social
- ?? Organização dos grupos setoriais em cooperativas ou grupos de produção autogestionários
- ?? Capacitação para os instrumentos da Economia Solidária
- ?? Estruturação da cadeia produtiva
- ?? Eficiência tecnológica e de gestão dos empreendimentos financiados
- ?? Avanço na direção das políticas públicas
- ?? Por outro lado o acesso a recursos de microcrédito tem sido facilitado progressivamente por ONG's e instituições locais.

7. As ações do Banco Palmas, através de microcréditos, vêm aos poucos sendo reduzidas em função de outras atividades que vão se tornando prioritárias: comercialização (cartão de crédito próprio), sistemas de trocas solidárias com moeda social, organização dos grupos setoriais em cooperativas ou grupos de produção autogestionários, capacitação para os instrumentos da Economia Solidária, estruturação da cadeia produtiva, eficiência tecnológica e de gestão dos empreendimentos financiados, avanço na direção das políticas públicas. Por outro lado, o acesso a recursos de microcrédito tem sido facilitado progressivamente por ONG'S e instituições locais.

8.2 O cartão de crédito PalmaCard

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

No dia estipulado pelo banco os comerciantes levam suas faturas até o Palmas e recebem do banco tudo que venderam para o PalmaCard. Como taxa de administração o banco desconta 3% de todas as vendas realizadas.

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

O cartão de crédito do bairro, além de resolver o problema emergencial de cada família, garantindo o acesso a remédios, gás de cozinha, gêneros alimentícios e outras necessidades básicas, também eleva a auto-estima e a confiança da comunidade em resolver seus problemas. É através das economias populares geradas a partir do consumo solidário dos próprios moradores que se consegue o desenvolvimento econômico da comunidade. Quando o João, pequeno artesão que produz sapatos, vende sua mercadoria, está conseguindo recursos financeiros para poder comprar os doce da Maria, e esta as confecções da costureira, que por sua vez corta o cabelo na barbearia do Paulo... e assim por diante.

A consciência de que ao consumir produtos e serviços do bairro estamos ajudando a distribuir a renda, gerando riquezas e melhorando a qualidade de vida na comunidade, permitiu ao Banco Popular criar vários instrumentos de comércio solidário. Os mais visíveis são as feiras dos produtores do Banco Palmas, que acontecem semanalmente em frente à sede da Associação de Moradores e uma loja solidária que funciona na própria sede do Banco, expondo e vendendo os produtos fabricados no bairro. Para este círculo poder existir e funcionar adequadamente é necessário que na comunidade sejam produzidas as mercadorias mais necessárias para a população consumidora. Neste sentido o Palmas apóia a criação de empresas comunitárias que vão, se multiplicando através de seus excedentes. Com o lucro de uma empresa (na economia solidária o lucro chama-se excedente) é possível ser aberta outra empresa, aumentando a oferta de produtos fabricados localmente.

Pontos comerciais cadastrados

O cartão *Palmacard* será aceito apenas pelos comerciantes que tiverem cadastro no banco. O bairro já conta com 94 pontos comerciais credenciados, a exemplo citamos farmácias, mercadinhos, açougues, movelarias, pontos de confecções e outros.

Para os comerciantes aceitarem o cartão *Palmacard*, eles precisam ser cadastrados no banco. 94 pontos estão credenciados, como farmácias, mercadinhos, açougues, movelarias, confecções e outros.

8.3 Mapeamento da produção e do consumo local

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

Os objetivos do mapeamento são:

- ?? Orientar a linha de crédito do banco para priorizar o financiamento de bens e serviços que atendam a demanda local.
- ?? Evitar a competição entre os integrantes da rede, a partir da oferta excessiva de um mesmo produto. O mapa da produção possibilita a montagem das cadeias produtivas onde cada empreendedor produz em função das necessidades de insumos do outro.
- ?? Reduzir os custos da produção a partir de compras conjuntas de insumos e equipamentos.

Para mapear a produção e o consumo do conjunto Palmeira o Banco Palmas adotou os seguintes passos:

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

8.4. As empresas da rede de solidariedade

PalmArt

Outro grupo setorial formado por clientes do banco, foi o de artesanato. Seis artesãs que já haviam recebido um crédito junto ao banco procuraram o Banco Palmas e solicitaram um curso de aperfeiçoamento. A capacitação foi realizada pelo banco, em parceria com o SINE, para 10 mulheres que posteriormente criaram a PalmArt. No momento o local de trabalho das mesmas é a sede da ASMOCONP.

A Grife PalmaFashion

A estratégia do Banco Palmas em 1999 foi tentar agregar produtores do mesmo ramo de atividade em grupos setoriais. O primeiro grupo formado foi no ramo de confecção. As costureiras que já haviam recebido empréstimos se uniram e criaram uma grife, a Palma Fashion.

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

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

A grife foi lançada no dia 28 de outubro com um desfile em passarela instalada em local privilegiado da cidade, mobilizando importantes segmentos da classe média, poder público e imprensa.

A Palma Fashion conta hoje com 12 mulheres que estão produzindo sob encomenda, basicamente fardamentos, roupas sociais e moda jovem.

As dificuldades no momento são um espaço físico para produção, a insuficiência de equipamentos e uma estratégia articulada de produção e comercialização.

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

Palmalimpe

É uma empresa comunitária formada por 05 (cinco) jovens da comunidade com faixa etária entre 16 e 21 anos. A empresa comunitária produz material de limpeza (detergente, água sanitária, desinfetante, cera líquida, amaciante). Os jovens foram capacitados pela prefeitura municipal e recebem apoio gerencial do Serviço Brasileiro de Empresas (SEBRAE).

8.5 PalmaTech

Escola Comunitária de Socioeconomia Solidária

Em abril de 2000, o Banco Palmas criou a Escola Comunitária de Socioeconomia Solidária (PalmaTech), cujo objetivo central é oferecer capacitação gerencial e profissional, na perspectiva da Socioeconomia Solidária, desenvolver pedagogias de sensibilização para a cultura da solidariedade e difundir a metodologia e os produtos criados pelo Banco em sua estratégia de combate a pobreza com desenvolvimento local.

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

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

Linhas de atuação

Tabela N°10

Ação	Público
Capacitação / Formação	- Para facilitadores - Produtores - Consumidores
Documentação e Pesquisa	- Acervo bibliográfico, fotográfico, vídeos e estudos sobre a Socioeconomia Solidária.
Difusão Tecnológica	- Elaboração de vídeos, cartilhas e manuais, preparação de palestras e seminários para a difusão do banco Palmas

Modalidades Pedagógicas

Tabela N°11

Cursos de pequena, média e longa duração	(20 a 600h)
Palestras e seminários	(Variam de 2h às 8h)
Oficinas	Para criação de instrumentos da Socioeconomia Solidária, tipo, fundos de créditos, trocas, mercados solidários, rede de produtores e consumidores

Missão da Escola

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

Cursos Realizados

Tabela N°12

Cursos	Público	Objetivo	Carga horária
Formação de Empreendedores Solidários	Trabalhadores, líderes comunitários, alunos universitários (com práticas nas comunidades) e técnicos interessados no tema da Socioeconomia Solidária.	Formar Socioeconomistas Solidários para animar projetos de desenvolvimento econômico local, tais como implantação de redes de produção e consumo, bancos populares, feiras, clubes de trocas com moeda social, grupos de compras coletivas, mapeamento de cadeias produtivas e outros instrumentos.	40h

Tabela Nº12 (continuação)

Cursos	Público	Objetivo	Carga horária
Consultores Comunitários para Empreendimentos Solidários	Jovens de 15 a 21 anos, que tenham o primeiro grau completo	Capacitar jovens da comunidade para oferecerem consultorias aos pequenos empreendedores do bairro, nas linhas de gestão empresarial, marketing, vendas, compras coletivas e outros instrumentos no campo da economia solidária	600h
Clube de trocas com moeda social	Donas de Casa, líderes comunitários, consumidores e produtores em geral (PROSUMIDORES) e técnicos interessados no tema da Socioeconomia Solidária.	Criar clubes de trocas com moeda social, ajudando na melhoria da qualidade de vida das pessoas, aumentando renda e garantindo o consumo da população de mais pobre.	20h
Seminário ABC da Socioeconomia	Trabalhadores em geral, jovens das escolas, líderes comunitários e donas de casa	Sensibilizar para as práticas da Socioeconomia solidária, estimulando produtores e consumidores a se organizarem em suas comunidades em torno de propostas concretas que visem a implantação de instrumentos de socioeconomia, como compras coletivas, formação de grupos de produção solidários, consumo ético, entre outros.	20h
Elaboração de Pequenos Projetos	Líderes populares e técnicos de ONG'S	Capacitar instituições do terceiro setor para elaboração de projetos sociais	40h
Os desafios do movimento popular no século XXI	Líderes comunitários e moradores com sensibilidade para o trabalho associativo.	Fazer refletir sobre o contexto político-social local e global, ajudando a se identificar ferramentas e criar instrumentos que ajudem o movimento popular a enfrentar os desafios da conjuntura política mundial.	60h
Pesquisadores locais para o Desenvolvimento Sustentável	Líderes comunitários	Formar moradores nas comunidades periféricas com capacidade de realizar pesquisas que levem a elaboração de projetos de desenvolvimento local	80h

8.6 Balcão de empregos e trocas de serviços

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

O balcão funciona de Segunda a Sexta-feira, na sede do Banco Palmas, no horário de 07:00 às 17:00h, com os seguintes produtos:

Encaminhamento ao mercado de trabalho

Através de uma rede de computadores interligada ao Sistema Nacional de Empregos (SINE), o Banco Palmas tem informações sobre as oportunidades de emprego existentes nas empresas. Sempre que uma vaga no mercado de trabalho é identificada, os trabalhadores do bairro devidamente cadastrados são encaminhados, utilizando-se de uma carta de apresentação. Desde sua criação até abril de 2001 o Balcão conseguiu os seguintes resultados:

Tabela Nº13

Trabalhadores cadastrados	2.590
Encaminhamentos realizados	970
Trabalhadores que conseguiram emprego	380

Troca de serviços

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

Desta forma quando um dos membros do grupo necessita de um pedreiro, o Banco viabiliza a realização do serviço solicitado. Isto posto, do mesmo modo o pedreiro poderá solicitar, por exemplo, os serviços de uma faxineira e assim sucessivamente. Todos da rede podem utilizar os serviços colocados a disposição, sem monetarização. Essa estratégia é dirigida aos desempregados, mas nada impede que outras pessoas que já tenham empregos possam fazer parte da rede.

8.7 Clube de trocas com moeda social

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

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

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

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

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

“Mas, se alguém que vendeu seus produtos não quiser comprar algo que tenha na feira, o que acontece?” Ele perde a moeda, porque na próxima feira aqueles *Palmares* não serão aceitos.

Isso tem vantagem e desvantagens. A vantagem é que todos podem vender todos seus produtos em todas as feiras, senso assim ter *Palmares* e atender suas necessidades.

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

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

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

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

8.8 A feira comunitária e a loja solidária

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

Todos os sábados, das 15h às 22h realiza-se a feira do Banco Palmas, com 30 (trinta) barracas de produtores locais. Só são comercializados produtos feitos no próprio bairro e aceito o cartão PalmaCard. A feira é espaço também para apresentação dos artistas do bairro, tocadores, emboladores, repentistas e outras representações da cultura local. É um momento de encontro entre as famílias dos bairros e uma troca de experiência entre produtores.

8.9 Incubadora Feminina

A Necessidade de Implantação da Incubadora Feminina

No submundo da pobreza, os homens normalmente se evadem de casa e as mulheres sempre estão incumbidas de assumir a família e criar os filhos. Na avalanche de exclusão e sofrimento, as mulheres mais pobres, são portanto as mais fragilizadas. Um grande número de mulheres que procuram o Banco Palmas para conseguir um crédito se encontra dentro deste quadro de exclusão, impossibilitando o banco popular de ter qualquer ação em seu benefício. As mulheres que se encontram nestas condições necessitam, antes do acesso a, de um programa capaz de reintegrá-las ao processo produtivo. Este programa é a Incubadora Feminina.

Explicando a Incubadora

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

Como funciona

Cada mulher passa 4 horas por dia na Incubadora, onde aprende uma profissão, recebe atendimento psicológico duas vezes por semana e atendimento médico quinzenal. Recebe ainda duas refeições e trabalha na manutenção do próprio prédio. São realizados cursos especiais sobre segurança alimentar, nos quais são trabalhados de forma pedagógica os hábitos alimentares, o valor nutricional dos alimentos, culinárias alternativas e uso medicinal de plantas e alimentos. O grupo escolhe conjuntamente qual o curso profissionalizante que será realizado. Algumas atividades específicas, são realizadas fora da Incubadora, tais como, atendimento médico, controle de peso, visitas a feiras e supermercados, dentre outros.

Perfil das Mulheres da Incubadora

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

- ?? Possuem parentes diretos (marido, filhos, pais) em presídios
- ?? A grande maioria já foi vítima de violência doméstica.

Os Estágios de Incubação

O período de incubação é de seis meses, divididos em três estágios.

Estágio I

Nos três primeiros meses de incubação as mulheres recebem, de forma intensiva:

- ?? Alimentação balanceada
- ?? Acompanhamento nutricional e controle do peso
- ?? Oficinas sobre cidadania, gênero, prevenção de doenças sexualmente transmissíveis importância da alimentação equilibrada e hábitos alimentares, higiene pessoal, do ambiente e de alimentos, além de noções de socioeconomia solidária e gestão empreendedora
- ?? Capacitação profissional
- ?? Atendimento médico
- ?? Assistência psicológica para recuperarem a auto - estima e recompor suas vidas
- ?? Neste estágio, os filhos das mulheres incubadas são encaminhados para as escolas e creches do bairro.

Estágio II

Neste momento são priorizadas as seguintes atividades:

- ?? Atividade produtiva no ateliê da incubadora com direito a 50% das vendas realizadas;
- ?? Atividade no laboratório de agricultura urbana onde aprendem a desenvolver seus componentes, que futuramente serão aplicados nos quintais de suas residências.
- ?? Elaboração de uma estratégia econômica que garanta sua sustentabilidade econômica fora da incubadora

Estágio III

Concluído o período de seis meses, termina o processo de incubação. Cada mulher poderá:

- ?? Acessar o Banco Palmas para por em prática seu plano de negócio
- ?? Engajar-se em alguns dos projetos produtivos do banco
- ?? Procurar o Balcão de Empregos e Serviços Solidário que também representa uma alternativa para este público
- ?? Implantar o projeto de agricultura urbana em suas casas

Todas as mulheres receberão acompanhamento técnico, por mais seis meses.

Apoio e Parcerias

A parceria com o poder público, universidades e a sociedade civil, é fundamental.

A tabela abaixo indica o índice de participação destes parceiros:

Tabela N°14

Parceiros	Percentual
?? CESE	18%
?? ASMOCONP-Banco Palmas	11%
?? Prefeitura Municipal de Fortaleza	53%
?? Núcleo de Pesquisa sobre Gênero Idade e Família - NEGIF- UFC	12%
?? Centro de Ciências Agrárias- Departamento de agronomia UFC	6%
TOTAL	100%

Partindo deste princípio, a Incubadora otimiza a utilização dos serviços públicos e comunitários já existentes na própria comunidade, a saber:

- ?? Posto de saúde e creches
- ?? Centros sociais, escolas públicas
- ?? Unidades profissionalizantes

Outras parcerias estão sendo buscadas:

- ?? Delegacia da Mulher
- ?? OAB
- ?? Coordenadoria de Assistência da Prefeitura Municipal
- ?? Secretaria de Saúde do Estado
- ?? Centro de Defesa dos Direitos Humanos
- ?? Secretaria do Trabalho e Ação Social
- ?? Sebrae
- ?? ABO - Associação Brasileira de Odontologia.

Resultados do trabalho com a primeira turma da Incubadora Feminina

- ?? 01 oficina de Gênero e vitalização trabalhando a questão da auto-estima que serviu de marco zero da incubadora
- ?? 40 atendimentos médicos e vários outros procedimentos decorrentes (exames laboratoriais, curativos, pequenas cirurgias)
- ?? 01 curso profissionalizante de corte e costura com carga horária de 200 horas / aula
- ?? 1320 lanches e 1320 almoços distribuídos
- ?? 10 fardamentos confeccionados para mulheres incubadas
- ?? 1 reunião realizada com os companheiros das mulheres com o objetivo de explicar o trabalho da incubadora, e intermediar conflitos familiares (alguns maridos tentaram invadir a incubadora para bater nas mulheres)

- ?? Reuniões com a Assistente Social para trabalhar problemas familiares e viabilizar procedimentos junto aos órgãos públicos (documentos, registros de nascimento, situações policiais, atendimentos especializados de saúde e outros...)
- ?? Assinatura de um convênio com a Prefeitura Municipal de Fortaleza que disponibiliza profissionais especializados para a Incubadora
- ?? Visitas pedagógicas a feiras e mercados
- ?? Oficina sobre alimentação equilibrada e hábitos alimentares saudáveis
- ?? Oficina sobre higiene pessoal do ambiente e dos alimentos
- ?? Pesquisa sobre hábitos alimentares
- ?? Concessão de microcréditos para 10 mulheres

Impactos da primeira turma

No dia 12 de julho de 2001 conclui-se a primeira turma da incubadora obtendo-se os seguintes impactos:

- ?? O grupo de 10 mulheres dividiu-se em quatro sub-grupos de três, sendo que uma mulher resolveu trabalhar apenas com a família e começaram a produzir *pathwork* sob encomenda, garantindo a geração de renda familiar.
- ?? As mulheres estarão recebendo acompanhamento técnico durante seis meses, neste período está prevista uma oficina sobre administração da renda familiar.
- ?? O Grupo de 10 mulheres foram inseridas no Programa Família Cidadã da Fundação da Criança e da Família Cidadã – FUNCI -Prefeitura Municipal, todas receberão durante um ano uma bolsa no valor de R\$77,50 e acompanhamento social.

Desafios

Para os três primeiros anos a Incubadora necessitará de um apoio externo para infraestrutura, aquisição de equipamentos e remuneração de pessoal. Este apoio ajudará na credibilidade da proposta, facilitando a participação de outras instituições locais. A estratégia consiste em começar o projeto garantindo o mínimo necessário para, aos poucos, evoluir nas parcerias e serviços oferecidos e na geração de recursos próprios.

A médio/longo prazo, a Incubadora contribuirá de forma crescente para a auto-sustentação do projeto, através das vendas dos produtos fabricados no atelier pelas mulheres incubadas. No primeiro ano espera-se que a própria Incubadora garanta 8% dos recursos oriundos do financiador externo, aumentando gradativamente nas turmas seguintes. No segundo ano, espera-se que 14% dos recursos externos já sejam financiados pela própria incubadora, evoluindo para 30% no último ano do projeto.

Consideramos ser possível atingir estas metas, principalmente diante das possibilidades concretas de se fazer parcerias com instituições públicas e empresas privadas (hospitais, restaurantes, hotéis..) para a venda de produtos.

Objetivos da Incubadora

- ?? Garantir segurança alimentar para as mulheres envolvidas no programa
- ?? Reforçar a economia das mulheres beneficiadas a partir da concessão de microcréditos
- ?? Potencializar o desenvolvimento local e o associativismo do bairro
- ?? Otimizar os serviços e recursos públicos existentes na comunidade
- ?? Servir como experiência modelo para implantação de outras incubadoras femininas
- ?? Sensibilizar para a necessidade de políticas públicas voltadas para as mulheres mais pobres.

Perfil dos profissionais

Tabela Nº15

Profissionais	Formação	Função	Origem
Maria do Socorro de Araújo	Economista Doméstica	Coordenadora do Projeto	Parceria com NEGIF
Francisca Evandir de Almeida Moura	Nível médio	Agente de incubação	Banco Palmas
Marinete Brito da Silva	Ensino fundamental	Voluntária-Diretora executiva da Asmoconp	Banco Palmas
João Joaquim Neto Segundo	Teólogo	Voluntário Coordenador do Banco Palmas	Banco Palmas
Luci	Psicóloga	Técnica	FUNCI-Prefeitura Municipal de Fortaleza
Sandra Maria Magalhães	Assistente Social	Assessora	Banco Palmas
Zuleide	Psicóloga	Técnica	FUNCI-Prefeitura Municipal de Fortaleza
Terezinha da Silva Dias	Ensino Fundamental	cozinheira	Banco Palmas
Francisca Marina Almeida Lima	Ensino Fundamental	Serviços Gerais	Banco Palmas
José Valter	Ensino Fundamental	Vigilante	Banco Palmas
Fátima	Assistente Social	Técnica	FUNCI-Prefeitura Municipal de Fortaleza

8.10 Laboratório de Agricultura Urbana

O mais recente produto do Palmas foi a inauguração de um laboratório de Agricultura Urbana, orgânica e agro-ecológica, criado ao lado da sede do Banco Palmas. Este projeto consiste na Estratégia de segurança alimentar assumida pelo banco desde a implantação do Projeto Incubadora Feminina.

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

O componente de Agricultura veio ao encontro da grande preocupação do Palmas em não produzir alimentos localmente. Com a implantação dos projetos nas residências pretende-se beneficiar 1.000 (mil) famílias em 2002, aumentando em 20% a renda que circula no bairro.

Parceria com a Universidade Federal do Ceará (UFC) e com o SETA (uma empresa de consultoria independente), vai garantir toda a capacitação técnica do Projeto. A abordagem pedagógica da Segurança Alimentar, tanto no aspecto da educação para o consumo e preparo dos alimentos, como na produção e comercialização destes, são temas essenciais do projeto. O Núcleo de Estudos e Pesquisas da Infância e família (NEGIF), ligado a UFC, está oferecendo uma estagiária de Economia Doméstica que vai desenvolver o programa de capacitação em segurança alimentar.

O Banco Palmas está buscando financiamentos para organizar uma linha de crédito específica para financiar seus pequenos projetos de agricultura urbana.

8.11 Projeto Fomento

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

Os objetivos do projeto são:

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

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

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

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

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

Pelo método fomento o Banco “clonou” os 50 mil reais para construção da escola. Produziu exatamente a mesma quantidade em *moeda social* que se chama *Palmas*. O dinheiro em reais, ao invés de ter sido gasto para fazer a escola, foi convertido em microcréditos para os empreendedores locais (donas de mercearia, farmácia, açougue, artesãos, confeccionista, empresas de material de limpeza, lanchonetes, depósitos de construção e outros...) Esses microcréditos terão que serem pagos ao Banco com moeda social (em *Palmas*). Os trabalhadores da obra recebem seus pagamentos em *Palmas* e compram com esta moeda em qualquer ponto comercial do bairro que esteja no sistema. O Material de construção também segue a mesma lógica: os donos de depósitos recebem empréstimos em reais e terão que pagar em *Palmas*. Assim, todos os materiais são comprados com *Palmas*.

Ao final da obra, o que antes era apenas 50 mil reais, transformou-se em 100 mil e tudo ficou circulando dentro do próprio bairro. Com a circulação contínua da moeda esses valores vão aumentando.

8.12 Sistemas de compras coletivas

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

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

Os objetivos das Compras Coletivas são:

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

Para se realizar as compras coletivas são dados os seguintes passos:

- ?? Uma equipe de organização formada por todos os bairros integrantes do sistema, reúne-se semanalmente para avaliar, preparar as listas de compra e definir estratégias
- ?? Cada bairro é livre para formar um núcleo e seu representante passa a fazer parte da equipe de organização

- ?? No dia 15 de cada mês a equipe de organização entrega uma lista com os produtos a serem adquiridos, para os representantes dos núcleos. Na lista está indicada a marca e os preços dos produtos
- ?? No dia 22 a comissão recebe a lista dos núcleos contendo a quantidade de produtos solicitados por cada família
- ?? Entre 22 e 30 de cada mês a equipe de organização compra os produtos diretamente dos fornecedores
- ?? Os produtos são armazenados na sede do Banco Palmas ou na cooperativa agrícola de Maranguape onde são organizadas as “cestas” de cada família
- ?? No último dia do mês a equipe de organização entrega os produtos nos núcleos, já separados os quantitativos de cada família
- ?? Os núcleos utilizam a sede da associação, salão na Igreja, ou outro espaço disponível para servir de ponto de apoio
- ?? Até o dia 05 de cada mês os núcleos recolhem o pagamento das famílias e entregam à comissão de organização.

Dificuldades

- ?? Inflação em processo de crescimento
- ?? Poucos produtos da economia solidária disponíveis em quantidade suficiente
- ?? Infra-estrutura insuficiente para a operacionalização de todo o processo

9. Principais dificuldades

A conjuntura econômica nacional. Embora a rede de solidariedade ajude na circulação das mercadorias produzidas no bairro, os insumos são comprados no mercado capitalista, o que faz com que toda a cadeia produtiva sofra com as variações do próprio mercado. Isso significa que os produtos sobem de preço, as vendas ficam dificultadas porque a renda das famílias não aumenta na mesma escala, e por isso alguns empreendimentos tendem a fechar. Por outro lado, algumas famílias que tinham suas rendas complementadas por outros empregos no mercado formal, facilmente são demitidas e passam a viver unicamente do empreendimento, comprometendo a sustentabilidade do mesmo, aumentando o número de inadimplentes.

A utilização do Cartão PalmaCard está cada vez mais direcionada para a compra de alimentos. Esse ramo é o um dos poucos onde não encontramos produção local. Toda alimentação básica comercializada no bairro é adquirida no atacado em grandes armazéns capitalistas, sem nenhuma relação com a rede solidária existente. Desta forma parte dos recursos da rede terminam alimentando sistemas individuais fora do bairro.

Os custos institucionais da experiência estão cada vez mais altos na proporção que aumenta o número de famílias envolvidas no projeto. Os vários produtos do banco têm um poder de

articulação e mobilização da comunidade que não corresponde à capacidade operacional de atendimento. A experiência exige, no mínimo, quatro pessoas, profissionalizadas e um razoável custo de funcionamento. A taxa de juros cobrada tem um valor social, voltada para famílias de baixa renda, o que não é suficientes para cobrir as despesas.

O banco já não consegue realizar suas atividades de forma manual. O número de ações triplicou no último ano (hoje são 920 clientes) e o sistema ainda não está informatizado, criando dificuldades para o controle contábil e das operações financeiras. Seria necessário um programa de computação específico, principalmente para o controle dos créditos.

A capacitação da equipe, formada totalmente por líderes comunitários, com pouca escolaridade. A estrutura do banco fica cada dia mais complexa exigindo uma equipe mista formada por técnicos e comunitários, de forma que a interação de saberes possa suprir as necessidades e exigências sociais, pedagógicas, técnicas e administrativas.

O Palmas fica impossibilitado de aumentar sua carteira de crédito uma vez que a legislação brasileira proíbe qualquer tipo de captação de recursos que não seja regulamentada pelo banco central. Isso faz com que o banco fique sempre na dependência de novos empréstimos ou da cooperação internacional.

Os empréstimos iniciais realizados para compor a carteira começaram a ser pagos, comprometendo anualmente 9,5% da carteira do banco o que pode vir a prejudicar o fundo de crédito.

Com a criação do Banco Palmas houve a explosão de uma grande demanda reprimida no Conjunto Palmeiras. A Associação conseguiu se equipar com telefone, internet, fax, xerox e outros equipamentos, além de ter uma visibilidade muito maior dentro do bairro. Isso fez com que os moradores passassem a cobrar e exigir cada vez mais, reconhecendo na associação um único espaço para solução de todos os problemas estruturais. Diariamente dezenas de pessoas procuram a Associação para resolver problemas com a coleta de lixo, solicitação de água tratada, energia elétrica, pavimentação para as ruas, briga entre vizinhos, pedido de empregos, remédios, alimentação e outras questões próprias de uma favela com 30 mil habitantes. Os moradores acreditam que se uma associação pode ter um Banco, é capaz também de resolver seus problemas pessoais. Toda essa demanda traz para a Associação um custo muito alto de funcionamento. As contas de água, luz, telefone, manutenção dos equipamentos subiram 500% após a criação do banco, obrigando que este termine por custear as despesas sociais da própria Associação.

10. Lições aprendidas

A nível de relações com o poder público

?? A relação com o poder público deve se dar de forma permanente, buscando criar parcerias que garantam o diálogo entre a municipalidade e a comunidade. Mesmo que a cooperação se dê em pequenas ações é importante para visibilidade e sustentabilidade do projeto.

- ?? A parceria com as Universidades garantem a capacitação das equipes locais além de dar credibilidade ao projeto. As universidades sempre são uma boa referência para outros parceiros que buscam informações sobre a comunidade e a seriedade do projeto.
- ?? Deve-se sempre buscar trabalhar com estagiários para colaborar com a formação destes e aproveitar seu entusiasmo de aluno.
- ?? A relação com o poder público deve sempre estar oficializada através de contratos, convênios, acordos e outros termos contratuais para assegurar o cumprimento de tudo que foi negociado. A Associação precisa estar protegida caso aconteça uma troca de gestor público.

A nível da gestão dos créditos

- ?? sistema de microcréditos de um banco popular precisa ser aperfeiçoado permanentemente, criando instrumentos complementares e adaptando-se às novas necessidades. O Palmas iniciou apenas fazendo concessão de créditos para produção e consumo e depois sentiu necessidade de oferecer produtos de comercialização e capacitação. Muito dificilmente um sistema de microcrédito sobrevive isoladamente sem estar conectado a outros sistemas complementares.
- ?? sistema de crédito do Banco Palmas aprendeu a intermediar recursos com outras instituições. Empreendedores que necessitam de empréstimos acima de R\$ 1.000,00 (mil reais) são encaminhados a outras instituições creditícias parceiras do Palmas, deixando com o banco popular só os empréstimos de porte bem pequeno.
- ?? Quando o número de clientes que estão esperando por créditos é maior que a quantidade de clientes que o banco pode atender, isso acarreta em descredibilidade do banco junto aos moradores. Por isso é necessário sempre estar buscando novos recursos para aumentar a carteira de crédito.
- ?? Cliente deve ser considerado inadimplente a partir da segunda semana. Ao completar este período, o analista de crédito deve realizar a visita para a negociação da dívida, sem deixar que “outras dívidas” torne-se prioritária para o cliente. Normalmente nos bairros pobres as famílias têm muitas necessidades emergenciais que são prioritários em relação à “dívidas com o banco”.
- ?? É preciso ser cauteloso nos primeiros créditos, porque do sucesso destes depende a credibilidade do banco. Deve ser evitada a ansiedade dos primeiros meses, não tendo pressa para ter números altos para divulgar. É melhor começar devagar e com os “pés” no chão.
- ?? Evitar o jeitinho brasileiro nas operações de crédito. Não abrir exceção porque alguém é “amigo da comunidade”. Os amigos têm que entenderem que o banco é um espaço econômico e não somente social. As regras têm que servir para todos.
- ?? É importante conversar muito com o analista de crédito. O analista está em contato permanente com os clientes. Ele conhece a comunidade. Está “sabendo de tudo” e pode

estar “incubindo informações”. Buscar sempre o lado psicológico do analista, tornado-se amigo dele.

- ?? Líderes comunitários podem ser “bons militantes” e nem por isso vocacionados para um empreendimento econômico. É comum que os líderes do bairro desejem ser os primeiros beneficiados. Evite isso! Estabeleça que a prioridade de atendimento é para empreendedores que não estão diretamente ligados à organização da associação! Isso fará aumentar a credibilidade no projeto e fará diminuir a ansiedade das lideranças.

A nível de gestão do banco

- ?? É necessário que toda a equipe que trabalha com o Banco, desde os técnicos até as pessoas de apoio domine perfeitamente os fundamentos e a filosofia do banco estando prontas para atender a comunidade e sensibiliza-la para as práticas de economia solidária desenvolvidas pelo banco popular.
- ?? Os instrumentos criados pelo banco: folhas de contrato, faturas, livros de controle contábil, cadastros e outros, precisam ser bastante simples para poder ser operados pelas pessoas da comunidade.
- ?? Os desafios da gestão do banco aumentam à proporção que o banco cresce. Torna necessária uma constante capacitação da equipe local para garantir a qualidade do trabalho.
- ?? A parte contábil é o grande desafio do banco. Normalmente as pessoas da comunidade estão acostumadas a fazerem operações econômicas sem o rigor das notas fiscais, recibos e outros controles que se fazem necessários. A rigorosidade na parte contábil do banco, geralmente é negligenciada por parte da equipe de gestão.

A nível da comunicação e divulgação

- ?? É necessário realizar relatórios, estudos e pesquisas, e documentá-los através de cartilhas, livros e vídeos registrando todas realizações do banco e suas metodologias, ajudando a implementar o projeto em outras localidades e divulgando as ações do banco.
- ?? Deve-se divulgar com materiais visuais de qualidade (cartazes, folders, faixas) todas os eventos promovidos pelo banco, quer seja seminários, cursos ou inaugurações, abrindo espaços na imprensa que servem para “abrir portas” nas relações com o poder público e empresas privadas.
- ?? É preciso ter cuidado para a comunicação fora do bairro, através de palestras, participação em seminários, viagens, entrevistas na imprensa, não prejudicarem a comunicação para dentro do bairro. Como são poucos componentes na equipe do banco, um excesso de participações fora da comunidade termina deixando pouco tempo para a relação com os moradores, comerciantes e produtores locais.

A nível da relação com a comunidade

- ?? É necessário discutir bem com a comunidade quais são os objetivos do banco, a quem ele se destina, como vai ser seu funcionamento e qual a estratégia de desenvolvimento em longo prazo. Neste contexto a compreensão de que se trata de desenvolver e implementar instrumentos de economia solidária, e a diferença desta para a economia capitalista, é imprescindível.
- ?? Deve ficar bastante claro para os moradores que o banco é um instrumento de desenvolvimento econômico e não pode ser confundido com as ações de mobilização e pressão social desenvolvidas pela entidade comunitária.
- ?? Devemos ser bem claros quanto aos critérios utilizados para concessão do crédito e fazer uma ampla divulgação dos mesmos. A comunidade precisa estar consciente das regras estabelecidas para não criar falsas expectativas.
- ?? É fundamental ser transparente nas operações, divulgando a situação financeira do banco e principalmente as dificuldades.

11. Impactos da experiência em relação aos objetivos iniciais

Com três anos de existência o Banco Palmas possui 1200 clientes beneficiando 4.500 moradores e pode-se observar os seguintes impactos em relação aos objetivos propostos;

Tabela Nº16

OBJETIVOS INICIALMENTE PREVISTOS	IMPACTOS ⁴
1. Impulsionar uma estratégia local de enfrentamento da pobreza, através de um instrumento econômico que aproveite e valorize as potencialidades do bairro, tendo a solidariedade como princípio	- As vendas nos pontos comerciais aumentaram em cerca de 40%, segundo depoimentos dos comerciantes;
	- Resgate do sentimento de cidadania pelas famílias pobres do bairro, oportunizando a estas terem crédito em um banco. Várias famílias puderam ter acesso aos serviços de água tratada e energia elétrica, por terem conseguido renda para pagamento das tarifas
	- O número de sócios da Associação aumentou de 500 para 1300 em dois anos
2. Reforçar e fomentar espaços de articulação e diálogo entre governo local e sociedade civil, visando o fortalecimento das relações e o estabelecimento de políticas públicas	- Espaço maior de inter-relação entre Associação de Moradores com o poder público, assegurando convênios e contratos entre os dois atores, que garantiram a execução de programas públicos municipais no bairro

⁴ Confere com dados dos relatórios anuais do Banco Palmas (1999 a 2001) , elaborados a partir de depoimentos, entrevistas e acompanhamentos diários junto aos empreendedores do bairro.

Tabela Nº16 (continuação)

OBJETIVOS INICIALMENTE PREVISTOS	IMPACTOS
3. Desenvolver uma estrutura financeira de créditos para os mais pobres, principalmente as mulheres, como alternativa de superação da pobreza	- 200 novas ocupações diretas e 450 indiretas foram geradas a partir da implantação da política de créditos
	- 620 famílias já possuem o Cartão PalmaCard o que assegura um volume de R\$ 8.000,00 (oito mil reais) a mais circulando nos pequenos comércios do bairro. - 50 mil PALMAS, uma moeda circulante própria, está sendo usada no bairro, potencializando a riqueza e a solidariedade local.
	- As mulheres aumentaram sua participação em 30% nas atividades da Associação a partir da criação de uma Incubadora Feminina que recupera mulheres em situação de risco reintegrando-as a comunidade.

Uma recente pesquisa sobre o Banco Palmas, realizada pelo governo do Estado através da Universidade Estadual do Ceará, revelam alguns números importantes:

- ?? 57,5% dos clientes adquiriram mais respeito na comunidade após ingressarem no banco
- ?? 83,15% adquiriram mais autoconfiança
- ?? 53,8% tornaram-se mais solidários
- ?? 75% adquiriram maior estímulo pela vida
- ?? 81,95% se sentem mais responsáveis
- ?? 863% passaram a ter mais esperança
- ?? 95% consideram o Palmas um agente erradicador da fome e promotor de emprego e renda
- ?? 96% dos entrevistados consideram o banco no mínimo bom.

A equipe de execução das ações do Banco Palmas é formada em sua maioria por pessoas da comunidade, recebendo o apoio de alguns técnicos externos, conforme tabela abaixo:

12. Passos para o futuro

1. Criar instrumentos de difusão, sistematizando de forma pedagógica a experiência do banco, de forma a possibilitar a comunicação com outros municípios e o poder público.
2. Ampliar o sistema de trocas de produtos e serviços, com moeda social (própria), articulando grupos de trocas solidárias como alternativa ao mercado formal, possibilitando a aquisição de bens e serviços por qualquer morador que ofereça seu próprio trabalho.
3. Ampliar e estruturar a Escola de Sócioeconomia Solidária, difundindo e capacitando outros moradores, organizações sociais e poder público para as práticas da Economia Solidária, como estratégia de criação de programas de desenvolvimento local, que garantam o acesso aos mais pobres, com distribuição de renda e justiça social.

4. Consolidar a Incubadora Feminina garantindo o atendimento às mulheres carentes do bairro, aumentando a participação das instituições (creches, posto de saúde, escolas...), como estratégia de um projeto piloto.
5. Concluir o estudo da cadeia produtiva do bairro, para que o banco possa financiar a implantação de alguns empreendimentos básicos de fornecimento dos principais insumos consumidos pelos prosumidores (produtores e consumidores) locais, evitando que a riqueza gerada no bairro saia para alimentar o capital financeiro especulativo.
6. Buscar parcerias com cooperativas agrícolas no âmbito da economia solidária na perspectiva de vender alimentos para o PalmaCard.
7. Fazer uma campanha de captação para ampliar a carteira do banco
8. Intensificar junto aos produtores locais a discussão sobre Economia Solidária, na perspectiva de reforçar a rede de cooperação entre estes, na compra de insumos, produção e comercialização, minimizando a interferência da economia de mercado no bairro.

**O Banco Palmas integra
a Rede Cearense e Rede Brasileira de Socioeconomia Solidária**

Entre 11 e 18 de junho de 2000, cerca de 80 pessoas estiveram reunidas no Encontro Brasileiro de Cultura e Socioeconomia Solidárias, em Mendes, RJ. Depois de uma convivência intensa e trabalho coletivo durante uma semana, discutindo a realidade brasileira e mundial e compartilhando visões e experiências inovadoras no campo socioeconômico, político e cultural, elaboraram e aprovaram a seguinte Carta que resume as visões e proposições das entidades/pessoas participantes.

CARTA DE MENDES

Mendes, RJ

11 a 18 de junho de 2000

NÓS FAZEMOS PARTE DE ORGANIZAÇÕES E INICIATIVAS DE SOCIOECONOMIA SOLIDÁRIA. Somos mulheres e homens de várias idades e etnias, profissionais de vários campos, que trabalhamos no meio rural e urbano, em cooperativas e associações, em sindicatos, instituições de desenvolvimento, educação, meio ambiente e assessoria, representantes de governos democráticos e populares, e convidadas de outros países da América Latina e Europa. Procedemos do Amazonas, Tocantins, Maranhão, Piauí, Ceará, Pernambuco, Bahia, Rondônia, Goiás, Minas Gerais, Espírito Santo, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Participamos também de redes solidárias que atuam articuladamente para transformar e humanizar as relações sociais nas esferas local, nacional e global.

Em resposta às propostas do Encontro Latino de Cultura e Socioeconomia Solidárias, realizado em Porto Alegre (agosto de 1998), buscamos criar e gerenciar redes de produção solidária, de comércio justo, de crédito, de consumo ético, de trocas, debate e informática solidárias. Fizemos um diagnóstico e uma avaliação dos empreendimentos cooperativos e solidários nas diferentes regiões do Brasil aqui representadas, e traçamos diretrizes de ação estratégica visando a construção e o fortalecimento dessas redes, assim como uma ação mais efetiva de pressão por políticas públicas a serviço do empoderamento da sociedade e de um desenvolvimento socioeconômico autocentrado e soberano.

Além do trabalho de reflexão e aprofundamento dos conceitos, fizemos um intercâmbio de nossas motivações, experiências e produções que mobilizaram nossa intuição, emoção e espiritualidade, bem como facilitaram nossa disponibilidade para ouvir uns aos outros, aprender uns com os outros e consolidar nossa confiança mútua, e nosso sentido de irmandade e solidariedade.

Partimos da crítica veemente do capitalismo, sobretudo na sua forma neoliberal, que tem feito acompanhar a produção sempre mais rápida de bens materiais por uma intensa concentração de terras, riqueza, controle dos recursos, poder e saber nas mãos de um número sempre menor de grandes banqueiros, empresários, latifundiários e especuladores. Denunciamos o êxodo que desenraiza as famílias rurais e provoca a sobrepopulação das cidades, o desemprego maciço resultante da rápida introdução de novas técnicas e novos métodos gerenciais, mas também da política recessiva em obediência à receita de ajuste do FMI; a crescente dívida interna e externa, e os altos juros que sufocam a capacidade de investimento do Estado e produzem uma sangria dos fundos públicos em favor dos especuladores; a desnacionalização e privatização desordenada que alienam o patrimônio público; a abertura predatória ao capital estrangeiro, sobretudo especulativo; a renúncia da soberania popular e nacional em favor das empresas, bancos, políticos e burocratas do mundo rico e das agências multilaterais; a destruição sistemática dos ecossistemas, das florestas tropicais, dos solos e dos mananciais. Rejeitamos a cultura da competição que tem por princípio a exclusão, a forma dominadora, hierárquica e egocêntrica de organizar a economia, assim como o autoritarismo e a violência delas decorrentes.

Reafirmamos nossa convicção de que uma outra globalização é possível e desejável, fundada na cultura da cooperação e na ética da solidariedade; na participação ativa de todas as cidadãs e cidadãos do país e do Planeta, no controle e na gestão dos meios para o seu desenvolvimento pessoal e coletivo. Uma globalização que seja cooperativa e solidária. Afirmamos também nosso compromisso de implementar vias de desenvolvimento humano que partam de dentro para fora, dos potenciais da pessoa para os da coletividade, do local para o nacional e global, do micro para o macro.

As experiências presentes no Encontro mostraram que é da dimensão interpessoal e social das transações econômicas que emergem os laços de afetividade e confiança. O crédito com aval solidário e com controle social, apoiado na confiança recíproca e no empoderamento local, garante uma demanda sustentada e altos níveis de retorno dos empréstimos. A promoção da cultura da cooperação e da solidariedade, e de uma educação voltada para a prática destes valores, viabiliza a autogestão, o trabalho emancipado, e o desenvolvimento sustentável fundado no pleno respeito aos direitos sociais, econômicos, pessoais, culturais e ambientais, no sentimento humano e na partilha efetivamente democrática do poder.

Na perspectiva solidária, a relação entre quem consome e quem produz vai muito além de comprar e vender o produto, envolve uma consciência e um compromisso comum em prol do Bem Viver de todos no presente e no futuro, que implica no cuidado com a natureza e a biodiversidade, na equidade entre mulheres e homens e entre etnias, numa concepção de trabalho que realiza, e numa forma de produzir orientada para satisfazer às necessidades de cada ser humano e de toda a humanidade.

Afirmamos que é possível diagnosticar, planejar, acompanhar e administrar de forma autogestionária e solidária o desenvolvimento das cadeias produtivas – produção, comercialização, consumo e crédito – e dos serviços de fomento, como a tecnologia apropriada, e outros. Assim, a viabilidade da proposta da socioeconomia solidária se apoia na complementaridade e na solidariedade ao longo de toda a cadeia produtiva.

Buscando reforçar e ampliar as conquistas do Encontro de Porto Alegre, decidimos estabelecer uma Rede de Socioeconomia Solidária local, regional e nacional, que garanta a continuidade do contato e da interação entre nós e com outros empreendimentos solidários existentes no Brasil e noutros países. Novas teias para a ampliação desta rede são bem-vindas. Sua fortaleza está na sua tecitura, na sua inclusividade, na qualidade da ligação solidária e amorosa entre seus componentes.

PARTICIPANTES DO ENCONTRO BRASILEIRO
DE CULTURA E SOCIOECONOMIA SOLIDÁRIAS