

## O que faz um grupo de crédito funcionar?

Favoritismo dentro do grupo entre clientes de microcrédito



Como é criada a solidariedade dentro de grupos?  
Photo: Aslak Orre

Os clientes do microcrédito são frequentemente designados para grupos de crédito com responsabilidade conjunta sobre os empréstimos. Mas o que faz um grupo de crédito funcionar? O que possibilita aos grupos de crédito a gerarem dinâmicas sociais internas necessária para formar a solidariedade do grupo e garantir os pagamentos? Esta é uma questão tanto de dinâmica do grupo como de características individuais, pois algumas pessoas se conformam mais facilmente às regras do seu grupo. Este brief apresenta uma experiência conduzida entre clientes de microcrédito em Angola. Os resultados sugerem que pessoas com maior grau de escolaridade e clientes femininas são mais propensas a favorecerem membros do seu grupo de crédito do que elementos externos.

### OS AUTORES

Ivar Kolstad (CMI) economista e director de investigação.  
Arne Wiig (CMI) economista com vasta experiência em investigação, análise de políticas públicas, ensino e consultadoria.

Indivíduos de baixos rendimentos muitas vezes não conseguem pôr de lado garantias bancárias para empréstimos. Uma ideia-chave na indústria microfinanceira é que a pressão social pode ser utilizada para induzir o pagamento na ausência de garantias. Ao designar clientes do microcrédito para grupos de crédito com responsabilidade conjunta, é dado individualmente a cada cliente um incentivo para pagarem os empréstimos através da pressão social de outros membros do grupo. Mas os grupos de crédito diferem claramente

na sua forma de forçar o pagamento. Porquê? Uma explicação passa pelo facto de alguns grupos serem capazes de criar normas de solidariedade dentro do grupo, aumentando a tendência dos membros darem prioridade a beneficiar os membros do seu grupo, em relação a pessoas que lhes são alheias.

Mas quando é possível que se formem tais normas? O que faz clientes de microcrédito serem susceptíveis a estas normas de solidariedade do grupo?

Na Primavera de 2011, o CMI em cooperação com o Development Workshop (DW), levaram a cabo uma experiência económica entre clientes de microcrédito em Luanda, Angola. Os participantes eram escolhidos entre os clientes do Kixicrédito, a maior instituição não comercial de microcrédito em Angola. Os clientes do Kixicrédito estão organizados em grupos de crédito de 10-30 clientes, com responsabilidade conjunta sobre os empréstimos. Os grupos são chamados grupos de solidariedade, e reúnem duas vezes por semana, para tratar de negócios e para criar coesão no grupo. No total, participaram na experiência 539 clientes em representação de 51 grupos de solidariedade.

A experiência assumiu a forma de um “jogo do ditador.” Neste jogo, foi entregue a cada participante (ou ditador) 500 Kwanzas Angolanos (cerca de 5.4 USD, na altura da experiência), e foi dito que poderia guardar ou dar parte ou todo o dinheiro a um beneficiário. A decisão era anónima no sentido de que o beneficiário não saberia a identidade do ditador, assim como o ditador não saberia a identidade do beneficiário. O jogo foi jogado em duas versões. Na primeira versão, o beneficiário era um colega do grupo de crédito do ditador. Na segunda versão, o beneficiário não era colega do grupo de crédito do ditador.

O facto de utilizar-se dinheiro verdadeiro na experiência, leva a que os participantes enfrentem uma decisão real que os afecta pessoalmente, em oposição a questões hipotéticas de questionários. O facto da decisão ser anónima significa que as decisões não são influenciadas por considerações estratégicas, tal como o receio de serem punidos pelo beneficiário em interações futuras.

O que nos dizem as escolhas dos participantes neste jogo? Agindo de forma completamente racional, participantes com interesse próprio iriam guardar todo o dinheiro, não dando qualquer quantia aos beneficiários em qualquer das versões do jogo. Se é dada uma quantia positiva, podemos interpretar como um indicador de preferências altruístas ou igualitárias, o participante preocupa-se não só com a liquidação da sua dívida, mas também com a do beneficiário. Se um participante dá mais a um colega do seu grupo de crédito do que a alguém alheio a esse grupo, podemos interpretar como um indício de favoritismo ou solidariedade dentro do grupo. Por outras palavras, indica que um participante dá maior importância à situação de um colega do seu grupo do que à de um estranho.

O que faz os clientes de microcrédito serem susceptíveis a normas de solidariedade em grupos?

Afinal o que escolheram os participantes fazer com o dinheiro? A Figura 1 mostra as decisões dos participantes. As barras azuis, à esquerda, mostram os montantes dados a um colega do mesmo grupo. Para cada montante possível entre 0 e 500 Kwanzas (eixo horizontal), as barras indicam o número de participantes que escolheram dar um valor entre estes montantes (eixo vertical). As barras vermelhas indicam, de modo semelhante, os montantes dados pelos participantes a beneficiários alheios ao seu grupo de crédito.

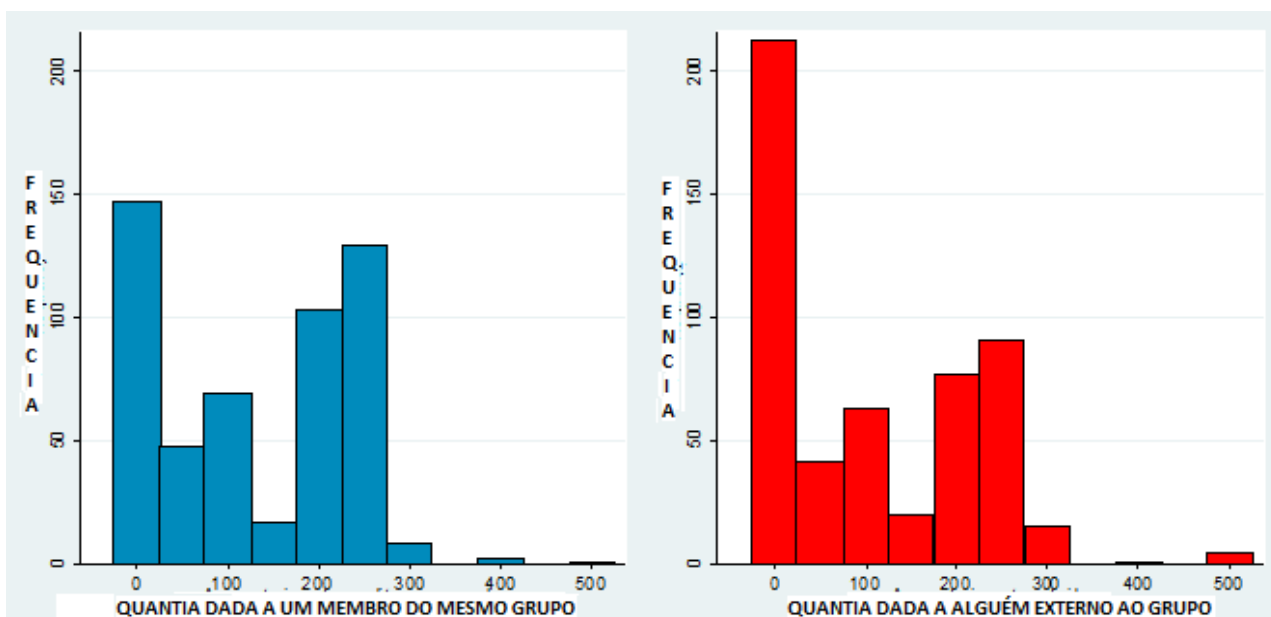


Fig. 1. Quantias dadas no jogo do ditador





Mulher empreendedora a vender comida em Luanda.  
Photo: Arne Wiig

Os gráficos dizem-nos duas coisas. Em primeiro lugar, que uma grande proporção dos participantes não deu qualquer dinheiro em qualquer das versões do jogo. Guardar todo o dinheiro foi, de facto, a decisão mais comum, tomada por 28 por cento dos participantes na primeira versão do jogo, e por 41 por cento na segunda. Uma parte substancial dos participantes podem portanto ser caracterizados pelo seu interesse próprio. Contudo, os restantes entregaram parte ou todo o seu dinheiro, demonstrando altruísmo ou igualitarismo. A segunda decisão mais comum foi a de dar metade do dinheiro a um beneficiário, um padrão que não é incomum neste tipo de jogos.

Em segundo lugar, comparando os gráficos azuis com os vermelhos, observamos que os participantes distribuíram mais dinheiro a membros do seu grupo do que aos que não faziam parte dele. Em média, o montante dado a um colega de grupo foi de 131 Kwanzas, enquanto que o montante médio dado a um estranho foi de 107.5 Kwanzas. Isto indica que os participantes são tendenciosos relativamente ao grupo, cuja tendência é a de tratar preferencialmente os membros do seu grupo em relação aos não membros.

Contudo, existe uma variação considerável no grau de favoritismo no seio do grupo, demonstrada pelas diferentes pessoas. Parte desta variação explica-se pelas diferenças entre os grupos de crédito, reflectindo possivelmente a sua composição e a sua

dinâmica. As características individuais também afectaram o grau em que cada participante beneficiou os membros do seu próprio grupo, por vezes de formas surpreendentes.

É comum acreditar-se que a educação alarga as perspectivas das pessoas, o que faria com que fosse menos provável favorecerem o seu pequeno grupo social. Descobrimos que acontece o oposto.

Os participantes mais instruídos tendem a beneficiar os membros do seu grupo. Quanto mais anos de educação um cliente tem, maior é a quantia dada a um membro do seu grupo comparando com um estranho. Isto é um resultado interessante, uma vez que é comum acreditar-se que a educação alarga as perspectivas das pessoas, o que faria com que fosse menos provável favorecerem o seu pequeno grupo social. Descobrimos que acontece o oposto. Se esta é uma descoberta generalista que vai além do contexto Angolano é uma questão que permanece em aberto. É possível que as grandes desigualdades económicas e sociais em Angola tenham gerado um sistema de educação que evidencia as considerações do grupo. Mas tal necessita mais estudo.



A série Angola Brief é um produto do Programa de Cooperação CEIC-CMI para a investigação de questões sociais e económicas em Angola. Este produto visa contribuir com resultados de pesquisa e recomendações, de forma a aumentar o debate público em e sobre Angola.

Editores: Alves da Rocha & Aslak Orre

Autores: Ivar Kolstad, Arne Wiig

As mulheres beneficiaram mais o seu grupo de crédito do que os homens. Os resultados indicam uma grande diferença. A diferença entre as quantias entregues aos colegas de grupo e as que foram entregues aos não membros, é em média de 50 Kwanzas a mais para as participantes femininas do que para os participantes masculinos. Isto vai de encontro aos resultados de outros estudos que sugerem que as mulheres são mais susceptíveis às normas do grupo do que os homens.

Os antecedentes familiares e a rede social também estão relacionados com o nível de favoritismo do grupo demonstrado pelos participantes. Os participantes cujos pais falavam mais línguas, e que tinham acesso a jornais em casa durante a infância, mostraram menos favoritismo pelo grupo. É possível que isto reflecta a socialização familiar, em que crescer num lar com tendências mais universalistas influencia uma pessoa. Os participantes que conheciam um administrador de uma ONG local também demonstraram menor favoritismo pelo grupo. Mais uma vez, isto pode ser reflexo da socialização, pois ter acesso a uma rede social deste género pode influenciar perspectivas de uma forma universalista. Contudo, a nossa abordagem metodológica não nos permite concluir que os antecedentes familiares e a rede social sejam efeitos causais. Por exemplo, a relação entre conhecer um administrador de uma ONG local e as preferências do grupo podem reflectir causalidade reversa, onde uma pessoa com perspectivas universalistas tem maior probabilidade para conseguir ser aceite numa rede deste género.

O que nos diz tudo isto sobre quais os grupos que se tornam mais unidos? Interessa a composição do grupo e/ou a sua dinâmica. Contudo, controlando as diferenças do grupo, também descobrimos

que alguns indivíduos são mais susceptíveis às normas de solidariedade do grupo do que outros. Os clientes mais instruídos e as clientes femininas dão maior prioridade às exigências do grupo do que às que vêm de fora. Existem também possíveis consequências dos antecedentes familiares e das redes sociais, que precisam ser melhor exploradas.

### Nos Mecanismos da Microfinança

Conhecendo como é que funcionam os grupos de crédito, e o que os faz funcionar, é importante fazer programas de microcrédito eficazes relativamente à pobreza.

As instituições de microcrédito podem beneficiar com um maior conhecimento sobre a selecção do cliente e sobre a integração do grupo. A parceria CMI-DW oferece um importante ponto de partida para tratar destes assuntos, que serão melhor analisados numa segunda etapa da cooperação, que ocorrerá no período de 2011-2014.

Para além do mais, a dinâmica do microcrédito é o tema de um grande programa de investigação, recentemente financiado pelo Forskningsrådet (Conselho de Investigação da Noruega).

Este programa, denominado Nos Mecanismos da Microfinança, trata-se de uma colaboração entre investigadores da CMI e a NHH (Norwegian School of Economics and Business Administration).

PARA MAIS INFORMAÇÃO VISITE  
O SÍTIO DO PROGRAMA DE  
COOPERAÇÃO CEIC-CMI  
[www.cmi.no/angola](http://www.cmi.no/angola)

ISSN 1892-3933

#### CMI (Chr. Michelsen Institute)

Bergen - Norway  
Phone: +47 47 93 80 00  
E-mail: [cmi@cmi.no](mailto:cmi@cmi.no)  
[www.cmi.no](http://www.cmi.no)

#### CEIC (Centro de Estudos e Investigação Científica)

Universidade Católica de Angola  
Phone: +244 922 280 541  
E-mail: [ceic.ucan@gmail.com](mailto:ceic.ucan@gmail.com)  
[www.ceic-ucan.org](http://www.ceic-ucan.org)