



AVALIAÇÃO DE IMPACTOS E DE IMAGEM: BANCO PALMAS – 10 ANOS

Coordenação

Prof. Ms. Jeová T. Silva Jr.

Juazeiro do Norte, CE

Fevereiro/2008

RELATÓRIO FINAL

AVALIAÇÃO DE IMPACTOS E DE IMAGEM: BANCO PALMAS – 10 ANOS

Prof. Ms. Jeová T. Silva Jr.
(<http://lattes.cnpq.br/8240104026100491>)

Juazeiro do Norte, CE
Fevereiro/2008

Equipe da Pesquisa

Coordenação Geral

Prof. Ms. Jeová Torres Silva Jr., Mestre em Administração (LIEGS/UFC Cariri)

Equipe Técnica

I. Definição dos marcos orientadores da pesquisa, Elaboração do questionário para o survey, Confeccção do termo de referencia para os grupos focais:

- *Prof. Dra. Joselina da Silva, Doutora em Sociologia (LIEGS/UFC Cariri)*

II. Revisão de literatura, Construção do quadro teórico de análise, Acompanhamento da equipe de campo, Analise dos questionários, Observação direta, Entrevistas com lideranças:

- *Prof. Ms. Jeová Torres Silva Jr*

- *Angela Lima Calou, Graduada em Filosofia (LIEGS/UFC Cariri)*

- *Sarah Maria da S. Gonçalves, Graduada em Administração (LIEGS/UFC Cariri)*

III. Mediação e Confeccção dos mapas conceituais dos grupos focais:

- *Rebeca da Rocha Grangeiro, Mestrado em Psicologia (UFC Cariri)*

- *Eusenda Moraes Torres, Graduação em Ciências Sociais (UFC)*

IV. Relatoria nos grupos focais:

- *Jeová Regis Torres, Graduando em Ciências Contábeis (UNIFOR)*

- *Arthur da Rocha Grangeiro, Graduando em Química (UFC)*

V. Tabulação e analise de dados do survey/questionários no SPSS:

- *Rebeca da Rocha Grangeiro, Mestrado em Psicologia (UFC Cariri)*

VI. Confeccção do Relatório Final:

- *Prof. Ms. Jeová Torres Silva Jr*

Equipe de Apoio

I. Pesquisadores de campo do survey/aplicação dos questionários e inserção de dados no SPSS:

- *Angelica, Cláudia, Eliane, Elisangela, Milena, Natália e Vladiana (Moradoras do Conjunto Palmeiras)*

I. Cessão de espaço físico, equipamentos, alimentação, traslado e publicação dos resultados:

- *Instituto Banco Palmas e Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras*

II. Gestão financeira:

- *Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura (FCPC)*

Realizada com recursos da Secretaria Nacional de Economia Solidária - SENAES/MTE



**MINISTÉRIO
DO TRABALHO
E EMPREGO**

Secretaria Nacional de Economia Solidária

“Que as pessoas não fiquem mentalmente acomodadas, que ampliem seu poder de consciência e ajudem outras comunidades a se mobilizar”.

Augusto Barros Filho, seu Augusto
Líder Comunitário e Fundador da Associação de Moradores do Conjunto Palmeiras - ASMOCNP

Apresentação

A compreensão dos contextos sociais, políticos, econômicos, culturais e tecnológicos de nossa sociedade faz parte do trabalho dos pesquisadores e do dia-a-dia da Universidade. Contudo, mais do que adquirir esta compreensão é necessário que o pesquisador saiba traduzir o seu entendimento e expor a toda a sociedade o que tais contextos significaram no passado, representam no presente e podem ser referenciais no futuro. Por fim, a Universidade (além da apreensão da conjuntura e apresentação da sua leitura da realidade) ainda cumpre o papel de análise crítica desta realidade e, em alguns casos, indicações de como transformar o contexto apreendido.

O LIEGS – Laboratório Interdisciplinar de Estudos em Gestão Social da UFC – Universidade Federal do Ceará/Campus do Cariri está ciente deste papel que assume perante a sociedade. E diante deste quadro foi a campo e realizou mais um de seus estudos conjunturais. Desta vez, a realidade investigada foi o bairro do Conjunto Palmeiras, em Fortaleza/CE (a experiência do Banco Palmas) com objetivo de **prospectar os impactos proporcionados pelo Banco Palmas junto aos usuários dos seus serviços no Conjunto Palmeiras e perceber o retorno de imagem do Banco a partir da implementação das suas ações de promoção de geração de ocupação e renda nos últimos 10 anos.**

Entre os meses de novembro de 2007 e fevereiro de 2008, sob a coordenação de dois pesquisadores do LIEGS/UFC Cariri foi realizado este estudo que contou com entrevistas, grupos focais, observação direta e pesquisa em fontes documentais e bibliográficas. Estas escolhas metodológicas serviram para apontar quais os impactos das ações do Banco Palmas no Conjunto Palmeiras, ao longo dos últimos 10 anos, e o retorno de imagem do Banco Palmas construído no imaginário dos usuários dos serviços e participantes de suas ações.

Na etapa de compreensão do contexto desta experiência, os apontamentos e relatórios indicam que será preciso aprofundar a investigação futuramente, através da investigação e capturar dados junto aos moradores para que se possa ter informações mais ampliadas e seguras da percepção que o Conjunto Palmeiras tem do Banco Palmas. Na etapa de apreciação dos dados, o que mais pode ser destacado é a tendência que seguem estes dados obtidos nas diversas técnicas de captura de dados empregadas na pesquisa sobre o papel importante que o Banco Palmas tem/teve no desenvolvimento socioeconômico do Conjunto Palmeiras. Finalmente, a etapa de análise crítica para mostrar o diagnóstico da avaliação de impactos e imagem do Banco Palmas – 10 anos, trouxe a reflexão do quanto este estudo pode esclarecer e reforçar a relevância e caráter sui generis desta experiência, além de contribuir para a melhoria da qualidade de vida de populações que vivem em situação de vulnerabilidade socioeconômica.

Esta percepção final vai ao encontro do que foi exposto no início desta apresentação: a contribuição da Universidade na compreensão de contextos e seu papel nas transformações que ocorrerem ou ocorrerão na sociedade. E Destarte, o LIEGS/UFC Cariri sente-se satisfeito por mais uma vez ter exercido o seu papel dentro da Universidade e para a Sociedade Civil que é ser um ambiente de apreensão, prospecção, formação, articulação e difusão de conhecimentos teóricos e práticos em gestão social, contribuindo para as transformações dos contextos territoriais.

*Assim sendo, agradece-se ao **Banco Palmas** por ter inspirado e apoiado este estudo e a **Secretaria Nacional de Economia Solidária-Ministério do Trabalho e Emprego/SENAES-MTE** por ter escolhido o LIEGS/UFC Cariri para executar este estudo com vista a identificar os impactos proporcionados pelo Banco Palmas junto aos usuários dos seus serviços no Conjunto Palmeiras nos últimos 10 anos.*

Finalmente, o relatório que se segue servirá para expor os resultados do estudo e mostrar o diagnóstico do LIEGS/UFC sobre esta realidade territorial. Para facilitar a compreensão do conteúdo deste relatório dividiu-se em seis seções: aspectos introdutórios, objetivos do estudo, ambiente da pesquisa, escolhas metodológicas, análises e considerações.

Prof. Ms. Jeová Torres Silva Jr.

Coordenador do Laboratório Interdisciplinar de Estudos em Gestão Social (LIEGS/UFC Cariri)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	01
2. OBJETIVOS	06
3. MARCO TEÓRICO DE ANÁLISE	07
4. FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS	17
5. REFLEXÕES ACERCA DAS PERGUNTAS DE PARTIDA	51
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
7. REFERÊNCIAS	57
ANEXO A - TERMO DE REFERENCIA DOS GRUPOS FOCAIS	
ANEXO B - VERSÃO FINAL DO QUESTIONÁRIO	

1. INTRODUÇÃO

1.1 Título do Estudo

“AVALIAÇÃO DE IMPACTOS E DE IMAGEM DO BANCO PALMAS - 10 ANOS”

1.2 Aspectos Introdutórios

Este diagnóstico apresentará os resultados da investigação realizada no Conjunto Palmeiras, bairro de Fortaleza/CE, junto aos usuários dos serviços e beneficiários dos projetos do Banco Palmas com o propósito de analisar os impactos proporcionados pelo Banco Palmas junto aos usuários dos seus serviços no Conjunto Palmeiras e perceber o retorno de imagem do Banco a partir da implementação das suas ações de promoção de geração de ocupação e renda nos últimos 10 anos.

Banco Palmas tem sido a expressão comumente utilizada para referir-se a uma experiência de organização popular e solidária que muito extrapola as ações de microcrédito. Trata-se, na verdade, da iniciativa da Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras (ASMOCOMP), um bairro situado na periferia da cidade de Fortaleza. A ASMOCOMP surgiu, no início dos anos 80, com um claro objetivo de inserção política de luta dos moradores em torno da construção do seu próprio bairro. Muito além de uma dinâmica puramente reivindicatória, a associação empreende uma série de ações, sobretudo na forma de atividades econômicas muito variadas visando potencializar as capacidades sócio-produtivas locais. São inúmeros os projetos fomentados: de grupos produtivos nas áreas de artesanato, confecções e limpeza, passando por iniciativas de clubes de troca e de consumo solidário. As ações acabam por gerar um circuito econômico bastante particular no bairro, uma outra economia, que oferece as bases de um modo de desenvolvimento local sustentável extremamente singular, pois assumindo a forma de uma cadeia sócio-produtiva local.

A iniciativa da associação participa assim de modo exemplar na construção de um projeto que tem sido identificado nos últimos anos através da expressão economia solidária. Enquanto conceito, esse termo aparece na literatura de algumas disciplinas no campo das ciências sociais apenas recentemente (França Filho, Singer, Laville, Gaiger, Mance). Ela faz referência a uma infinidade de iniciativas (de consumo, produção, crédito, prestação de serviços e trocas) partindo da sociedade civil e articulando diferentes registros de lógicas ao tentar combinar os objetivos sociais e políticos da sua ação com a elaboração de atividades econômicas. Num contexto de crise do emprego que se verifica nas principais sociedades do planeta, tais iniciativas acabam sugerindo formas alternativas de organização do trabalho que interrogam os mecanismos fundamentais de regulação das próprias sociedades.

Trata-se, portanto, de um conceito refletindo uma tendência comum verificada em diferentes sociedades, embora assumindo contornos específicos em função de cada contexto societário (França Filho, 2002). No Brasil, por exemplo, muito embora já existam casos bastante diferenciados não apenas no que se refere ao campo de atuação, mas também ao seu grau de estruturação e sua origem social e política, a compreensão adequada do fenômeno implica a restituição da idéia de economia popular, já que grande parte das iniciativas nesse campo é originada de uma base de organização popular e solidária. Tais práticas apresentam, entre outras, a característica particular de incorporar a dinâmica de elaboração das atividades

econômicas no próprio tecido da vida social mais geral das populações, promovendo uma articulação específica entre lógicas econômica, política, social e cultural. A leitura que apresentamos acerca do fenômeno mais geral da economia solidária, muito baseada numa perspectiva de sociologia e antropologia econômica, supõe para sua compreensão adequada uma redefinição da própria idéia de economia.

Enquanto noção, o termo economia solidária em diferentes contextos societários parece indicar a emergência atual de novas formas de solidariedade. Estas novas formas de solidariedade fazem alusão à iniciativa cidadã em oposição, ao mesmo tempo, às formas abstratas de solidariedade praticadas historicamente pelo Estado, de um lado, e às formas tradicionais de solidariedade marcadas pelo caráter exclusivamente comunitário. Neste sentido, França Filho (2001) nos afirma que estamos diante de um fenômeno efetivamente inédito, segundo nossa hipótese, pois estas experiências não parecem orientar-se apenas segundo o registro de uma socialidade típica da *Gemeinschaft* (comunidade), princípio comunitário (Tönnies), ou seja, uma socialidade comunitária (Weber), ou ainda, uma solidariedade mecânica característica das sociedades tradicionais (Durkheim).

De fato, se um tipo de dinâmica comunitária marca estas experiências (**e neste Caso Banco Palmas, isso se torna bastante evidente em razão da herança e peso de uma economia popular**), sua expressão não parece identificar-se apenas ao registro de um comunitarismo herdado, “na medida em que ela emana de um comunitarismo muito mais escolhido como referência coletiva a um bem comum do que imposto pelo costume”, conforme nos lembra França Filho & Dzimira (1999)¹. Além disso, o caráter inédito destas novas formas de solidariedade reside também na afirmação de uma tal dinâmica comunitária no seio de uma sociedade em que as relações relevam primeiro de uma solidariedade orgânica (Durkheim) ou da *Gesellschaft* (sociedade), princípio societário (Tönnies), ou ainda da socialidade societária (Weber).

Portanto, experiências associativistas e cooperativistas em geral, marcadas por uma dinâmica comunitária do ponto de vista interno, mas ao mesmo tempo abertas sobre o espaço público, isto é, voltadas para o enfrentamento de problemáticas públicas locais, parecem constituir uma característica central que vem marcar o fenômeno da economia solidária. E a experiência da ASMOCONP/Banco Palmas representa de modo *sui generis* o fenômeno da economia solidária no Brasil. Este caso parece emblemático porque ele incorpora, do ponto de vista da sua ação, uma diversidade de práticas de economia popular e solidária num contexto de luta política de construção de um bairro. A expressão Banco Palmas, inclusive, não reflete inteiramente tal experiência, pois se trata, antes de tudo, da dinâmica da Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras (ASMOCONP) que incorpora o Banco Palmas como um dos seus projetos. Contudo, tal projeto tem um papel de destaque, pois representa um meio privilegiado de viabilização das demais ações, consumindo a maior parte da dinâmica associativa. Portanto, a compreensão adequada de tal caso, exige necessariamente a restituição do próprio contexto de construção do local, onde a associação de moradores, mais do que um agente importante catalizador desse processo, representa o seu protagonista principal.

¹ É verdade que no caso do contexto latino-americano mais geral essa dinâmica comunitária permanece ainda amplamente influenciada pelos costumes, próprios as práticas de reciprocidade tecidas no cotidiano da vida das pessoas. Porém, a esse aspecto acrescenta-se uma dimensão de escolha das pessoas ao participarem dos projetos e decidirem democraticamente sobre o seu destino (FRANÇA FILHO & DZIMIRA, 1999).

A gestão do banco é feita pela própria ASMOCONP e seu quadro de pessoal é constituído, majoritariamente, por moradores voluntários. A filosofia central do Banco está voltada para a edificação de uma rede solidária de produção e consumo local. Este sistema prioriza a circulação da renda no próprio bairro, através da comercialização dos produtos na comunidade, oxigenando essa rede de solidariedade local. A idéia é de reforçar o conceito de prossumidor, ou seja, nesta realidade a separação entre oferta e demanda ou produção e consumo não faz sentido, sendo prejudicial à própria dinâmica do sistema. A noção de prossumidor sugere assim que os atores sociais desempenham papéis difusos, isto é, ao mesmo tempo produtor e consumidor. Os produtos do *Banco Palmas* que compõem a cadeia de amparo aos prossumidores locais são: microcrédito para incentivo a produção; cartão de crédito para consumo; clubes de trocas; moeda social; rede de compras coletivas; e central de comercialização. Segundo Silva Jr (2004), o *Banco Palmas* constituiu-se em um sistema financeiro solidário e atua de forma integrada em quatro pontos da cadeia produtiva local: capital solidário, produção sustentável, consumo local e comércio justo (**ver quadro 1**).

LINHA DE ATUAÇÃO	PRODUTO	FUNCIONAMENTO
<i>Produção Sustentável</i>	MICROCRÉDITO PARA PRODUÇÃO	Microcréditos destinados à produção e comercialização local, sem exigências quanto ao fiador, nível de renda, patrimônio e outros registros.
<i>Consumo local</i>	CAMPANHA “COMPRE NO BAIRRO É MAIS EMPREGO”	Programa de incentivo ao consumo, mostrando a população que consumir no bairro pode – decisivamente – contribuir para melhoria da qualidade de vida na comunidade. Além de promover a campanha, o banco apóia os consumidores com créditos em moeda e os empreendedores com as linhas de microcréditos tradicionais.
<i>Capital Solidário</i>	MOEDA SOCIAL “PALMAS”	Uma moeda local circula, desde novembro de 2002, aceita e reconhecida por produtores, comerciantes e consumidores do bairro. Os <i>Palmas</i> são lastreados em moeda nacional, o Real (R\$). Os produtores e produtoras, comerciantes ou qualquer morador do bairro podem adquirir um empréstimo em Palmas, para isso não é cobrada nenhuma taxa de juro.
<i>Comércio Justo</i>	LOJA SOLIDÁRIA/CENTRAL PALMAS DE COMERCIALIZAÇÃO	Uma loja esta instalada na sede da ASMOCONP para os empreendedores do bairro exporem e venderem seus produtos. Sobretudo, aqueles empreendedores que tem dificuldade em relação aos canais de comercialização. Em

		geral, são produtos artesanais e ou produzidos nos grupos setoriais apoiados pela ASMOCONP.
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------

Quadro 1 – Rede Solidária de Produção e Consumo Local da ASMOCONP/ Banco Palmas

Com este modelo, o Banco Palmas vem obtendo o reconhecimento, até internacional, de diversas organizações (governamentais, não-governamentais e multilaterais), o que tem permitido ampliar as oportunidades de geração de renda e reduzir a exclusão local com uma metodologia aparentemente original, coerente, exequível e replicável. Em que pese a profusão de estudos realizados sobre o Banco Palmas nestes quase 10 anos de existência, não se encontrava algum que apontasse a imagem que a população do conjunto Palmeiras tem do Banco Palmas ou os impactos quali/quantitativos das suas ações nestes anos de atuação. Foi com estes dois focos que se propôs a pesquisa da qual tratará este relatório.

O presente relatório trata, portanto, de expor os resultados da avaliação de impactos e imagem do Banco Palmas, enfatizando os seus 10 anos (1998-2007) de existência, a partir do olhar dos usuários dos serviços e beneficiários dos projetos. Finalmente, a pesquisa ocorreu entre novembro de 2007 e fevereiro de 2008 e foi realizada do ponto de vista teórico à luz dos conceitos de economia solidária, microfinanças, finanças solidárias e gestão social. Na prática metodológica, as escolhas das técnicas e métodos de investigação realizadas para viabilizar este estudo tiveram tanto o propósito de incluir uma diversidade de formas de captura de dados que atendessem as especificidades do público objetivo investigado quanto visava permitir com maior propriedade a validação dos dados. Em outras palavras, esta validação ocorreu através da triangulação das fontes de informações distintas. Esta triangulação se tornou efetiva depois da captura das informações através de consulta a documentos oficiais, auxílio de bancos de dados secundários, aplicação de questionários, realização de entrevistas e grupos focais. O detalhamento e justificativa das escolhas metodológicas se encontram nas próximas seções.

1.3 Executor do Estudo

O Laboratório Interdisciplinar de Estudos em Gestão Social (LIEGS) é um núcleo de pesquisa² e extensão³ em gestão social, criado em novembro de 2006, e vinculado a Universidade Federal do Ceará (UFC-Campus Cariri). O LIEGS tem como objetivo geral ser um ambiente de apreensão, prospecção, formação, articulação e difusão de conhecimentos teóricos e práticos em gestão social, contribuindo para a consolidação desta temática, numa perspectiva interdisciplinar. Com pouco mais de um ano de existência, o LIEGS já tem conseguido provar a razão da sua existência e sua competência em relação as temáticas subjacentes da gestão social.

Dentre os projetos destacamos: organização do I Encontro Nacional de Pesquisadores em Gestão Social/ENAPEGS; realização de cursos de extensão em gestão social – inclusive em outros estados; publicação de três cadernos temáticos sobre gestão social nas organizações; participação na publicação do Caderno sobre tecnologia social do ITS Brasil; realização da pesquisa “Avaliação da implantação e

² Certificado com grupo de pesquisa no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

³ Registrado na Coordenadoria dos Campi do Cariri, Quixadá e Sobral da Pró-Reitoria de Extensão/UFC, sob o nº XJ00.2006.PG.0216.

consolidação de bancos comunitários no Estado do Ceará” e da pesquisa “Fortalecimento das cadeias de valor locais como estratégia de inserção econômica de jovens e mulheres na microrregião do litoral de Aracati/CE”; aprovação de artigos nos principais congressos da área (ENANPAD 2006 e 2007, Colóquio Internacional sobre Poder Local 2006 e Conferencia Regional América Latina e Caribe da ISTR 2007). Ainda em 2007, foi publicado um livro co-organizado (Economia Solidária, Cooperativismo Popular e Autogestão) pelo LIEGS. Para execução destes trabalhos, a equipe do LIEGS conta com 07 professores de formações diversas (filosofia, administração, sociologia, direito e engenharia), articulando os cursos de Administração, Filosofia e Biblioteconomia do Campus Cariri da UFC. Os estudantes envolvidos com bolsa são 02 de pesquisa e 03 de extensão. Através do site www.liegs.ufc.br é possível se obter informações complementares sobre o LIEGS.

Para coordenar o projeto, o LIEGS indicou dois dos professores que compõe o seu quadro de pesquisadores: o Prof. Ms. Jeová T. Silva Júnior (<http://lattes.cnpq.br/8240104026100491>) e a Profa. Dra. Joselina da Silva (<http://lattes.cnpq.br/1785433331883652>). O Prof. Jeová T. Silva Júnior coordenou o projeto e indicou o Prof. Dr. Ricardo Luiz Lange Ness como fiscal do contrato para UFC/FCPC que visava a execução da referida pesquisa “AVALIAÇÃO DE IMPACTOS E DE IMAGEM DO BANCO PALMAS - 10 ANOS”.

Além destes professores, atuaram neste projeto duas bolsistas pesquisadoras do LIEGS e outros quatro pesquisadores contratados. A equipe, portanto, contou com 01 doutora, 02 mestres, 01 graduada e 04 graduandos. A interdisciplinaridade (Sociologia, Psicologia, Filosofia e Administração) foi um ponto fundante na escolha destes profissionais para que pudéssemos ter uma visão mais ampliada do objeto pesquisado e uma aplicação mais adequada das técnicas e métodos empregados. Os nomes, atividades desenvolvidas e formação dos membros da equipe da pesquisa estão expostos nas páginas iniciais desta publicação.

2. OBJETIVO

2.1 Objetivo Geral

Prospectar os impactos proporcionados pelo Banco Palmas junto aos usuários dos seus serviços no Conjunto Palmeiras e perceber o retorno de imagem do Banco a partir da implementação das suas ações de promoção de geração de ocupação e renda nos últimos 10 anos.

2.2 Objetivos Específicos

- Prospectar os impactos alcançados no Conjunto Palmeiras, a partir da implementação do Banco Palmas;
- Averiguar junto às organizações e moradores do território qual o seu entendimento sobre a contribuição do Banco Palmas para o desenvolvimento do Conjunto Palmeiras;
- Perceber qual a imagem do Banco Palmas formada junto aos usuários dos seus serviços e beneficiários dos seus projetos.

3. MARCO TEÓRICO DE ANÁLISE

3.1 O Território da Pesquisa

A articulação comunitária é certamente um dos mais eficazes meios de transformação dos aspectos socioeconômicos de localidades vitimadas pela pobreza. É assim que começa a história que aqui se segue, a partir da mobilização dos residentes do Conjunto Palmeiras, que uma vez organizados sob o direcionamento de sua associação comunitária apreenderam a possibilidade do desenho de uma realidade outra, cujo olhar volta-se à valorização da pessoa humana e à dignidade pressuposta por esta.

Na tentativa de atenuar as desigualdades implicadas pelo modelo econômico em voga – notadamente marcado por seu caráter utilitário no estabelecimento do lucro como escopo único de suas ações – essa comunidade do Conjunto Palmeiras dá início a um empreendimento inovador: o Banco Palmas, que pautado nos princípios da Economia Solidária tem contribuído para atenuar as dificuldades de acesso ao crédito e a indiferença que existia das autoridades públicas em relação aos moradores do bairro ao longo de dez anos de existência.

O prelúdio dessa história de uma década é a própria formação do Conjunto Palmeiras – uma favela situada na capital cearense – movimento dados entre os anos de 1973 e 1976. Nesse período, em virtude de enchentes em áreas de risco e de desapropriações de áreas de grande potencial especulativo, gerou-se um contingente de desabrigados provenientes das regiões do Lagamar, Aldeota, Poço da Draga, Arraial Moura Brasil, Morro das Placas e Verdes Mares (Todos bairros e favelas de Fortaleza). Essas famílias – cerca de 1,5 mil - foram posteriormente deslocadas, com o auxílio da extinta Fundação de Serviço Social de Fortaleza (FSSF), para uma região alagadiça e de muita vegetação, lugar onde as condições que subjazem uma vida digna não eram supridas sequer minimamente. (TOSCANO, 2003, p. 9).

A população que ali se formava, originando uma grande favela, percebia-se desassistida de qualquer serviço público e sérios problemas de infra-estrutura urbana, como: a falta de água, energia elétrica, saneamento básico e transporte. O mínimo de assistência recebida remetia à FSSF, cujos serviços estavam longe de atender as carências dos moradores, esboçando uma face meramente assistencialista. (SILVA JÚNIOR, 2004, p. 27). Desse modo, fez-se perceptível a necessidade da iniciativa popular para a resolução dessas questões que marcavam negativamente a localidade, o que se deu através da pressão junto ao poder público.

Já no final da década de 70, insinuam-se os primeiros resultados das ações desta ainda primitiva mobilização comunitária. Em 1977, surge a Emergência Comunitária do Conjunto Palmeiras e, em 1978, a primeira igreja católica é construída, sendo também formadas as Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) e a Juventude Cristã do Palmeiras (JUCRISPA). Ainda no mesmo ano, há a construção da Casa de Parto, da Escola de 1º Grau Audaci Barbosa, do Centro Social Urbano e do Posto Pedro Sampaio. Toscano (2003, p.11) afirma que o de 1979 foi de acelerado crescimento para o bairro, quando novas quadras são abertas e mais pessoas chegam em busca de habitação.

Essas conquistas obtidas através da organização popular provaram assim ser uma possibilidade real a transformação daquela área e desse modo, a comunidade

decidiu ampliar seu movimento social em busca de melhorias urbanas criando a Associação dos Moradores do Conjunto Palmeiras – ASMOCONP, em 1981. Esse fato é de imensa relevância no contexto do desenvolvimento histórico do Conjunto Palmeiras: “pela necessidade de organização é que surge a associação” (ASMOCONP, 1990).

De acordo com Silva Jr (2004, p. 28), a ASMOCONP passou a representar a vontade popular construindo suas atividades sobre três esferas: uma política, uma econômica e uma social. A primeira diz respeito à inserção da comunidade do campo das questões públicas; a segunda trata-se das atividades produtivas realizadas pela Associação numa tentativa de reforço à economia local; a última, por sua vez, remete ao resgate dos laços sociais muitas vezes degradados pela precariedade das condições de vida dessas pessoas.

Dentre muitos momentos de marcante atuação da ASMOCONP, merece destaque uma de suas maiores lutas, a saber, a consecução do abastecimento de água. No ano de 1988, Tasso Jereissati exercia seu primeiro mandato de Governador do Estado do Ceará. Em meio ao processo eleitoral, o então candidato havia afirmado ser propósito de seu futuro governo, caso eleito, suprir o problema do abastecimento de água do Conjunto Palmeiras. Uma vez eleito, o Governador não deu seguimento à sua promessa de campanha, frustrando as expectativas dos residentes do bairro. Rejeitando uma postura de passividade frente à posição do poder público, a população – articulada pela ASMOCONP – mobilizou-se em torno deste objetivo e a fim de alcançá-lo passou a pressionar o Governo do Estado, concentrando-se no palácio do governo. (SILVA JR, 2004, p. 31). Não havendo abertura para um canal de diálogo por parte do Governo, a comunidade dirigiu-se a este em forma de ultimato: caso a implantação da rede de água do Conjunto Palmeiras não se efetivasse, perfurariam a tubulação da adutora responsável pelo abastecimento de água da cidade de Fortaleza, que passava pelo território do bairro. No depoimento de uma das lideranças, em ASMOCONP (1990, p.31) temos: “houve passeata e até ação pública na porta da CAGECE⁴”. Em vista deste forte posicionamento da comunidade, o Governo do Estado cedeu, iniciando as obras que permitiriam a distribuição de água do Palmeiras.

Outro importante acontecimento dá-se por volta de 1990: a aproximação da GTZ – Cooperação Alemã para o Desenvolvimento – que em um convênio estabelecido em parceria com o Governo do Estado, inicia no Conjunto Palmeiras o projeto PRORENDA. Os recursos advindos deste projeto destinaram-se à construção do canal de drenagem, sendo esta decisão fruto de um seminário entre as lideranças da comunidade, que buscava a solução do problema das enchentes, tão conhecido entre os moradores: Conforme ASMOCONP (1998, p.10), “passamos dez anos lutando pela drenagem do Conjunto Palmeiras. O canal era uma grande reivindicação”. Parte dos recursos foi, ainda, direcionada à ampliação da ASMOCONP, à construção de uma praça e ao custeio de pequenos projetos de natureza cultural e social.

Em 1991, realiza-se o Seminário Habitando o Inabitável, evento que configura duas importantes deliberações: a criação da União das Associações e Grupos Organizados do Conjunto Palmeiras (UAGOCONP) e a definição de um plano que

⁴ A Companhia de Água e Esgoto do Ceará (CAGECE) é sociedade de economia mista de capital aberto, que tem por finalidade a prestação dos serviços de água e esgoto em todo o Estado do Ceará.

desse conta da urbanização do bairro num período de dez anos. (TOSCANO, 2003, p.13).

Outro momento de grande relevância destacado no mosaico memorial da história de lutas da comunidade revela-se por entre os anos de 1991 e 1992. Nesse período implementa-se o PROSANEAR – programa de saneamento urbano realizado na cidade de Fortaleza. Embora sendo a construção de uma rede de esgotamento sanitário necessidade há muito apontada pelos moradores do bairro, o Conjunto Palmeiras não obteve prioridade na implantação deste projeto. Mais uma vez a pressão popular fez-se imprescindível e no ano de 1995, o Governo do Estado foi impelido a incluir no PROSANEAR o Conjunto Palmeiras. (SILVA JÚNIOR, 2004, p. 32).

Finalmente, em 1997, realiza-se outro “Seminário Habitando o Inabitável” dessa vez de avaliação do seminário anterior. Nesse momento, a comunidade percebe que a proposta de urbanização de sua localidade de fato efetivava-se, no entanto, entre os residentes do bairro crescia a deficiência financeira, era imensa a carência de emprego e pouca empregabilidade entre a população local. Em virtude disso, o Encontro delibera a criação de um mecanismo capaz de promover a geração de trabalho e renda no Conjunto Palmeiras. De acordo com Melo Neto & Magalhães (2003, p. 18), nasce assim, em 1998, o Banco Palmas – “um sistema integrado que organiza e articula os moradores do Conjunto Palmeiras para produzirem e consumirem no próprio bairro, articulados em rede”.

A inspiração é asiática. Remete-se ao trabalho realizado pelo economista Muhammad Yunus – vencedor do prêmio Nobel da Paz 2006, alunos e outros professores do curso de Economia da Universidade Chittagongf, em Bangladesh. Esse grupo foi responsável, nos anos 70, pela criação do Grammen Bank (Banco da Aldeia), um banco popular que adotou o microcrédito como política de inclusão socioeconômica. (YUNUS; JOLIS, 2006)

Seguindo a linha do Grammen, o Banco Palmas trabalha com a concessão de microcrédito, porém, como evidenciam Melo Neto & Magalhães (2003, p.18), “vai muito além do simples ato de concessão do microcrédito. 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.” O que lhe assegura um caráter distintivo quando equiparado a organizações que atuam neste tipo de serviço.

Os anos de 1998 até 2007 terão, portanto, um novo e importante protagonista institucional: o Banco Palmas. O contexto do Conjunto Palmeiras, nesses dez anos merece o destaque que o Banco Palmas parece impor e será tratado no tópico seguinte. Contudo, destacaremos ainda aqui um relevante fato ocorrido no final do ano de 2007: após trinta e cinco anos, em reconhecimento as conquistas da sua população – aproximadamente 30 mil habitantes – no campo da urbanização e acesso a serviços públicos, o Conjunto Palmeiras foi elevado a bairro, em 30 de novembro.

3.2 A Organização em Foco

O Banco Palmas representa um projeto de desenvolvimento local que a partir da organização comunitária que articula simultaneamente produção, comercialização, financiamento e capacitação da comunidade, tendo em vista dinamizar a economia local e fortalecer a relação de vizinhança entre os moradores. Segundo Melo Neto &

Magalhães (2003, p. 18), estabelece, pois, uma rede de solidariedade que se estende entre os residentes do bairro, buscando “integrar em um mesmo cenário, instrumentos de crédito, produção, comercialização e consumo na perspectiva de remontar as cadeias produtivas, oportunizando trabalho, renda para os moradores”.

Pode-se dizer que seja um desdobramento da velha filosofia de que a união faz a força: a integração de consumidores e produtores gera um terceiro termo, os prossumidores e assim permite que a renda circule no próprio bairro. E se a renda não escoar para outra parte o crescimento econômico vira realidade e nesse processo, todos ganham.

Silva Júnior (2006) afirma que pela peculiaridade de sua forma de operar o Banco Palmas não pode ser enquadrado numa tipologia oficial de organizações que atuam no campo do microcrédito. Não é uma instituição financeira ou mesmo um empreendimento formal, “qualquer enquadramento do Banco Palmas dentro dos grupos de entidades, formalmente estabelecidos, de concessão de microcrédito – cooperativas de crédito, sociedades de crédito ao microempresário (SCM), bancos do povo (instituições criadas pelo poder público) – pode ser considerado um enorme equívoco”⁵.

Algumas análises (REDE, 2006a; SILVA JR, 2006; FRANÇA FILHO, 2007) expõem o Banco Palmas como o que se convencionou chamar de Banco Comunitário. O Banco Comunitário é um sistema financeiro que visa à geração de trabalho e renda em localidade pobres, sendo de natureza associativa e comunitária e tendo por princípio a lógica da Economia Solidária. Para França Filho (2007), os bancos comunitários são experiências de economia solidária, e como tal, nos convida a experimentação de um outro tipo de economia (efetivamente a favor do bem estar humano e social). Muitas são as razões indicando sua originalidade. Segundo este autor, devemos reconhecer duas condições que tornam o Banco Comunitário, um tipo de banco e de experiência de microcrédito incomum: a hibridação de economias e a construção conjunta da oferta e da demanda.

O Banco Palmas tem a sua coordenação e a gestão de recursos efetuados pela própria comunidade através de sua Associação Comunitária, ASMOCONP. O Banco dispõe de duas linhas de crédito: uma em moeda nacional e outra em Moeda Social Circulante Local – o *PALMAS*. No tocante a forma de operacionalização e caracterização destas linhas de crédito tem-se:

- I. Juros justos revelam-se imprescindíveis e são cobrados tendo por base a situação econômica de cada cliente, trata-se de observar desigualmente os desiguais;
- II. Quanto às garantias de pagamento, repousam-se na confiança no outro. Ao fazer o cadastro de um futuro tomador de empréstimo, os analistas do Banco Palmas não têm em vista consulta a órgão de restrição ao crédito. A única

⁵ Em REDE (2006a) e Silva Júnior (2006) tem-se que as características que se acredita distinguem os Bancos Comunitários destas demais experiências de microcrédito – e o Banco Palmas se enquadra nesta caracterização – são: i) A coordenação do Banco e gestão dos recursos são efetuados por uma organização comunitária; ii) A utilização de linhas de microcrédito para a produção e o consumo local com juros justos que possibilitam a geração de renda e oportunidades de trabalho em toda a comunidade; iii) A concessão e cobrança dos empréstimos são baseados nas relações de vizinhança e domesticidade, impondo um controle que é muito mais social que econômico; e iv) A criação de instrumentos alternativos de incentivo ao consumo local – cartão de crédito e moeda social circulante local – que são reconhecidos por produtores, comerciantes e consumidores como eficazes para a dinamização da economia local.

consulta realizada é uma abordagem dos moradores do bairro, que atestam ou não a confiabilidade do candidato ao crédito, garantindo um controle social do banco;

III. A cobrança do empréstimo baseia-se também nas relações de vizinhança e proximidade, impondo um controle mais social que propriamente econômico.

O Banco conta ainda com instrumentos alternativos que incentivam o consumo dentro da comunidade como a já citada Moeda Social Circulante Local. Também conhecida por circulante local ou moeda local, a moeda social do Conjunto Palmeiras – *PALMAS* – circula livremente numa grande variedade de empreendimentos do bairro. Consiste em uma moeda complementar à moeda nacional que tem por finalidade permitir a ampliação do comércio local. Segundo MELO NETO & MAGALHÃES (2006, p. 41) a moeda “objetiva fazer com que o ‘dinheiro’ circule na própria comunidade, ampliando o poder de comercialização local, aumentando a riqueza circulante na comunidade, gerando trabalho e renda localmente”. A moeda social possui lastro em real e todos os componentes de segurança de uma moeda oficial, como marca d’água, código de barra, número serial.

No Conjunto Palmeiras quem compra utilizando o circulante local recebe descontos dos comerciantes, medida de incentivo ao seu uso. Os produtores e comerciantes que aceitam a moeda social e são cadastrados no Banco Palmas têm direito de trocá-la por real, quando precisarem realizar alguma operação monetária fora do bairro. Aos consumidores, no entanto, não é permitido a troca de Palmas por real. É necessário que tal controle seja bem efetuado a fim de se evitar que os tomadores de crédito em moeda social retornassem ao banco no intento de fazer a troca tendo em vista apenas conseguir reais (MELO NETO & MAGALHÃES, 2005, p.51). A moeda social circulante possibilita um equilíbrio entre produção e consumo, além de carregar valores de seu lugar de origem, afirmando a identidade local.

Ao longo de seu desenvolvimento, a práxis inovadora do Banco Palmas passou a ter o reconhecimento de organizações governamentais, não governamentais e multilaterais, em virtude da eficácia de seu combate à exclusão social. Surge assim a percepção, que ainda carece de mais dados para validação, de que a metodologia empregada neste empreendimento era perfeitamente exequível e replicável. Desse modo, no ano de 2003, o Banco Palmas cria o Instituto Palmas de Desenvolvimento e Socioeconomia Solidária, cujo escopo é a difusão das metodologias e tecnologias sociais realizadas no Banco Palmas, no Brasil e no exterior.

O modelo do Banco Palmas inaugura uma expansão metodológica, a partir de 2003, através do Instituto Palmas, cuja função é difundir as metodologias e tecnologias sociais desenvolvidas pelo Banco Palmas no Brasil e no Exterior. Em setembro de 2004 é constituído o primeiro banco comunitário com a metodologia replicada a partir do Banco Palmas. No ano de 2005, a idéia de implantação de Bancos Comunitários começou a se consolidar e vários parceiros procuraram o Instituto Banco Palmas com o intuito de constituir uma experiência deste tipo em várias comunidades de algumas cidades do Brasil.

Também em 2005, o Ministério de Poder para Economia Comunal (MINEC) da Venezuela deu mostras de interesse da replicação da experiência do Banco Palmas em território venezuelano, o que já acontece em muitas comunidades daquele país. Implantados através de uma política pública específica, os *bancos comunales* da

Venezuela, seguem princípios parecidos aos dos bancos comunitários brasileiros, sendo inclusive geridos por organizações populares, os *consejos comunales*.

Entendendo essa experiência que articula ao mesmo tempo produção, comercialização, financiamento e capacitação da comunidade, como instrumento de fomento ao desenvolvimento territorial, o Governo Federal do Brasil, através da Secretaria Nacional de Economia Solidária – SENAES/MTE instiga a replicação deste empreendimento por meio do **Projeto de Apoio à Organização de Bancos Comunitários** proposto pelo Instituto Palmas. Esse projeto tem investido desde 2005 recursos nessas iniciativas, possibilitando a sua expansão e consolidação em território nacional.

Em quatros anos de existência, o Instituto Palmas tem colaborado para a implantação e consolidação das iniciativas de Bancos Comunitários no Brasil, tendo por meta torná-las política pública. A disseminação desta experiência que “começou com apenas dez clientes a partir de um empréstimo de R\$ 2.000 (dois mil reais) contraído junto à ONG *Cearah Perifeiria*” (ASMOCONP, 2000, p.5) já é visível em diversas cidades do país, como: Dourados/MS, Vila Velha/ES, Vitória/ES, Simões Filho/BA, Salvador/BA, João Pessoa/PB, Palmácia/CE, Santana do Acaraú/CE, Paracuru/CE, Beberibe/CE, Irauçuba/CE, Paramoti/CE, Maranguape/CE, Maracanaú/CE, Fortaleza/CE, Alcântara/MA e São João do Arraial/PI.

O Instituto Palmas é responsável por um trabalho de consultoria e assessoria à criação de novos bancos comunitários, sendo essas atividades financiadas e apoiadas pela SENAES/MTE. O **Projeto de Apoio à Organização de Bancos Comunitários** investiu nesta proposta tendo em vista fazer da experiência dos Bancos Comunitários uma referência nos serviços de microcrédito com juros justos e acessível às camadas mais pobres da população. Embora não haja ainda a constituição de um marco legal – o que possibilitaria a consecução de recursos para o fundo de crédito dos bancos comunitários – em 2006, inicia-se parceria com o Banco Popular do Brasil, o que deu a essas experiências um maior suporte no que diz respeito a recursos financeiros destinado à formação do fundo de crédito dos bancos.

Segundo Silva Jr (2007, p. 3), no primeiro semestre de 2006, realizou-se uma pesquisa intitulada *Avaliação da Implantação de Bancos Comunitários para o Desenvolvimento Territorial no Estado do Ceará - Ano I*, cujo escopo consistia na avaliação dos quatro bancos comunitários cearenses apoiados pela SENAES (Banco Palmas, Fortaleza; Banco Serrano, Palmácia; Banco Par, Paracuru; Banco BASSA, Santana do Acaraú) incluídos no **Projeto de Apoio à Organização de Bancos Comunitários** e de que modo contribuíram enquanto instrumento de desenvolvimento territorial. No mesmo ano, com a renovação do convênio entre SENAES e Instituto Palmas, passou-se a investir na consolidação dos 04 bancos cearenses estudados e mais 04 bancos comunitários em fase de implantação (Bancart, Irauçuba/CE; Banco Paju, Maracanaú/CE; Banco BEM, Maranguape/CE; Banco Bandesp, Beberibe/CE). Nesse segundo momento, a pesquisa *Avaliação dos Impactos de Implantação e Consolidação de Bancos Comunitários para o Desenvolvimento Territorial no Estado do Ceará – Ano II* tomou por análise a metodologia de implantação e consolidação dos Bancos Comunitários e os impactos do Projeto no desenvolvimento territorial das comunidades.

De acordo com Joaquim de Melo Neto⁶, Diretor Presidente do Instituto Palmas e Coordenador do Banco Palmas, as expectativas para o ano de 2007 realizaram-se com sucesso. O Instituto Palmas conseguiu aumentar seu fundo de crédito de apoio aos bancos comunitários já constituídos junto ao Banco Popular do Brasil, elevando-o de R\$ 120.000,00 para R\$ 700.000,00. Já em relação ao Banco Palmas, a ampliação do fundo de crédito possibilitou um incremento na disponibilidade de empréstimos para as famílias do Conjunto Palmeiras, aumentando o número de famílias beneficiadas e disponibilizando crédito em valores maiores. O quadro 2 abaixo expõe os resultados consolidados da carteira crédito e de outras ações do Banco Palmas no ano de 2007.

AÇÃO	VALOR
Créditos produtivos (empréstimos em reais)	250
Valor total emprestado em reais	R\$ 358.697,45
Créditos de consumo (empréstimo em moeda social – Palmas)	609
Valor total emprestado em moeda social – Palmas	3.647,00
Câmbio (troca de Palmas por Reais)	R\$ 85.000,00
Valor movimentado em Palmacard	R\$ 15.000,00
Comerciantes cadastrados para receber moeda social	215
Pessoas atendidas com crédito (em Palmas e reais)*	254
Alunos capacitados pela Palmatech**	350
Feiras realizadas	18

* Uma família pode pegar vários créditos durante o ano.

** Escola de Economia Solidária. Inclui cursos profissionalizantes e outros.

Fonte: Informativo Banco Palmas (2007)

Quadro 2 – Resultados do Banco Palmas em 2007

Ainda em 2007, outro avanço das ações do Banco Palmas sobre o bairro do Conjunto Palmeiras se deu na área cultural com a implementação do BATE PALMAS. O “Bate Palmas” é um projeto de arte e educação que promove atividades durante as festas regionais – como Carnaval e São João – tendo em vista resgatar a cultura da solidariedade e potencializar as ações educativas do Banco Palmas no campo da Economia Solidária.

Conforme Joaquim de Melo Neto⁷, no ano de 2008, o Banco Palmas terá por objetivo a ampliação do atendimento para 500 famílias, além da ampliação da circulação da moeda social, fazendo com que esta circule entre os aproximadamente 60.000 habitantes das comunidades adjacentes: Conjunto São Cristóvão, Sítio São João e Santa Filomena. A expectativa é aumentar em 100% o montante de moeda social, elevando o número de Palmas em circulação de 20 mil para 40 mil.

No mês de fevereiro de 2008, foram realizados os festejos em comemoração ao aniversário do Banco Palmas, que há dez anos se propõe como uma experiência de fomento ao desenvolvimento territorial, no Conjunto Palmeiras. Este relatório pretende expor os resultados de uma avaliação que buscou verificar como os

⁶ Entrevista realizada em 14 de fevereiro de 2008.

⁷ Idem.

tomadores de crédito, usuários da moeda social, participantes dos projetos, parceiros e lideranças do Conjunto Palmeiras percebem os impactos da ação do Banco Palmas na mitigação da exclusão socioeconômica no bairro, após estes 10 anos.

3.3 Avaliação de Projetos Comunitários

Dentro dos processos de constituição e manutenção de organizações comunitárias, seus gestores, na maioria das vezes, deixam de lado uma importante fase para o prosseguimento de suas atividades: a avaliação. Segundo Cano (2004, p.13), esta consiste no método de precisar se determinada organização atingiu ou não os objetivos previstos. Trata-se de analisar a organização em dois momentos, antes e depois da implementação, para verificar se a mudança esperada se concretizou. Nos processos de avaliação, após as etapas de coleta, análise e interpretação de informações, emite-se um parecer sobre a situação do fenômeno avaliado.

Contudo, os procedimentos avaliatórios não devem ser encarados em sentido estrito, principalmente, quando se tratam de um projeto comunitário. Sua principal função é ser um processo educativo, onde o aprendizado é a ferramenta que possibilita maior compreensão das dificuldades enfrentadas, assim como, permite a união entre o saber técnico (daquele que avalia) e o saber real (a comunidade avaliada) (TENÓRIO, 2003, p. 14).

Assim, a avaliação deve envolver os gestores da organização, seus apoiadores e a comunidade beneficiada. É fundamental, então, que as organizações estabeleçam processos de monitoramento e avaliação na fase inicial, nas fases intermediárias e no encerramento das atividades, ações e projetos da organização. Isto torna mais provável identificar possíveis falhas, perceber como a comunidade enxerga tal organização e se esta satisfaz as necessidades a que se propôs.

Tendo por base a classificação proposta em Tenório (2003, p. 73-75) para os modelos avaliatórios, podemos tipificá-los em quatro tipos: a) avaliação do processo de gestão: observar como as decisões foram tomadas; b) avaliação dos objetivos e metas: procura-se investigar se os objetivos foram alcançados, como, quando e em quais proporções; c) avaliação comparativa: analisa-se a situação da comunidade antes e depois da implementação do projeto; d) avaliação custo-benefício: compara o custo do projeto com os benefícios esperados e alcançados.

O autor alerta, ainda, para possíveis dificuldades na avaliação, como a resistência por parte dos que trabalham na organização e da própria comunidade, ou a falta de recursos para realizá-la. Para tanto, ele sugere que esta deve envolver o maior número de pessoas possível e ressaltar, também, a criatividade dos executores e os benefícios alcançados.

3.4 O Tradicionalismo das Pesquisas em Administração

Nas Ciências Sociais, precisamente durante os séculos XIX e XX, boa parte dos estudos era dedicada a questionar qual opção metodológica deveria ser usada para se chegar a dados válidos (CANO, 2004, p. 92). A questão da qualidade da pesquisa na área da Administração ganhou força no Brasil somente a partir de 2001, com a inserção do tema nos Encontros Acadêmicos da ANPAD⁸, onde passou a despertar a preocupação dos pesquisadores e propiciou um aumento das discussões nessa

⁸ Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração.

área (VIEIRA, 2006, p. 13). Entretanto, isto não significa dizer que as antigas tradições da pesquisa em Ciências Sociais tenham sido superadas por completo na área da Administração, e que outras correntes tenham ganhado a mesma importância.

Segundo Misoczky (2006, p. 73), o tradicionalismo persiste, principalmente, pela necessidade de conhecimento prático, pela percepção das organizações como entes autônomos e, sobretudo, pelo método cientificista positivista. Para a autora, este modelo busca conexões entre variáveis, enfatizando medições e dados estatísticos. Ademais, uma pesquisa pautada neste paradigma deve mostra-se, ainda, operacionalizável, generalizada e replicável.

Assim, outros modelos metodológicos ficaram relegados ao segundo plano por acreditar-se que sua (aparente) complexidade e falta de rigor técnico impossibilitassem pesquisas confiáveis. Outro argumento defendido pelos cientificistas positivistas para a escolha de seu paradigma é que este representa melhor a realidade, o mundo (a organização), sendo, portanto, mais próximo da “verdade” (MISOCZKY, 2006, p. 74).

Em oposição a este pensamento, pesquisadores fundados defendem a aplicação de métodos mais subjetivos, baseando-se no pressuposto de que os estudos organizacionais não têm por objetivo descobrir a verdade, mas dar significado às suas ações. Há, ainda, os que defendem o trabalho conjunto entre diferentes técnicas de pesquisa, uma vez que “dada a complexidade da vida organizacional, assume-se que uma meta-narrativa não é capaz de compreendê-la na sua totalidade”, conforme Viera (2006, p. 14).

Todavia, a superação do paradigma tradicional na pesquisa em Administração é urgente em virtude de suas limitações, afirmando-se a emergência da utilização de métodos pautados em aspectos subjetivos e qualitativos..

3.5 A Dicotomia Quantitativo-Qualitativo

A partir do reconhecimento de metodologias que escapam às concepções tradicionais, outra questão acerca do método é levantada na pesquisa em organizações: o pesquisador deve optar por técnicas quantitativas ou qualitativas?

No século XX, a dicotomia entre os dois métodos causava polêmica entre os cientistas sociais e os debates alcançavam desde questões técnicas mais abrangentes à questões políticas. Reichardt; Cook *apud* Cano (2004, p. 91-92) revela que a discussão entre as técnicas de coleta de informações artificiais dos métodos quantitativos e a necessidade de um pesquisador mais comprometido com certos valores reivindicado pelos defensores do método qualitativo acabou por obscurecer o debate. Durante anos, a discussão favoreceu o paradigma quantitativo, elevando-o à categoria de método de pesquisa mais seguro em razão de se acreditar que metodologias qualitativas não possuíam o rigor científico dos primeiros.

De acordo com Vieira (2006, p. 15) e Cano (2004, p. 93), por técnica quantitativa entende-se como aquela em que as informações são expressas, de modo geral, numericamente e está voltada para a verificação de teorias (contexto de justificação). Já a técnica qualitativa é aquela onde há descrição detalhada dos fenômenos e elementos, dos discursos, depoimentos, do contexto e volta-se para a geração de teorias a partir dos dados analisados (contexto de descoberta). Nesta

percepção estática, a pesquisa quantitativa visa a responder questões do tipo “o que?”, enquanto a qualitativa responde as do tipo “por que?” e “como”.

Dessa forma, a (falsa) dicotomia entre os dois métodos leva os pesquisadores a optarem, de um modo geral, por técnicas fundadas em apenas um deles. Para Vieira (2006, p. 16), essa escolha gera três problemas para a pesquisa:

- i. O primeiro deles refere-se às limitações que a opção por um só método ocasiona à interpretação dos fenômenos.*
- ii. O segundo problema trata da questão a ser avaliada na pesquisa. Como o pesquisador, na maioria das vezes, domina apenas um viés metodológico, ele acaba escolhendo a questão relevante do fenômeno avaliado com base apenas no que ele domina. As demais questões do caso em análise são postas de lado porque sua avaliação dependerá de outra prática.*
- iii. O terceiro deles é que os pesquisadores, em consequência da escolha, não desenvolvem habilidades no outro método.*

Assim, o ideal é a pesquisa baseada tanto em práticas quantitativas como qualitativas, uma vez que os dois métodos possuem suas limitações e a aplicação deles em conjunto propicia uma compreensão melhor da complexidade das organizações, além de ser necessária para dar consistência à fundamentação da pesquisa (JOIA, 2006, p. 129).

4. FUNDAMENTOS METODOLÓGICOS

As várias escolhas metodológicas realizadas para viabilizar este estudo tinham tanto o propósito de incluir uma diversidade de formas de captura de dados que atendesse as especificidades de cada público alvo investigado quanto visava permitir com maior propriedade a validação dos dados. Em outras palavras, esta validação ocorreu através da triangulação das fontes de informações distintas. A triangulação se tornou efetiva depois da captura das informações através de consulta a documentos oficiais e bancos de dados secundários, observações diretas, realização de entrevistas, de survey e de grupos focais. Entre 04 de novembro de 2007 e 14 de fevereiro de 2008 foram capturados todos os dados e iniciou-se então o cruzamento entre as diversas fontes, ratificadas com as observações diretas e se produziu este relatório final da pesquisa “AVALIAÇÃO DE IMPACTOS E DE IMAGEM DO BANCO PALMAS - 10 ANOS”.

4.1 Perguntas de Partida

A captura dos dados ocorreu orientada a partir de grupo de perguntas de partidas definidas no alinhamento metodológico que aconteceu em novembro de 2007. Estas perguntas foram:

- Quais os impactos das ações do Banco Palmas no Conjunto Palmeiras, ao longo dos últimos 10 anos?
- Qual o retorno de imagem do Banco Palmas construído no imaginário dos usuários dos serviços e participantes de suas ações?

4.2 Público-Objetivo

O universo pesquisado foi o dos participantes (moradores do Conjunto Palmeiras) de algumas ações selecionadas promovidas pelo Banco Palmas. As ações selecionadas foram: Bairro-Escola (projeto cujo público alvo são jovens que são capacitados para o trabalho a partir de ofícios ofertados no bairro), Moeda Social (Moeda Circulante Local que busca ampliar a riqueza no bairro, na medida em que seus usuários fazem a moeda circular mais vezes no local), Microcrédito (Empréstimo concedido aos empreendedores do bairro para investimento em produção e consumo) e Correspondente Bancário (Serviços do Banco Popular do Brasil oferecidos aos moradores do bairro, através de quiosques na sede do Banco Palmas).

4.3 Escolhas Metodológicas

Uma das tarefas do pesquisador, seguramente a mais importante, é identificar o método cuja análise, empregada *a posteriori*, seja mais adequada e as conclusões possam fazer sentido (AYROSA; SAUERBRONN, 2006, p. 189). Para fundamentar esta pesquisa, optamos pela escolha de métodos qualitativos e quantitativos e, através dos dados coletados, prosseguirmos para a validação das informações. Utilizaremos o método de cruzamento de dados denominado **Triangulação de Fontes de Dados**, pois se mostra como a técnica mais recomendada. Cano (2004, p. 94) afirma que, além desta metodologia permitir a confrontação entre os dados captados na aplicação das várias técnicas, melhora – sensivelmente – a qualidade da mensuração. Como cada prática metodológica possui suas limitações, a

concorrência de várias delas melhora a validade e atribui confiabilidade aos resultados.

Patton *apud* Joia (2006, p. 129-130) estabelece vários tipos de triangulação, a de dados, de teorias, de investigadores e a de métodos. O objetivo é trazer consistência para os resultados do estudo realizado, pois uma fundamentação consistente é imprescindível para a validade da pesquisa.

Dessa forma, nesta pesquisa “AVALIAÇÃO DE IMPACTOS E DE IMAGEM DO BANCO PALMAS - 10 ANOS” empregaram-se as seguintes técnicas: **a) pesquisa documental:** onde se analisou o banco de dados da organização e se fez um levantamento dos projetos e atividades realizadas pela ASMOCONP/Banco Palmas na comunidade; **b) pesquisa bibliográfica:** através da análise crítica da literatura que trata das temáticas pertinentes ao objeto da avaliação e sobre a própria ASMOCONP/Banco Palmas; **c) pesquisa de campo:** com a aplicação de questionários com usuários dos serviços e beneficiários dos projetos do Banco Palmas, entrevistas com beneficiários dos serviços, moradores da comunidade, apoiadores e representantes de organizações parceiras da ASMOCONP/Banco Palmas, realização de grupos focais e a observação direta na organização. Após o levantamento dos dados, estes foram validados e cruzados para a análise.

4.4 A Pesquisa Documental e a Pesquisa Bibliográfica

Antes de se iniciar a pesquisa de campo, o pesquisador deve conhecer o fenômeno a ser avaliado. Para Santos (2005, p. 193), a coleta deste material, que servirá para a fundamentação da pesquisa e como ponto de partida do pesquisador, possui três objetivos: a) a confirmação das proposições que tenham caráter mais geral; b) a possibilidade de revisar o objeto a ser avaliado; c) a ampliação do escopo narrativo, permitindo maior compreensão e descrição do fenômeno.

Nesta fase, o pesquisador deve selecionar todo o material teórico existente sobre o tema, que poderá ser livros, artigos científicos ou qualquer outro material que tenha validade, bem como, fazer um levantamento sobre a organização avaliada, sua história, ações desenvolvidas, e consultar seu banco de dados.

Em relação a estas técnicas de levantamento de dados, nesta pesquisa, ocorreu entre os dias 09 de novembro e 20 de dezembro de 2007. Na pesquisa documental, realizou-se a análise de banco de dados da ASMOCONP/Banco Palmas em relação a todos os projetos desenvolvidos pela organização e atividades realizadas desde sua criação, assim como, consultou-se documentos oficiais produzidos por esta instituição ou em parcerias com ela. Igualmente, utilizou-se da pesquisa bibliográfica através da leitura e análise crítica da literatura pertinente ao fenômeno em análise: Metodologias de Avaliação de Ações Comunitárias, Desenvolvimento Territorial, Economia Solidária, Microfinanças, Gestão Social, e produções científicas sobre a ASMOCONP/Banco Palmas, e da própria organização sobre sua história e suas conquistas.

4.5 Observação direta

É a técnica onde o pesquisador se insere total ou parcialmente na organização a ser avaliada e passa a viver o cotidiano de seus integrantes. Inicialmente, o pesquisador se insere no campo de estudo e observa o comportamento dos membros da organização. A partir daqui, ele passa a coletar dados, interpretá-los e integrá-los. Também passa a realizar conversas informais e anotar acontecimentos. É

imprescindível que o pesquisador faça anotações das expressões do grupo analisado e de suas próprias impressões dos acontecimentos, criando uma espécie de diário que facilitará na hora da discussão dos resultados da pesquisa (VIEIRA; PEREIRA, 2005, p. 227-228).

Todavia, Silva Júnior (2004, p. 23) alerta que esta técnica possui grande capacidade de produzir observações corrompidas e até deturpada, pois o pesquisador pode assumir posições da organização em estudo. Entretanto, para o autor, a observação participante implica em intensificar as relações entre investigador e objeto, uma vez que se deixa de trabalhar apenas com informantes para realizar a observação diretamente.

Nos meses de novembro de 2007 a fevereiro de 2008 foram realizadas visitas ao Banco Palmas, nestes momentos foram realizadas observação e verificação *in loco* da operacionalização de alguns produtos e serviços do objeto pesquisado.

4.6. Entrevistas

Outra técnica muito utilizada na coleta de dados é a entrevista. Para Pinheiro *apud* Santos (2005, p. 184) pode ser conceituada como uma prática discursiva, onde se obtém informações através de perguntas, semi-estruturadas ou não, em que não há uma lista de perguntas, mas questões estratégicas que podem ser levantadas em qualquer ambiente (ELLIOT; JANKEY-ELLIOT *apud* VIEIRA; PEREIRA, 2005, p. 228). Santos (2005, p. 184), por sua vez, enfatiza que a participação do pesquisador é imprescindível à pesquisa, pois a prática discursiva é resultado da interação entre pesquisador e entrevistado, sendo ambos partes ativas no processo.

Para esta pesquisa, realizaram-se entrevistas com lideranças do bairro, ex-integrantes da ASMOCONP/Banco Palmas e representantes de organizações que apóiam seus trabalhos. As perguntas tiveram por base os quesitos do questionário e foram realizadas 10 entrevistas, nos dias 24, 25, 26 e 29 de janeiro e 07 de fevereiro de 2008. Estas entrevistas foram realizadas com lideranças comunitárias do bairro, representantes das pastorais, padre, dirigentes de instituições públicas e ex-presidentes da ASMOCONP.

Os entrevistados foram o Sr. Cirilo (membro da Pastoral Operária, do Movimento Conselho Popular – MCP, do Conselho de Saúde e do Conselho de Assistência Social), Sr. Rafael (ator e professor de teatro), Sr. Manuel (integrante da Pastoral Operária e um dos líderes comunitários do Palmeiras), Sr. Augusto (um dos fundadores da ASMOCONP, integrante da ABVV, assessor parlamentar), Sr. Matias (primeiro presidente da ASMOCONP), Sr. Benevaldo (membro da Associação de Defesa da Vida Chico Mozart, Presidente da Associação de Movimentos Sociais), Sr. Irã (comerciante, membro da Ascojan), Sr. Henrique E. Araripe (coordenador do projeto ABC da Secretaria do Trabalho e Desenvolvimento Social) e Padre Lauri. Estes entrevistados tinham em média 26 anos de residência no Conjunto Palmeiras.

Portanto, as suas vivências com o dia-a-dia da comunidade nestes anos todos permitira conclusões mais embasadas sobre os impactos do Banco Palmas e se encontrar elementos mais substanciais sobre a percepção deles quanto a imagem do Banco Palmas. As entrevistas foram semi-estruturadas e levaram em média 30 minutos de diálogo. Deste modo, algumas perguntas foram elaboradas e repetidas junto aos entrevistados, mas outras foram agregadas dependendo da condução da entrevista com cada entrevistado. No **quadro 3**, a seguir, estão elencadas as perguntas comuns e as principais respostas dos entrevistados.

PERGUNTAS-CHAVES	RESPOSTAS
<p>Em sua opinião, o Banco Palmas tem ajudado o desenvolvimento do Conjunto Palmeiras?</p>	<p>Sr. Henrique - “O Palmas é o esqueleto de sustentabilidade de uma série de outros projetos que beneficiam o bairro. O Palmas deixou de ser só um banco. Ele se preocupa, além da parte econômica, com a parte social e cultural”.</p> <p>Padre Lauri - “É complicado avaliar, não conheço profundamente. Eu acredito que da minha parte falta uma disposição maior para o trabalho em rede, embora eu instigue as ações de mobilização. Bem, eu não conheço profundamente. Eu falo o que eu escuto, mas tenho interesse de conhecer”.</p> <p>Sr. Irã - “O Banco Palmas é uma referência de alto nível para o bairro; tá na mídia. Dá palestra em capitais. Eu fico orgulhoso por isso. Nasceu pequeno e hoje tem um grau de conhecimento avançado. Dá oportunidade a quem quer. A maior conquista foi a comunidade ser levada pela própria comunidade! A comunidade passa a fazer algo por ela mesma”.</p>
<p>Em sua opinião, o que o Banco Palmas representa para o Palmeiras?</p>	<p>Sr. Matias - “Eu acho que sim, ajudou muito. O bairro avançou muito”.</p> <p>Sr. Augusto - “O bairro melhorou muito. As pessoas têm obrigação de defender o Banco Palmas. As pessoas que trabalham lá são muito competentes. Hoje é o bairro com o maior número de escolas públicas. O Banco Palmas trabalha pelo coletivo”.</p> <p>Sr. Rafael - “O Banco Palmas desenvolve um trabalho muito bom. A prestação dos serviços é muito prática. Não vejo desvantagens na atuação do Banco”.</p> <p>Sr. Cirilo - “Para muitas pessoas do bairro, ele tem ajudado. O trabalho é muito bom. Trouxe desenvolvimento e prestígio para o bairro”.</p>
<p>O(A) Sr(a) consegue imaginar o Palmeiras sem o Banco Palmas?</p>	<p>Sr. Henrique - “Seria uma perda muito grande. Não vejo o Palmas como um banco; é bem mais que isso. É um espaço aberto à comunidade, assistindo-a em várias dimensões, por isso não dá pra imaginar a ausência do banco na comunidade”.</p> <p>Sr. Benevaldo - “O Palmas é uma entidade criada aqui, idéia discutida com o grupo. Faz parte da história. Não dá pra imaginar a história do Palmeiras sem o Palmas. O Palmas se centraliza na idéia de que a Economia Solidária é viável”.</p> <p>Sr. Matias - “Imaginar o Palmeiras sem o Palmas é péssimo, porque faria falta os projetos, o atendimento, a assistência que ele dá à população”.</p> <p>Sr. Cirilo - “O Banco é fruto da luta dos moradores; se o Banco não existisse, os moradores teriam criado outro mecanismo”.</p>

PERGUNTAS-CHAVES	RESPOSTAS
Para o(a) Sr(a), o que significa o Banco Palmas em uma palavra?	<p>Sr. Henrique - “Credibilidade”.</p> <p>Sr. Rafael - “A palavra é transformação”.</p>
Como o(a) Sr(a) vê a atuação do Banco Palmas?	<p>Sr. Henrique - “Dou mais que 10!”</p> <p>Padre Lauri - “Acho que o Banco Palmas favorece o desenvolvimento através do financiamento; muitos comércios são apoiados. Tenho a impressão de que o microcrédito bem trabalhado dá respostas”.</p>
Que nota o(a) Sr(a) daria à atuação do Banco Palmas?	<p>Sr. Matias - “Dou um 10”.</p> <p>Sr. Augusto - “Nota 10 pelo trabalho no Conjunto Palmeiras. O Banco Palmas faz o papel de formação e informação na comunidade”.</p> <p>Sr. Manuel - “De sete a oito”. Que nota o Sr. daria à atuação do Palmas?</p>
Quanto a moeda social, o(a) Sr(a) acha que ela tem um papel importante nesse trabalho?	<p>Sr. Henrique - “A moeda social representa crescimento, acessibilidade ampla. Não conheço o financiamento da moeda, mas as pessoas falam bem. Ela promove o desenvolvimento, pois circula dentro o Palmeiras, e se é gasta dentro da comunidade; gera renda pra ela”.</p> <p>Padre Lauri - “Eu não uso a moeda, mas acho que ela contribui para o desenvolvimento do comércio do bairro; eu vejo que muitos estabelecimentos aceitam a moeda social. Há muitos que não aceitam e talvez se precisasse fazer um trabalho de reforço do fator informação, credibilidade, não sei”.</p>
Quanto à moeda social, qual a opinião do(a) Sr(a) sobre seu uso?	<p>Sr. Matias - “Sim, ela ajuda porque faz o dinheiro circular no próprio bairro. Tem muitos bairros que perguntam o que é a moeda; ela gera emprego e renda. O dinheiro não sai; faz crescer o bairro”.</p> <p>Sr. Augusto - “A moeda tem sido um avanço”.</p> <p>Sr. Manuel - “Sim, a moeda Palmas deveria ser aceita por todo o comércio do Conjunto Palmeiras, ampliando as vendas”.</p> <p>Sr. Rafael - “A circulação da moeda é legal, pois possibilita que as compras e as vendas sejam efetuadas no próprio bairro, além de sua praticidade”.</p> <p>Sr. Cirilo - “Ela dá facilidade. Ela amplia o comércio e o bairro, e o valoriza”.</p>

PERGUNTAS-CHAVES	RESPOSTAS
<p>O(A) Sr(a) vê algum ponto negativo na atuação do Banco Palmas?</p>	<p>Sr. Henrique - “O banco poderia aumentar a circulação do Palmas. Conseguir a circulação da moeda nas áreas vizinhas ao Palmeiras. O banco poderia também fazer um trabalho de conscientização maior da comunidade em relação à moeda, porque ela mexe com o financeiro, o que gera receio nas pessoas”.</p> <p>Padre Lauri - “Acho que o banco , pela projeção que adquiriu, poderia ter uma incidência política maior, de pressão política. Apesar das melhorias já conseguidas, os cantões do Palmeiras são completamente abandonados”.</p> <p>Sr. Irã - “Poderia intensificar as ações voltadas para a infra-estrutura do bairro. Tentar conseguir calçamento, segurança. Isso fortaleceria ainda mais o banco, porque não adianta ele crescer se a estrutura do bairro não cresceu junto. Espero que ele possa aumentar o volume do empréstimo e leve também a moeda para as áreas vizinhas para dar oportunidade a outro bairro”.</p> <p>Sr. Benevaldo - “As pessoas ainda não têm informação suficiente. Pra melhorar, deveria intensificar a conscientização da comunidade. Há muitos que não têm informação. Quando tiverem, isso alavancará o banco. Há sede dessa informação”.</p>
<p>Em sua opinião, em que aspecto o Banco Palmas poderia melhorar?</p>	<p>Sr. Matias - “Eu acho que ele deveria aumentar mais ainda o atendimento à comunidade, ampliar pra atender mais gente ainda”.</p> <p>Sr. Augusto - “O Banco Palmas precisa melhorar revendo a forma de concessão de créditos; os excluídos dos excluídos: como o Banco pode atender outros públicos ainda mais excluídos; existem pessoas que não têm condição de pedir R\$ 100. Poderia organizar reuniões nas ruas: já que o povo não vai ao Banco, este deve ir ao povo; um desafio a mais. O alvo do Banco Palmas deve ser a juventude. Sempre gostei de trabalhar com a juventude”.</p> <p>Sr. Rafael - “Falta um trabalho mais intensivo com relação à moeda. O Banco Palmas deveria chamar mais atenção para este serviço. O Banco Palmas é um meio de transformar o bairro através da cultura e da Economia Solidária”.</p> <p>Sr. Cirilo - “Deveria ter mais ações, dar continuidade ao que já tem. Existe muita gente desempregada no bairro, o Banco deveria atuar nesse ponto. Poderia atuar, principalmente, com a juventude, por causa das drogas. É preciso, também, mais cursos no Palmas”.</p>

Quadro 3 – Perguntas-chaves aplicadas nas Entrevistas

4.7 Grupos Focais

Técnica de pesquisa de alto poder de análise, o grupo focal pode ser definido como uma “roda de conversa” onde pessoas integrantes de determinada organização ou grupo de interesse expõem idéias, sentimentos e expectativas sobre elas, cujas proposições são orientadas por um mediador. Para Ruediger e Riccio (2006, p. 151),

“O grupo focal caracteriza-se pela possibilidade de intervenção em tempo real no curso de análise e de confrontar as percepções de participantes, em suas similitudes e contradições, a respeito de um tema, ou grupo de temas, relacionados com o objeto da pesquisa. Enfatiza-se por meio dessa técnica não apenas as percepções individuais, mas também aquelas oriundas das interações do coletivo, expressas nas estruturas discursivas e na defesa ou crítica de temas e aspectos relevantes da pesquisa”.

O grupo focal caracteriza-se, então, pela introdução de tópicos - por parte do mediador - para colher o máximo de informações e opiniões individuais, possibilitando uma melhor interpretação de certos aspectos do fenômeno analisado. Assim o mediador, que não é integrante da organização e é responsável por coordenar o grupo, introduz temas na discussão por meio de perguntas com o intuito de captar e entender atitudes, idéias, opiniões, das pessoas participantes (RUEDIGER; RICCIO, 2006, p. 154-155). Os questionamentos introduzidos pelo mediador têm por base um grupo inicial de hipóteses.

Assim, apresenta-se como uma discussão informal e, para melhor andamento dos trabalhos, deve ser feita com um grupo formado por 7 a 10 pessoas, de acordo com os perfis estabelecidos pela pesquisa. Deve-se realizar mais de um grupo focal, favorecendo a consistência da coleta de informações. Não há um questionário formal, mas perguntas de partida baseadas nos objetivos da pesquisa, onde o moderador pode aprofundar a discussão em uma delas e até introduzir outros questionamentos caso seja necessário.

A sessão de trabalho deve se iniciar com uma breve explicação sobre a pesquisa, sobre o que é grupo focal e informar aos participantes que está sendo gravado. Há a presença também de um assistente relator responsável pela elaboração de um relatório. Este, juntamente com as observações do mediador (efetuadas *a posteriori*) e os trechos gravados, comporá o relatório final.

Nesta pesquisa “AVALIAÇÃO DE IMPACTOS E DE IMAGEM DO BANCO PALMAS - 10 ANOS”, o Termo de Referência para os Grupos Focais (**ver anexo A**) foi elaborado pelos Professores Joselina da Silva (Doutora em Sociologia) e Jeová Torres (Mestre em Administração). Este termo de referência estabeleceu que os grupos focais se realizariam nos dias 29 de janeiro e 07 de fevereiro de 2008, tendo público objetivo as lideranças comunitárias do bairro, representantes e dirigentes de organizações locais com participação ativa no Conjunto Palmeiras, além de moradores daquele território.

As perguntas de partida desta pesquisa funcionaram como norteadoras (*Quais os impactos das ações do Banco Palmas no Conjunto Palmeiras, ao longo dos últimos 10 anos?; Qual o retorno de imagem do Banco Palmas construído no imaginário dos usuários dos serviços e participantes de suas ações?*) e foram constituídos quatro temas-chaves para orientar os mediadores na elaboração dos seus questionamentos iniciais:

- Desenvolvimento do Conjunto Palmeiras;
- Impactos das ações do Banco Palmas;
- Imagem do Banco Palmas;
- Expectativa e Perspectivas para e com o Banco Palmas.

No entanto, outras questões derivadas puderam ser exploradas pelo mediador do grupo, na medida em que as inferências do grupo careciam de um melhor entendimento ou mais esclarecimento.

Metodologicamente se pensou em formar 03 grupos de até 10 participantes cada, por encontro. Estes participantes seriam agrupados para se explorar e entender atitudes, opiniões percepções e comportamentos do segmento estudados, em relação aos quatro temas indicados. Nos dias que antecederam as datas dos encontros, visitou-se e convidou-se um grupo de 60 participantes para os grupos focais: 30 pessoas para o primeiro encontro – em 29 de janeiro – e 30 pessoas para o segundo encontro – 07 de fevereiro. Importa destacar que nos grupos focais, o Instituto Palmas ajudou na indicação de uma relação com nomes a serem convidados – desta relação fez-se uma escolha aleatória – e na cessão do espaço, mas não participaram das discussões, proporcionando ao participante mais liberdade nas respostas, sem que ele se sentisse constrangido ou condicionado pelo pensamento e presença de algum representante do Instituto, da ASMOCONP ou do Banco Palmas.

No primeiro encontro, em 29 de janeiro, estiveram presentes 22 pessoas e resolveu-se agrupar em dois grupos focais. Dentre os participantes destes grupos, estavam ex-dirigentes da ASMOCONP, membros da Associação Comercial do Conjunto Palmeiras, moradores e líderes comunitários do bairro, diretores de Escola Pública, dirigentes de Projetos Governamentais (Projeto ABC) e de Projetos Sociais Não-Governamentais. No mesmo ambiente participaram um mediador e um assistente/relator assistidos por mais um observador externo ao grupo que, naquela oportunidade, efetuou registro para auxiliar o mediador na confecção do seu relatório de grupo. Mediaram os grupos focais, neste primeiro encontro, Rebeca R. Grangeiro (Mestre em Psicologia) e Eusenda M. Torres (Graduada em Ciências Sociais).

No segundo encontro, em 07 de fevereiro, estiveram presentes outras 22 pessoas – mais uma vez – agrupou-se em dois grupos focais. Contudo, em função de um dos grupos focais de 29 de janeiro não ter concluído as discussões, este grupo voltou a se reunir na data do segundo encontro. Assim, tivemos três grupos neste dia, mas apenas dois novos grupos. Dentre os participantes destes dois grupos, estiveram ex-dirigentes da ASMOCONP, membros da Associação Comercial do Conjunto Palmeiras, moradores, professores de Escola Pública, dirigentes de Projetos e Organizações Governamentais (Creche Comunitária, Centro da Cidadania, Centro de Saúde e Limpeza Urbana Municipal) e de Organizações que atuam no Campo Social (Centro de Nutrição) Projetos Sociais Não-Governamentais. Mediaram os novos grupos focais – Eusenda M. Torres e Jeová T. Silva Jr – e o grupo remanescente do primeiro encontro ficou com Rebeca R. Grangeiro.

A seguir têm-se, os resultados consolidados relativos aos temas-chave após a realização dos grupos focais.

4.7.1 Desenvolvimento do Conjunto Palmeiras

O desenvolvimento do bairro foi compreendido como unânime por todos os participantes dos grupos. Observa-se que o conceito de “desenvolvimento” para os participantes desses grupos focais está diretamente ligado ao acesso à qualificação profissional, cultura, educação e renda, bem como a “*mudança na auto-estima*” dos moradores da comunidade. Um dos primeiros pontos suscitado nesse tema do desenvolvimento se refere às “mudanças estruturais” no Conjunto, como água encanada, energia elétrica, gás, vias de acesso e transporte. Nesses momentos moradores desde a fundação do Conjunto Palmeiras recordaram de fatos que demonstraram as dificuldades enfrentadas:

“Antes, pra gente chegar na Perimetral era só mato, quem chegasse do outro lado vivo e sem ser assaltado era considerado um herói”

“Tínhamos que ir no José Walter para poder comprar leite ninho”

“Em 1980 o conjunto era muito carente, ainda não havia condições de moradia no local, mas as pessoas que vieram morar no Conjunto Palmeiras, através de muita luta e sofrimento já conseguiram um notório desenvolvimento para o local, e quando as pessoas se reúne para se ajudar observa-se um grande crescimento.”

“O histórico do Palmeiras vem com lutas por dignidade e as mulheres tendo papel de destaque.”

Existe, no entanto, em alguns discursos a percepção de que o bairro ainda tem muitas dificuldades e os participantes revelaram uma interessante visão sobre as questões locais.

“O que eu acho é o seguinte: Ainda tem muito que melhorar claro, mas já estamos com um bom caminho andado, digamos que os primeiros passos já foram dados...”

“... nós moramos numa área de risco de Fortaleza...”

“Com o crescimento e o desenvolvimento do bairro cresceram também os problemas sociais.”

“No Palmeiras tem pessoas excluídos dos excluídos, nós temos uma massa sobrando muito grande...”

“Uma melhora nas 100 quadras centrais da proposta original do Palmeiras, mas existem muitos problemas na periferia destas quadras, como no Palmeiras II.”

A fala de um participante que recentemente estabeleceu parceria com o Banco Palmas, coordenando um de seus projetos é representativa desse desenvolvimento:

“Meu primeiro contato com o Conjunto Palmeiras foi ainda na faculdade, na década de 80, quando vim fazer um trabalho acadêmico com uma colega. Hoje fui convidado a trabalhar aqui e não reconheço o lugares por onde andei, de tanto que o conjunto mudou”

O desenvolvimento do Conjunto Palmeiras também foi atrelado ao crescimento do comércio, qualificação profissional, aumento da renda e valorização da educação e cultura.

“O Banco Palmas é um alicerce, pois une a comunidade, dando a ela mais incentivo, principalmente aos jovens, dando mais esperança de crescimento às pessoas incluindo as que não acompanham o Banco de perto, pois elas estão sentindo esse crescimento. Quando vejo o comércio e as escolas se desenvolverem, vejo o quanto o Conjunto cresceu.”

“O emprego aumentou com muita força nesses últimos anos”

“Senti um crescimento na credibilidade em relação ao comércio e em relação à abertura de vias que levam ao Conjunto, o que é um grande crescimento quando se compara com o passado, pois aqui não temos apoio político, e o Banco nos dá uma força em relação a isso.”

“Tenho que destacar que o poder/serviços públicos estão mais presentes.”

Em suas falas, alguns dos participantes referiram-se ao desenvolvimento da comunidade como estando diretamente ligado às intervenções do Banco Palmas.

“... tá mais bem organizado (sic)... As pessoas daqui do Conjunto Palmeiras tão de parabéns porque cresceu muito através do Banco Palmas.”

“O grande desenvolvimento que eu vi foi o estúdio de gravação. Porque o Banco Palmas tem um estúdio de gravação hoje de primeiro mundo. Equipamentos digitalizados conseguidos aí pelo Banco Palmas... Hoje dentro do Palmeiras se você procurar qualquer que seja na parte artística como cultural, que você procurar hoje dentro do Palmeiras nós encontramos.”

“Sempre digo que antes do Banco Palmas o Palmeira era um e após o Banco Palmas há outra cara aqui no Palmeira...”

“Eu acho que o Palmeiras cresceu muito depois que foi criado o Banco Palmas... eu cheguei aqui não tinha quase nada. Não tinha o ABC, o Adaci Barbosa não era assim, cresceu muitas escolas aqui (sic), creches... eu acho uma grande vitória pros moradores...”

Por outro lado, em outras exposições das lideranças comunitárias observou-se que esses participantes não creditam o desenvolvimento do bairro diretamente à criação do banco, mas compreendiam isto de modo oposto. Em outras palavras, a criação da instituição é tratada como um resultado do desenvolvimento que já ocorria no Conjunto Palmeiras.

“Não existe presente se não tem passado, né? Tudo tem um passado de luta muito grande de todos os moradores e também das instituições (sic). Hoje é por isso que o Banco Palmas existe, tá certo?...mas o Palmas ele veio somar, tá certo?”

“O Banco Palmas existe por causa dos movimentos sociais que vieram desde o começo.”

“O Banco Palmas tá dentro da Associação... ele veio depois... ele tá criado aqui dentro... foi criado aqui dentro...”

“Num foi ele que deu a iniciativa não (Banco Palmas)... ele é depois da luta do povo... a luta do começo...”

Observou-se também nos discursos das lideranças comunitárias a intenção de deixar clara o envolvimento da população nas lutas por reivindicação de direitos e conquistas para o bairro.

“O que nós conseguimos aqui antes do Banco Palmas foi no grito, foi na luta, tá entendendo? Foi buscando, cobrando e buscando a força na raça e no suor e no sangue.”

“A nossa luta não já vem de muito tempo, né? Não é de agora e nem vai terminar...”

“Sempre tem algum sucesso neste bairro efervescente: casa de parto, centro de nutrição etc.”

Apesar do clima positivo que a discussão tomara, observando o amplo desenvolvimento do Conjunto na última década, a realidade trouxe os participantes de volta quando o membro do Projeto Curumim lembrou que ainda há muitas crianças, adolescentes e jovens em situação de risco envolvidos com drogas e marginalidade. Imediatamente, os comerciantes se recordaram dos assaltos sofridos por seus estabelecimentos e da dificuldade enfrentada ao tentar realizar ações que ajudem a comunidade, devido individualismo e mesquinhez de alguns membros da mesma.

“Rapaz, agente tá sempre aqui junto do Joaquim, vem às reuniões, aí o pessoal pergunta como é que pode um comerciante ocupado tá perdendo tempo com essas besteiras. Muitas pessoas já me perguntaram quanto é que eu to ganhando do banco. Essas coisas botam agente prá baixo, sabe ...”

Em muitos momentos da discussão os temas “desenvolvimento” e “impactos” se misturaram, como se fosse impossível desvincular o crescimento do conjunto das ações promovidas pelo Banco Palmas, contudo, para fins didáticos, nesse relatório, essa divisão está demarcada. Destarte, os parágrafos a seguir apontarão as ações do Banco Palmas que impactam no desenvolvimento do Conjunto Palmeiras, segundo a ótica dos membros dos grupos focais.

4.7.2 Impactos das Ações Banco Palmas

Os discursos dos participantes revelam que a idéia de formar um sistema no qual as pessoas possam produzir e consumir localmente dentro de uma rede solidária vem funcionando. O Banco Palmas fortalece nos moradores o sentimento de compromisso com o bairro, mostrando que comprar e vender dentro do próprio bairro e empregar os moradores é uma forma de auxiliar seu crescimento.

“O Banco está educando as pessoas, que estão aprendendo a conseguir seu próprio dinheiro e podem usá-lo no próprio conjunto.”

“Fico revoltado quando vejo gente saindo daqui pra ir comprar coisa fora, nos bairros chiques”

“O Banco Palmas tá servindo tanto pro bairro como pros pequenos comerciantes. Eu tenho uma bomboniere, aumentei meu estabelecimento, reformei através do Banco Palmas, de um empréstimo. E tenho clientes que tão crescendo também através do Banco Palmas fazendo empréstimos, né... Sem dúvida nenhuma tá muito bom o projeto do Banco Palmas.”

“Eu já estou no segundo empréstimo não estou em mais porque eu comecei já agora recente, então dá oportunidade sim... É muito difícil a gente conseguir um empréstimo com os juros pequeno e ainda mais com essa quantidade grande de parcela... (sic)”

“O Banco Palmas deu o capital de giro pra eles, eles construíram os instrumentos e venderam pro Banco Palmas também que foi agora pro carnaval desse ano...”

As implementações do Banco Palmas para geração de trabalho e renda foram fortemente reivindicadas em vários discursos de muitos participantes que creditam às intervenções do Banco a melhoria na qualidade de vida de muitos moradores, bem como mudanças positivas na vida de muitos jovens da comunidade. Obtiveram-se alguns relatos de pequenos comerciantes e empreendedores que receberam jovens do Projeto Bairro Escola em seus estabelecimentos e continuam recebendo mais jovens por acreditarem nos resultados dessas intervenções. Bem como, ouviu-se depoimentos sobre jovens que passaram pelo mesmo projeto e hoje se tornaram também empreendedores dando continuidade a rede de relações solidárias propostas pelo Banco como a produção sustentável, o consumo local e ético e o comércio justo.

As ações do Banco para geração de trabalho e renda foram mencionadas ainda em relação a importância da Incubadora Feminina. Suas falas mostraram como as intervenções do Banco impactam na qualidade de vida de muitos moradores, sendo estes principalmente mulheres e jovens, que através da profissionalização percebem mudanças positivas em todos os âmbitos de suas vidas.

“O impacto foi grande, projetos de trabalho e renda, educação.”

“Ele cria rumo nessa juventude...”

“Por causa do Bairro-Escola tem muita menina empregada... tem muitas adolescentes já empregadas”

“... só esse Projeto Bairro-Escola, que é um projeto daqui do Banco Palmas, é um projeto maravilhoso... o adolescente tem uma ocupação... um trabalho que é um estágio onde ele estagia, se qualifica naquela profissão...”

“Outra coisa boa que aconteceu foi esse Bairro-Escola, né?... Foi bom, bom pra todos, pras meninas que foram pra casa da gente. Eu cheguei a aceitar seis meninas na minha casa... pra aprender a costurar.”

“Quando é que esses meninos iam ter oportunidade de desfilarem numa passarela profissional?... Quando é que eles

teriam oportunidade de gravar um CD pra divulgar o seu trabalho?... Quando é que eles teriam oportunidade de ir até a Guaramiranga e tá se apresentando, tocando em Guaramiranga?"

"O grupo de costureiras no Banco Palmas quando começou no Banco Palmas era vinte mulher (sic), fizeram um curso pelo SEBRAE e hoje aprenderam, a minha esposa que fez o curso hoje ela já ensina a outras pessoa que também já tão empregadas...ela já ensinou e já conseguiram se empregar noutra canto..."

"Com o projeto Incubadora Feminina, o Banco ajuda mulheres a fazer um curso, e essa mulher pode chegar a abrir uma empresa, gerando mais empregos a outras pessoas, um caso que já aconteceu."

"Uma vez um garoto chegou para mim e disse que gostaria muito de trabalhar em um determinado posto de combustível, ele me pediu para que eu falasse com o dono do posto para conseguir emprego para ele naquele posto, eu disse ao garoto que ele falasse com um representante do Banco Palmas e pedisse para esse representante o indicar para o dono do posto der combustível, pouco tempo depois eu passei pelo posto e o garoto estava empregado lá. Essa é apenas um dos vários benefícios que o Banco vem trazendo à comunidade."

"Através dessas pessoas que aprenderam profissões no Banco Palmas, muitas outras também aprendem a exercer profissões."

Um dado que mereceu destaque fora o fato do Conjunto Palmeiras possuir visibilidade nacional e mundial com o Banco Palmas e a moeda. Todavia, internamente ainda há o desconhecimento das ações do banco.

"Tive em São Paulo e no hotel tirei da carteira o dinheiro – se referindo à moeda local - e perguntei se pagava a conta. O recepcionista olhou pra nota e disse 'ah esse é aquele dinheiro de um bairro lá no Ceará', quer dizer, o banco faz o Conjunto ser conhecido em todo Brasil e até no mundo, em quanto tem gente do próprio bairro que nunca viu o dinheiro"

"Sou morador de bairro vizinho e só vim conhecer a moeda e o banco a partir de um jornal da globo ..."

"A moeda criada pelo Banco está ajudando bastante a comunidade, e é conhecida em muitos lugares, mas ainda existem pessoas no próprio bairro que desconhecem que a moeda funciona realmente, o Banco deve divulgar mais a moeda."

E ainda, casos de relativo insucesso são relatados no que diz respeito ao uso da Moeda Social como podemos identificar nas falas abaixo:

"O que acontece mais é que as pessoas mesmo não gostam sabe? Eu sinto isso ainda quando eu vou pagar em Palmas... a gente compra em dois três lugares que é

tranquilo... Que ali o pessoal num chia, recebem de bom grado, porque eu recebo..."

"A maior dificuldade em si é com os transportes..."

"Não recebo a moeda e nem trabalho com a moeda... uma vez eu comprei um pouco pra transporte... a primeira que eu comprei deu dificuldade... eu aí parei..."

No entanto, entende-se que de um modo geral, para os membros dos grupos focais é inegável a evidência dos impactos das ações do Banco Palmas no Conjunto Palmeiras, essa etapa do relatório será encerrada com a transcrição de citações que ilustram bem essa idéia:

"O Banco Palmas investiu em educação, estruturação do Conjunto e criou uma moeda para o conjunto, ou seja, está colaborando com muitos benefícios."

"Não se pode falar do Conjunto Palmeiras sem falar do Banco Palmas, vejo o surgimento do Banco Palmas como algo que veio para facilitar a vida de muitas pessoas no Conjunto Palmeiras, principalmente para as crianças, e o Banco luta pelos mesmos interesses da comunidade."

"Peguei gosto pelo Palmas nos últimos anos. O Palmas contribuiu para melhoria da minha família, principalmente no negócio do meu pai, um dos primeiros a serem beneficiados pelo Palmas".

4.7.3 Imagem do Banco Palmas

A fim de suscitar a imagem que os componentes do grupo possuem do Banco Palmas, um dos mediadores dos grupos focais utilizou a técnica de *brainstorming* com a seguinte consigne: **Quando vocês pensam no Banco Palmas, quando vocês lembram-se do Banco, qual a primeira coisa que vem a mente de vocês?** Das palavras suscitadas pelos participantes se encontram: **crescimento, educação, economia, oportunidade, desenvolvimento, idéias contagiosas, divulgação, cultura, organização, poder de articulação.**

Alguns participantes apontaram em suas falas o Banco Palmas como facilitador para os moradores individualmente (oferecendo cursos e oportunidades de geração de renda) e também para a comunidade em geral, pois tornou menos árida a luta para consecução de benefícios – junto a órgãos governamentais - para o Conjunto Palmeiras.

"Com os dez anos de Banco Palmas, o Conjunto cresceu muito, com o apoio do Banco, as autoridades aceitam com um pouco mais de facilidade as idéias da comunidade, o Banco ajuda muito as pessoas ensinando a elas uma profissão."

"Quando eu cheguei no Conjunto Palmeira não tinha nada aqui, nem água da Cagece, nem energia elétrica, as ruas só tinham mato, lutamos bastante para conseguir tudo isso, e nessas lutas sofremos muito, apanhamos bastante, mas não desistimos e conseguimos, após o surgimento do Banco Palmas as coisas começaram a melhorar e a ficar mais fáceis, o banco deve servir de modelo para as autoridades."

“O Banco fez a abertura de uma loja para vender produtos feitos pela comunidade, o que vem a divulgar os produtos feitos por nós, eu fico muito orgulhoso disso, pois as pessoas estão comprando e estão gostando de um produto feito por mim, isso é um motivo de orgulho para qualquer pessoa.”

“Destaco a liderança no Banco Palmas para fortalecimento institucional no Palmeiras, foi feito um trabalho de qualificação nas instituições e capacitação de lideranças.”

“A imagem que tenho do Palmas é positiva. O favorecimento em relação às ações junto aos jovens tem merecido destaque. E isso também tem provocado ações de outras entidades.”

Vários participantes relataram que existem muitas críticas ao Banco, entretanto esses rebateram as críticas (não as justificando por acreditarem que o Banco é uma via alternativa de comércio, que trabalha com a valorização do ser humano e agrega valor à comunidade), com a compreensão que o Banco Palmas não pode funcionar como uma panacéia aos problemas do território.

“Claro que o Banco Palmas não pode fazer 100%. Nem o governo pode fazer 100% imagine um banco alternativo que nem o nosso.”

“O Banco Palmas tem que dar conta de tudo? Não. Ele faz a parte dele. Os projetos do Banco Palmas fazem a parte deles, mas falta mais parceria a nível de Estado, a nível de município, a nível federal.”

“Não é dizer que ele é um salvador da pátria, mas ele... críticas têm porque nem Deus agrada todo mundo, né verdade?”

“Há críticas ao Banco Palmas há, porque a população quer que o Banco Palmas resolva tudo e não há condição... é (sic) trinta mil (moradores do bairro)...”

Embora os discursos coadunem em geral para uma exaltação da imagem da instituição, acredita-se ser interessante destacar o depoimento de uma participante que, embora usuária dos serviços e ações do Banco Palmas há algum tempo, não construiu uma imagem de certa forma positiva, pois em seu relato a usuária demonstra insatisfação pelo fato de não ter alcançado a melhoria esperada em sua vida. Em alguns trechos isso se evidencia:

“Eu fiz vários cursos, estagiei aqui, estagiei nessa creche aí, então na verdade eu tô cheia de curso. Cheia de curso que eu fiz e num me valeu de nada. Aqui não adianta fazer curso porque não fica empregado. Eu já fiz vários cursos aqui, eu e meu menino. (Sic)”

“Eu tenho muito mais fé nesse Projeto SOMAR do que nesse daí (Bairro-Escola).”

“Sabe do que eu gostei muito aqui? Vou dizer logo sinceramente pra vocês. Foi do Banco Popular... Ajudou muitas pessoas daqui do Conjunto Palmeiras.”

Alguns participantes também questionaram o Banco Palmas sobre seu afastamento das entidades de base que segundo os mesmos contribuíram para a criação da instituição, mas que hoje estão desvinculadas dele. Um participante atribui essa desvinculação a certo distanciamento do Banco Palmas, criticando a falta de parceria deste ao não se fazer presente para eventos e similares promovidos por outras organizações.

“Uma coisa que eu sinto infelizmente é um certo distanciamento hoje...eu sinto um distanciamento do Palmas hoje com o Instituto dos outros grupos organizados que existem na área.”

“Quando o Palmas chama eu sinto que as pessoas até atendem, mas quando os outros chamam nem sempre o Palmas atende... a verdade é essa... vamos ter uma palestra para assunto X, vamos ter um trabalho para assunto tal, vamos ter um festival... chama para participar junto, mas não aparece...”

“O Banco Palmas distanciou-se dessas bases que somaram pra construir o Banco...”

“A UAGOCOMP deveria renascer...”

Outro atribui esse “distanciamento” a questões político-partidárias. E também sustenta que os organismos de base (pastorais e outros grupos organizados do Conjunto Palmeira,) deveriam continuar presentes na instituição.

“Existem essas questões ideológicas, partidárias assim... a gente sabe que existem várias fragmentações sociais, agora essas aí de base elas tem que ser mantidas.”

Esta idéia, no entanto, chega a ser refutada por um outro participante ao afirmar que o Banco Palmas trabalha distanciando-se das questões político-partidárias.

“Nós, o Banco Palmas e a ABVV temos sido diferentes, nós temos trabalhado independente de candidaturas.”

Contudo, pode-se afirmar que o Banco consegue ser merecedor da confiança dos moradores do bairro e de comerciantes, servindo como referência para concessão de crédito.

“O Banco conseguiu a confiança da comunidade do Conjunto Palmeiras, antigamente a comunidade não confiava nas entidades que apareciam no Conjunto, o que empitava qualquer projeto para o crescimento do próprio Conjunto.”

“Antes de um projeto começar as pessoas já tem a intenção de derrubá-lo, mas felizmente o Banco Palmas conseguiu um carisma da comunidade.”

“(...) o Banco ainda tem um banco de dados, que serve como uma referencia para quem é vendedor, pois para efetuar uma venda o vendedor liga para o Banco e pergunta se a pessoa tem um nome limpo, ou seja, se é confiável vender a ela, caso o banco diga que essa pessoa é confiável o vendedor não se preocupa mais e vende o produto sem qualquer problema.”

Por fim, em muitas falas dos participantes dos grupos focais, foi destacada uma questão que é relevante, o fato do Banco Palmas ser – antes de tudo – um projeto da Associação de Moradores do Conjunto Palmeiras/ASMOCONP. Alguns indicaram que Banco é parte das intervenções desta, embora se possa considerar que hoje a imagem do Banco Palmas pareça ter se desvinculado da ASMOCONP.

“Há uma confusão da população entre o que é/foi a Associação e o Banco Palmas. É inegável o desenvolvimento do bairro, fruto da organização comunitária e da Associação de Moradores com seu papel catalisador, mobilizador.”

“O Banco foi criado pela necessidade do Conjunto Palmeiras e está dentro da Associação. É um projeto da Associação.”

“O Banco Palmas é um filho que está deixando sufocar a mãe. O Banco Palmas é um projeto da Associação... Estão esquecidas as questões de valorização da própria luta da Associação.”

“Vejo o Palmas como um filho que procura a independência, o Palmas está nesse caminho. Espero que o filho da Associação cresça e apareça.”

“A Associação tinha um poder político e deixou de ter um papel de luta após o Palmas. O Palmas é grande, mas para o tamanho da comunidade é muito pequeno. O Palmas ainda esquece a periferia do Conjunto Palmeiras.”

“É muito importante aqui pro Palmeiras ter o Banco Palmas que é a Associação... Associação dos Moradores... é conhecido por Associação... passou agora na mídia que parece que a até a Associação dos Moradores saiu o nome e ficou só mais foi Banco Palmas que é mundial e a associação tá quase desaparecendo. Que num é pra fazer isso... tem que andar os dois juntos... associação dos moradores com o Banco Palmas... a raiz vem do começo senão a gente vai perder as raízes...”

“A Associação precisa definir seu papel. Se é só o Banco Palmas ou se continua com seu papel de luta por melhorias outras da comunidade.”

“A Associação precisa definir seu papel. Os moradores do Palmeiras perderam a confiança na Associação devido à falta de continuidade das lutas.”

“A Associação tem que não definir, mas resgatar a identidade, unir os moradores.”

4.7.4 Expectativas e Perspectivas para e com o Banco Palmas

Ao se questionar sobre suas expectativas e perspectivas para e com o Banco Palmas, percebeu-se – em todos – a pretensão de dar continuidade à sua parceria com a instituição, seja como usuários, ou como empreendedores, ou ainda como fomentadores da economia solidária.

“É um grande sonho meu é criar aqui dentro da comunidade com parceria com o Banco Palmas um projeto

nessa área como se fosse uma espécie de agência de modelos comunitária... Eu acharia muito legal criar isso e é uma proposta que eu já tenho a fazer pro Joaquim.”

“A expectativas que a gente tem aqui é a de formar parcerias...”

Falou-se anteriormente que o Banco Palmas auxiliou na união das pessoas da comunidade e de entidades, porém, alguns participantes dos grupos focais deixaram claro em suas falas, que apesar dos 10 anos de existência do Banco, esse ainda é um trabalho incipiente:

“É como se tivéssemos uma árvore de um metro, que ainda tem muito que crescer e se fortalecer...”

“O projeto é grande, mas não comporta todos. O Palmas tem que ampliar e atingir outras pessoas.”

“Espero que o filho da Associação cresça e apareça”.

Desta forma, espera-se uma maior integração entre as entidades do bairro e o Banco Palmas e entre os moradores do Conjunto Palmeiras e o Banco.

“Há uma grande expectativa de desenvolvimento, principalmente pelo que já foi feito até hoje, espera-se que no futuro as entidades estejam bem integradas.”

“(...) que todos os habitantes estejam participando com o Banco Palmas, que o Banco faça reuniões em outros bairros levando uma pessoa da comunidade para aumentar a parceria com a comunidade, fazer mais divulgação externamente para divulgar mais o conjunto, encontrar maneiras de abrir portas às pessoas mais incapacitadas economicamente.”

“O Banco no futuro será o maior divulgador e executor de idéias da comunidade, pois já existem muitas pessoas de outros países querendo conhecer o Banco Palmas, ou seja, ele está com força.”

“Crescimento com a articulação em parceria com as ações governamentais. Não esperar só das ONGS.”

“O fortalecimento do Palmas passa pela comunicação, pela informação.”

Sabe-se que o Banco Palmas recebe freqüentemente pesquisadores do Brasil e do mundo interessados em conhecer a experiência do Banco Palmas. Assim, os membros de um dos grupos focais, em acordo, esperam que no futuro o Conjunto Palmeiras tenha condições de absorver esse “turista”, construindo pousadas e atrativos para que o mesmo permaneça no bairro e possa deixar proventos em contrapartida do conhecimento adquirido.

Finalmente, em alguns grupos foi comum a defesa do papel que a ASMOCONP tem que voltar a assumir na luta pela melhoria na qualidade de vida no Conjunto Palmeiras, principalmente, no tocante as melhorias urbanas.

“A Associação tem que continuar com mais luta e trabalho. O Banco tem que continuar com ações de geração de trabalho e renda.”

“Se reanimar o bicho pega, volta-se ao trabalho de luta.

Percebe-se que o método de grupos focais aplicado por esta pesquisa obteve êxito na obtenção de percepções, sentimentos e idéias dos participantes acerca dos temas propostos. Levando-se em conta que o objetivo era obter não uma representação quantitativa de diferentes opiniões e setores, mas sim o relato de cada pessoa no grupo sobre suas idéias acerca do Banco Palmas.

A técnica permitiu que os participantes expusessem aberta e detalhadamente seus pontos de vista e a interação do grupo atuou também como algo produtivo que ampliou o espectro de respostas. Sobretudo quando entendemos que pequenos grupos tendem a reproduzir nos jogos de conversação, o discurso dominante das relações macrossociais. Embora a interação tenha provocado muitas vezes, respostas emocionais e que, também, incentivou as conversas mais espontâneas sobre experiências e atitudes comuns.

Por fim, ficou evidente – em alguns depoimentos apresentados – que alguns dos participantes aproveitaram essa situação como uma ocasião que lhes foi oferecida para testemunhar, fazer-se ouvir, levar sua experiência da esfera privada para a pública, apresentando-se como intérpretes do mundo que os cercam. Tentamos então compreender as significações que esses indivíduos põem em prática para construir seu mundo social. E dessa forma, foi que esta técnica se tornou mais apropriado para captar esta realidade: vendo-a através dos olhos e compreendo-a através das vozes dos participantes.

4.8 Levantamento/Survey

Para tornar a pesquisa mais completa, também foi utilizado o instrumento quantitativo do survey. O Levantamento/survey representa, fundamentalmente, a elaboração de um conjunto formal de perguntas com o objetivo de obter informações do entrevistado. Estas informações precisam ser precisas. Dessa forma, o survey precisa ser bem elaborado para que a coleta de dados seja uniforme.

Malhotra *apud* Almeida e Botelho (2006, p. 91) afirma que qualquer survey deve atender a três objetivos: a) coletar a informação desejada através de perguntas onde o entrevistado tenha condições de responder; b) estimular o entrevistado a responder às perguntas e ir até o final do questionário; c) minimizar o erro das respostas, evitando perguntas mal-formuladas, e minimizar os erros no registro e análise dos dados coletados. Ademais, a linguagem do questionário deve ser adaptada ao nível de quem será entrevistado. Além disso, o pesquisador deve considerar a extensão do mesmo e o ambiente onde será aplicado.

As perguntas de um questionário podem ser abertas ou não estruturadas, ou fechadas ou estruturadas. As abertas levam o entrevistado a responder às perguntas com suas próprias palavras, enquanto que as fechadas propõem que o respondente escolha entre alternativas, pré-especificando o conjunto e o formato das respostas (ALMEIDA; BOTELHO, 2006, p. 92). As perguntas podem ser, também, dicotômicas, de múltipla escolha ou escalonadas. As dicotômicas são aquelas em que o entrevistado deve optar por duas respostas, como “sim” ou “não” e “concordo” ou “discordo”. As perguntas de múltipla escolha são aquelas em que o respondente deve optar por uma alternativa dentre uma lista de mais de duas respostas. Já as perguntas escalonadas são aquelas de múltipla escolha, onde as opções têm por

objetivo captar a intensidade das respostas por meio de escalas, onde o entrevistado classifica cada alternativa.

Finalmente, cada pergunta do questionário deve corresponder a uma variável analisada. É necessário também organizar os itens e agrupar as questões de modo a facilitar a aplicação e o entendimento do entrevistado. Deve-se observar que questões anteriores podem influenciar nas respostas das perguntas seguintes.

Antes da aplicação do questionário, é necessário realizar um pré-teste, que consiste na aplicação do questionário em uma pequena amostra, e cujo objetivo é identificar possíveis falhas do mesmo. Deve ser realizado, no mínimo, com 15 pessoas e deve ser conduzido da mesma forma que se estivesse aplicando o questionário final. É imprescindível que após a aplicação do pré-teste, o aplicador pergunte ao entrevistado sua opinião sobre o mesmo e que aponte algumas sugestões para melhorá-lo (ALMEIDA; BOTELHO, 2006, p. 97-98).

Assim, para esta pesquisa “AVALIAÇÃO DE IMPACTOS E DE IMAGEM DO BANCO PALMAS - 10 ANOS” foi elaborado um questionário contendo perguntas abertas fechadas, dicotômicas e de múltipla escolha (**ver a versão final do questionário no anexo B**). Foi dividida em duas seções, a primeira para coleta de dados para traçar o perfil socioeconômico dos moradores e a segunda para obter dados destes entrevistados acerca da imagem sobre o Banco Palmas, de seus serviços de como estes influenciaram ou não suas vidas.

Em 28 de novembro de 2007 foi apresentada a primeira versão do questionário, proposta pela Profa. Dra. Joselina da Silva após orientações e discussões com a equipe do Instituto Palmas e do LIEGS/UFC Cariri. Esta versão trazia 45 questões. Depois de mais seis versões, com contribuição inclusive da profissional responsável pela tabulação dos dados, chegou-se a capacitação da equipe de aplicação dos questionários em 19 de janeiro de 2008. Neste mesmo dia, fez-se a aplicação dos pré-testes com a 8ª versão do questionário. No pré-teste, foram aplicados 15 questionários com representantes do universo do survey pelos 05 jovens selecionados para a equipe de aplicação. Finalmente, em 20 de janeiro de 2008 chegou-se a nona versão e final dos questionários, contando com 51 questões, após algumas pequenas revisões surgidas a partir o pré-teste.

Em relação ao Universo e Amostra do Survey (**ver Figura 1 a seguir**) cabem algumas considerações:

- i. A escolha dos públicos para esta etapa da pesquisa se deu quando foram identificados o público geral da pesquisa “AVALIAÇÃO DE IMPACTOS E DE IMAGEM DO BANCO PALMAS - 10 ANOS”. Em outras palavras pretendeu-se aplicar esta técnica com os usuários dos serviços: tomadores do crédito, usuários da moeda social e do correspondente bancário (Quiosques/Caixas do Banco Popular do Brasil instalados na sede da ASMOCONP);*
- ii. O universo dos tomadores corresponde ao cadastro consolidado de tomadores de crédito em moeda nacional desde 1998. Convém recordar que alguns tomadores utilizaram o serviço em mais de uma oportunidade, porém seu cadastro é único;*
- iii. O universo do público que utiliza a moeda foi dividido em dois – os dos estabelecimentos que aceitam a moeda e o dos chamados usuários, ou seja, aqueles empreendedores que recebem crédito em moeda, ou ainda, efetuam trocas de Palmas por Reais na sede do Banco Palmas;*

- iv. Em relação ao correspondente bancário foi utilizado o dados do número médio de usuários do serviço por mês. Em outras palavras, quantas pessoas se dirigem aos caixas do Banco Popular do Brasil por mês para realizar operações de pagamento de títulos, fazer depósitos ou efetuar empréstimos, por exemplo. Importa lembrar que um só usuário pode executar mais de uma operação por vez, mas o dado utilizar foi o de usuários e não de operações;
- v. Por fim, sentiu-se a necessidade de se apurar as informações que orientam as perguntas de partida desta pesquisa com beneficiários dos projetos assumidos pela ASMOCONP/Banco Palmas. Neste sentido, um projeto tem assumido bem as características que do que propõe o Banco Palmas em termos de geração de ocupação e renda. Trata-se do Bairro-Escola de Trabalho. Neste projeto existem os jovens que são capacitados e os empreendimentos que recebem os jovens para servirem de ambiente de capacitação local. Assim, a união destes dois públicos representou o universo dos beneficiários do Bairro-Escola de Trabalho, projeto selecionado para ser o pesquisado no survey.

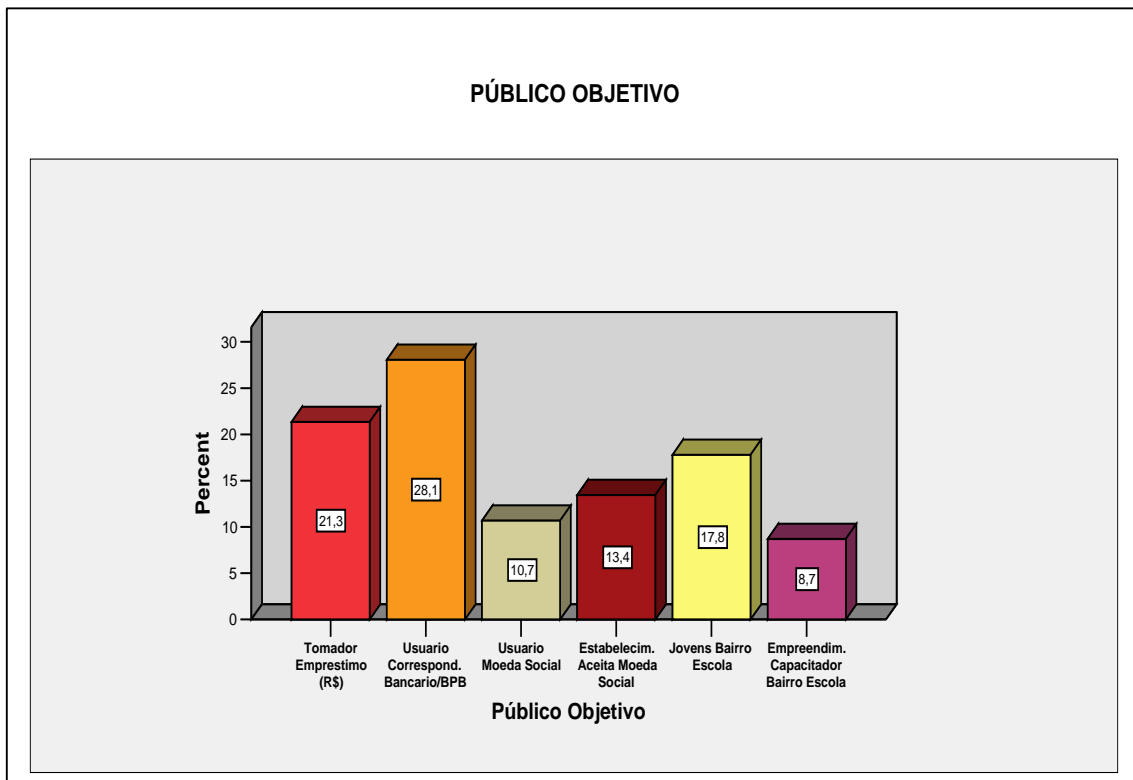


Figura 1 - Amostra do Survey

No início de janeiro de 2008, estabelecemos o universo total de 2.649 pessoas representando a soma de todos os públicos listados acima. O Instituto Palmas forneceu os nomes, endereços, telefones e demais informações relevantes de todos os 2.649 representantes do universo. Já em 20 de janeiro foi realizada a seleção aleatória da amostra, divididos em quatro grupos: tomadores de crédito, usuários da moeda social, empreendimentos que aceitam a moeda social, jovens participantes do projeto Bairro Escola de Trabalho, empreendimentos que capacitam estes jovens e usuários do correspondente bancário, num total de 248 questionários a serem aplicados (ver quadro 4 a seguir).

PÚBLICO OBJETIVO	Tomadores de Crédito	Moeda Social		Bairro Escola		Corresp. Bancário	TOTAL
		Usuário	Empreend.	Jovem	Empreend.		
UNIVERSO	219	359		771		1300	2649
MARGEM DE ERRO	5%	5%		5%	5%	5%	5%
AMOSTRA	46	27	35	45	23	71	248
AMOSTRA (%)	21,18%	17,32%		8,88%		5,46%	9,36%
QUEST. APLICADOS	54	27	34	45	22	71	253
APLICADOS (%)	24,66%	16,69%		8,69%		5,46%	9,55%

Quadro 4 – Universo e Amostra da Pesquisa

Entre os dias 21 e 26 de janeiro de 2008, foi realizada a aplicação dos questionários com a amostra estabelecida. É extremamente relevante destacar que enquanto ocorria a aplicação dos questionários, foram construídos os bancos de dados em programa específico para tratamento estatístico de pesquisas científicas, o *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS versão 13.0). Em seguida, de 29 de janeiro à 10 de fevereiro de 2008 iniciou-se a tabulação dos dados e elaboração de relatório com as análises preliminares dos dados obtidos na aplicação dos questionários, no SPSS.

A seguir serão expostos os mais relevantes dados capturados com o survey. Trataremos os dados em duas partes: uma dedicada ao perfil do público investigado e outra com as informações por estes sobre as ações do Banco Palmas, conforme está disposto no questionário.

4.8.1 Perfil dos Investigados com a Aplicação dos Questionários

O objetivo de caracterizar o perfil do público objetivo do investigado no Survey tem o intuito de apresentar aspectos sobre renda, tamanho da família, idade, sexo, cidade de origem, tempo de moradia no Conjunto Palmeiras, escolaridade, profissão e doutrina religiosa, dentre outros. O conjunto de 07 gráficos comentados que será exposto nas próximas páginas irá transmitir um pouco deste perfil.

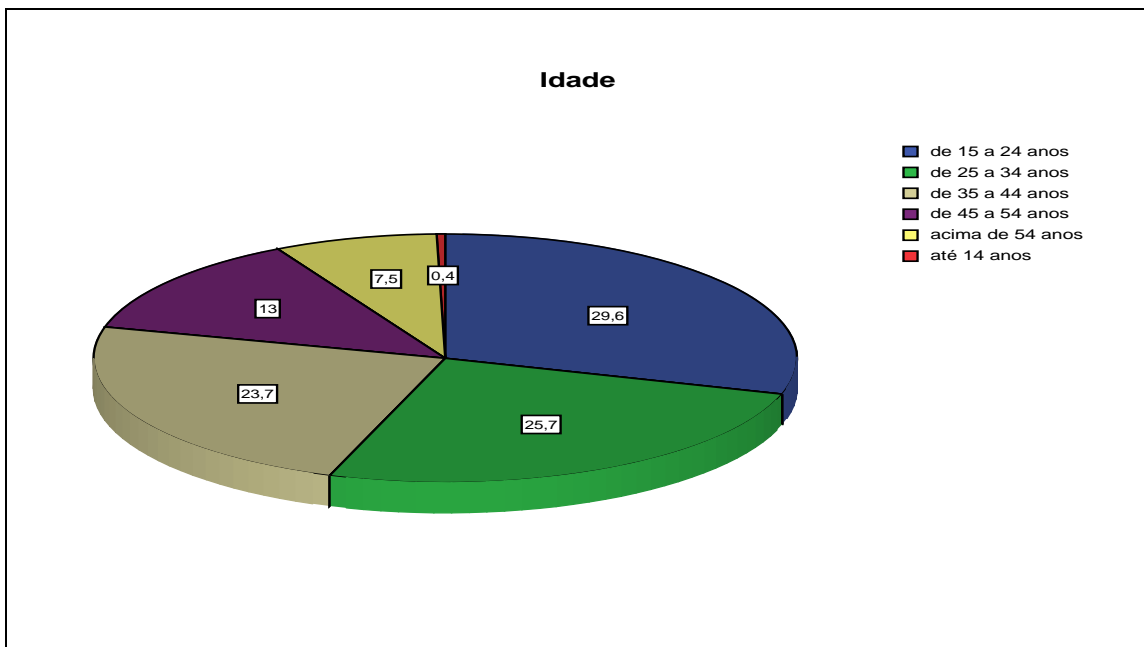


Figura 2 - Idade dos Pesquisados

A idade média da população investigada no survey é 34 anos, sendo que a faixa de 15 aos 44 anos representa 79%, **conforme Figura 2**. Do total dos entrevistados 56,1% são mulheres, o percentual de casados predomina com 54,5% e a religião católica prevalece sobre as demais com 2/3 (63,2%) dos pesquisados. Outro dado importante: os que se declararam pardos em relação a cor da pele são a maioria (66,8%) – **ver Figura 3**. Chama-se atenção, neste caso, para o pequeno percentual dos que se assumiram como pretos (apenas 4,3%).

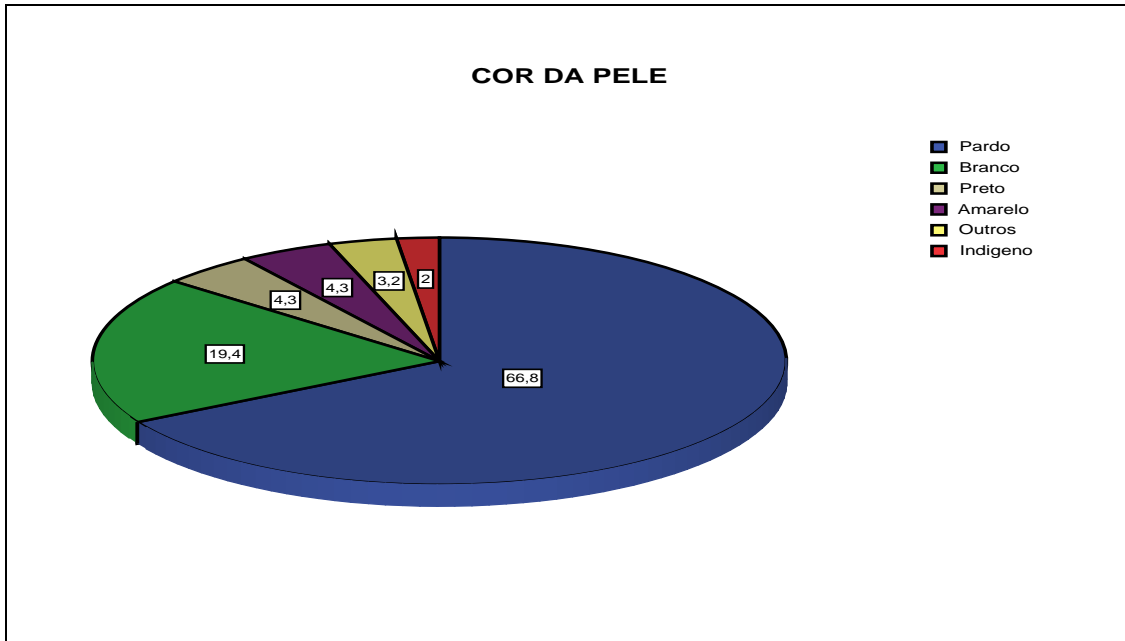


Figura 3 - Cor da Pele

As residências do público objetivo do survey representam bem a população de bairros mais carentes. As habitações têm em média 4,7 pessoas residindo e 41,1% dos lares dos entrevistados tem entre 05 e 10 pessoas, de acordo com a **Figura 4**. No extremo, se evidenciou que existia uma residência com 15 pessoas morando.

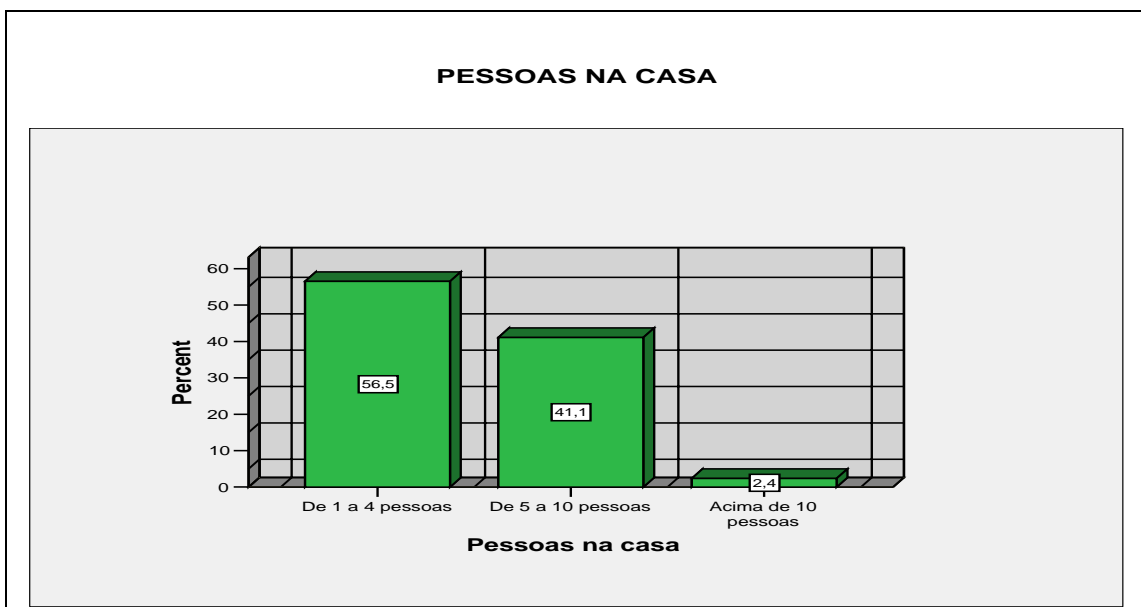


Figura 4 - Residentes por Domicílio

Dentre os entrevistados representados na técnica de pesquisa “survey” (tomadores de crédito, usuários da moeda social, empreendimentos que aceitam moeda social, jovens participantes do Bairro-Escola de Trabalho, empreendimentos que capacitam estes jovens e usuários do correspondente bancário) dois dados se sobressaem na temática da ocupação: (i) 25,69% da amostra investigada são empreendedores no setor de comércio rivalizando com os (ii) 23,32% dos investigados que estavam desempregados no momento – **ver Figura 5**. O número de desempregados é altíssimo para os padrões médios brasileiros que convive, nos últimos meses, com uma oscilação entre 9 e 10%. Os 23,3% de desempregados percebidos no Conjunto Palmeiras – mais que o dobro da média nacional - provocam o Banco Palmas para uma atuação vigilante na geração de trabalho e renda.

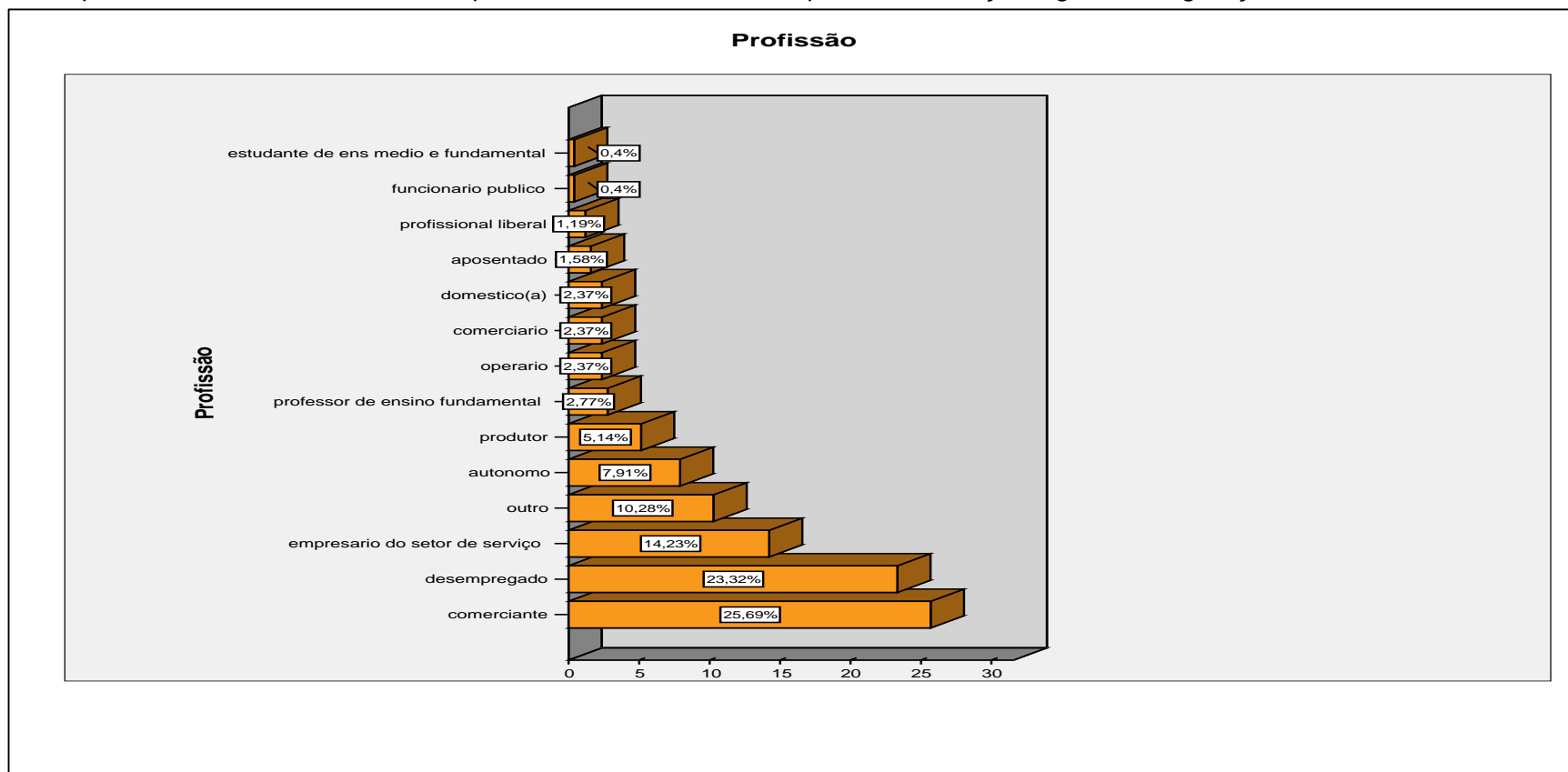


Figura 5 - Ocupação

Aqueles que possuem alguma ocupação remunerada representam, portanto, 75% do público questionado. Estes trabalham em média 57 horas semanais, em um intervalo de 45h a 70h por semana que predomina sobre os demais (45,7%). Outrossim, algumas jornadas semanais alcançam, segundo os entrevistados, mais de 100 horas semanais.

Conforme a **Figura 6**, a renda individual mensal dos pesquisados no survey aponta para algumas considerações: Primeiro, é elevado o percentual que recebem menos de 01 salário mínimo (R\$ 380,00) – 14,8%; Segundo, a moda – 60% – está entre os que percebem mensalmente de 01 a 02 salários mínimos (S.M.) de renda; Terceiro, ao se olhar para a população que recebe até 2 S.M. (R\$ 760,00) teremos um grupo de aproximadamente $\frac{3}{4}$ dos entrevistados. Aqui, talvez se comprove o que já fora relatado nas técnicas da entrevistas e grupos focais de que a atuação do Banco Palmas tem sido relevante, mas ainda há muito que se fazer em relação a ampliação da renda dos moradores de um bairro fragilizado como o Conjunto Palmeiras; e Quarto, os que percebem mais que 4 S.M. representam a pequena faixa percentual de 4,2%.

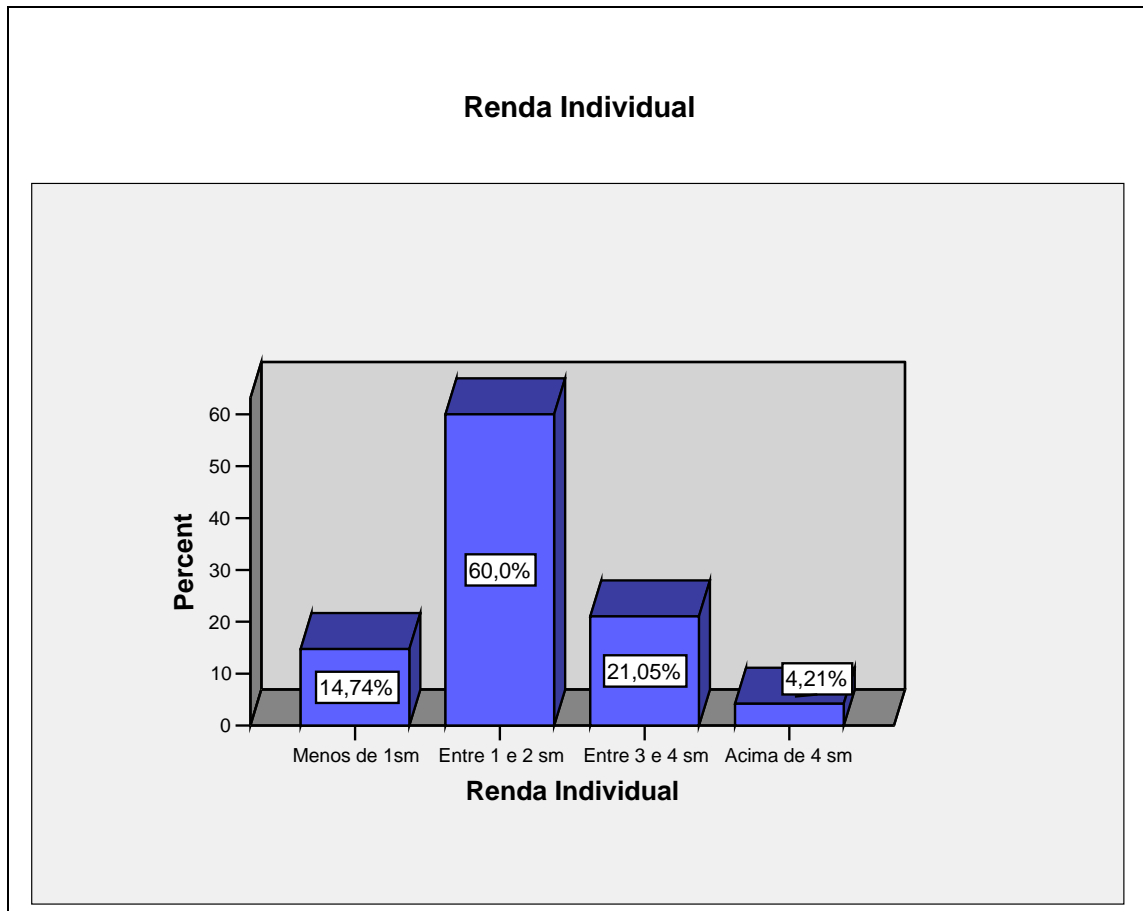


Figura 6 - Renda Individual Mensal

Outra área na qual o Banco Palmas tem investido seus projetos é a educação e dois dados acerca da escolaridade deste público pesquisado merecem ser comentados. Um destes dados é o que aponta 4,8% com formação superior completa, sendo que 3,2% representam aqueles que estão cursando ou cursaram uma pós-graduação. Isto é muito relevante para uma população que tem acesso difícil ao ensino superior:

a população de baixa renda. Por sua vez, também é digno de louvação o dado que indica aqueles que têm ensino médio completo (38,7%), um requisito mínimo e obrigatório para o mercado de trabalho. Aqui cabe comentar que a escala montada na análise dos dados concentrou no nível imediatamente anterior os entrevistados que tinha formação incompleta. Deste modo, os 38,7% dos que tem ensino médio completo agrega os 2,4% referente aqueles que declararam ter o nível superior incompleto.

Por fim, o dado final que se apresenta no perfil do público objetivo do questionário trás uma informação muito respeitável para a confiabilidade da pesquisa de modo geral e do survey – de modo particular – na perseguição para responder as perguntas de partida: o tempo médio de residência no Conjunto Palmeiras é de 20 anos. Segundo se apresenta na **Figura 7**, uma parcela muito expressiva da população investigada (86,9%) tem mais de 11 anos morando no bairro. Isso significa que estes têm mais anos morando no Conjunto Palmeiras do que o Banco Palmas tem de existência. Destarte, denota-se que estes têm plena capacidade de expor suas idéias quanto a importância do Banco Palmas no desenvolvimento do territorial, destacando seus impactos e a imagem que possuem do Banco.

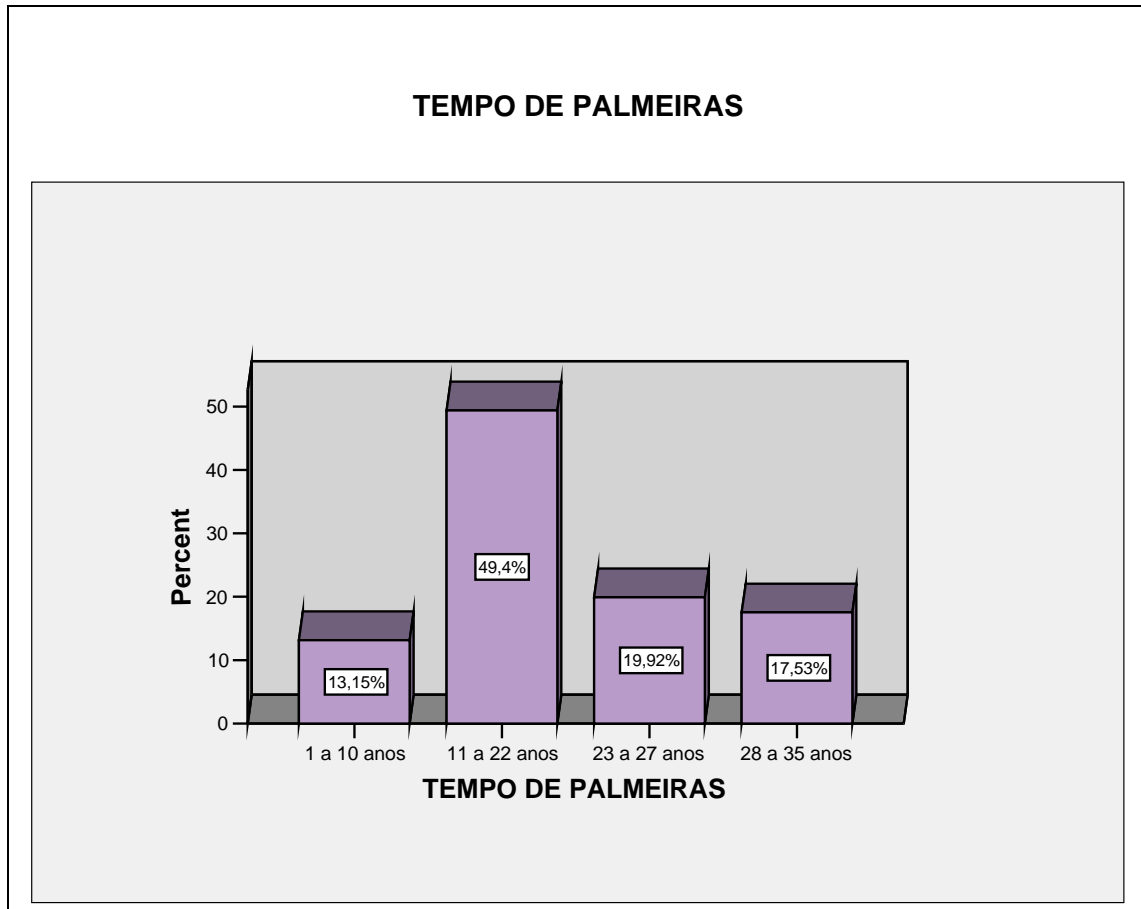


Figura 7 - Tempo de Residência no Conjunto Palmeiras

Após se desvendar esta síntese do perfil do público entrevistado com questionário, serão reveladas informações sobre a segunda parte do questionário que versa sobre a visão e avaliação dos pesquisados a respeito do Banco Palmas e suas ações.

4.8.2 Visão dos Investigados com a Aplicação dos Questionário sobre as Ações do Banco Palmas

Foi perguntado ao público objetivo dos questionários se o Banco Palmas tem ajudado no desenvolvimento do Conjunto Palmeiras. Dentre as opções apresentadas não houve uma resposta se opondo a este fato, somente 2% não responderam ou não sabiam avaliar, de acordo com a **Figura 8**. Assim sendo, é possível afirmar que 100% das respostas válidas afirmaram que Sim, o Banco Palmas tem ajudado no desenvolvimento do Conjunto Palmeiras.



Figura 8 - Banco Palmas e o Desenvolvimento do Conjunto Palmeiras

Em seguida, pretendeu-se averiguar se o Banco Palmas havia contribuído para a melhoria da qualidade de vida do entrevistado e 90% afirmaram que Sim! Ao serem questionados “como?”, as respostas que mais apareceram saltam aos olhos em virtude de estarem exatamente no escopo principal de atuação do Banco Palmas no Conjunto Palmeiras: os investimentos em geração de trabalho e renda no bairro. Os pesquisados defenderam em 25,25% que houve aumento na sua renda pessoal e outros 20,2% foram precisos ao afirmar que conseguiram trabalho (ver Figura 9).

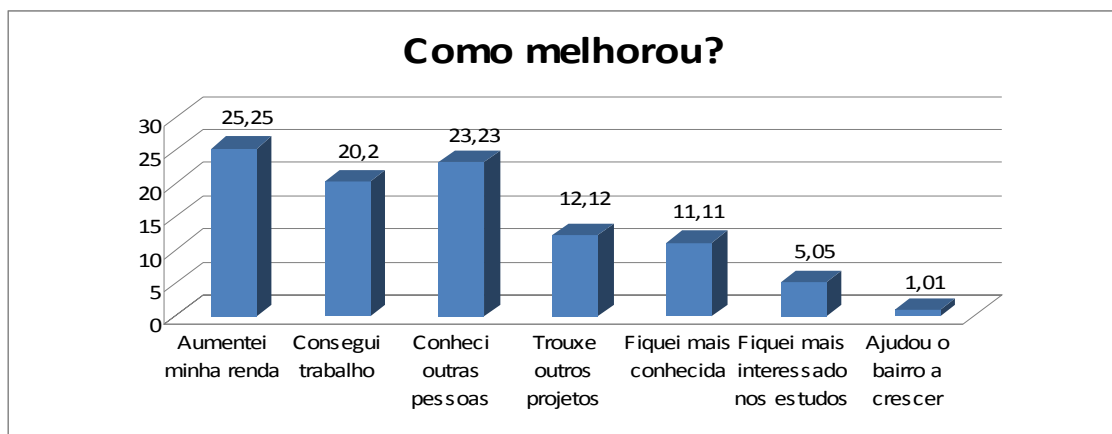


Figura 9 - Como o Banco Palmas Melhorou a Vida do Pesquisado

Um dos principais questionamentos inquiria o público objetivo (tomadores de crédito, usuários da moeda social, empreendimentos que aceitam moeda social, jovens participantes do Bairro-Escola de Trabalho, empreendimentos que capacitam estes jovens e usuários do correspondente bancário) a propósito de já terem realizado empréstimo junto ao Banco Palmas. O percentual de 53% dos respondentes revelou que já tomaram empréstimo no Banco Palmas. Mais a frente uma nova pergunta abordou se algum familiar do entrevistado também já havia tomado empréstimo no Banco Palmas e a resposta afirmativa veio de 48,6%.

Como se vê, o Banco Palmas presta um serviço que alcança um representativo percentual da população do Conjunto Palmeiras. Caso o serviço fosse só resumido ao crédito, o banco já teria um papel proeminente na geração de renda do bairro. A **Figura 10** expõe a frequência que cada entrevistado afirmou ter tomado empréstimo recorreu a este serviço no Banco Palmas. A média é de **três** empréstimos por pessoa. Porém verificaram-se situações em que tomadores já recorreram até 11 ao banco e 1/3 dos entrevistados tomou empréstimo pela primeira vez.

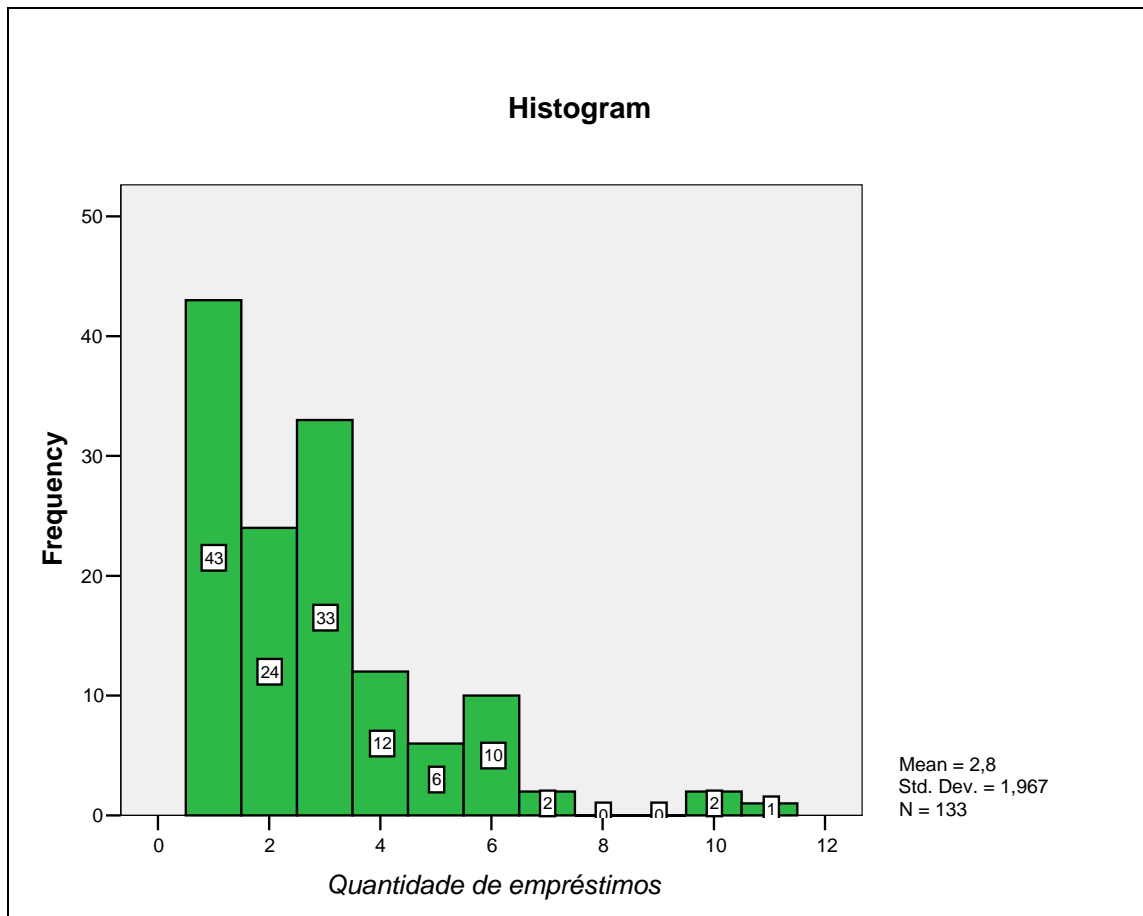


Figura 10 - Frequência que recorre a Empréstimos no Banco Palmas

Quando perguntados acerca do ano que recorreu a um empréstimo no Banco Palmas pela primeira vez, o ano de 2007 sobressai com 40,91% das respostas, conforme a **Figura 11**. Nesta mesma figura é possível observar o seguinte fenômeno: até 2004 há um percentual em torno de, aproximadamente, 2% por ano e sem crescimento representativo. Após 2004, o percentual vai quase dobrando a cada ano: 15% em 2005, 24% em 2006 e 41% em 2007. Isso simboliza que se amplia o número de tomadores a cada ano, já que a pergunta aponta para o ano da

primeira vez o qual o tomador procurou o Banco Palmas para um empréstimo. Este incremento permite uma inferência, em função de dados coletados no levantamento documental que compõe esta pesquisa realizada no Banco Palmas: o aumento da quantidade de novos empréstimos está diretamente relacionado com a ampliação da carteira de crédito do Banco Palmas. Até junho de 2005, o Banco Palmas possuía R\$ 30 mil para crédito. Ainda em 2005 (julho) este valor foi elevado R\$ 50 mil. Por volta de março de 2006, nova elevação do montante – R\$ 120 mil – para empréstimos na carteira de crédito do Banco Palmas. Por fim, em maio de 2007, esta carteira foi ampliada para o patamar atual que está em torno de R\$ 270 mil.

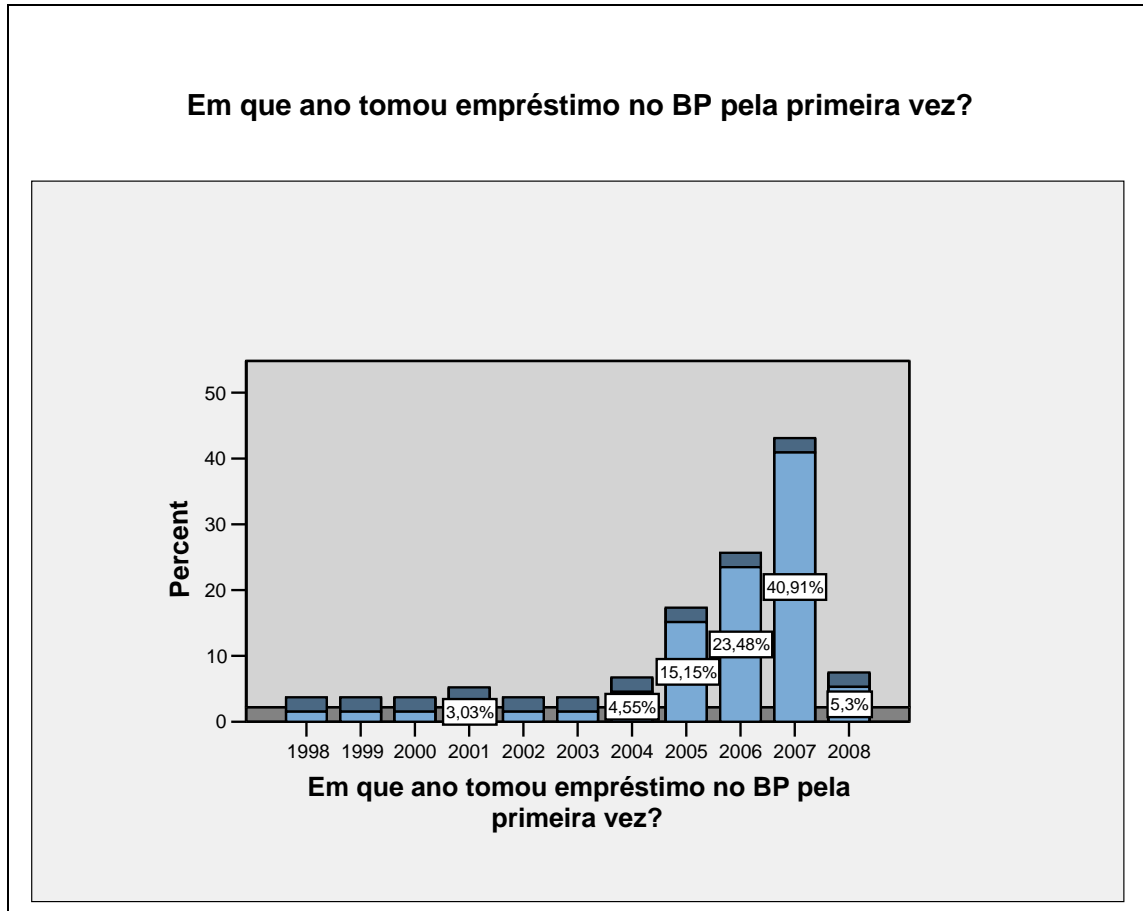


Figura 11 - Primeiro Ano no qual tomou Empréstimo

Ao se avaliar a qualidade da operação de empréstimo do Banco Palmas, o conceito que mais aparece é o bom com 56,4% das citações. Ao se somar os 37,6% expressos no conceito ótimo tem-se que a operação de financiamento é extremamente bem conceituada (94,0% de conceito bom e ótimo) junto ao público objetivo que respondeu o questionário. Aqueles que revelaram já ter tomado empréstimo junto ao Banco Palmas foi questionado qual seria a principal vantagem da operação de crédito junto ao Banco Palmas é sobressaiu-se a taxa de juros baixa com 44% das respostas válidas, de acordo com a **Figura 12**. A agilidade para a liberação do crédito ficou em segundo lugar (27% das respostas).

Por sua vez, conforme aponta a **Figura 13**, foi também requerido que o pesquisado que já tivesse contraído empréstimo no Banco Palmas que revelasse a desvantagem capital da operação de microcrédito deste banco. Destacou-se o baixo

valor máximo de empréstimo inicial e final com 39,53% das respostas e a inexistência de tempo de carência para o tomador pagar o empréstimo (17,82%).

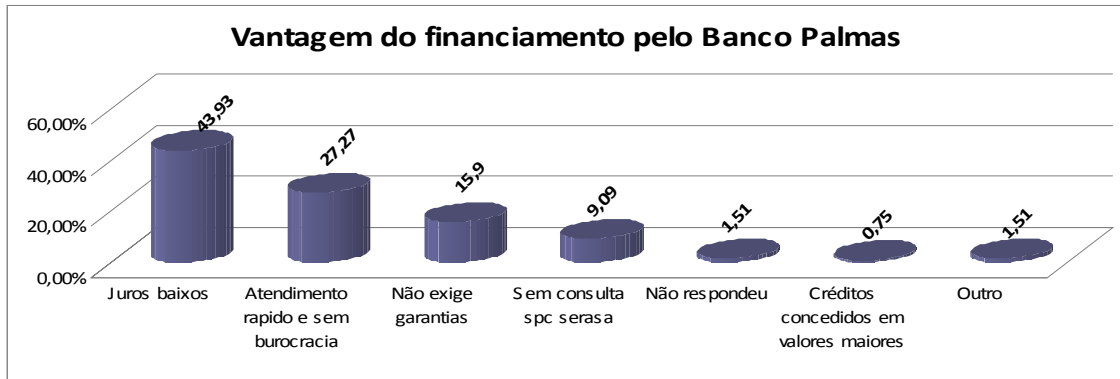


Figura 12 - Principal Vantagem da Operação de Crédito do Banco Palmas

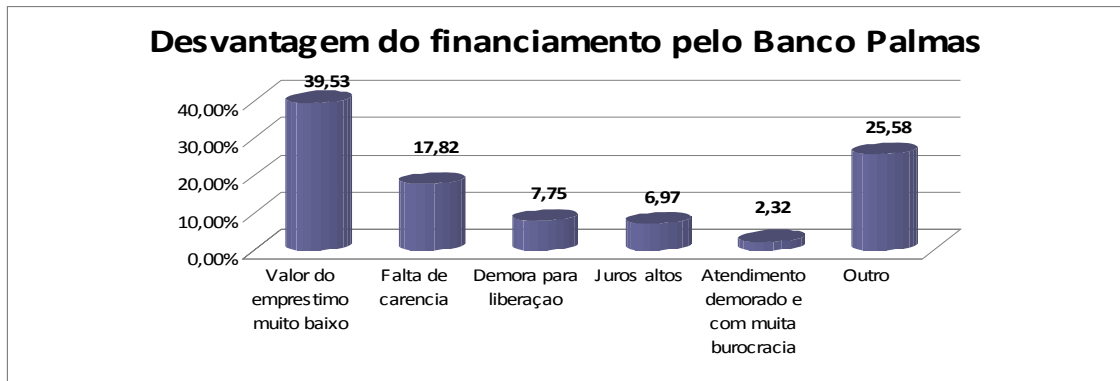


Figura 13 - Principal Desvantagem da Operação de Crédito do Banco Palmas

Igualmente, se indagou aqueles que já contraíram empréstimo no Banco Palmas se haviam também recorrido a financiamento em outros bancos e 70,8% revelou ter efetivado tal operação. Em seguida, foi investigado apenas com os que recorreram a empréstimos em outro banco se o fato ocorrera antes ou após o tomador se dirigir para tomar empréstimo no Banco Palmas. O dado importante a ser indicado é o que expõe o fato de 77%, ver **Figura 14**, apontar que procurou e teve/tem empréstimo de outro banco antes de ter recorrido ao Banco Palmas, enquanto apenas 4% expressou o oposto – buscou financiamento no Banco Palmas primeiro e depois foi em busca de empréstimos nos outros bancos.

Em complementaridade a esse conjunto de perguntas, solicitou-se que aqueles 77% expusessem o que os fez procurar o Banco Palmas após ter ido a outros bancos. A resposta corroborou com mesmo motivo apontando como a principal vantagem das operações do Banco Palmas. Em outras palavras, também foi a taxa de juros que levou o tomador de outro banco para compor a carteira de clientes do Banco Palmas. É o que nos apresenta a **Figura 15**.

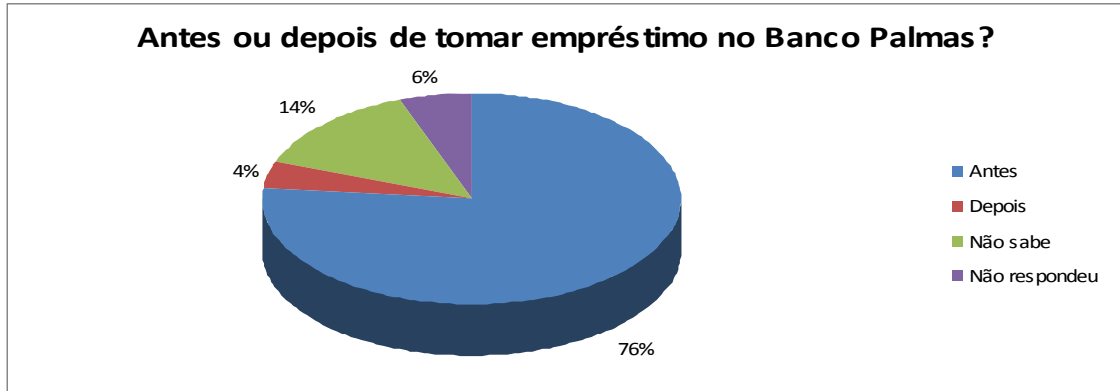


Figura 14 - Momento que recorreu ao Banco Palmas em relação ao recursos de Outros Bancos

Em relação aqueles que procuraram tomar empréstimos no Banco Palmas e depois utilizaram o expediente de apelar para financiamentos em outros bancos surge como causa, apenas 4 pessoas manifestaram pertence a este grupo do universo de 73 empreendedores que buscaram empréstimo no Banco Palmas e em outro banco. Uma vez este número é pouco representativo, é preferível – no caso desta pesquisa – expor em valores absolutos e não em percentuais. Assim dois destes quatro se manifestaram sobre a questão mais destacada para procurar outro banco fora a política dos juros do Banco Palmas ser considerada elevada.

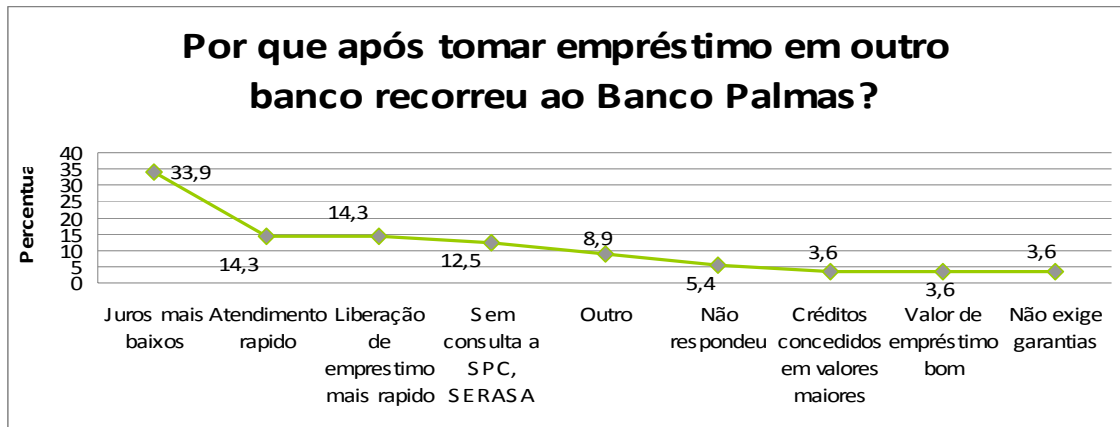


Figura 15 - Principal Fator que levou o Tomador ao Banco Palmas

Já sobre a moeda social palmas, 94% dos entrevistados afirmaram acreditar que ela contribui para o desenvolvimento do Conjunto Palmeiras. Todavia ao serem perguntados se usam ou já usaram a moeda Palmas, “apenas” 58% responderam afirmativamente. Segundo a **Figura 16**, estes mesmos entrevistados apontam que o motivo principal que os leva a utilizar a moeda social é por que ajuda a desenvolver o comércio do bairro (43%), surpreendentemente bem a frente e uma causa mais nobre que os 22% que enfatizaram fazê-lo pelo desconto conseguido com o uso da moeda social no Conjunto Palmeiras.

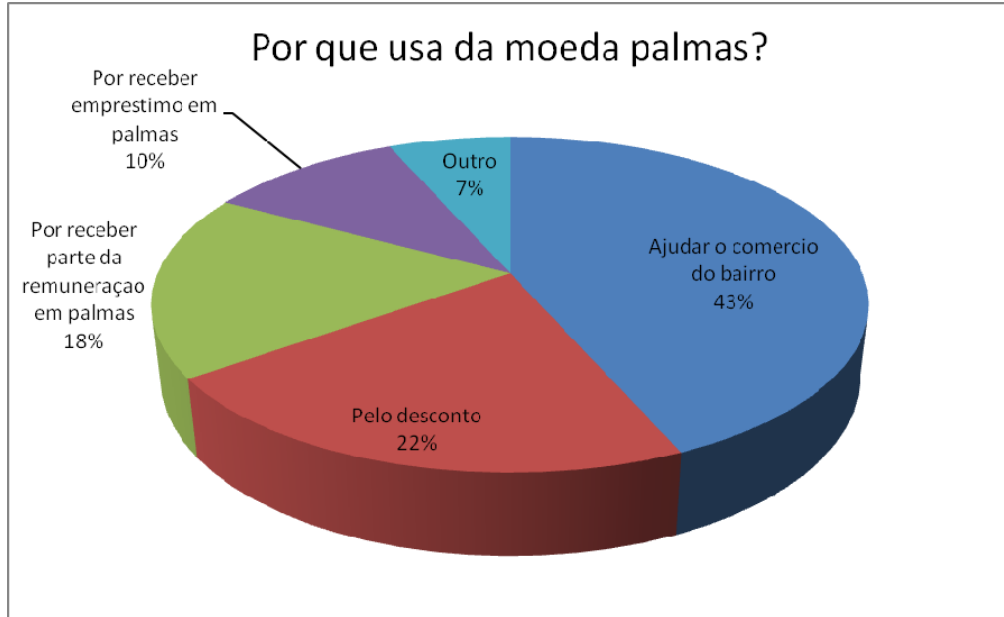


Figura 16 - Razão principal para Utilizar os Palmas (Moeda Social)

Outro serviço analisado e para o qual se solicitou avaliação do público objetivo inquirido (a partir do questionário produzido para este survey) foi a atuação do Correspondente Bancário. Refere-se a indicar o uso e avaliar a operação do Banco Popular do Brasil, através dos seus três quiosques/caixas instalados na sede da ASMOCONP/Banco Palmas. Convém revelar que algumas operações do Banco Palmas, como os empréstimos liberados, podem ocorrer nos terminais do Correspondente Bancário do Banco Popular do Brasil, na sede da ASMOCONP/Banco Palmas.

Em relação a este serviço, 85,38% dos entrevistados revelaram já ter utilizado o correspondente bancário na sede da ASMOCONP/Banco Palmas. A **Figura 17** apresenta os serviços que este percentual de usuários mais utiliza ao buscarem o correspondente bancário do Banco Popular do Brasil, na sede da ASMOCONP/Banco Palmas. Foi possibilitado ao entrevistado indicar mais de uma resposta e 99,1% expuseram que recorrem a este serviço para realizar pagamentos de títulos, seguidos de 43,1% que buscam o correspondente bancário tomar empréstimo.

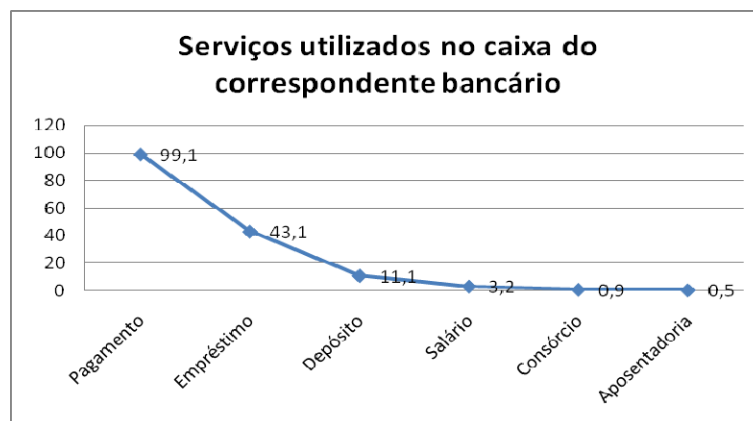


Figura 17 - Serviço mais utilizado no Correspondente Bancário

Ao serem solicitados para avaliar os serviços oferecidos pelo Correspondente Bancário do Banco Popular do Brasil, na sede da ASMOCONP/Banco Palmas, o bom foi o conceito mais apontado: 54,63%, de acordo com a **Figura 18**. Não ficam atrás aqueles que apontarem que as operações realizadas pelo correspondente bancário merecem o conceito ótimo (41,67%). Ao se somar os dois conceitos (bom e ótimo) se têm a aprovação deste serviço por 96,30% da amostra atingida pela aplicação do questionário.

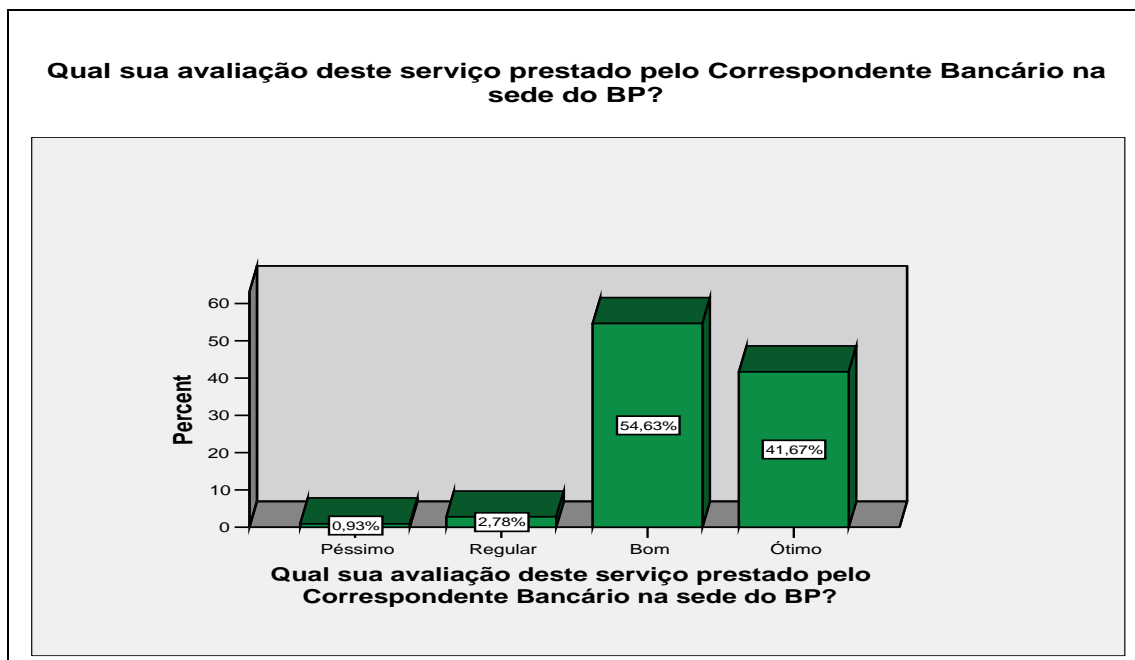


Figura 18 - Avaliação do Correspondente Bancário

Finalmente, estas análises se concluem com as avaliações em termos de nota e conceito a atuação do Banco Palmas no Conjunto Palmeiras. Avaliação foi efetuada por meio de perguntas no questionário quando aplicados junto ao público objetivo do survey (tomadores de crédito, usuários da moeda social, empreendimentos que aceitam moeda social, jovens participantes do Bairro-Escola de Trabalho, empreendimentos que capacitam estes jovens e usuários do correspondente bancário). Optou-se por solicitar no início do questionário, na parte que avalia as ações do Banco Palmas, que o entrevistado sugerisse uma nota (ver **Figura 19**) para a atuação do Banco Palmas. Mais a frente pediu-se ao mesmo entrevistado que apontasse um conceito (ver **Figura 20**) para o desempenho do Banco Palmas tanto como forma de validar a primeira avaliação (da nota) quanto para reforçar a perspectiva de responder a pergunta de partida acerca da imagem que se tem do Banco Palmas no imaginário dos usuários dos seus serviços e beneficiários dos seus projetos.

Padronizou-se sem revelar ao entrevistado que cada conceito da segunda pergunta avaliativa da atuação do Banco Palmas corresponderia a um intervalo de notas da primeira pergunta avaliativa: Conceito Pésimo – Nota Zero; Conceito Ruim – Nota de 01 a 03; Conceito Regular – Nota de 04 a 06; Conceito Bom – Nota 07 e 08; e Conceito Ótimo – Nota 09 e 10. Analisando-se as **Figuras 19 e 20**, e detendo-se ao somatório das notas 7, 8, 9 e 10 chega-se a aprovação de 91,3% para a atuação do Banco Palmas na visão destes pesquisados. A validação desta informação ocorre quando se agrupam os conceitos bom e ótimo e se obtêm a aprovação de 93,67%

dos pesquisados em relação ao desempenho do Banco Palmas. Conclui-se, portanto, que a imagem que se tem do Banco Palmas capturada pelo survey confirma o que já havia sido revelado nas análises dos grupos focais e das entrevistas com as lideranças.

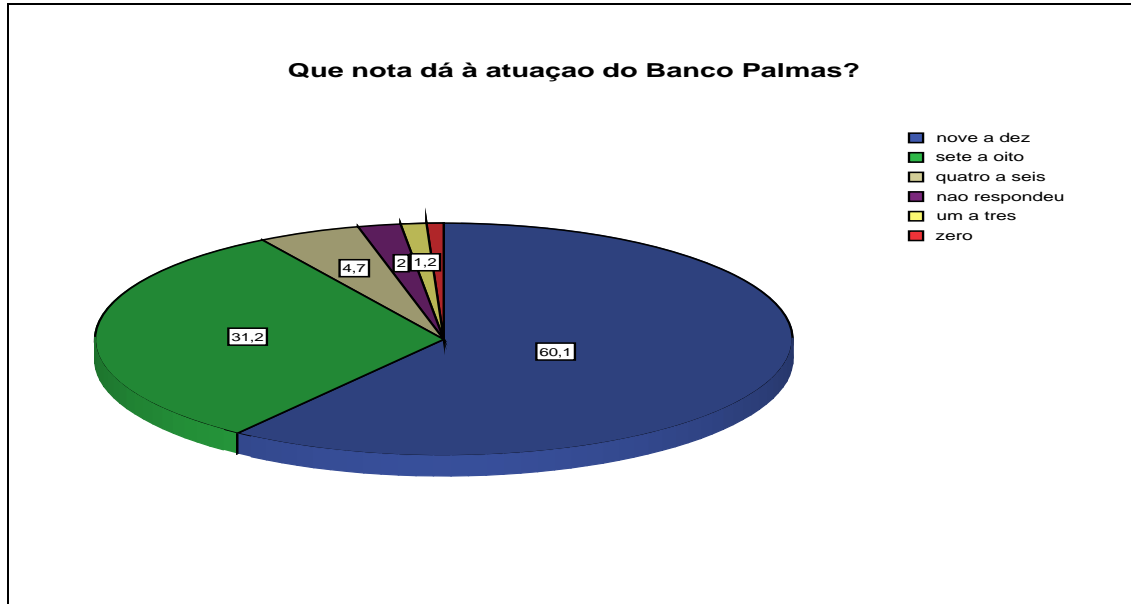


Figura 19 - Nota para o Desempenho do Banco Palmas/10 Anos

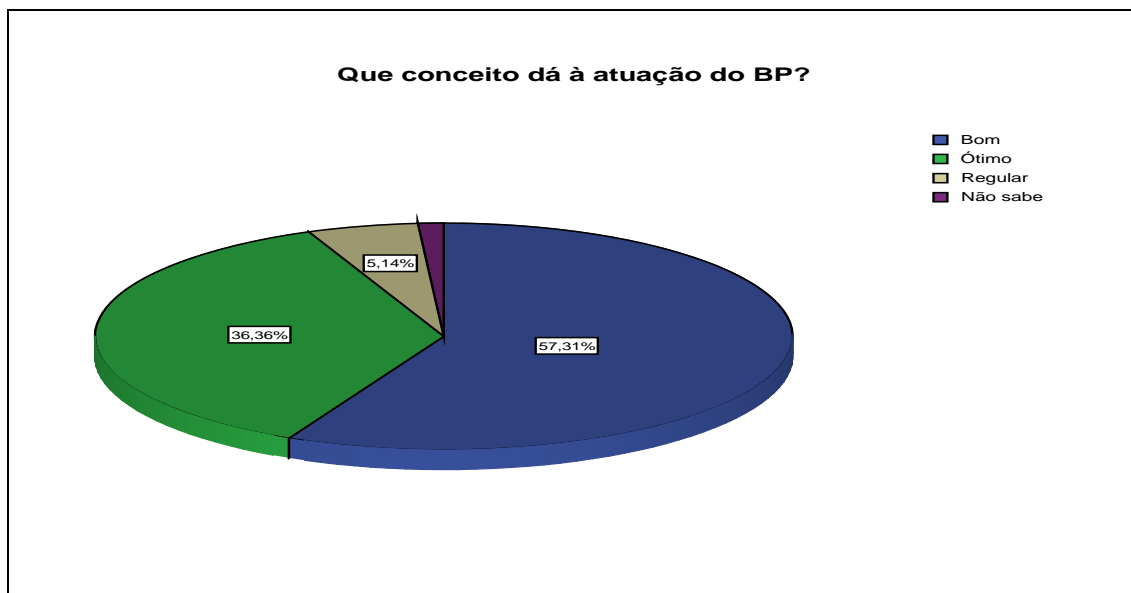


Figura 20 - Conceito para o Desempenho do Banco Palmas/10 Anos

4.9 Validação dos Dados

O cruzamento e a confrontação de informação para validação dos dados obtidos nas diversas fontes (documentais, entrevistas, questionários, grupos focais e observações diretas) foi realizado entre os dias 14 e 17 de fevereiro de 2008. Uma vez validado os dados, iniciou-se os procedimentos de análises das informações e elaboração deste relatório final. A seção seguinte expõe a análise destas informações tendo como referência as perguntas de partida formuladas antes do início deste estudo.

5. REFLEXÕES ACERCA DAS PERGUNTAS DE PARTIDA

As análises das informações levaram a construção das respostas às perguntas de partidas e estas respostas proporcionam o alcance dos objetivos específicos deste estudo que foram:

- (i) Prospectar os impactos alcançados no Conjunto Palmeiras, a partir da implementação do Banco Palmas;
- (ii) Averiguar junto as organizações e moradores do território qual o seu entendimento sobre a contribuição do Banco Palmas para o desenvolvimento do Conjunto Palmeiras;
- (iii) Perceber qual a imagem do Banco Palmas formada junto aos usuários dos seus serviços e beneficiários dos seus projetos.

5.1 PERGUNTA DE PARTIDA I – Quais os impactos das ações do Banco Palmas no Conjunto Palmeiras, ao longo dos últimos 10 anos?

Após captação de dados efetuada através da aplicação dos questionários (junto aos tomadores de crédito, usuários da moeda, beneficiários do Bairro-Escola de Trabalho e usuários do correspondente bancário), entrevistas com lideranças do bairro, realização dos grupos focais (com moradores, dirigentes e lideranças de representativas organizações públicas, privadas e sociais do bairro) foram indicados uma série de impactos causados pelas ações do Banco Palmas nestes 10 anos (1998-2007).

Alguns impactos se destacam pelos aspectos positivos para os diversos agentes impactados e outros pelo prejuízo que um dos agentes sofre perdas mesmo que o Banco Palmas tenha causado impacto. Senão veja-se, **em relação ao primeiro caso** existe a unanimidade que o Banco Palmas trouxe uma visibilidade para todo o bairro, promovendo ganhos para todas as organizações e cidadãos locais. Além disso, o Conjunto Palmeiras, nos dias atuais, é muito mais citado no caderno de economia dos jornais que nas páginas policiais, diferente do que ocorria anos atrás. Aqui se apresentou apenas elementos relacionados a contribuição do Banco Palmas pautados na elevação da auto-estima dos moradores, mas também são significativos os impactos relacionados a aumento do consumo nos comércios locais e de circulação de riqueza no bairro. A principal razão está na iniciativa do Banco Palmas de implementar o uso do cartão de crédito local – Palmacard – e da moeda social – Palmas – no Conjunto Palmeiras. A campanha compre no bairro é mais emprego é outro projeto que causou impactos em relação a este tema.

Outros impactos que proporcionam ganhos coletivos para o bairro, identificados na pesquisa, estão arrolados a questão da ênfase na educação, cultura e formação dos jovens do bairro. Antes mesmo da criação da Palmatech – Escola Comunitária de Socioeconomia Solidária – o Banco já apoiava iniciativas culturais, como o grupo de Teatro “Flores do Lixo”. Deste grupo saíram diversas lideranças juvenis que hoje se apresentam como líderes do futuro para o Conjunto Palmeiras, como exemplo: a Srta. Jaqueline Dutra que, atualmente, ocupa uma posição de muita responsabilidade na gestão do Banco Palmas. O investimento na Educação se deu em vários projetos como os cursos ABC de Economia Solidária, Formação de Consultores Comunitários, cursos integrantes da Incubadora Feminina e do Bairro-Escola de Trabalho. Esta educação não-formal, segundo apontado pelo público

investigado, tem proporcionado uma melhora nos indicadores da educação formal da população local.

O Bairro-Escola de Trabalho, aliás, foi muito citado pelos efeitos impactantes causados na vida dos jovens e dos empreendimentos capacitadores que participam do projeto conduzido pelo Banco Palmas. Conforme apuramos a partir dos dados levantados nas diversas técnicas de pesquisa empregadas, o Bairro-Escola de Trabalho proporciona ao jovem um aprendizado profissionalizante teórico acompanhado da prática realizada em um empreendimento capacitador do bairro. Ganha o jovem ao aprender uma profissão, montar um negócio e garantir um emprego; ganha o estabelecimento ao “oxigenar” sua mão-de-obra, renovar os ensinamentos proporcionados pelas atividades realizadas no negócio e ter uma mão-de-obra qualificada a custo zero. Isto foi considerado uma série de impactos relevantes proporcionados pelo Banco.

Os dirigentes de organizações locais também citaram o PLIES – Plano Local de Investimento Estratégico, realizado no Conjunto Palmeiras em julho de 2003, sob a coordenação do Banco Palmas como um projeto que gerou impactos importantes, uma vez que uma dezena de projetos foi executada para a melhoria coletiva do bairro daquele ano até o final de 2007. Destaca-se dentre estes projetos derivados do PLIES, com algumas alterações, o próprio Bairro-Escola e a Elevação da Carteira de Microcrédito do Banco Palmas que favoreceu a ampliação dos empréstimos concedidos aos empreendedores locais para melhoria nos seus negócios.

Já **em relação a segunda situação** em que os impactos do Banco Palmas beneficiam o Conjunto Palmeiras, contudo os ganhos podem ser muito maiores para o próprio Banco Palmas. Em outras palavras, um dos agentes sofre perdas mesmo que o Banco Palmas tenha causado impacto. Percebe-se a ocorrência disso, no caso da redução da influencia que exerce sobre a comunidade local – nos dias atuais – a ASMOCONP. Algumas ações do Banco Palmas são tão impactantes sobre o território que alguns nem interpretam mais que a ASMOCONP possa estar por trás da ação. O Banco Palmas não tem status jurídico legal e também não está formalmente constituído. Os projetos são apresentados a partir do histórico e figura jurídica da ASMOCONP ou, em alguns casos, do Instituto Palmas. Em qualquer situação não é, portanto, o Banco Palmas que captou o recurso, mas a representatividade contextual da ASMOCONP ou do próprio Instituto. Porém, todos os impactos dos projetos são capitalizados pelo e para o Banco.

Certamente, nesta pesquisa mesmo, muitos participaram por que se avaliava o Banco Palmas, pois se julgou este Banco. Porém a ASMOCONP teve um papel de influencia – incontestável – neste julgamento. Quanto isso representou ou teve de peso na avaliação, não se sabe!

O que se sabe é que apesar dos ressaltantes feitos e impactos do Banco Palmas no Conjunto Palmeiras, se cobra uma postura mais pró-ativa da ASMOCONP, intervenções que resgatem seu papel de luta dos anos 80 e 90. Lutas estas que a quase totalidade dos entrevistados citaram é o que faz com que as ações do Banco Palmas tenham este impacto considerável nos anos 2000.

Por fim, alguns indicaram que os impactos das ações do Banco Palmas, como se pode acompanhar nos resultados da pesquisa, foram irrelevantes ou até negativos. Mas este grupo não encontrou argumentos que pudessem comprovar suas idéias, afinal evidenciar que o Banco ainda não atinge toda a população do Conjunto Palmeiras não é prova da ausência de impactos. O próprio Banco, através de seus

dirigentes, advoga que não tem esta capiralidade nem busca este alcance ainda. Em resumo, pode-se afirmar que ocorreram impactos decorrentes dos projetos e serviços executados pelo Banco Palmas no Conjunto Palmeiras, muitos de ordem qualitativa e difíceis de mensurar objetivamente.

E concluído, não se pode deixar de apresentar a aprovação que o Banco Palmas obteve pelo público do questionário, quando apontado se ele havia contribuído para o desenvolvimento do Conjunto Palmeiras: 98% apontaram que sim. Outra informação obtida a partir da aplicação do questionário e corrobora para responder esta pergunta de partida – “*Quais os impactos das ações do Banco Palmas no Conjunto Palmeiras, ao longo dos últimos 10 anos?*” – é aquela que reflete se a ação do Banco Palmas melhorou a vida do pesquisado: 40% asseguraram que sim (representando 90% ao se considerar apenas as respostas válidas). Daqueles que responderam sim, 45% refletiram que a melhoria ocorreu em aspectos relacionados a geração de trabalho (20,2% narraram que conseguira trabalho) e renda (25,2% disseram que houve aumento de renda). Geração de trabalho e renda são focos centrais da atuação do Banco Palmas. Com este dado partimos para as reflexões acerca da segunda pergunta de partida.

5.2 PERGUNTA DE PARTIDA II – Qual o retorno de imagem do Banco Palmas construído no imaginário dos usuários dos serviços e participantes de suas ações?

A imagem do Banco Palmas, decorrente das suas ações nestes 10 anos (1998-2007), aponta – segundo os dados obtidos nas diversas técnicas metodológicas empregado – para um panorama positivo e bem conceituado. Essa imagem captada na pesquisa está formada no imaginário dos tomadores de crédito, usuários da moeda, beneficiários do Bairro-Escola de Trabalho, usuários do correspondente bancário, lideranças do bairro, moradores, dirigentes e lideranças de representativas organizações públicas, privadas e sociais do bairro.

Caso o parâmetro seja uma nota, a pesquisa aponta que a maioria (91%) dos pesquisados na técnica do survey daria entre 7 e 10. Por sua vez, se o conceito for o balizador, o Banco Palmas obteve 93% de aprovação entre o conceito bom e ótimo. Já se for o caso da orientação basear-se na palavra que vem – de modo imediato – à mente quando se fala de Banco Palmas (procedimento bastante utilizado por institutos de pesquisas em marketing e comunicação em survey sobre a imagem de um produto ou serviço na mente do consumidor) têm-se: crescimento, oportunidade, desenvolvimento, idéias contagiosas, divulgação, cultura, organização, poder de articulação, trabalho e sucesso.

Há ainda a situação em que a população pesquisada expõe a imagem do Banco Palmas associada a aspectos de liderança institucional no Conjunto Palmeira. E existem, ainda, os que associaram a imagem do Banco Palmas ao compromisso com a Ética e Honestidade, apontado para justificar estas expressões o fato de se desconhecer qualquer fato que desabone, nestes 10 anos, a história do Banco Palmas ou dos seus coordenadores relacionado à má utilização de recursos públicos ou privados, financeiros ou não-financeiros. Por tanto, sob todos os ângulos, o Banco Palmas tem uma imagem, em geral, muito bem posicionada na mente do público investigado.

Todavia, um ponto merece ser evidenciado: Se é possível afirmar que a imagem do Banco Palmas está descolada da ASMOCONP⁹, não se pode assegurar que este seja o melhor caminho para o Banco Palmas. A população investigada parece sugerir, tanto nos grupos focais quanto nas entrevistas e nas observações diretas, que deseja muito mais ver a marca do Banco Palmas associada a ASMOCONP. E mais, cobrar que a ASMOCONP/Banco Palmas volte a assumir um papel de luta por melhorias nos aspectos de Urbanização do bairro. Pelas afirmações obtidas, seria algo do tipo “terminar o que começou há mais de uma década”, pois alguns registros apontam que progressos significativos ocorreram em uns campos enquanto a ASMOCONP atuava como articuladora das ações de desenvolvimento urbano do Conjunto Palmeiras. Complementado este pensamento, alguns afirmaram que desde o PLIES a ASMOCONP não atua com este perfil e elementos como limpeza urbana mais eficiente, reivindicação de respeito ao meio-ambiente local, seqüência do canal de drenagem do bairro, urbanização de áreas periféricas do Conjunto Palmeiras, aumento da segurança no território deveria estar na ordem do dia da Associação de Moradores do Conjunto Palmeiras – ASMOCONP.

Dito isto, se deixa algumas questões: O quanto o descolamento da imagem do Banco Palmas da ASMOCONP pode representar em médio prazo (05 anos) o fim da associação? O que isso pode significar para o Conjunto Palmeiras? Por que não se aproveita o potencial de imagem e de realização conjunta tanto do Banco Palmas quanto da ASMOCONP? E finalmente, quanto da imagem positiva do Banco Palmas tem do trabalho de mais de 25 anos da ASMOCONP?

Concluindo, se pode responder a pergunta de partida – “*Qual o retorno de imagem do Banco Palmas construído no imaginário dos usuários dos serviços e participantes de suas ações?*” – afirmando que o Banco Palmas tem uma imagem aparentemente consolidada junto a todos os públicos investigados. Isso é conseqüente, fruto dos impactos e dos resultados de suas ações, e ao mesmo tempo colabora para validar as informações que foram expostas em outras sessões deste relatório. Afinal, seria – no mínimo – incongruente asseverar que os impactos do Banco Palmas foram enaltecidos pelos pesquisados, os projetos do banco tem repercussão junto a diversos organismos, mas sua imagem para a população local é vergonhosa. A seguir serão expostas as considerações finais.

⁹ Isso é o que muitos gestores de comunicação perseguem em um produto, ou seja, dissociá-lo do seu fabricante para mostra o poder de interação do produto com o consumidor e a força da marca (por exemplo, os consumidores comprariam sabão Omo mesmo que ele não fosse um produto Unilever. Diferente do sabão Surf que alguns só irão comprar ao saberem que é um produto Unilever).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo conjuntural acerca da avaliação dos *impactos proporcionados pelo Banco Palmas junto aos usuários dos seus serviços e beneficiários dos seus projetos no Conjunto Palmeiras e o retorno de imagem do Banco a partir da implementação das suas ações de promoção de geração de ocupação e renda nos últimos 10 anos* foi extremamente oportuno e relevante, e se chega a esta constatação a partir dos resultados alcançados e das análises expostas neste relatório. Espera-se que os desdobramentos deste estudo sejam refletidos, a partir deste relatório final, no seminário temático para discutir os resultados da pesquisa, ou na publicação das informações da pesquisa, sistematizadas e analisadas dos dados em um livro comemorativo dos 10 anos do Banco Palmas, ou ainda, no auxílio na formulação de políticas públicas e replicação, em outros territórios, da metodologia de desenvolvimento territorial idealizada pela ASMOCOMP/Banco Palmas.

Ao se avaliar os resultados do estudo com base nos objetivos específicos apresentados, atestou-se que todos foram totalmente atendidos, tendo em vista as considerações apresentadas na seção anterior. Os principais impactos alcançados no Conjunto Palmeiras, a partir da implementação do Banco Palmas foram verificados. Além disso, averiguou-se junto as organizações e moradores do território qual o seu entendimento sobre a contribuição do Banco Palmas para o desenvolvimento do Conjunto Palmeiras. E por fim, foi identificada a imagem do Banco Palmas formada junto aos usuários dos seus serviços e beneficiários dos seus projetos.

Destaca-se que um dos elementos essenciais para se alcançar estes objetivos foram as escolhas metodológicas, uso de multitécnicas, envolvimento de diversas fontes de dados e um cruzamento destes dados que permitiu uma sólida validação das informações qualitativas e quantitativas. Isto dá segurança e credibilidade às análises e aos resultados expostos neste documento.

E certo que críticas entre pesquisadores que trabalham com o método quantitativo e qualitativo são freqüentes e recíprocas. Como exemplo, temos a denominação do método quantitativo como método *hard*, em quanto o método qualitativo é chamado de *soft*. Como se um fosse de fato científico e o outro extremamente frágil e carente de cientificidade, uma vez que a perspectiva qualitativa não pode promover consistência interna e generalização à pesquisa realizada. Já o método qualitativo esbanja superioridade por possibilitar a compreensão de realidades múltiplas, enquanto a o método quantitativo se limitaria a estabelecer relações entre variáveis.

A triangulação das fontes de dados consiste em unir técnicas idiográficas e nomotéticas. Isso contribui para superar a discussão infrutífera de qual o melhor método (qualitativo ou quantitativo) e une as perspectivas utilizando as vantagens de cada uma, ao mesmo tempo em que supera suas fragilidades. Assim, pôde-se trabalhar de forma aprofundada - na técnica de Grupos Focais – temas que não foram abordados com a técnica *survey*. A combinação de múltiplas estratégias de pesquisa possibilitou apreender as dimensões qualitativas e quantitativas do objeto, atendendo tanto os requisitos do método qualitativo, ao garantir a representatividade e a diversidade de posições dos grupos sociais que formam o universo da pesquisa, quanto às ambições do método quantitativo, ao propiciar o conhecimento da magnitude, cobertura e eficiência de programa sob estudo.

De modo conclusivo, alguns desafios e recomendações de novas pesquisas se apresentam e devem ser superados para que se possa asseverar com maior exatidão, os já provados – como pode ser verificado neste relatório – impactos das ações do Banco Palmas no Conjunto Palmeiras, bem como, a percepção positiva do Banco no imaginário dos seus parceiros, usuários dos seus serviços e beneficiários dos seus projetos:

- i. Avaliar o quanto a ASMOCONP representa na avaliação de impactos e na imagem do Banco Palmas;
- ii. Verificar se os impactos percebidos no período proposto por esta pesquisa – 10 anos (1998-2007) – podem estar vínculo a resultados atingidos em outras épocas pregressas ao período avaliado;
- iii. Averiguar junto as organizações e habitantes do território qual o seu entendimento sobre a contribuição da metodologia da ASMOCONP/Banco Palmas para o desenvolvimento do Conjunto Palmeiras;
- iv. Analisar os aspectos particulares da Metodologia de Desenvolvimento Territorial da ASMOCONP/Banco Palmas, em uma nova pesquisa na tentativa de validar (ou não) o pressuposto que seu modelo singular de funcionamento é o que permite o seu reconhecido sucesso; e
- v. Ampliar o universo para a população do Conjunto Palmeiras, de modo a identificar os impactos e a imagem junto aos moradores, em uma nova pesquisa que buscaria atingir, inclusive e principalmente, aqueles que nunca foram diretamente beneficiados por projetos do Banco Palmas.

Finalmente, reafirmam-se os agradecimentos a Secretaria Nacional de Economia Solidária-SENAES/MTE por ter investido neste estudo e ter escolhido o LIEGS/UFC Cariri para executá-lo; aos pesquisadores do LIEGS/UFC Cariri pelo envolvimento e dedicação; a Universidade Federal do Ceará pelos esforços no apoio a todas as etapas desta pesquisa; a Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura-FCPC pela gestão financeira dos recursos; ao Instituto Palmas pelo apoio técnico; e a todos os que se dispuseram a compartilhar dados com vista a prospectar os impactos proporcionados pelo Banco Palmas junto aos usuários dos seus serviços e beneficiários dos seus projetos no Conjunto Palmeiras e o retorno de imagem do Banco a partir da implementação das suas ações de promoção de geração de ocupação e renda nos últimos 10 anos. Concluindo, destaca-se que o tempo curto para o desenvolvimento do estudo até se chegar neste relatório se impõe com um limite para os resultados, mas espera-se que estudos complementares possam ser realizados para se chegar a análises mais conclusivas acerca tema, como proposto no parágrafo acima.

7. REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Alda Rosana; BOTELHO, Delane. Construção de questionários. In: BOTELHO, Delane; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa quantitativa em administração**. São Paulo: Atlas, 2006. Cap. 6, p. 90-108.
- ASMOCONP Associação DOS MORADORES DO CONJUNTO PALMEIRAS. **Favela do Conjunto Palmeiras**: habitando o inabitável. Fortaleza: ASMOCONP, 1990. v.1. Coleção "Memórias de Nossas Lutas".
- _____. **O Canal de Drenagem**: a história de um povo que se organiza, busca parcerias e urbaniza seu bairro. Fortaleza: ASMOCONP, 1998. v.2. Coleção "Memórias de Nossas Lutas".
- _____. **Desenvolvimento local sustentável**: o exemplo da Associação de Moradores do Conjunto palmeiras com o Banco Palmas. Fortaleza: ASMOCONP, 2000.
- AYROSA, Eduardo A. T.; SAUERBRONN, João Felipe Rammelt. Uma introdução ao uso de métodos qualitativos de pesquisa em comportamento do consumidor. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa qualitativa em administração**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. Cap. 9, p. 185-199.
- BANCO Palmas na rede. **Informativo popular da rede cearense de bancos comunitários**. Fortaleza. v. 02, n. 5. jan. 2008.
- BELLEN, Hans Michael van. **Indicadores de sustentabilidade**: uma análise comparativa. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.
- CANO, Ignacio. **Introdução à avaliação de programas sociais**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
- DELLAGNELO, Eloise Helena Livramento; SILVA, Rosimeri Carvalho da. Análise de conteúdo e sua aplicação em pesquisa na administração. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa qualitativa em administração**: teoria e prática. Rio de Janeiro: FGV, 2005. P. 97-118.
- FRANÇA FILHO, Genauto C. **Sociétés en mutation et nouvelles formes de solidarité**: le phénomène de l'économie solidaire en question - l'expérience des régies de quartier au carrefour de logiques diverses. (tese de doutoramento) França, Paris, 2001.
- _____. Terceiro setor, economia social, economia solidária e economia popular: traçando fronteiras conceituais. **Bahia análise e dados**. Salvador, v. 12, n. 1, p. 9-19. jun. 2002.
- _____; DZIMIRA, Sylvain. Economia Solidária e dívida. In: **Organizações & Sociedades**. Salvador, v. 06, n. 14, p. 141-183. 1999.
- _____; LAVILLE, Jean-Louis. **Economia Solidária**: uma abordagem internacional. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004.
- GAIGER, Luís I. Empreendimentos solidários: uma alternativa para a economia popular? In: GAIGER, L. (org). **Formas de Combate e de Resistência à Pobreza**. RS: São Leopoldo, Unisinos, 1996.

_____. Sentido e possibilidades da economia solidária hoje. In: KRAYCHETE, Gabriel et al. (Org.). **Economia dos setores populares**: entre a realidade e a utopia. Petrópolis: Vozes, 2000.

INSTITUTO Banco Palmas... **Bancos comunitários de desenvolvimento**: uma rede sob controle da comunidade. Fortaleza, 2006.

JOIA, Luiz Antonio. Geração de modelos teóricos a partir de estudos de casos múltiplos: da teoria à prática. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa qualitativa em administração**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. Cap. 6, p. 123-149.

MELO NETO, João J., MAGALHÃES, Sandra. **Bairros pobres, ricas soluções**: Banco Palmas, ponto a ponto. Fortaleza: Expressão Gráfica, 2003.

_____. **O Poder do Circulante Local**: a moeda social no Conjunto Palmeiras. Fortaleza, 2005.

MISOCZKY, Maria Ceci. Leituras enamoradas de Marx, Bourdieu e Deleuze: indicações para o primado das relações nos estudos organizacionais. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa qualitativa em administração**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. Cap. 4, p. 71-96.

PECI, Alketa. Além da dicotomia objetividade-subjetividade. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa qualitativa em administração**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. Cap.2, p. 29-49.

REDE de Bancos Comunitários. **Banco comunitário: serviços solidários em rede**. Fortaleza: Instituto Banco Palmas, 2006a.

_____. **Memória das reuniões da rede na I mostra de cultura e economia solidária**. Fortaleza: Instituto Banco Palmas, mai. 2006. 2006b.

RUEDIGER, Marco Aurélio; RICCIO, Vicente. Grupo focal: método e análise simbólica da organização e da sociedade. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa qualitativa em administração**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. Cap. 7, p. 151-172.

SANTOS, Hélio Tadeu Martins dos. O método qualitativo na investigação de sentidos: uma proposta multipolar para estudos organizacionais. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa qualitativa em administração**: teoria e prática. Rio de Janeiro: FGV, 2005. P. 175-197.

SCHAEFER, Christopher; VOORS, Tÿno. **Desenvolvimento de Iniciativas Sociais**: da visão inspiradora à ação transformadora. São Paulo: Antroposófica, 2000. – Tradução Herwig Haetinger.

SILVA JR., Jeová Torres. **Gestão, fato associativo & economia solidária**: a experiência da ASMOCONP/Banco Palmas, 2004. 99 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2004.

_____. O Desafio da Gestão de Empreendimentos da Economia Solidária: As Tensões entre as Dimensões Mercantil e Solidária na ASMOCONP / Banco Palmas-CE. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, 25, 23-27 de setembro de 2006, Salvador/Bahia, **Anais...** Salvador, 2006.

_____. Bancos comunitários e Desenvolvimento Territorial: Analisando as Singularidades destas Experiências de Microfinanças Solidárias. In: **Cadernos Gestão Social**, Salvador, v.1, n.1, Ed. Especial, p.1-18, set.-dez. 2007.

SINGER, Paul. Economia dos setores populares - propostas e desafios. In: KRAYCHETE, Gabriel et al. (Org.) **Economia dos setores populares: entre a realidade e a utopia**. Petrópolis: Vozes, 2000.

_____. **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo: Perseu Abramo, 2002.

TENÓRIO, Fernando Guilherme (coord.). **Avaliação de Projetos Comunitários: abordagem prática**. 4. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

VIEIRA, Marcelo Milano Falcão. Por uma boa pesquisa (qualitativa) em administração. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa qualitativa em administração**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006. Cap. 1, p. 13-28.

_____; PEREIRA, Bill Nunes. Estudos etnográficos em administração. In: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão; ZOUAIN, Deborah Moraes. **Pesquisa qualitativa em administração: teoria e prática**. Rio de Janeiro: FGV, 2005. P. 223-237.

YUNUS, Muhammad; JOLIS, Alain. **O banqueiro dos pobres**. São Paulo: Ática, 2006.

Anexo A – Termo de Referencia dos Grupos Focais



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
Campus Avançado do Cariri
Laboratório Interdisciplinar de Estudos em Gestão Social - LIEGS

TERMO DE REFERENCIA PARA USO DO MÉTODO “GRUPO FOCAL”

Público-alvo: Participantes do Bairro-Escola, Usuários da Moeda Social, Tomadores de Crédito do Banco Palmas Lideranças e Moradores do Conjunto Palmeiras.

Questões-chave:

- Quais os impactos das ações do Banco Palmas no Conjunto Palmeiras, ao longo dos últimos 10 anos?
- Qual o retorno de imagem do Banco Palmas construído no imaginário dos usuários dos serviços e participantes de suas ações?

Temas:

- Desenvolvimento do Conjunto Palmeiras;
- Impactos das ações do Banco Palmas;
- Imagem do Banco Palmas;
- Expectativa e Perspectivas para e com o Banco Palmas.

Datas da realização: Nos dias 29 de janeiro e 07 de fevereiro de 2008.

Estrutura dos grupos focais: Em cada encontro serão formados 03 grupos de 10 participantes cada, agrupados para se explorar e entender atitudes, opiniões percepções e comportamentos do segmento estudados, em relação aos quatro temas indicados. No mesmo ambiente participam um mediador e um assistente/relator assistidos por mais um observador externo ao grupo que deverá interferir nas discussões por meio de perguntas ao grupo focal.

Resultados esperados: Mapa cognitivo apontando os principais impactos socioeconômicos promovidos pelo Banco Palmas, examinado sua relação com o Desenvolvimento do Conjunto Palmeiras. Este mesmo mapa cognitivo deve sugerir a imagem do Banco Palmas junto aos usuários dos serviços e moradores do bairro, além de apontar as expectativas que estes tem em relação ao futuro com do Banco Palmas.

Profa. Dra. Joselina Silva
Prof. Ms. Jeová Torres Silva Júnior

Anexo B – Versão Final do Questionário



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
Campus Cariri
Laboratório Interdisciplinar de Estudos em Gestão Social - LIEGS

ESTUDO “AVALIAÇÃO DE IMPACTOS E DE IMAGEM DO BANCO PALMAS - 10 ANOS”

Prezado(a) Participante : O objetivo da pesquisa é conhecer o perfil dos residentes do Conjunto Palmeiras e sua percepção para com o Banco Palmas. Os responsáveis pela pesquisa são o Ms. Jeová Torres e a Dra. Joselina da Silva ambos professores da Universidade Federal do Ceará. **Será mantido o anonimato do entrevistado, ou seja, você não precisa se identificar.**

Entrevista nº	Data:	Controle:
---------------	-------	-----------

I. Perfil dos entrevistados (as)

00. Sexo: () 1. Masculino - () 2. Feminino

01. Qual seu estado civil?

- () 1. Solteiro(a)
() 2. Casado(a)/União Estável
() 3. Viúvo(a)
() 4. Separado(a)
() 98. Não respondeu

02. Qual é a sua idade?

03. Em qual país o(a) Sr.(a) nasceu?

- () 1. Brasil
() 99. Outro (especificar) _____

04. Qual o município e o estado em que o(a) Sr.(a) nasceu?

05. Há quanto tempo o(a) Sr.(a) mora no Conjunto Palmeiras?

06. Quantas pessoas moram na sua casa?

07. Qual a sua cor (de acordo com o IBGE):

- () 1. Preto
() 2. Pardo
() 3. Branco
() 4. Amarela
() 5. Indígena /
() 97. Não sei
() 98. Não respondeu
() 99. Outra (especificar) _____

08. Quanto a sua ocupação profissional, o (a) Sr(a) é:

- () 1. Estou desempregado no momento (**Passar para a questão 11**)
() 2. Operário (a)
() 3. Metalúrgico(a)
() 4. Funcionário(a) público(a)
() 5. Empresário(a) do setor de comércio/Comerciante

() 6. Empresário(a) do setor de indústria/Produtor

- () 7. Empresário(a) do setor de serviço
() 8. Bancário(a)
() 9. Professor(a) de ensino fundamental
() 10. Professor(a) de ensino médio
() 11. Professor(a) universitário(a)
() 12. Profissional liberal
() 13. Comerciante(a)
() 14. Militar
() 15. Doméstico(a)
() 16. Aposentado(a) (**Passar para a questão 11**).
() 17. Trabalhador (a) rural
() 18. Autônomo(a)
() 19. Estudante de ensino fundamental e médio
() 20. Estudante universitário
() 99. outro (especificar) _____

09. Qual é a sua carga horária, por semana, de trabalho?

10. Qual é a sua renda individual mensal?

Sal. mínimo=R\$ 380,00

- () 1. Menos de um salário mínimo
() 2. Um salário mínimo
() 3. Entre 01 e 02 sm
() 4. Entre 03 e 04 sm
() 5. Entre 05 e 06 sm
() 6. Entre 07 e 08 sm
() 7. Entre 09 e 10 sm
() 8. Entre 11 e 20 sm
() 9. Acima de 20 sm
() 97. Não sei
() 98. Não respondeu

11. A pessoa que tem a maior renda na sua família ganha:

Sal. mínimo=R\$ 380,00

- () 1. Menos de um salário mínimo
() 2. Um salário mínimo
() 3. Entre 01 e 02 sm

- 4. Entre 03 e 04 sm
 - 5. Entre 05 e 06 sm
 - 6. Entre 07 e 08 sm
 - 7. Entre 09 e 10 sm
 - 8. Entre 11 e 20 sm
 - 9. Acima de 20 sm
 - 97. Não sei
 - 98. Não respondeu
-

12. Qual é a sua escolaridade?

- 1. Analfabeto
 - 2. Primário incompleto
 - 3. Primário completo
 - 4. Ensino fundamental (antigo primeiro grau) incompleto
 - 5. Ensino fundamental completo
 - 6. Ensino médio (antigo segundo grau) incompleto
 - 7. Ensino médio completo
 - 8. Terceiro grau incompleto
 - 9. Terceiro grau completo
 - 10. Pós-graduação (Especialização)
 - 11. Pós-graduação (Mestrado)
 - 12. Pós-graduação (Doutorado)
 - 13. Pós-graduação (Pós-Doutorado)
 - 99. Outro (especificar) _____
-

13. Qual é a sua forma preferida de lazer? (**É aceitável mais de uma resposta**)

- 1. Ficar em casa
 - 2. Ler um livro
 - 3. Ir ao cinema
 - 4. Viajar
 - 5. Navegar na internet
 - 6. Ver televisão
 - 7. Ir a Praia
 - 8. Ir ao estádio de futebol
 - 9. Jogar bola
 - 10. Bater papo com os(as) amigos(as)
 - 98. Não respondeu
 - 99. Outro (especificar) _____
-

14. Qual é a sua doutrina religiosa?

- 1. Ateu
- 2. Católica
- 3. Evangélica
- 4. Espírita Kardecista
- 5. Umbanda
- 6. Candomblé

7. Acredita em Deus mas não segue doutrina religiosa

8. Agnóstico/sem religião

98. Não respondeu

99. Outro (especificar) _____

15. O(A) Sr.(a) é membro ou milita em alguma entidade da sociedade civil organizada?

1. Sim

2. Não (**Passe para a questão 18**)

98. Não respondeu (**Passe para a questão 18**)

16. A entidade que o(a) Sr.(a) é membro está localizada no Conjunto Palmeiras?

1. Sim

2. Não

98. Não respondeu

17. Que organização o (a) Sr. (a) faz parte? (**É aceitável mais de uma resposta**)

1. Associação de Moradores

2. ONG

3. Movimento Negro

4. Movimento de mulheres

5. Movimento homossexual

6. Movimento estudantil

7. Clube recreativo

8. Partido Político

9. Sindicato

97. Não sei

98. Não respondeu

99. Outro (especificar) _____

18. Qual é o seu partido político de preferência?

1. Nenhum

2. PMDB

3. PT

4. DEM (Antigo PFL)

5. PSDB

6. PDT

7. PSOL

8. PSTU

9. PTB

10. PMN

11. PSB

12. PCdoB

97. Não sei

98. Não respondeu

99. Outro (especificar) _____

II. Perfil da Ação Palmas

19. O Banco Palmas tem ajudado o desenvolvimento do Conjunto Palmeiras?

- () 1. Sim
 () 2. Não
 () 97. Não sei
 () 98. Não respondeu
 () 99. Outro (especificar) _____

20. Que notas o(a) Sr. (a) dá à atuação do Banco Palmas?

- () 1. zero
 () 2. um a três
 () 3. quatro a seis
 () 4. sete a oito
 () 5. nove a dez
 () 98. Não respondeu

21. Você já tomou empréstimo no Banco Palmas?

- () 1. Sim
 () 2. Não (**Passe para questão 27**)
 () 98. Não respondeu (**Passe para questão 27**)

22. Quantos empréstimo o(a) Sr. (a) já tomou no Banco Palmas?

23. Em qual ano o(a) Sr.(a) tomou empréstimo no Banco Palmas pela primeira vez?

24. A qualidade do financiamento do Banco Palmas é:

- () 1. Ótima
 () 2. Boa
 () 3. Regular
 () 4. Ruim
 () 5. Péssima
 () 98. Não respondeu

25. Na sua opinião, qual a principal vantagem da proposta de financiamento do Banco Palmas?

- () 1. Não faz consulta as restrições cadastrais (SPC, Serasa)
 () 2. O atendimento é rápido e sem burocracia
 () 3. Os créditos são concedidos em valores maiores
 () 4. Os juros são baixos
 () 5. A liberação do empréstimo é rápida
 () 6. Não exige garantias
 () 98. Não respondeu
 () 99. Outro (especificar) _____

26. Na sua opinião, qual a principal desvantagem da proposta de financiamento do Banco Palmas?

- () 1. Os juros são altos
 () 2. Falta de carência para o início do pagamento
 () 3. Demora para a liberação do crédito
 () 4. Valor do empréstimo muito baixo
 () 5. O atendimento é demorado e com muita burocracia
 () 98. Não respondeu
 () 99. Outro (especificar) _____

27. Alguém da sua família já tomou empréstimo no Banco Palmas?

- () 1. Sim
 () 2. Não
 () 97. Não sei
 () 98. Não respondeu
 () 99. Outro (especificar) _____

28. Na sua opinião, a moeda Palmas ajuda no desenvolvimento do Conjunto Palmeira?

- () 1. Sim
 () 2. Não
 () 97. Não sei
 () 98. Não respondeu

29. Na sua opinião, a moeda Palmas deveria ser aceita por todo o comércio do Conjunto Palmeiras?

- () 1. Sim
 () 2. Não
 () 97. Não sei
 () 98. Não respondeu

30. O Sr. (a) acredita que a moeda Palmas ajuda o comércio do Conjunto Palmeiras?

- () 1. Sim
 () 2. Não
 () 97. Não sei
 () 98. Não respondeu

31. De que forma o(a) Sr. (a) acredita que a moeda Palmas ajuda/pode ajudar o comércio do Conjunto Palmeiras?

- () 1. Ampliando as vendas
 () 2. Gerando mais empregos
 () 3. Atraindo clientes de outros bairros
 () 97. Não sei
 () 98. Não respondeu
 () 99. Outro (especificar) _____

32. O(a) Sr.(a) faz uso da moeda Palmas?

- () 1. Sim
 () 2. Não (**Passe para a questão 34**)
 () 98. Não respondeu (**Passe para a questão 34**)

33. Qual a razão do seu uso da moeda Palmas?

- () 1. Para ajudar o comércio do bairro
 () 2. Pelo desconto na compra de produtos e uso de serviços
 () 3. Por receber parte da remuneração em Palmas
 () 4. Por receber empréstimo em Palmas
 () 97. Não sei
 () 98. Não respondeu
 () 99. Outro (especificar) _____

34. O(a) Sr.(a) participa/participou de alguma das atividades desenvolvidas pelo Banco Palmas?

- () 1. Sim (**Passe para a questão 36**)
 () 2. Não
 () 97. Não sei
 () 98. Não respondeu
 () 99. Outro (especificar) _____

35. Porque o Sr.(a) não participa das atividades do Banco Palmas? (**Após responder esta questão passe para a questão 40**)

- 1. Não tenho tempo
- 2. Não acredito
- 3. Não me acrescenta nada
- 4. Não gosto
- 5. Não entendo nada
- 97. Não sei
- 98. Não respondeu
- 99. Outro (especificar) _____

36. Qual das atividades? (**É aceitável mais de uma resposta**)

- 1. Reuniões
- 2. Bairro Escola de Trabalho
- 3. Academia de Moda da Periferia
- 4. PalmaFashion
- 5. PalmaNatus
- 6. Palma Limpe
- 7. PalmaArt
- 8. Loja Solidária/Central Palmas de Comercialização
- 9. Estúdio Musical Bate Palmas/Banda de Pré Carnaval
- 10. Incubadora Feminina
- 11. Campanha Compre do Bairro é mais Emprego
- 12. Correspondente Bancário/Banco Popular do Brasil
- 97. Não sei
- 98. Não respondeu
- 99. Outro (especificar) _____

37. Com que frequência o(a) Sr. (a) participa/participou das atividades do Banco Palmas?

- 1. Toda semana
- 2. Quinzenalmente
- 3. Uma vez por mês
- 4. Sempre que convidado (a)
- 5. Sempre que fico sabendo
- 6. Conforme a necessidade da atividade
- 97. Não sei
- 98. Não respondeu
- 99. Outro (especificar) _____

38. A ação do Banco Palmas melhorou sua vida?

- 1. Sim
- 2. Não (**Passar para a questão 40**)
- 97. Não sei (**Passar para a questão 40**)
- 98. Não respondeu (**Passar para a questão 40**)

39. Como melhorou? (**É aceitável mais de uma resposta**)

- 1. Aumentou minha renda
- 2. Consegui trabalho
- 3. Conheci outras pessoas
- 4. Fiquei mais interessado(a) nos estudos
- 5. Fiquei uma pessoa mais conhecida
- 6. Trouxe outros projetos para minha vida
- 7. Ajudou a relação familiar
- 8. Ajudou o bairro a crescer
- 97. Não sei
- 98. Não respondeu
- 99. Outro (especificar) _____

40. Quando foi a última vez que o Sr(a) visitou a sede do Banco Palmas?

- 1. Há menos de 01 mês
- 2. Entre 01 e 03 meses
- 3. Entre 04 e 06 meses
- 4. Entre 07 e 12 meses
- 5. Entre 13 e 24 meses
- 6. Entre 25 e 36 meses
- 7. Há mais de 36 meses (03 anos)
- 97. Não sei
- 98. Não respondeu
- 99. Outro (especificar) _____

41. O(a) Sr.(a) conhece alguma das atividades desenvolvidas pelo Banco Palmas?

- 1. Sim
- 2. Não (**Passar para a questão 43**)
- 97. Não sei (**Passar para a questão 43**)
- 98. Não respondeu (**Passar para a questão 43**)
- 99. Outro (especificar) _____

42. Qual? (**É aceitável mais de uma resposta**)

43. Que conceito o (a) Sr. (a) dá atuação do Banco Palmas?

- 1. Péssimo
- 2. Ruim
- 3. Regular
- 4. Bom
- 5. Ótimo
- 97. Não sei
- 98. Não respondeu

44. O(A) Sr.(a) já tomou empréstimo em outros bancos?

- 1. Sim
- 2. Não (**Passar para a questão 48**)
- 97. Não sei (**Passar para a questão 48**)
- 98. Não respondeu (**Passar para a questão 48**)

45. Foi antes ou depois de tomar empréstimo no Banco Palmas?

- 1. Antes
- 2. Depois (**Passar para a questão 47**)
- 97. Não sei (**Passar para a questão 48**)
- 98. Não respondeu (**Passar para a questão 48**)

46. Por que após tomar empréstimo em outro banco o Sr.(a) recorreu ao Banco Palmas? (**Após responder esta pergunta Passe para 48**)

- 1. Não faz consulta as restrições cadastrais (SPC, Serasa) no Banco Palmas
- 2. O atendimento é rápido no Banco Palmas
- 3. O crédito são concedidos em valores maiores no Banco Palmas
- 4. Os juros são mais baixos no Banco Palmas
- 5. A liberação do empréstimo é mais rápida no Banco Palmas
- 6. O valor do empréstimo é bom no Banco Palmas
- 7. Não exige garantias no Banco Palmas
- 97. Não sei
- 98. Não respondeu
- 99. Outro (especificar) _____

47. Por que após tomar empréstimo no Banco o Palmas o Sr.(a) recorreu a outro banco?

- 1. Os juros do Banco Palmas são altos
- 2. Falta de carência para o início do pagamento no Banco Palmas
- 3. Demora para a liberação do crédito no Banco Palmas
- 4. Limite do valor do empréstimo muito baixo no Banco Palmas
- 97. Não sei
- 98. Não respondeu
- 99. Outro (especificar) _____

48. O(a) Sr. (a) atualmente tem empréstimo?

- 1. Sim, no Banco Palmas
- 2. Sim, em outro Banco
- 3. Sim, no Banco Palmas e em outro Banco
- 4. Não
- 97. Não sei
- 98. Não respondeu

49. O(a) Sr. (a) utiliza os caixas (quiosque) do Correspondente Bancário na sede do Banco Palmas ?

- 1. Sim
- 2. Não (**Não responder a questão 50 e 51 – Finalizou o questionário**)

98. Não respondeu (**Não responder a questão 50 e 51 – Finalizou o questionário**)

50. Quais os serviços do Correspondente Bancário o(a) Sr. (a) utiliza? (**É aceitável mais de uma resposta**)

- 1. Empréstimo
- 2. Depósito
- 3. Pagamento de Contas/Boletos Bancários
- 4. Consórcios
- 5. Recebimento de salário
- 6. Recebimento de aposentadoria
- 97. Não sei
- 98. Não respondeu
- 99. Outro (especificar) _____

51. Qual a sua avaliação deste serviço prestado pelo Correspondente Bancário na sede do Banco Palmas?

- 1. Péssimo
- 2. Ruim
- 3. Regular
- 4. Bom
- 5. Ótimo
- 97. Não sei
- 98. Não respondeu

