

## COMO MICROEMPREENDEDORES DE BRAGANÇA PAULISTA (SP) LIDAM COM AS DIFICULDADES PARA OBTER EMPRÉSTIMOS NO BANCO DO POVO

Décia Antunes de Souza,<sup>1</sup>  
Lineu Francisco de Oliveira<sup>2</sup>,  
Marcos Bidart Carneiro de Novaes<sup>3</sup>,  
Antonio Carlos Gil<sup>4</sup>,

**Resumo:** este trabalho tem como objetivo verificar como microempreendedores de Bragança Paulista (SP) lidam com as dificuldades para captar recursos no Banco do Povo. Trata-se de estudo exploratório realizado mediante histórias de vida de pessoas que obtiveram crédito na agência local desse banco, em 2007. Conclui-se que os microempreendedores reconhecem o Banco do Povo como órgão eficaz para obter financiamento, mas também percebem dificuldades para sua concessão, sendo que a mais presente refere-se a necessidade de apresentar avalista.

**Palavras-chave:** Microempreendedor. Banco do povo. História de vida.

### How small entrepreneurs of Bragança Paulista (SP) handle the difficulties of getting loans from the People's Bank.

**Abstract:** *this study aims to determine how small entrepreneurs of Bragança Paulista (SP) handle the difficulties of getting loans from the People's Bank. It's an exploratory study based on life stories narrated by people who applied for credit in the local agency of this bank in 2007. One conclude that small entrepreneurs consider the bank an effective institution to obtain financing, but also it indicates difficulties of getting this loan; the most evident is the need of providing financial security for the loans.*

**Key words:** *Small entrepreneur. Bank. Life histories.*

**JEL Code:** D01

---

<sup>1</sup> Doutoranda em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul (SP). Universidade Municipal de São Caetano do Sul. E-mail: deciaantunes@uol.com.br

<sup>2</sup> Doutorando em Administração pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul (SP); Universidade Municipal de São Caetano do Sul. E-mail: lineufo@uol.com.br

<sup>3</sup> Doutorando em Administração pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (SP) Potenciar Consultores Associados. E-mail: bidart@uol.com.br

<sup>4</sup> Doutor em Saúde Pública pela USP. Universidade Municipal de São Caetano do Sul. E-mail: acgil@uol.com.br

Recebido em 06/06/2011. Liberado para publicação em 10/09/2011.

## **1 Introdução**

O sucesso de um empreendimento depende de muitos fatores. Dentre os mais importantes estão os que se referem às características pessoais do empreendedor. Com efeito, as competências pessoais são fatores determinantes tanto na abertura quanto na gestão do próprio negócio. Por essa razão é que muitos dos livros e artigos elaborados com o propósito de esclarecer acerca do empreendedorismo tende a enfatizar as características requeridas do empreendedor.

Os textos clássicos tendem a valorizar principalmente fatores de personalidade. O que pode ser explicado pelo fato de o empreendedorismo tradicional estar vinculado de fato às características das pessoas que se dispunham a empreender. É o chamado empreendedorismo “de sangue”, muito diferente do empreendedorismo por necessidade, que parece ser o mais frequente nos tempos atuais. Assim, Timmons (1994), mediante análise de mais de 50 estudos, definiu as características mais consensuais dos empreendedores: 1) comprometimento e determinação; 2) liderança; 3) obsessão pela oportunidade; 4) tolerância ao risco, ambiguidade e incerteza; 5) criatividade, autoconfiança e capacidade de adaptação; e 6) motivação para sobressair.

Muitos estudos, no entanto, têm enfatizado o contexto social do empreendedorismo. Gnyawali e Fogel (1994) agrupam as condições facilitadoras do empreendedorismo em cinco dimensões: procedimentos e políticas governamentais, condições socioeconômicas, habilidades de gestão, suporte financeiro e suporte não financeiro. Reynolds (1991), por sua vez, considera quatro situações sociais que facilitam o empreendedorismo: redes sociais, condições de vida, identificação étnica e ecologia populacional. Este autor considera também a importância de fatores não econômicos que são importantes para a consolidação da atividade empreendedora, tais como a legitimidade do empreendedorismo, a oportunidade de mobilidade social, a ideologia e a capacidade para obter reconhecimento social pelo empreendedorismo. Bianchi (1993), que analisou o empreendedorismo nos Estados Unidos, o sucesso dos empreendedores tem a ver também com estas características: 1) ser filho de pais que desenvolveram atividades profissionais

autônomas, 2) ter sido despedido de mais de um emprego; 3) ser imigrante ou filho de imigrantes, 4) ter trabalhado anteriormente em empresa com mais de 100 empregados, 5) ser o filho mais velho e 6) ter formação universitária.

Os estudos mais difundidos acerca dos aspectos sociais que influenciam o empreendedorismo têm sido realizados nos Estados Unidos e na Europa. Assim, é razoável admitir que os fatores de sucesso de um empreendimento variam de país para país. E que se torna necessário a realizar de pesquisas para obter um conhecimento mais preciso acerca das competências requeridas para que se possa empreender com sucesso no Brasil ou em qualquer outro país.

Dentre as competências requeridas do empreendedor, está a de captação de recursos financeiros, já que constitui condição básica para o estabelecimento do negócio. Assim, um dos aspectos em que se torna mais urgente a realização de pesquisas sobre empreendedorismo é o referente às competências para lidar com os agentes de financiamento.

A captação dos recursos pode ser feita de várias formas e por meio de várias fontes distintas. Tradicionalmente, os empreendedores têm recorrido às economias pessoais, à família, aos amigos, aos bancos e aos agiotas. Em alguns setores da *Nova Economia* também já tem sido comum recorrer aos *angels investors*, pessoas físicas que decidem arriscar em novos negócios, mediante participação societária. Para os menos favorecidos, a principal alternativa de financiamento é o microcrédito, pois visa atender pessoas que não tem acesso ao sistema formal de crédito e desejam montar, ampliar ou obter capital de giro para um pequeno negócio.

O microcrédito distingue-se em alguns aspectos do sistema formal de crédito. O crédito em sua modalidade tradicional é concedido com base no patrimônio e na tradição financeira do pleiteante. Já o microcrédito é fornecido com base na análise socioeconômica do cidadão, que decorre da avaliação subjetiva de suas intenções e potencialidades. Por essa razão é que o microcrédito é operado principalmente por instituições não governamentais e pelas instituições conhecidas como Bancos do Povo.

A concessão de microcrédito depende fundamentalmente da capacidade de avaliação do cliente pelo agente de crédito. Assim, as pesquisas

referentes à concessão de microcrédito tendem a se diferenciar das pesquisas que tem como objeto o sistema tradicional de concessão de crédito, pois este dispõe de critérios mais objetivos de avaliação. Já as pesquisas referentes ao microcrédito tendem a considerar mais os aspectos subjetivos da relação que se estabelece entre o agente e o microempreendedor.

Daí a realização da presente pesquisa, que tem como objetivo verificar como microempreendedores do município de Bragança Paulista (SP) lidam com as dificuldades para a captação de recursos no Banco do Povo.

Os resultados obtidos poderão ser úteis tanto para os pesquisadores interessados no tema quanto para os gestores do sistema de concessão de microcrédito, já que fornecem informações relativas a aspirações, temores e dificuldades percebidas pelos pleiteantes.

## **2 Fundamentação conceitual**

O microcrédito já tem uma história centenária. A primeira experiência conhecida ocorreu na cidade de Flammersfeld, no sul da Alemanha, em 1847, graças a Friedrich Wilhelm Raiffenstein, pastor e prefeito da cidade, que, buscando atender às necessidades dos agricultores da região, passou a lhes oferecer farinha, para que, com a fabricação e comercialização de pão pudessem obter algum capital (PINHO, 1982). Sua popularização deve-se, no entanto, ao trabalho desenvolvido pelo Professor Muhammad Yunus, que em 1978 fundou o Banco Grameen, em Bangladesh, com a finalidade e proporcionar empréstimos à população carente.

Yunus observara que pequenos empreendedores haviam se tornado reféns de agiotas que os exploravam cobrando juros absurdos. Diante desta situação, Yunus começou a emprestar pequenas quantias sem burocracia para a população de baixa renda, gerando assim, empréstimos pessoais. Yunus (2002) ficou surpreso com os dados obtidos.

Tratava-se de encontrar um meio de ajudar essas 42 pessoas trabalhadoras e saudáveis. Eu não cessava de resolver o problema na mente, como um cão com seu osso. Se lhes emprestasse 27 dólares, elas poderiam vender seus produtos a quem quer fosse e assim ver

seu trabalho adequadamente remunerado, sem ter de apelar para os agiotas (YUNUS, 2002, p. 23).

Para criar o Banco Grameen, Yunus obteve financiamento e doações de bancos e instituições privadas e internacionais, que atingiram a soma de 2,3 bilhões de dólares emprestados a 2,3 milhões de pessoas.

Foi então que tudo começou. Eu não tinha absolutamente intenção de me converter em credor; queria apenas resolver um problema imediato. Até hoje considero que meu trabalho e de meus colegas do Grameen têm um único objetivo: pôr fim à pobreza, esse flagelo que humilha e denigre tudo o que um ser humano representa (YUNUS, 2002, p.25).

Para Yunus, o microcrédito não resolve o problema da pobreza, mas constitui estratégia eficaz para combater a pobreza sem grande risco para o financiador e com grandes benefícios para os pobres. Com efeito, o microcrédito fortalece os programas sociais e estimula o desenvolvimento de novas habilidades, dando assim, oportunidades às pessoas de baixa renda.

O empréstimo do Grameen não é apenas dinheiro; é uma espécie de transporte para a auto-descoberta e a auto-exploração. Quem o recebe começa a explorar seu potencial e a perceber sua criatividade oculta. Eu diria que os dois milhões financiados do Grameen são dois milhões de história de autodescoberta (YUNUS, 2002, p.139).

A iniciativa de Yunus provocou uma verdadeira revolução social em seu país. Suas ações contribuíram para ajudar os pobres a se tornarem cidadãos empreendedores e a ter acesso ao microcrédito, pois o auxílio a essas pessoas era rejeitado pelas instituições financeiras tradicionais por não oferecerem nenhuma garantia de recuperação dos empréstimos.

O objetivo fundamental da criação do microcrédito é contribuir de forma positiva para o combate à exclusão social e econômica, mediante apoio à criação de pequenos negócios. O microcrédito é considerado uma alternativa de financiamento para os menos favorecidos, pois visa atender os microempreendedores formais e informais sem exigências de garantias. Tem a função de fornecer crédito a população de baixa renda e dar-lhes condições para que possam empreender. Sua função do crédito numa sociedade simples é notavelmente igualitária, pois “permite ao homem com energia e sem

dinheiro participar da economia mais ou menos em pé de igualdade com o homem que possui capital próprio” (GALBRAITH, 1983, p.76).

Já é possível atualmente definir algumas premissas sobre o microcrédito. Para Rodrigues (2006), a primeira e mais importante é a de que esse deve ser visto como parte das políticas públicas de emprego, e a segunda é que se trata de um instrumento não compensatório que pode ajudar no crescimento econômico local. Assim, o microcrédito pode ser visto como um sistema revolucionário de empréstimos que contribui decisivamente para a luta contra a pobreza e a miséria extrema no terceiro mundo. Ele fomenta o crescimento dessas pessoas e fortalece o espírito empreendedor, sem que seja encarado como uma receita milagrosa no combate à pobreza e sem ser confundido com caridade, pois o cliente tem a obrigação de pagar o recebeu por empréstimo.

A constatação do impacto positivo do microcrédito nas comunidades em que o microcrédito foi implantado fez com que instituições internacionais como o Banco Mundial (BIRD), o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e a Organização das Nações Unidas (ONU) passassem a apoiar financeira e operacionalmente programas de microcrédito. Um dos mais importantes eventos em escala mundial sobre a questão da disponibilização do microcrédito às populações carentes foi a Primeira Conferência de Microcrédito promovida pela ONU, com o propósito de atingir em nove anos 100 milhões de famílias dentre as mais pobres do mundo. E até o fim de dezembro de 2005, 3.135 instituições de microcrédito haviam atendido 113.261.390 clientes (MICROCREDIT SUMMIT CAMPAIGN, 2006).

A primeira experiência em microcrédito no Brasil deu-se em 1973, nos Estados de Pernambuco e Bahia, com a criação da União Nordestina de Assistência a Pequenas Organizações, conhecida como Programa UNO, que desapareceu em 1991 por não ter incorporado conceitos e práticas que permitissem sua auto-sustentabilidade. Mas a primeira organização formal de microcrédito instalada no Brasil foi o Centro de Apoio aos Pequenos Empreendimentos Ana Terra (CEAPE/RS), em Porto Alegre. Hoje o CEAPE constitui uma rede, implantada em doze estados brasileiros (QUINTINO, 2005).

Foi, no entanto, a partir da segunda metade da última década do século XX que se ampliou o número de organizações de microcrédito no Brasil. Em 1996, a Prefeitura de Porto Alegre, em parceria com entidades da sociedade civil, promoveu a criação da Instituição Comunitária de Crédito (PORTOSOL). Além da Prefeitura de Porto Alegre e do Governo do Estado do Rio Grande do Sul, instituições nacionais e internacionais aportaram recursos financeiros, como o SEBRAE / RS, o BNDES, a Sociedade Alemã de Cooperação Técnica (GTZ) e a Inter-American Foundation (IAF) (QUINTINO, 2005).

Também em 1996, por iniciativa da ONG Viva Rio, foi criado o VivaCred, com o objetivo de ofertar crédito aos microempreendedores estabelecidos na cidade do Rio de Janeiro. Atualmente, o VivaCred possui quatro agências, localizadas nas favelas da Rocinha, Maré e Rios das Pedras e na Zona Sul do Rio de Janeiro. O VivaCred contou inicialmente com o apoio financeiro do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e do Banco Fininvest e conta com o apoio técnico e institucional do SEBRAE (GARCIA, 2003).

Ainda em 1996, o BNDS lançou o Programa de Crédito Produtivo Popular (PCPP), com o objetivo de promover a formação de uma rede de instituições de microcrédito capaz de oferecer serviços de microfinanças, fomentando a criação e o desenvolvimento das mesmas. Para tanto, o BNDES oferece condições favoráveis à constituição dos fundos dessas instituições, mediante repasse de recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT) à Taxa de Juros de Longo Prazo (TJLP). Atualmente o BNDES apoia 34 instituições, incluindo Sociedades de Crédito ao Microempreendedor – SCM (PAIVA e GALIZA, 2007).

Em 1998, o Banco do Nordeste criou o Programa CrediAmigo para o financiamento diferenciado aos pequenos empreendimentos. O banco concede empréstimos desburocratizados de pequeno valor para quem tem algum negócio de pequeno porte e precisa de capital e orientação. O CrediAmig constitui hoje o maior programa de crédito produtivo popular do Brasil, com cerca de dois terços do mercado nacional, e é um dos dois maiores programas de microcrédito da América Latina. Além de tamanho, o programa também

tem qualidade. Tanto é que, em 2008, o CrediAmigo foi escolhido pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), entre todas as instituições do continente, como vencedor do prêmio Excelência em Microfinanças (NERI, 2009).

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), em 2001, criou o Programa de Apoio ao Segmento de Microcrédito, com o objetivo de apoiar novas iniciativas e organizações já existentes. Atualmente o SEBRAE apoia 80 instituições em todo o Brasil (SEBRAE, 2007).

No âmbito dos governos estaduais vêm sendo implantadas várias experiências, tanto por instituições de fomento a organizações que operam com microcrédito como por instituições que financiam diretamente o pequeno empreendimento. São exemplos do primeiro modelo o programa de microcrédito da Agencia de Fomento do Estado de Santa Catarina S.A e o CredPop, do Banco de Desenvolvimento de Minas Gerais S.A. São exemplos do segundo o Banco do Povo de Goiás e Banco do Povo Paulista.

O Banco do Povo Paulista foi criado em 1997, com o objetivo de propiciar recursos para aplicação em micro-empresendimentos e micro e pequenas empresas visando criar alternativas de crédito popular para a geração de emprego e renda. Além de conceder crédito, o banco também visa prestar assistência financeira a projetos de capacitação profissional e ao treinamento técnico gerencial dos empreendedores e a projetos de modernização e reorganização de micro e pequenas empresas (FUNDAÇÃO FARIA LIMA, 2008).

O Banco do Povo Paulista atua mediante parceria do Governo do Estado com as Prefeituras Municipais, tendo sido constituídos bancos em mais de 400 municípios, com fundo de origem fiscal, e passam a operar por meio de agentes de crédito pagos pelas secretarias dos estados e/ou prefeituras. Como regra, as taxas de juros são subsidiadas, isto é, não cobrem os custos operacionais dos programas. A justificativa mais utilizada é a de que recursos orçamentários podem ser dirigidos ao subsídio para garantirem crédito à população de baixa renda que não teria acesso caso as taxas praticadas fossem as de mercado.



Para concessão de crédito, o Banco do Povo Paulista exige que o empreendimento esteja produzindo há mais de seis meses tenha obtido faturamento bruto inferior a R\$150.000 nos últimos 12 meses. Além disso, o candidato ao crédito deve residir ou ter negócio no município há mais de dois anos e ter o nome limpo no serviço de proteção ao Crédito (SPC) e no SERASA. Não há critérios formais mais estritos para a definição do público-alvo. Os valores de financiamento variam de R\$ 200 até R\$ 5.000 para pessoas físicas ou jurídicas. Para cooperativas e associações, o teto é de R\$ 25.000, limitado ao máximo de R\$ 5.000 por associado.

### **3 Metodologia**

O presente estudo não tem como objetivo descrever com precisão as características da população estudada, mas sim proporcionar melhor compreensão do problema bem como a construção de hipóteses. Trata-se, portanto, de estudo exploratório, mas que transcende ao nível da revisão da literatura, pois também foram obtidos dados diretamente de empreendedores.

Como procedimento básico de coleta de dados utilizou-se a história de vida, que ainda tem sido pouco utilizada nos estudos sobre empreendedorismo no Brasil. Com efeito, os estudos mais valorizados no estudo desse fenômeno têm sido os levantamentos de campo, já que possibilitam a obtenção de resultados precisos e dignos de confiança. Mas que se mostram insuficientes para a apreensão do processo de mudança, que é fundamental em face da natureza dos objetivos acima definidos.

A história de vida permite captar o que acontece no ponto em que se cruzam a vida individual e o contexto social. Embora o pesquisador formule as questões ou elabore o roteiro temático, é o próprio narrador que decide o que vai dizer, como acentua Queiroz (1988). Para Bosi (1994), a história de vida possibilita a narrativa de cada um dos pesquisados, da maneira como eles a reconstruem e do modo como pretendem que sua vida seja narrada. Na visão de Becker (1994), os narradores é que dão forma e conteúdo às narrativas à medida que interpretam suas próprias experiências e o mundo no qual elas são vividas. Trata-se, portanto, de uma das técnicas mais adequadas para conferir

sentido à noção de processo, já que permite que o assunto seja estudado do ponto de vista de quem os vivencia, com suas suposições, pressões e constrangimentos (HAGUETTE, 1987). Ela possibilita aprender a cultura “do lado de dentro”, pois se coloca no ponto de intersecção das relações entre o que é exterior e o que é interior ao indivíduo. (CAMARGO, 1984).

Assim, procedeu-se à realização da presente pesquisa mediante a obtenção de histórias de vida narradas por pessoas que lograram obter crédito na Agência do Banco do Povo situada em Bragança Paulista. As histórias foram obtidas no mês de setembro de 2007. Deu-se preferência à sua obtenção no próprio local em que os empreendedores desempenham suas atividades.

#### **4 Análise e discussão dos resultados**

##### **4.1. A decisão de empreender**

As motivações para empreender são as mais diversas. Há os que manifestam esse desejo já na infância, como é o caso de Alessandro, que aos 13 anos já pensava em ser cabeleireiro, e que começou a trabalhar com um cunhado.

Meu cunhado montou um salão, eu trabalhei para ele cerca de oito meses e comprei o salão dele. Fiquei cinco anos. O proprietário pediu o ponto porque ia reformar e usar. Eu queria ficar naquela mesma região por causa da clientela (...). Trabalhei por dois anos em outro salão para uma mulher que morava em São Paulo. Tinha um movimento muito bom por ser no centro da cidade (...). Eu tenho uma visão legal das coisas. Como ela ia fechar e não ia mais mexer com isso, ela vendeu por um preço muito bom. Foi melhor do que comprar equipamentos novos. Eu comprei todos os equipamentos que ela estava vendendo, pois ela foi embora para São Paulo (Alessandro, cabeleireiro).

A identificação do empreendedor com o que faz contribui para o aumento da sua segurança. A satisfação que ele encontra no seu negócio contribui para sua segurança e conseqüentemente com a decisão de assumir compromissos. É o que aparece no depoimento de Telmo, um dentista que

conseguiu concluir o curso graças à concessão de uma bolsa de estudos, trabalhando na própria universidade.

Sempre quis fazer área da saúde ou biológica. Quis fazer medicina, mas a carga horária não batia. Sempre gostei da área biológica. Ninguém me influenciou em minha decisão, tanto é que não tem nenhum dentista na família. Mas acabei me identificando com o curso. Ainda gosto de bicho, tenho bicho, mas se eu fizer veterinária será por hobby, pois meu foco é odontologia. Não sou frustrado com minha atual profissão, pelo contrário, meu foco principal é a Odontologia (Telmo, dentista).

Nem todos os empreendedores, no entanto, tiveram oportunidade de passar por cursos de formação profissional. Apenas 30% dos empreendedores brasileiros admitiram buscar algum tipo de orientação no momento de iniciar seu negócio. Dentre as instituições mais procuradas pelos futuros empreendedores destaca-se o SEBRAE, seguido do SENAC e SENAI (GOIZ, 2004). É comum, portanto, a situação de pessoas que se profissionalizam na prática. Até mesmo por encontrar dificuldade para o pagamento de cursos de formação e aperfeiçoamento profissional.

Sempre gostei muito dessa parte de informática. Quanto ao uso de programas de computador, fui aprendendo na raça. Vai muito da observação. Comprei um livro de *Corel Draw e Photoshop* e aprendi sozinho (Fabiano, arte finalista).

Mas há os que desenvolveram atividades diferentes, antes de se estabelecerem por conta própria. É o caso de Carlos, que com sua esposa é proprietário de um comércio de produtos naturais e dietéticos, mas que antes de empreender trabalhava na indústria em cargo de chefia.

Saí do quartel e fui trabalhar na indústria, mas depois resolvi trabalhar por conta. Deu na cabeça de ser patrão e aí não dava mais pra voltar atrás por causa da idade que já não ajudava mais (...). Tínhamos uma mercearia comum, vendíamos produtos de origem animal e produtos típicos do norte e nordeste, para fazer uma diferença no mercado (...). Chegamos a um ponto que não tinha mais como crescer em Mairiporã. Chegou a um ponto que estagnou, lá não tinha mais como crescer e tínhamos que optar por uma cidade maior, por isso estamos em Bragança (Carlos, comerciante).

Mas nem todos são empreendedores por oportunidade. Muitos se tornaram por necessidade. Para um dos depoentes, a decisão de empreender

foi motivada por problemas de saúde que o incapacitaram para o trabalho que vinha desenvolvendo.

Trabalhei dois anos em empresa metalúrgica na área da qualidade, mas com 19 anos tive que me aposentar devido à insuficiência renal crônica (...). Eu não podia trabalhar registrado por ser aposentado; minha mãe era vendedora de cartões de visita e imãs de geladeira. (Fabiano, arte finalista).

Uma empreendedora que trabalhava como cobradora em uma empresa de ônibus decidiu empreender após o nascimento de uma filha com problemas de saúde. Para tanto aproveitou suas habilidades e procurou ampliar sua capacitação.

Eu sempre trabalhei, nunca fui de ficar parada, mas eu não pude mais trabalhar fora, porque minha filha tinha problemas de saúde e nasceu prematura (...). Só fazia bolos e docinhos. Eu fiz um cursinho grátis pela Prefeitura (...). As pessoas perguntavam por que eu também não fazia salgados. Resolvi fazer curso para salgados, deu certo e estou até hoje com salgados também (Rosa, boleira/salgadeira).

Mas também há os que não manifestam muito interesse com os processos de qualificação formal. Há até mesmo empreendedores que embora tendo participado cursos específicos, tendem a valorizar mais o aprendizado prático:

Fiz um curso agora a um ano atrás, mas não foi lá que aprendi, foi apenas para aperfeiçoar o que eu já sabia (Carlos, comerciante).

Com efeito, a questão do aprendizado de empreendedores é crítica. Muitos programas de formação e treinamento voltados a empreendedores têm um formato acadêmico. É freqüente a situação de empreendedores – sobretudo os que empreendem por necessidade – que se afastaram das atividades escolares há muito tempo. O que indica a necessidade de ajustamento dos conteúdos e das estratégias de ensino desses programas. Daí a recomendação para que esses programas apliquem princípios da Andragogia, que constitui uma dos mais efetivos modelos voltados para o aprendizado de pessoas adultas (KNOWLES, 1984).

## 4.2 Grupos de apoio

A decisão de empreender é apoiada com frequência por um grupo primário. Os familiares e os amigos têm participação ativa nesse processo. Assim, a mãe de Fabiano, arte-finalista, trabalhava com vendas e representações de cartões de visita e imãs de geladeira. Com o passar do tempo, começou a trabalhar com brindes, folhetos e *folders*, pois os clientes pediam também este tipo de material a ela. Dessa forma, Fabiano resolveu ajudá-la, já que tinha todo o tempo disponível. Então ele sugeriu a sua mãe, ajuda no desenvolvimento dos cartões e dos panfletos, pois os clientes estavam cada vez mais exigentes.

Os clientes de minha mãe pediam outros tipos de arte e minha mãe não queria perder seus clientes por esse motivo, então resolvi entrar neste ramo (Fabiano, arte finalista).

A participação de parentes e amigos também é importante na obtenção de informações acerca da existência e dos serviços prestados pelo Banco do Povo.

Eu não sabia de financiamento do banco do povo, foi minha mãe que me falou (Telmo, dentista).

Uma colega me falou que na Prefeitura tinha um banco que fazia empréstimos (Rosa, boleira/salgadeira).

Mas o conhecimento do Banco do Povo pode ocorrer de outras formas.

Fiquei sabendo do Banco do Povo através de um panfleto que recebi na rua. Os juros eram bons, melhor que nos bancos tradicionais (Fabiano, arte-finalista).

## 4.3 Primeiro empréstimo

A primeira solicitação de empréstimo destina-se com frequência ao financiamento de um importante componente para atuação, como o fogão para uma salgadeira e uma cadeira para um dentista.

Comprei um fogão industrial, porque eu usava um de seis bocas da minha mãe, o rendimento é bem maior do que o de seis bocas. Eu

gasto bem menos tempo no fogão industrial (Rosa, boleira/salgadeira).

Há, porém, os que já dispõem dos equipamentos, mas necessitam de outros para ampliar as atividades, como é o caso de Fabiano, arte-finalista que já possuía um micro computador, um *scanner* antigo e uma impressora a jato de tinta. Mas esses equipamentos ainda não eram suficientes e limitavam as suas atividades. Só conseguia fazer a arte final. Decidiu, então, procurar um financiamento para comprar uma impressora a laser.

Eu só fazia arte e mandava o arquivo para os clientes, eu fazia a metade do processo. Agora eu faço também a impressão do fotolito. Tem impressões que preciso fazer, que só ela faz. Sem ela eu nem conseguiria produzir para meus clientes. Antes eu tinha que correr em outros lugares para imprimir, agora não. Por causa da estamperia, tenho que tirar o fotolito para o cliente não perder tempo, assim, levo o serviço pronto. Antes de adquirir a impressora, minha mãe e eu tínhamos apenas um cliente fixo e alguns extras, depois da compra da impressora aumentou bem os clientes. Hoje temos mais de oito clientes fixos e vários extras. Atualmente faço cartões, convites, panfletos, trabalhos de tudo um pouco (Fabiano, arte-finalista).

Também é o caso do comerciante de produtos naturais, que procurou o Banco para financiar um computador.

Em 2004, precisei comprar um computador para fazer listagens de preço, etiquetas, tabela de preço, rotulagem de produtos, controle de bancos. A gente coloca muita variedade e não consegue mais controlar (Carlos, comerciante).

Para muitos pequenos empreendedores o Banco do Povo é a primeira opção. Há os que procuram o SEBRAE, mas este órgão nem sempre corresponde às suas expectativas. É o caso de Carlos e a esposa, que pretendiam comprar três máquinas para a fabricação de pães: masseira, modeladeira e forno.

O SEBRAE só serve para quem tem muito dinheiro. Fui até lá várias vezes, mas nunca consegui nada. Falta um encaminhamento mais racional. O SEBRAE não funciona, não compensou ir lá (Carlos, comerciante).

#### 4.4 Empréstimos posteriores

É freqüente a solicitação de novos empréstimos em virtude de novas necessidades.

Eu consegui guardar dinheiro, mas só para a reforma do salão, por isso procurei o Banco do Povo novamente. Consegui comprar duas cadeiras, um painel luminoso de propaganda, um lavatório, uma frente com espelho e um vaporizador (Alessandro, cabeleireiro).

Eu tinha uma geladeira e também eu usava a da minha mãe. Mas cabia muito pouquinho. Um dia a porta do freezer velho caiu e meu marido arrumou. Então começou a cair direto, caiu umas quatro vezes e a solda não segurava mais. Percebi que não compensava continuar com ele e que precisava comprar um freezer novo (Rosa, boleira/salgadeira).

Mas há empreendedores que manifestam interesse em recorrer ao Banco do Povo para aprimorar seu negócio. O que indica a tendência para que esses estabelecimentos tenham uma clientela não apenas eventual. É importante considerar que buscar novos empréstimos além do inicial é uma das características da manutenção da atitude empreendedora, já que indica confiança no futuro de seu negócio.

Eu quero reformar tudo, quero trocar a bancada, mudar a estrutura, para ficar mais prático e facilitar meu trabalho, também para melhorar o visual do consultório (...). Em nossa área tem muita tecnologia, não dá pra ficar parado, eu quero melhorar mais alguma coisa, quero melhorar o visual do consultório e vou recorrer ao banco do povo novamente em 2008 (Telmo, dentista).

Estou pensando em fazer um novo financiamento e comprar um notebook para trabalhar nas horas que fico parado na hemodiálise, assim adianto meu trabalho. Faço hemodiálise três vezes na semana e quatro horas cada dia (Fabiano, arte finalista).

Em 2004, precisei comprar um computador para fazer listagens de preço, etiquetas, tabela de preço, rotulagem de produtos, controle de bancos. A gente coloca muita variedade e não consegue mais controlar (Carlos, comerciante).

A quitação do primeiro empréstimo mostra-se muito significativa para os empreendedores de muita importância. Significa “vencer a primeira batalha”. Mais do que isso: significa a inclusão de um importante elemento no

“currículo” do pequeno empreendedor, pois passa a constituir um indicador de sua qualificação para o desempenho da função de “tomador de empréstimos.

Eu quitei as três últimas parcelas do primeiro financiamento para fazer um novo financiamento. Paguei todas as parcelas em dia, porque quando for fazer outro financiamento isso conta muito (Alessandro, cabeleireiro).

Constata-se também o interesse em contrair empréstimos acima do limite permitido pelo Banco e lamentam as restrições. Este é um dos pontos que conduz ao questionamento acerca dos propósitos do Banco do Povo, já que na literatura podem ser identificadas críticas acerca de sua tímida penetração nos segmentos menos favorecidos (BARONE, 2002; NICTER, GOLDMARK e FIORI, 2002; PEREIRA, 2004).

O financiamento deu pra comprar só três máquinas, mas eu queria comprar também a máquina divisora de massa. Hoje ainda é feito manualmente, não pude comprar está máquina. Precisava que este limite fosse maior. Até hoje não comprei a outra máquina (Rosa, boleira/salgadeira).

Eu precisava de mais um pouco para comprar a outra máquina, foi só esta a restrição do Banco do Povo, pois eu consegui o limite que era R\$ 5.000,00. Se o limite fosse maior, eu colocaria até azulejo na loja (Carlos, comerciante).

#### 4.5 Problema das garantias

Para atender os interessados em financiamento, o Banco do Povo exige algumas garantias como, por exemplo, ter um avalista. Esta é uma das maiores dificuldades encontradas, pois este avalista tem que ser pessoa física com “nome limpo” no SPC e no SERASA; pode ser parente em primeiro grau, desde que não more na mesma casa. Essa é uma dificuldade verificada em diversas pesquisas (ABCRED, 2006; PROGRAMA SERT/DIEESE, 2000). Algumas instituições procuram contorná-la com o Aval de Grupo Solidário, em que um grupo de três a sete pessoas tomam empréstimo em conjunto, sendo, ao mesmo tempo, avalistas um dos outros.

O único problema que tive foi conseguir um avalista. Ninguém hoje em dia quer ser avalista de ninguém, pois sabem do risco que correm.



Mas consegui um amigo para ser meu avalista (Fabiano, arte finalista).

É freqüente a situação de empreendedores que tem avalista. Mas como este na maioria das vezes pertence à mesma categoria sócio-econômica, sua renda torna-se insuficiente pra credenciá-lo como avalista.

Quanto ao avalista, não tive problemas em nenhum dos financiamentos para conseguir, pois o primeiro era meu primo e o segundo foi um amigo de muitos anos. A dificuldade foi quanto à renda do avalista. Eu precisava de R\$ 4.900,00 e só pude financiar R\$ 4.600,00, isso devido à renda líquida de meu avalista ser de R\$ 900,00, mas não teve nenhum problema pra mim porque eu tinha o valor da diferença (Alessandro, cabeleireiro).

Não tivemos problema nenhum nem com avalista, nem com os documentos. Os juros e o prazo foram ótimos; tudo muito rápido. A agente de crédito disse que o próximo financiamento que fizermos, não precisará nem de avalista (Carlos, comerciante).

#### 4.6 Percepção da burocracia

Os clientes do Banco do Povo também se queixam da burocracia. Para muitos empreendedores, o contato com o banco constitui uma das primeiras experiências com uma instituição que por natureza é caracterizada pela burocracia. O que implica novos aprendizados e, mais que isso, a adoção de novas atitudes em relação à burocracia.

Achei um pouco burocrático, mas eu entendo, tem que ser assim mesmo. Eles vão à sua casa e faz entrevista, depois outra entrevista no banco. Tem que levar orçamentos do material que você quer comprar. Mas foi fácil, é só deixar todos os documentos arrumados (Rosa, boleira/salgadeira).

Outro desgaste foi para assinar a papelada na CEF, isto que é duro, horário comercial, é um fator que implica. Tem que ir o empreendedor e o avalista e nem sempre dá pra ir os dois juntos (Fabiano, arte finalista).

Foi um pouco complicado porque eles financiam para pessoas que estão trabalhando no ramo a mais de seis meses, e eu não tinha como comprovar. Tive que juntar todos os documentos que eu tinha para comprovar (Alessandro, cabeleireiro).

Outra burocracia, eles mudaram o regime deles lá, não fazem financiamento sem nota fiscal. Aparelhos, móveis e equipamentos usados somente se tiver nota fiscal. Foi difícil porque ele não achava as notas de todos os equipamentos. Então fiz um acordo. Fui atrás da pessoa que vendeu para meu amigo e essa pessoa foi comigo no cartório para fazer uma declaração com firma reconhecida da procedência dos móveis que ele me vendeu. Eu apresentei esses documentos Então na comissão, aprovaram meu financiamento (Carlos, comerciante).

#### 4.7 Temores em relação ao pagamento do empréstimo

É comum o temor de não conseguir pagar o empréstimo.

Eu tinha receio se ia dar certo ou não, se eu ia conseguir pagar, se ia ter retorno, é um risco. Tudo é incerto, mas se você não faz você não sabe (Telmo, dentista).

Você tem medo de não dar certo. Eu tinha um entrega grande para um bar aqui no bairro, eu vendia 1800 salgados por mês, mas a dona vendeu o bar de uma hora para a outra. A atual dona pega bem pouco salgado [...] As pessoas marcam uma data para pagar e não pagam, você tem que saber conversar, senão elas não te pagam e você perde o cliente. Tem uns que ligam em cima da hora e cancelam o pedido [...] Você sabe que tem que pagar e ainda mais que você sabe que é uma ferramenta de trabalho. Quem trabalha por conta é assim, um dia o dinheiro entra, às vezes o dinheiro não entra, você atrasa o pagamento do carnê (Rosa, boleira/salgadeira).

Mas os usuários reconhecem que não há no mercado de crédito financiamentos em condições tão favoráveis quanto os que são proporcionados pelo Banco do Povo:

Eu não sabia do financiamento do Banco do Povo e que os juros eram baixíssimos. Tive receio, pois não sabia se ia ou não dar certo. Se aquilo iria me dar retorno, e por mais que eu perdesse, seria só financeiramente no investimento, se você não faz você não sabe (...). Não vou buscar financiamento em outros bancos, porque sei que ninguém tem juros menores que o Banco do Povo (Telmo, dentista).

Fiquei sabendo do Banco do Povo através de um panfleto que recebi na rua. Os juros eram bons, melhor que nos bancos tradicionais (Fabiano, arte-finalista).

Os juros do financiamento do Banco do Povo são de 1% fixo ao mês, é muito fácil pagar. Fiz o financiamento em 18 parcelas de R\$ 280,00. (Alessandro, cabeleireiro).

#### 4.8 Autoestima do empreendedor

Os depoimentos indicam como a obtenção do empréstimo pode contribuir para a elevação da autoestima do empreendedor.

O grande impacto que o financiamento trouxe em meu negócio, foi maior no lado emocional. Fiquei muito motivado, pois facilitou bastante e tive mais conforto para trabalhar, tive menos desgaste e aumentaram os meus clientes e conseqüentemente tive aumento financeiro (Telmo, dentista).

O impacto foi na quantidade e na qualidade. Eu posso montar vários tipos de salgados e congelar. Antes eu não tinha espaço para guardar e se eu não tenho espaço, não adianta fazer se não tenho onde guardar [...] Eu vendo bem, porque as pessoas compram direto, tenho pedidos pequenos e grandes (Rosa, boleira/salgadeira).

Minhas expectativas são de aumentar a clientela, apesar de que já aumentou bem, tenho oito clientes fiéis que fazem fechamento de serviço todo mês. Antes eu fazia só a arte final, agora posso imprimir. De uns anos pra cá, deu uma aumentada legal, estou até pensando em abrir uma firma legalizada (Fabiano, arte finalista).

Trabalho 16h por dia. Eu produzia apenas dois tipos de produtos em máquinas manuais que era a soja e a soja com linhaça. Agora estou com um total de 32 produtos. Dos 32 produtos que faço 25 passam pelos equipamentos adquiridos Tivemos um crescimento financeiro nesse ultimo ano de 20 a 30% [...] No começo fizemos propaganda em radio, panfletagem, no jornal, mas a maioria dos clientes foi da propaganda boca a boca. O movimento ficou tão grande que tive que contratar mais funcionários. Até um ano atrás tínhamos apenas um funcionário, agora temos quatro (Carlos, comerciante).

Atualmente em Bragança Paulista existem mais de seis mil salões de cabeleireiro. Mas têm muitos profissionais que deixam a desejar. Tem espaço para todo mundo desde que tenha visão e saiba trabalhar. [...] Vou aumentar meu espaço, ampliando o salão e com mais equipamentos modernos. Com isso consigo oferecer melhor qualidade de atendimento aos meus clientes, isso é fundamental. Vou dar um atendimento melhor (Alessandro, cabeleireiro).

A autoestima é reconhecida por muitos pesquisadores como importante elemento para manter o empreendedor em seu negócio. Com a autoestima rebaixada os empreendedores tendem mais facilmente a abandonar seu empreendimento ao perceberem o primeiro fracasso. Para as mulheres, de maneira especial, a experiência empreendedora lhes proporciona satisfação, pois é mediadora de forte sentimento de auto-realização, que se reflete em elevada autoestima (JONATHAN, 2005).

### **Considerações finais**

O microcrédito mostra-se uma estratégia eficaz para beneficiar a população de baixa renda que não tem acesso ao sistema financeiro tradicional. Contribui decisivamente para a criação de auto-emprego o desenvolvimento de pequenos negócios. Daí poder ser considerado instrumento indispensável para o desenvolvimento econômico e implementação de políticas públicas de emprego.

O microcrédito tem como principais vantagens o oferecimento à população de baixa renda de um sistema menos burocratizado de concessão de crédito e juros mais baixos. Assim, contribui para a abertura e ampliação de novos negócios, estimula o desenvolvimento de novas habilidades e fortalece o espírito empreendedor.

Os depoimentos fornecidos indicam a disposição dos pequenos empreendedores para fazer uso do financiamento mais vezes, com vistas, sobretudo, à ampliação de seus negócios. Também deixam claro o papel exercido pelo financiamento na elevação de sua auto-estima. Uma das unanimidades obtidas nesses depoimentos é a constatação de que o financiamento contribuiu no aumento do número de clientes, na melhoria do desempenho e a qualidade dos negócios. Outra corresponde ao reconhecimento das facilidades proporcionadas pelo Banco do Povo tanto no que se refere ao valor da taxa de juros quanto ao prazo para sua efetiva concessão. Os depoentes, no entanto, fazem algumas críticas à insuficiente divulgação do Banco do Povo, aos seus horários de funcionamento, à exigência de documentos e ao valor máximo para financiamentos.

Constata-se como a obtenção de empréstimos, além de proporcionar a aquisição e manutenção dos equipamentos necessários pra empreender, contribuem decisivamente para o aprimoramento de sua competência. Com efeito, a competência para empreender tem a ver não apenas com os conhecimentos e habilidades das pessoas, mas também com suas atitudes, que são altamente mutáveis. Os depoimentos fornecidos espontaneamente demonstram como a concessão do empréstimo, sua quitação e renovação exercem efeito significativo nos níveis de satisfação, de auto-realização e auto-estima dos empreendedores.

Sugere-se a realização de pesquisas em agências do Banco do Povo de diferentes cidades com vistas à identificação de semelhanças e diferenças das percepções de suas clientelas. Sugere-se também a realização de levantamentos por amostragem para tornar possível verificar com precisão as percepções de seus usuários acerca dos serviços proporcionados, mas também a utilização de depoimentos pessoais e de histórias de vida que possibilitem analisar as dificuldades na concessão do microcrédito sob o ponto de vista de quem o vivencia. Assim, propõe-se que empreendedores orientados para a investigação qualitativa realizem investigações mediante a utilização de modelos interpretativistas, como os fornecidos pelos teóricos da etnografia, da fenomenologia e da *grounded theory*.

### Referências Bibliográficas

- ABCRED – Associação Brasileira dos Dirigentes de Entidades Gestoras e Operadoras de Microcrédito, Crédito Popular Solidário e Entidades Similares. Pesquisa de crédito realizada com os clientes da Associação de Crédito Popular - Banco do Povo. *In*: CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE MICROCRÉDITO, 4, 2006. Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte. Disponível em: <[www.bcodopovo.org.br/index/microcredito2.pdf](http://www.bcodopovo.org.br/index/microcredito2.pdf)>. Acesso em: 5 out. 2007.
- BARONE, F. M.; DANTAS, V.; LIMA, P. F.; REZENDE, V. **Introdução ao microcrédito**. Brasília: Conselho de Comunidade Solidária, 2002. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 5 out. 2007.
- BECKER, Howard. **Métodos de pesquisa em ciências sociais**. 2 ed. São Paulo: Hucitec, 1994.

- BIANCHI, A. Who's most likely to go it alone? **Inc.** v. 15, n. 5, 1993.
- BOSI, Ecléa. **Memória e sociedade**: lembranças de velhos. 3 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- CAMARGO, Aspásia. Os usos da história oral e da história de vida: Trabalhando com elites políticas. **Dados - Revista de Ciências Sociais**. Rio de Janeiro, v. 27, n. 1, p. 5-28, 1984.
- FUNDAÇÃO FARIA LIMA. **Banco do povo paulista**: O microcrédito como instrumento de desenvolvimento local e mudança social. São Paulo: Fundação Faria Lima, 2008. Disponível em: <www2.cepam.sp.gov.br>. Acesso em: 23 fev. 2008.
- GALBRAITH, John Kenneth. **Moeda**: de onde veio para onde foi. São Paulo: Pioneira, 1983.
- GARCIA, Abel Dias. **Microcrédito**: Uma política pública de geração de trabalho e renda – Caso do Banco do Povo Crédito Solidário. 212 f. Dissertação (Mestrado em Administração) –Universidade Municipal de São Caetano do Sul, São Caetano do Sul, 2003.
- GNYAWALI, D.R and Fogel, D.S. 1994. Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications. **Entrepreneurship Theory and Development**. Vol. 18 (4) 43-62.
- GÓIS, Zelia. Considerações sobre o empreendedorismo no Brasil: reflexões a partir da pesquisa do GEM. **Conjuntura e Planejamento**, Salvador: SEI, n.148, p.46-51, Setembro/2006
- HAGUETTE, Teresa M. F. **Metodologias qualitativas na sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1987.
- HIRSH, R.; PETERS, M.; SHEPERD, D. **Entrepreneurship**. 6 ed. Boston: Mc Graw-Hill. 2005.
- JONATHAN, Eva Gertrudes. Mulheres empreendedoras: medos, conquistas e qualidade de vida. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 10, n. 3, p. 373-382, set./dez. 2005.
- KNOWLES, MALCOM. *The adult learner*: a neglected species. 3 ed. Houston, TX: Gulf Publishing, 1984.

- MICROCREDIT SUMMIT CAMPAIGN. **The state of the microcredit summit campaign report.** Washington: Microcredit Summit Campaign, 2006. Disponível em: <<http://www.microcreditsummit.org/aboutmicrocreditsummit.htm#What>>. Acesso em: 3 out. 2007.
- NERI, Marcelo. Microcrédito, Bolsa Família e as portas de entrada aos mercados. **Valor Econômico**, São Paulo, 14/07/09. Disponível em: <http://www.cna.org.br/site/noticia.php?n=21379>. Acesso em: 10/08/09.
- NICHTER, S.; GOLDMARK, L.; FIORI, A. **Entendendo as microfinanças no Brasil.** Rio de Janeiro: PDI/BNDES, 2002. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br>>. Acesso em: 4 out. 2007.
- PAIVA, Luis H.; GALIZA, Marcelo. Microcrédito: alternativas em evidência no país. **Mercado de Trabalho: Conjuntura e Análise**, Brasília, n. 19, p. 43-50, 2002. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/pub/bcmt/mt\\_019j.pdf](http://www.ipea.gov.br/pub/bcmt/mt_019j.pdf)>. Acesso em: 17 set. 2007.
- PEREIRA, F. B. **Microcrédito e a democratização do mercado financeiro:** O caso do Banco Popular de Ipatinga – MG. 140 f. Dissertação (Mestrado em Economia) – Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2004.
- PINHO, Diva Benevides. **O pensamento cooperativo e o cooperativismo brasileiro.** São Paulo: Brascope, 1982.
- PROGRAMA SERT/DIEESE. **Pesquisa com os clientes do Banco do Povo no Estado de São Paulo:** relatório final. São Paulo: Secretaria do Estado das Relações do Trabalho/Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-econômicos, 2000.
- QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. Relatos orais: do “indizível” ao “dizível”. In: Von SIMSON (org.). **Experimentos com histórias de vida: Itália-Brasil.** São Paulo: Vértice, 1988.
- QUINTINO, Carlos Alberto Alves. **O Microcrédito no Brasil:** A experiência do ABC Paulista. São Paulo: Paris XX, 2005.
- REYNOLDS, P.D. 1991. **Sociology and entrepreneurship:** concepts and contributions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 16 (2) 47-70.
- RODRIGUES, Cyntia Vieira. **Estudo comparativo entre modelos de gestão de programas de microcrédito:** Sala do empreendedor e programa providência. 192 f. Dissertação (Mestrado em Ciência Política) – Instituto de Ciência Política da Universidade de Brasília, Brasília, 2006.
- SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **O microcrédito e o papel do Sebrae.** Disponível em:

*dificuldades para obter empréstimos no Banco do Povo em Bragança Paulista*

<<http://www2.ba.sebrae.com.br/creditocapitalizacao/%7BF15FA471-1865-4A30-8D84-8DC92AD8604D%7D.asp#histórico>>. Acesso em: 15 set. 2007.

TANNURI, Dulce M. J. Microcrédito. *In*: SPITZ, André; PEITER, Gleyse. (orgs.). **Desenvolvimento local**: Práticas inovadoras. Rio de Janeiro: Oficina Social/Centro de Tecnologia, Trabalho e Cidadania, 2000.

TIMMONS, Jeffry A. **New venture creation**: Entrepreneurship for the 21<sup>st</sup> century. 4 ed. Burr Ridge: Irwin Press, 1994.

YUNNUS, Muhammad. **O banqueiro dos pobres**. São Paulo: Ática, 2002.