

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO

Volnei Correia

MERCADO DE DESCONTO DE CHEQUES: UMA  
ANÁLISE JUNTO AOS CLIENTES DO BB - PRAÇA RIO  
NEGRINHO/ SC

Porto Alegre - RS  
2007

Volnei Correia

MERCADO DE DESCONTO DE CHEQUES: UMA  
ANÁLISE JUNTO AOS CLIENTES DO BB - PRAÇA RIO  
NEGRINHO/ SC

Trabalho de conclusão de curso de Especialização apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Gestão de Negócios Financeiros da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de especialista em Gestão de Negócios Financeiros.

Orientador: Prof. André Luiz Martinewski

Conceito final.....  
Aprovado em.....de.....de.....

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Dr. – Nome:

---

Prof. Dr. – Nome:

## DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho ao meu pai Vilmar Muniz Correia que sempre acreditou na transformação do ser humano através do conhecimento, mesmo ausente foi a base de sustentação que norteou minha trajetória até aqui, me ensinou a importância dos amigos, do trabalho e da educação.

## **AGRADECIMENTOS**

A todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização e divulgação deste trabalho.

Meu especial agradecimento a todos que colaboraram como sujeitos do trabalho:

A Ricardo Moacir Jankovski, pelas diferentes contribuições.

A minha mãe Jorgina dos Santos Correia e minha esposa Elaine Cordeiro Correia, pelo incentivo constante.

Ao Banco do Brasil, pela oportunidade e pela concessão da bolsa de estudos.

Agradeço a professora tutora Letícia de Oliveira, pelo acompanhamento, revisão e críticas que propiciaram um maior aprofundamento nas questões mais polêmicas do trabalho.

## EPÍGRAFE

“O que mais preocupa não é o grito dos violentos, nem dos corruptos, nem dos desonestos, nem dos sem-caráter, nem dos sem-ética.

O que mais preocupa é o silêncio dos bons”.

Martin Luther King

## RESUMO DO TRABALHO

As empresas em suas transações operacionais, vendas e compras, concedem prazos aos seus clientes para os recebimentos e recebem prazos de seus fornecedores para efetuarem os pagamentos, com esta sistemática o mercado, clientes e fornecedores, promovem alavancagem em suas vendas. Muitas vezes estas empresas necessitam de recursos para fazer frente às obrigações assumidas junto a seus fornecedores. Ao financiar a venda de sua produção, o empresário gera créditos que, se mantidos em carteira até o final do prazo, reduzem a capacidade de investimento da empresa, ocasionando muitas vezes a perda de boas oportunidades, por estar com seu capital imobilizado. Neste sentido, a proposta do presente trabalho é identificar as possíveis diferenças na política de concessão de crédito do BB, atrativos agregados ao produto e o grau de satisfação do cliente, com relação ao produto Desconto de Cheques oferecido por outras quatro instituições da praça de Rio Negrinho/SC como Banco do Estado de Santa Catarina (BESC), Caixa Econômica Federal (CEF), Hsbc Bank Brasil S.A. (HSBC) e Banco Bradesco S.A. (Bradesco). Dessa forma, comparar a percepção dos clientes com relação ao produto oferecido pelos bancos, identificar as diferentes características das operações de Desconto de Cheques e analisar o grau de satisfação dos clientes com o produto. O método de pesquisa utilizado foi o método “survey”, de caráter quantitativo. A amostra é constituída por os clientes do BB que possuem Desconto de Cheques também nos concorrentes BESC, CEF, HSBC ou Bradesco, totalizando 19 clientes e representando 25% do total dos clientes que possuem o produto no BB. Os dados obtidos foram analisados através de métodos estatísticos utilizando média e porcentagem. O principal resultado encontrado sugere que os clientes dão grande importância para os custos incorridos nas operações, porém revela pouco conhecimento na identificação e avaliação destes custos, diversos clientes mantêm operações na concorrência mesmo estando insatisfeitos com o produto, revelando uma excelente oportunidade par o BB incrementar sua carteira de Desconto de Cheques.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Taxa de Juros.....	24
Figura 2 – Tarifa de Contratação.....	25
Figura 3 – Tarifa de Liberação.....	25
Figura 4 – Restrição Cadastral.....	26
Figura 5 – Agilidade na Liberação.....	27
Figura 6 – Utilização de Meios Eletrônicos.....	28
Figura 7 – Utilização do Produto.....	29
Figura 8 – Qualidade e Funcionalidade.....	30
Figura 9 – Grau de Satisfação.....	31
Figura 10 – Consideração na Decisão.....	32

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Despesas Incorridas no Desconto.....	24
Tabela 2 – Restrição Cadastral.....	26
Tabela 3 – Agilidade na Liberação.....	27
Tabela 4 – Utilização dos Meios Eletrônicos.....	27
Tabela 5 – Utilização do Produto.....	28
Tabela 6 – Qualidade e Funcionalidade.....	29
Tabela 7 – Grau de Satisfação.....	30
Tabela 8 – Consideração na Decisão.....	31

## SUMÁRIO

1	Introdução.....	09
2	Revisão da Literatura.....	12
2.1	O Surgimento do Sistema Bancário.....	13
2.2	O Capital de Giro e sua Importância.....	15
2.3	Risco do Empréstimo.....	15
2.4	Risco de Crédito.....	16
2.5	Linhas de Crédito que Apresentam Menor Risco para os Bancos.....	17
2.6	Linhas de Antecipação de Recebíveis.....	17
2.6.1	Desconto de Títulos.....	17
2.6.2	Desconto de Nota Promissória.....	18
2.6.3	Antecipação de Crédito ao Lojista.....	18
2.6.4	Desconto de Cheques.....	19
2.6.4.1	Cheque Pré-Datado.....	19
2.6.4.2	Alternativa de Financiamento.....	20
2.7	Satisfação dos Clientes.....	21
3	Método de Pesquisa.....	22
3.1	Instrumento de Coleta de Dados.....	22
3.2	Amostra dos Respondentes do Instrumento de Pesquisa.....	23
3.3	Análise dos Dados.....	23
4	Resultados.....	24
5	Considerações Finais.....	33
	Referências Bibliográficas.....	36
	APÊNDICE A – FORMULÁRIO DE COLETA DE DADOS.....	38

## 1 Introdução

O desconto de recebíveis é um produto criado para oferecer aos empresários a antecipação de seus créditos, propiciando liquidez imediata à sua carteira de recebíveis.

Conforme dados levantados pela Confederação Nacional da Indústria (2006): Cerca de 40% das pequenas e médias indústrias brasileiras recorrem a financiamentos de curto prazo mais de três vezes ao mês. Entre as grandes empresas, 26,5% lançam mão de empréstimos de curto prazo mais de três vezes ao mês. A maioria dessas indústrias recorrem a empréstimos com prazos inferiores a 90 dias, lançam mão dos instrumentos de crédito com alto custo e tem nos bancos públicos sua principal fonte de financiamento. Além disso, quase a metade (48,8%) das pequenas e médias empresas consultam três ou mais bancos antes de escolher a linha de financiamento. Entre as grandes empresas, 82% consultam três ou mais instituições financeiras antes de optar por um determinado tipo de empréstimo. 32,5% das indústrias de grande porte e 13,4% das pequenas e médias usam financiamentos com prazos superiores a 90 dias. Entre as grandes companhias, 54,2% utilizam linhas de crédito específicas para capital de giro, enquanto que 53,5% das pequenas e médias lançam mão de financiamentos de conta garantida ou do cheque especial, que têm juros mais elevados. Contudo, o maior contraste foi observado no recurso ao desconto de cheques – instrumento tipicamente usado por empresas de menor porte. Entre as pequenas e médias empresas, 19,8% lançam mão usualmente do desconto de recebíveis, contra apenas 2,4% das grandes companhias.

As instituições financeiras tem grande interesse no mercado de desconto de recebíveis, pois é muito amplo e rentável, tem como público alvo praticamente todas as empresas que efetuam vendas a prazo, o risco deste tipo de operação é menor tornando o desconto de recebíveis uma das linhas mais baratas porque tem a garantia da duplicata, cheque ou fatura do cartão, o que pulveriza o risco, isso não ocorre com outras linhas de capital de giro que normalmente a garantia é apenas fidjussória.

Conforme Bautzer, (2006): Empresários com ciclo de produção mais longo estão vendo no desconto de recebíveis não apenas um custo financeiro menor, mas uma vantagem competitiva. A taxa mensal do desconto de recebíveis fica em torno

de 1,4% ao mês, e o custo das linhas de capital de giro para a empresa oscila entre 1,8% e 2,2% ao mês. Com mais flexibilidade financeira, as empresas conseguem aceitar volume maior de pedidos que requerem alto investimento para produção antes do recebimento do adiantamento. Outra grande vantagem é fiscal, uma vez que considera a diferença de incidência de IOF e CPMF, o custo total diminui 0,5 ponto percentual. O recebível não paga IOF, de 0,11% do valor total, e a CPMF, de 0,38%, incide só uma vez. Numa conta garantida, por exemplo, o cliente paga CPMF quando usa o crédito recebido para pagar suas despesas e uma segunda vez, quando transfere o pagamento para o banco, na operação de desconto de recebíveis, o pagamento feito pelo fornecimento vai direito para o banco e não passa pela conta do cliente. Antecipar os recursos aumenta a flexibilidade do caixa, tanto para subsidiar fornecedores quanto para enfrentar eventuais atrasos de pagamento".

Cada banco opera de forma própria com operações de desconto de cheques buscando otimizar seus resultados com menor risco possível e ainda atendendo os interesses de seus clientes. O primeiro passo para atender os interesses do banco e de seus clientes é conhecer a realidade como ocorre tais transações e como são percebidas pelos clientes, para que desta forma possa otimizar os pontos fortes e se possível eliminar os pontos fracos, ou pelo menos minimiza-los.

Diversos motivos influenciaram na escolha de Rio Negrinho como local onde foi realizada a pesquisa, dentre eles tem-se: a) o fato de residir e trabalhar no município facilita a busca de informações junto aos clientes; b) a movimentação da economia, a vocação empresarial voltada para diversos ramos de atividade, vislumbra a possibilidade de incremento nos negócios relacionados a Desconto Cheques, produto foco do estudo.

Conforme pesquisa realizada junto a Prefeitura Municipal de Rio Negrinho (2007), algumas informações importantes reforçam a justificativa para a escolha da praça em estudo:

- População Censo 2000/IBGE: 37.707
- População estimada pelo IBGE para 01/01/2007: 48.500

#### **Empresas por Setor**

Indústrias	410
Comércio	759
Prestação de serviços	590
Prestação de serviços - autônomos	536
Total de Empresas	1.759

**Fonte:** <http://www.rionegrinho.sc.gov.br/index.php?pagina=caracteristicas>

**Indústrias – Principais Ramos**

Móveis	167
Madeireiras	44
Construção civil	44
Metalúrgicas, máquinas e equipamentos	37
Alimentos	33
Artefatos de madeira	21
Confecções	15
Papel e embalagens de papelão	11
Plásticos	05
Tintas, vernizes e solventes	02
Outros	31

**Fonte:** <http://www.rionegrinho.sc.gov.br/index.php?pagina=caracteristicas>

**Movimento Econômico – R\$ Mil**

Produto Interno Bruto (PIB)	407.485
Renda per capita	9,598
Arrecadação ICMS - Retorno	10.354
Arrecadação Tributos Municipais	3.992
Arrecadação de Tributos Federais - Retorno	5.692

**Fonte:** <http://www.rionegrinho.sc.gov.br/index.php?pagina=caracteristicas>

## 2 Revisão da Literatura

De acordo com Athar (2007) pode-se definir a atividade bancária basicamente como a atividade de captar recursos e emprestá-los a tomadores, gerando o lucro nessa intermediação. Acrescente-se a isso os serviços prestados aos clientes em geral, com cobrança de tarifas e intermediações diversas. Tem-se, assim, a quase totalidade dos produtos de um banco.

A importância dos bancos na atualidade está focada fundamentalmente na intermediação financeira e na prestação de diversos serviços, sem os quais a economia teria sérios problemas para manter-se e desenvolver-se.

Um dos pilares que justificam a existência das instituições financeiras, é o fomento da economia via fornecimento de recursos, quer seja a longo prazo ou a curto prazo, nas linhas de financiamento para aquisição de máquinas, equipamentos, construções, desenvolvimento de projetos e outros, ou para capital de giro, onde a própria denominação “capital de giro” já indica que este recurso é destinado para financiar o ciclo operacional das empresas, fornecendo o capital em giro necessário.

Nos últimos anos a concorrência entre as diversas instituições financeiras se intensificou, os produtos e serviços oferecidos atualmente por estas em pouco se diferenciam, gerando na maioria das vezes empate técnico, onde os clientes são levados, a efetuar seus negócios com as instituições que melhor lhes proporcionem satisfação, não somente através do fornecimento do produto ou serviço, mas também considerando a qualidade no atendimento, soluções de problemas, agilidade, cortesia, dedicação, etc.

Um dos produtos de grande interesse dos bancos é o capital de giro, pois oferece boa rentabilidade, com risco a médio e curto prazo. Dentre as linhas de capital de giro as mais interessantes para os bancos são as de antecipação de recebíveis (desconto de cheques/duplicatas e antecipação de crédito a lojistas).

Segundo o Banco do Brasil S.A. (2007), o total das principais carteiras de crédito deste banco com base em setembro de 2003, totalizavam R\$ 62,1 bilhões, sendo que os recebíveis representavam 12% deste total, R\$ 7,5 bilhões. Desta forma constata-se a relevância desta linha de crédito para a atividade de intermediação praticada pelas instituições financeiras.

Para tanto, esta revisão da literatura destaca a necessidade de capital de giro das empresas devido às transações comerciais (compras e vendas) a prazo, destacando o produto de desconto de cheques com as vantagens para o banco e clientes.

Os assuntos abordados na revisão de literatura buscam uma síntese dos tópicos necessários para o aprofundamento teórico exigido para um bom entendimento do universo a ser pesquisado, para fundamentar a pesquisa exploratória proposta e possibilitar uma eficiente análise e conclusão dos dados levantados.

## **2.1 O Surgimento do Sistema Bancário**

Segundo Marcassa (2007) “os bancos são componentes críticos de qualquer economia. São provedores de recursos financeiros para os negócios comerciais, de serviços financeiros para toda a população e de acesso ao sistema de pagamentos. Adicionalmente, alguns bancos têm a missão de tornar o crédito acessível e de manter a liquidez do mercado em situações difíceis de mercado”.

Conforme Von Doellinger (2007), é difícil imaginar nossa vida cotidiana sem a presença dos bancos. É por meio deles que recebemos salários e quaisquer outros rendimentos, pagamos contas, liquidamos contratos, contratamos seguros, aplicamos nossas poupanças, financiamos consumo e investimentos, obtemos crédito e realizamos incontáveis operações financeiras em nossa vida civil e profissional. O sistema bancário está presente em todas as circunstâncias da vida econômica de uma sociedade.

Essa presença tem sido crescente desde o surgimento da instituição bancária, que se confunde com o próprio aparecimento do sistema capitalista de produção. De fato, a evolução da economia feudal para a mercantilista e, posteriormente, para a capitalista tornou-se possível com a transformação dos antigos cambistas medievais em casas bancárias.

Até o final do século XVIII o mercantilismo ainda predominava. A revolução industrial estava em seus primórdios e circunscrita à Inglaterra. Naquele contexto o sistema financeiro se dedicava primordialmente ao financiamento do comércio, sobretudo o comércio internacional com as letras de câmbio, à provisão de liquidez, à atividade produtiva e à banca governamental.

Mas já no início do século XIX, após o fim das guerras napoleônicas, o crescimento econômico ganha impulso na Europa continental. A demanda por fundos de longo prazo no financiamento dos investimentos apresentou novos desafios ao sistema bancário. Em resposta, surgiram novas modalidades de operações voltadas à intermediação de longo prazo e à assunção de riscos pelos bancos de investimento e posteriormente bancos de desenvolvimento, que passaram a executar operações de crédito típicas de fomento.

Data também de meados do século XIX o surgimento das caixas econômicas e dos bancos cooperativos, originalmente na Alemanha e na Suíça, marcando a presença das instituições financeiras na arrecimação de poupanças populares, no financiamento de pequenos negócios e de cooperativas de produtores e no crédito hipotecário.

Os bancos são hoje instituições de caráter universal, no que toca à diversidade de suas operações, e com presença marcante no mundo globalizado. São agentes financeiros de empresas, indivíduos e governos.

Como agentes do desenvolvimento, além da intermediação de fundos de longo prazo, tornaram-se indispensáveis na operacionalização dos mercados de capitais. São por essas vias que as poupanças dos grandes investidores institucionais - fundos de investimentos, fundos de previdência, reservas técnicas de companhias de seguro e de empresas em geral - fluem de forma cada vez mais eficiente para as oportunidades de investimento na economia. E, na prestação de serviços, os bancos se transformaram em celeiros de expertise na avaliação dos investimentos (avaliação de projetos, de empreendimentos e de empresas), dos riscos e na administração dos portfólios dos investidores.

No Brasil, os bancos surgem com o alvorecer da Independência, quando da fundação do Banco do Brasil. As caixas econômicas datam de meados do século XIX, assim como o surgimento dos bancos comerciais privados e provinciais. Os bancos de desenvolvimento surgiram a partir da constituição do BNDES, em 1952, mas desde 1942, com a criação do Banco da Amazônia, e até mesmo nos anos 30, com a criação da Carteira de Crédito Agrícola e Industrial, CREAL, do Banco do Brasil, já se praticava o financiamento do desenvolvimento pelo nosso sistema bancário. A Lei 4595, que estruturou o sistema financeiro brasileiro, em dezembro de 1964, viria finalmente qualificar e definir de forma permanente as funções do sistema bancário, especialmente a sua participação no desenvolvimento brasileiro.

O Brasil dispõe hoje, reconhecidamente, de um sistema financeiro eficiente, por qualquer padrão de comparação internacional, e sólido, capaz de enfrentar os desafios do financiamento do desenvolvimento.

## **2.2 O Capital de Giro e sua Importância**

As empresas brasileiras, independentemente de sua estrutura ou faturamento, estão enfrentando desafios jamais vistos tais como: globalização da economia, ambiente externo e interno competitivos e mais dinâmicos, clientes mais exigentes quanto aos produtos oferecidos, serviços prestados e processos tecnológicos dinâmicos. Estas mudanças contribuem para aumentar o risco e a incerteza do negócio, tornando o gerenciamento da atividade da empresa bastante desafiante e complexa.

Conforme SEBRAE/SP (2007), “O capital de giro de uma empresa é formado pelos valores em Caixa, em Estoques e em Contas a Receber. É fornecido pelos Sócios, por meio do Capital Próprio e Lucros Acumulados e, complementarmente, por Capital de Terceiros, como Bancos e Fornecedores”.

Para desenvolver suas atividades as empresas necessitam de capital de giro, que tem sua origem nos recursos próprios, capital e lucros acumulados, financiamentos onerosos, geralmente recursos de instituições financeiras e financiamento de fornecedores.

De acordo com a Wikipédia (2007), “Capital de giro é o conjunto de valores necessários para a empresa fazer seus negócios acontecerem (girar)”.

O enfoque deste trabalho é a origem do capital de giro proveniente dos bancos por meio de desconto de cheques, que por sua vez tem origem nas vendas a prazo ao cliente.

## **2.3 Risco do Empréstimo**

Segundo Blanco (2007), “Um empréstimo não é uma operação de risco para o tomador e sim para quem dá o empréstimo. O máximo que vai lhe acontecer é ficar com o nome sujo, não conseguir mais crédito na praça”.

Este entendimento ocorre na prática, pois o risco maior fica sempre a cargo do financiador, se a operação não for honrada este terá que executar as garantias, gerando custos adicionais com demora em reaver o capital emprestado, ainda

dependendo do valor e/ou garantia não compensa cobrar por meios judiciais o valor. Resumindo, é de fundamental importância ao se efetuar um empréstimo tentar reduzir o risco, por meio de análise do negócio e do cliente e a escolha de linhas de crédito de menor risco, como é o caso do desconto de cheques.

## **2.4 Risco de Crédito**

De acordo com Sales (2007) “A palavra crédito, num sentido restrito e específico, consiste na entrega de um valor presente mediante promessa de pagamento no futuro. Em um banco, que tem a intermediação financeira como sua principal atividade, o crédito consiste em colocar à disposição do tomador de recursos (clientes) determinados valores sob a forma de empréstimos ou financiamentos, mediante promessa de pagamento futura”.

Segundo Fonseca, Neto e Souza (2007) “O risco nas operações de crédito existe porque o fluxo de caixa prometido pode ou não ser pago na sua totalidade pelos diversos tomadores. Se a instituição financeira recebesse tudo, obviamente não haveria risco de crédito. Como os riscos de crédito são, em tese não elimináveis, a incumbência das instituições é de estimar o risco de perda esperada e exigir prêmios pelos riscos. Risco de crédito significa o risco de perda em empréstimos ou em investimentos das mais variadas formas.”

Conforme Financenter (2007), as fontes de risco são:

- a) Risco do ativo – Parte da sua incapacidade de prever o retorno de um determinado ativo;
- b) Risco de mercado – parcela de risco de mercado sob a qual não se tem como influir;
- c) Risco de crédito – risco de não receber o valor emprestado;
- d) Risco de liquidez – reflete o custo, tanto em termos de prazo quanto de dinheiro, que um determinado ativo transforma em dinheiro. Quanto maior este custo, menor a liquidez do ativo, e vice-versa.

## **2.5 Linhas de Crédito que Apresentam Menor Risco para os Bancos**

Segundo o glossário do Sebrae (2007) “RECEBÍVEIS – São títulos de crédito originados do faturamento de bens e serviços vendidos e, usualmente, entregues. Podem ser duplicatas, notas promissórias, etc.”.

As linhas de crédito com menor risco são aquelas que possuem menor possibilidade de não serem pagas, considerando que no desconto de recebíveis é antecipado o valor de vendas já efetuadas, o risco do banco em não receber o empréstimo está contido no fornecedor não pagar o compromisso assumido, caso isto ocorra ainda teremos a possibilidade de que o tomador do empréstimo reembolse este título e em última instância execute-se a garantia da operação. Em geral nas outras linhas de crédito resta ao banco reaver seu crédito junto ao tomador do empréstimo ou executar as garantias, sendo assim o risco maior.

## **2.6 Linhas de Antecipação de Recebíveis**

As principais linhas de antecipação de recebíveis são: Desconto de Títulos, Desconto de Cheques, Antecipação de Crédito a Lojistas e Desconto de Nota Promissória.

### **2.6.1 Desconto de Títulos**

Segundo Blatt (2007) no Desconto de Títulos “ O cliente do banco leva seus recebíveis ao banco, endossa-os, transferindo-os à instituição financeira, que antecipa o valor de face ao cliente do banco, com determinado deságio, e efetua a cobrança dos recebíveis nos seus respectivos vencimentos. Caso não haja quitação dos mesmos, o banco cobra regressivamente de seu cliente, com os encargos moratórios correspondentes. “

Conforme o LIC 20.2.1.1 versão 2 (2007), “O desconto de títulos é uma forma de financiamento para capital de giro, que consiste basicamente no apoio financeiro às vendas a prazo de bens e serviços, mediante desconto de duplicata mercantil, duplicata de serviços e letra de cambio, que podem ser apresentada das seguintes formas: por meio físico (duplicata-papel), por meio eletrônico (duplicata escritural) ou ainda por meio de registro em cobrança no Banco”.

Diversas são as vantagens para as empresas que optam por esse tipo de financiamento, dentre os quais relacionamos as mais perceptíveis durante o processo de obtenção e utilização do crédito: a) obtenção de recursos de forma rápida e simplificada; b) taxas competitivas; c) crédito imediato em conta corrente; d) conectividade com os meios eletrônicos oferecidos pelas instituições financeiras; e) facilidade no controle da carteira de cobrança.

Na outra ponta de processo, a instituição financeira responsável por tal operação também se beneficia com algumas vantagens que tornam essa linha de crédito bastante atraente: a) facilidade no aumento da carteira de recebíveis; b) fidelização de clientes; c) pulverização do crédito e principalmente do risco; d) incremento de receitas pela cobrança dos encargos financeiros, nas operações, e das tarifas de cobrança, no registro e alterações dos títulos.

### **2.6.2 Desconto de Nota Promissória**

De acordo com o LIC 20.3.1.1 versão 4 (2007), “Esta linha de crédito que tem a finalidade de suprir eventual necessidade de capital de giro de pessoas físicas, jurídicas e empresários individuais, por curto prazo, mediante desconto de nota promissória (NP), emitida pelo cliente, à ordem do Banco”.

As vantagens para o tomador, são basicamente: a) obtenção de recursos por curto prazo, de forma rápida e desburocratizada; b) alternativa imediata e emergencial de recursos.

Para as instituições que operam com esta linha de crédito, são diversas as vantagens, dentre as quais podemos ressaltar: a) possibilita regularizar eventual ocorrência de adiantamento a depositantes, agregando garantias e reduzindo consideravelmente o risco; b) aproxima o cliente do Banco, criando a oportunidade de outros negócios; c) aumento de receitas pela cobrança de tarifa de contratação; d) evita saques antecipados de aplicações financeiras.

### **2.6.3 Antecipação de Crédito ao Lojista**

Segundo o LIC 20.10.1.1 versão 2 (2007), “A antecipação de crédito ao lojista é uma linha de financiamento destinada a dar apoio financeiro ao lojista através da antecipação do valor líquido das vendas realizadas com cartões de crédito”.

Nesta modalidade de crédito, o tomador desfruta de inúmeras vantagens: a) obtenção de recurso de forma simples e rápida; b) realização de vendas a prazo com a opção de recebimento automático à vista; c) os recursos enviados pela operadora do cartão de crédito não transitam pela conta corrente do tomador na liquidação da operação; d) caso os créditos enviados pela operadora do cartão de crédito, no dia o pagamento, sejam insuficientes para liquidar a operação, é possível realizar automaticamente nova operação e assim obter os recursos necessários para a liquidação sem alterar o fluxo de caixa do dia.

As instituições financeiras que operam com esta modalidade de crédito, podem obter diversas vantagens, dentre as quais podemos citar: a) ganhos com a intermediação financeira; b) incremento de receitas pela cobrança de tarifas de abertura e de renovação de crédito; c) risco das operações é baixo e pulverizado.

#### **2.6.4 Desconto de Cheques**

O desconto de cheques de acordo com a FIESP (2007), “É um empréstimo destinado a antecipar os valores a receber das vendas a prazo, financiadas através da emissão de cheques pré-datados emitidos por terceiros.”, semelhante ao desconto de títulos o banco efetua a cobrança dos mesmos de acordo com a data pré-datada, e se não houver o pagamento dos mesmos o banco cobra de seus cliente, de forma regressiva, os encargos moratórios correspondentes.

##### **2.6.4.1 Cheque Pré-Datado**

Segundo a Lei nº. 7.357/85, o cheque pré-datado é uma ordem de pagamento a vista. "Art. 32 O cheque é pagável à vista. Considera-se não-estrita qualquer menção em contrário”.

O cheque pré-datado é muito prático em termos operacionais para a empresa e o consumidor. Nas tradicionais formas de financiamento, é necessário elaborar contrato, exigir nota promissória ou prever saque de letra de câmbio em contrato, carnês, fichas de compensação para pagamento, etc. O cheque pré-datado elimina todo esse processo. A empresa deve verificar a idoneidade do emitente, consultando apontamentos cadastrais, e certificando-se que o comprador é o emitente do cheque. Exija o cartão de identificação do banco, documento de identidade e, em

caso de dúvida, outras formas de verificação. Tudo tem que ser feito com muito cuidado, mostrando ao comprador que é uma medida para sua própria proteção. Afinal, ele também pode ser uma vítima de roubo ou extravio de cheques.

#### **2.6.4.2 Alternativa de Financiamento**

Esta modalidade de crédito consiste no apoio financeiro à comercialização de bens e serviços, mediante desconto de cheques pré-datados provenientes da atividade comercial ou de prestação de serviço exercida pelo descontante. O desconto de cheques não é direcionado para segmentos específicos da atividade econômica. Podem ser atendidos quaisquer segmentos de mercado onde se exerça atividade comercial, desde que os cheques apresentados a negócio sejam representativos da comercialização de bens e serviços.

A Resolução nº. 2.352 do Conselho Monetário Nacional, de 23/01/1997 revogou a Resolução nº. 2.154, de 27/04/1995, que proibia as instituições financeiras de realizarem: operações de crédito com cheques ou garantidas por eles e custodiar cheques. “Art. 1º Vedar às instituições integrantes do Sistema Financeiro Nacional:

I - a realização de operações de crédito garantidas com cheques e de desconto de cheques;

II - a prestação de serviço de custódia física e eletrônica de cheques”.

Esta era a última forma de restrição ao crédito ao consumidor vigente.

O cheque pré-datado tem sido um importante instrumento de financiamento do comércio às pessoas físicas, substituindo com bastante vantagens os tradicionais contratos com carnês de pagamentos, tanto nos aspectos operacionais como na maior facilidade de transformar os recebíveis (cheque pré-datados) em capital de giro. A empresa deve precaver-se, custodiando os cheques em um banco de sua confiança. É importante escolher um banco automatizado e com tradição em prestar serviços do dia-dia da tesouraria.

As empresas de factoring também operam bastante com cheques. Geralmente, essas empresas trabalham com taxas mais altas porque desde 28 de agosto de 1996 o Banco Central voltou a permitir que essas empresas captassem recursos junto aos bancos.

Para o tomador, as vantagens são inúmeras: a) obtenção de recursos de forma rápida; b) possibilidade de aumentar o faturamento a partir do oferecimento de maior prazo à sua clientela; c) taxas de juros competitivas; d) crédito imediato em conta corrente; e) o produto adequa-se à sistemática de venda com cheques pré-datados.

Dessa forma também as instituições que oferecem essa modalidade de crédito colhem vantagens significativas: a) facilidade no aumento da carteira de recebíveis; b) fidelização de clientes; c) risco de inadimplemento pulverizado, em função do baixo valor médio dos cheques negociados; d) incremento de receitas, pela cobrança de encargos financeiros e de tarifa de abertura de crédito, na contratação e renovação dos tetos, bem como da tarifa de custódia de cheques.

Quando a operação é realizada em banco, geralmente os encargos se constituem de: taxa de desconto, tarifa de custódia dos cheques e IOF. A empresa de factoring cobra taxa de desconto. Todavia, é necessário analisar com cuidado, calculando a taxa real dos dois empréstimos.

## **2.7 Satisfação dos Clientes**

De acordo com Moutella (2007):

O que influencia na satisfação dos clientes? Produtos e serviços de qualidade, preço percebido como justo, condições de pagamento satisfatórias, cumprimento de prazos e compromissos assumidos pela empresa, disponibilidade dos produtos/serviços, entrega adequada, escuta atenciosa, diálogo de compromisso, descontos e ofertas especiais e facilidade da compra. A satisfação se mede através da relação entre o que o cliente recebeu ou percebeu e o que esperava ter ou ver (percepção x expectativa). Se a percepção é maior do que a expectativa, o cliente fica muito mais satisfeito do que esperava. Mas se for menor, frustra-se e não registra positivamente a experiência. Como as expectativas dos clientes aumentam com o tempo, eles tendem a não mais se satisfazer se a empresa não conseguir acompanhar as mudanças de suas necessidades e desejos, o que demanda tempo e investimento. A satisfação pode ser obtida em uma única transação, mas a fidelidade só se conquista a longo prazo. Nada garante que um cliente satisfeito recusará as ofertas da concorrência. Já um cliente fiel pensará duas vezes antes de trair. A tênue linha que separa a satisfação total da fidelidade deve ser coberta por um escudo de confiança. Somente através de uma relação de confiança entre clientes e empresa pode-se criar barreiras para a ação da concorrência. As pessoas confiam em quem os respeita, os ouve e os surpreende. E são fiéis quando e enquanto confiam.

A satisfação dos clientes tem relação fundamental com a percepção de como o cliente percebe o produto ou serviço oferecido, como ele avalia a qualidade se

satisfatória ou não, se o preço está adequado, se o atendimento supre suas necessidades.

Segundo Malta (2007), “As estatísticas apontam que um CLIENTE satisfeito paga até 15% mais pelo produto escolhido e esta diferença não está na constituição do produto em si, porque estes estão cada vez mais iguais. Está na comunicação CONSULTOR/CLIENTE, que são habilidades em atender encantando, e não só isso, mas também na ética e transparência das informações dos benefícios propostos”.

Os produtos bancários, considerando neste principalmente o desconto de cheques, estão cada vez mais parecidos, com poucas diferenças entre as diversas instituições financeiras, ou seja, praticamente estão no empate técnico, e o diferencial que fará o cliente escolher um banco a outro está na sua grande maioria nos atributos que tornam o cliente satisfeito.

### **3 Método de Pesquisa**

O tipo de pesquisa utilizado foi quantitativo método survey, pois efetuou-se uma pesquisa junto aos clientes que descontam cheques no BB e em pelo menos um de seus concorrentes, BESC, CEF, HSBC ou Bradesco na praça de Rio Negrinho/SC,

#### **3.1 Instrumento de Coleta de Dados**

Foi identificado na literatura, por meio de levantamento exploratório as seguintes variáveis abaixo, que caracterizam as operações de Desconto de Cheques oferecidos pelo BB, BESC, CEF, HSBC e Bradesco na praça de Rio Negrinho/SC:

- Satisfação dos clientes em relação à operação de Desconto de Cheques;
- Taxas de juros praticadas;
- Tarifa de contratação;
- Tarifa de liberação;
- Condições em relação às restrições cadastrais constantes em nome dos emitentes;
- Agilidade na liberação da operação;

- Utilização do meio eletrônico para efetivação da operação;
- Grau de utilização do Desconto de Cheques no BB, BESC, CEF, HSBC e Bradesco;
- Qualidade e funcionalidade do serviço prestado.

### **3.2 Amostra dos Respondentes do Instrumento de Pesquisa**

Foram identificados entrevistados dentre todos os clientes do BB que possuem Desconto de Cheques também nos concorrentes BESC, CEF, HSBC ou Bradesco, totalizando 19 clientes e representando 25% do total dos clientes que possuem o produto no BB.

### **3.3 Análise dos Dados**

Os dados coletados foram estruturados e analisados utilizando-se de métodos estatísticos, principalmente média e porcentagem, para isso será necessário o uso do sistema Microsoft Office Excel e os resultados serão dispostos em gráficos e tabelas, com análises parciais e posterior conclusão.

## 4 Resultados

Neste item serão demonstrados através de tabelas e figuras os resultados obtidos com a aplicação de questionário contendo sete questões consideradas essenciais para alcance dos objetivos propostos, foram entrevistados 19 clientes que possuem Desconto de Cheques no BB e nos demais concorrentes BESC, CEF, HSBC e Bradesco. As médias e percentuais que serão apresentados nas tabelas e figuras foram feitos com base nos 19 entrevistados.

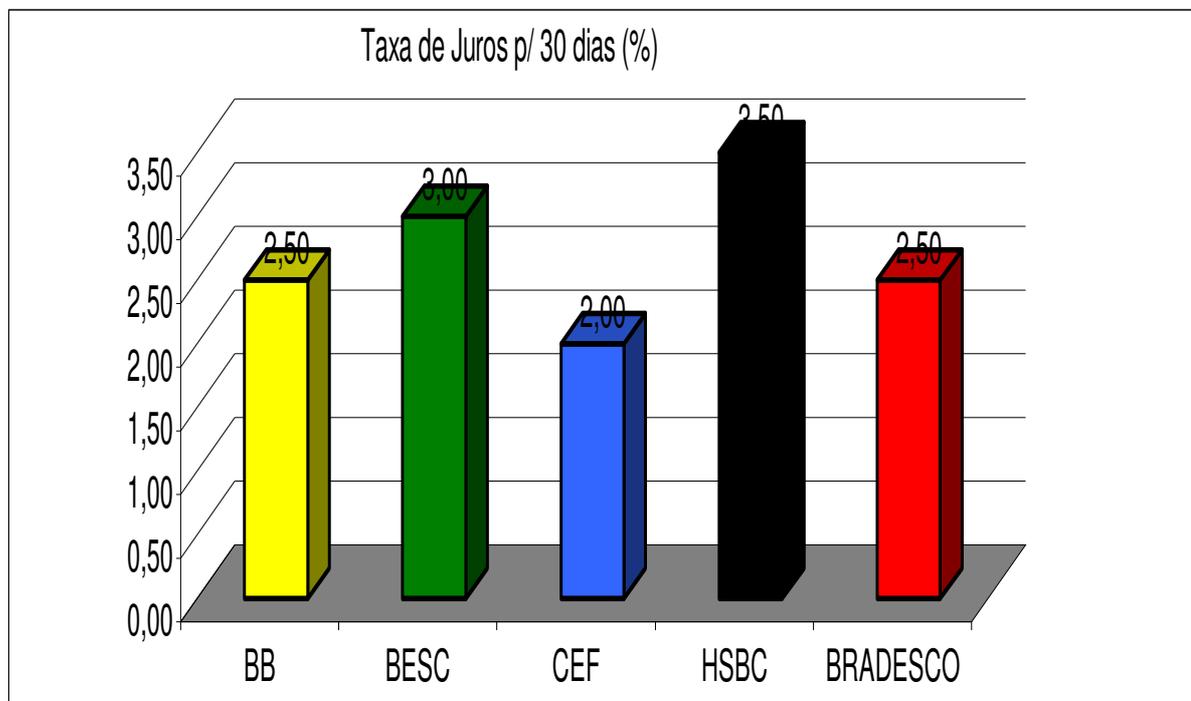
Na primeira questão da entrevista foi abordado o assunto relacionado com o valor das despesas incorridas na utilização do Desconto de Cheques, os resultados obtidos estão sintetizados na Tabela 1 e demonstrados nas Figuras 1, 2 e 3 a seguir:

**Tabela 1: Despesas Incorridas no Desconto**

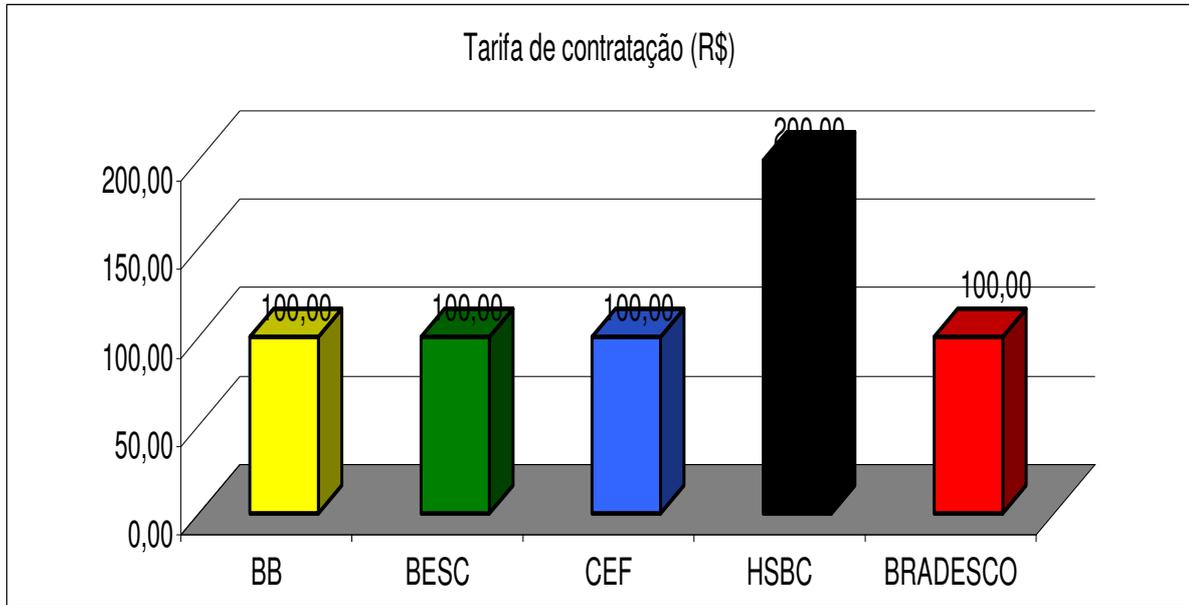
Despesas	BB	BESC	CEF	HSBC	BRADESCO
Taxa de Juros p/ 30 dias (%)	2,50	3,00	2,00	3,50	2,50
Tarifa de contratação (R\$)	100,00	100,00	100,00	200,00	100,00
Tarifa de liberação (R\$)				30,00	40,00

**Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa**

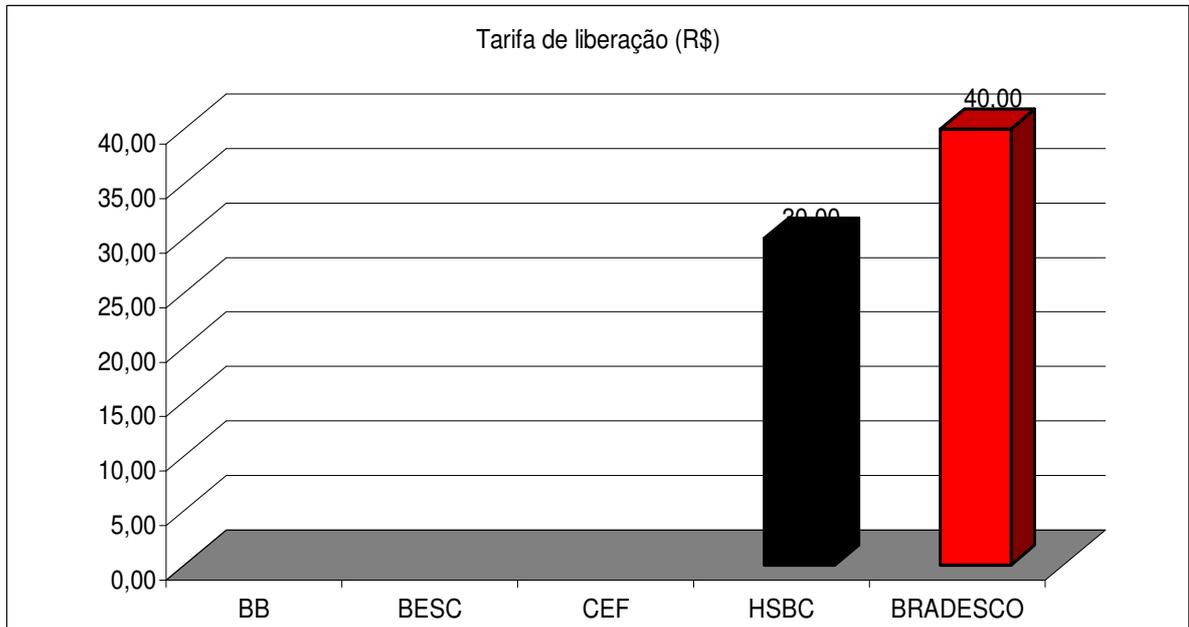
**Figura 1: Taxa de Juros**



**Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa**

**Figura 2: Tarifa de Contratação**

Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa

**Figura 3: Tarifa de Liberação**

Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa

No que diz respeito aos custos/despesas incorridas nas operações de desconto de cheques, percebe-se que o BB, BESC e CEF oneram suas operações com a menor despesa, ao contrário, o HSBC acompanhado pelo Bradesco são os que demandam mais despesas em suas operações de desconto de cheques.

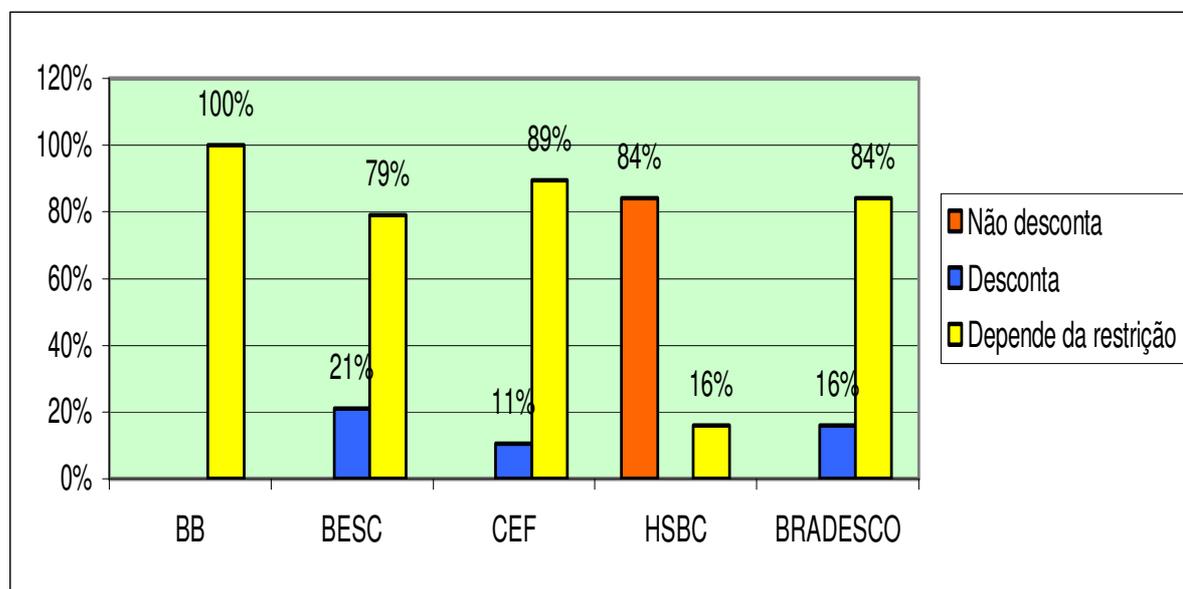
Na segunda questão da pesquisa foi abordado, a possibilidade ou não do Banco acatar o desconto caso o emitente do cheque possua qualquer tipo de restrição cadastral, o resultado está apresentado na Tabela 2 e na Figura 4:

**Tabela 2: Restrição Cadastral**

	BB	BESC	CEF	HSBC	BRADESCO
Não desconta				84%	
Desconta		21%	11%		16%
Depende da restrição	100%	79%	89%	16%	84%

**Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa**

**Figura 4: Restrição Cadastral**



**Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa**

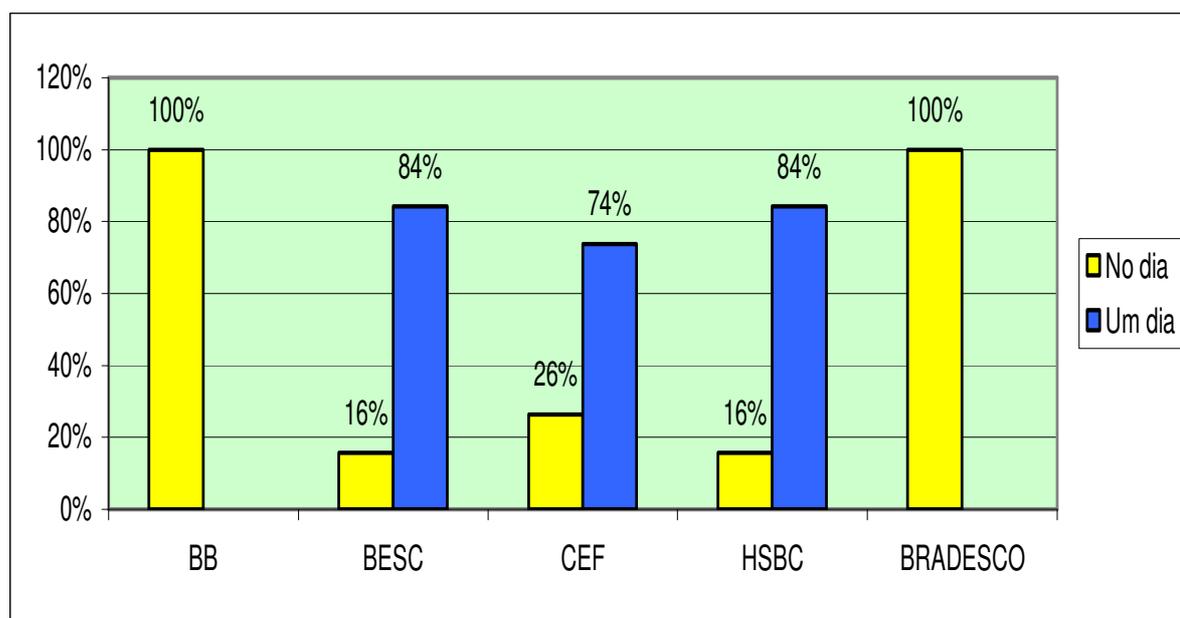
Verifica-se nesta questão que o HSBC para a maioria de seus clientes não efetua desconto caso o emitente do cheque possua restrição cadastral, o BB por outro lado, desconta dependendo da restrição, os demais concorrentes BESC, CEF e Bradesco para uma parte de seus clientes desconta independente de restrição por parte do emitente do cheque para outra parte depende da restrição.

Na terceira questão da pesquisa foi questionado sobre a agilidade no processamento e liberação dos recursos provenientes da operação de desconto de cheques, as respostas foram computadas e os percentuais estão demonstrados na Tabela 3 e Figura 5:

**Tabela 3: Agilidade na Liberação**

Prazo	BB	BESC	CEF	HSBC	BRADESCO
No dia	100%	16%	26%	16%	100%
Um dia		84%	74%	84%	

Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa

**Figura 5: Agilidade na Liberação**

Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa

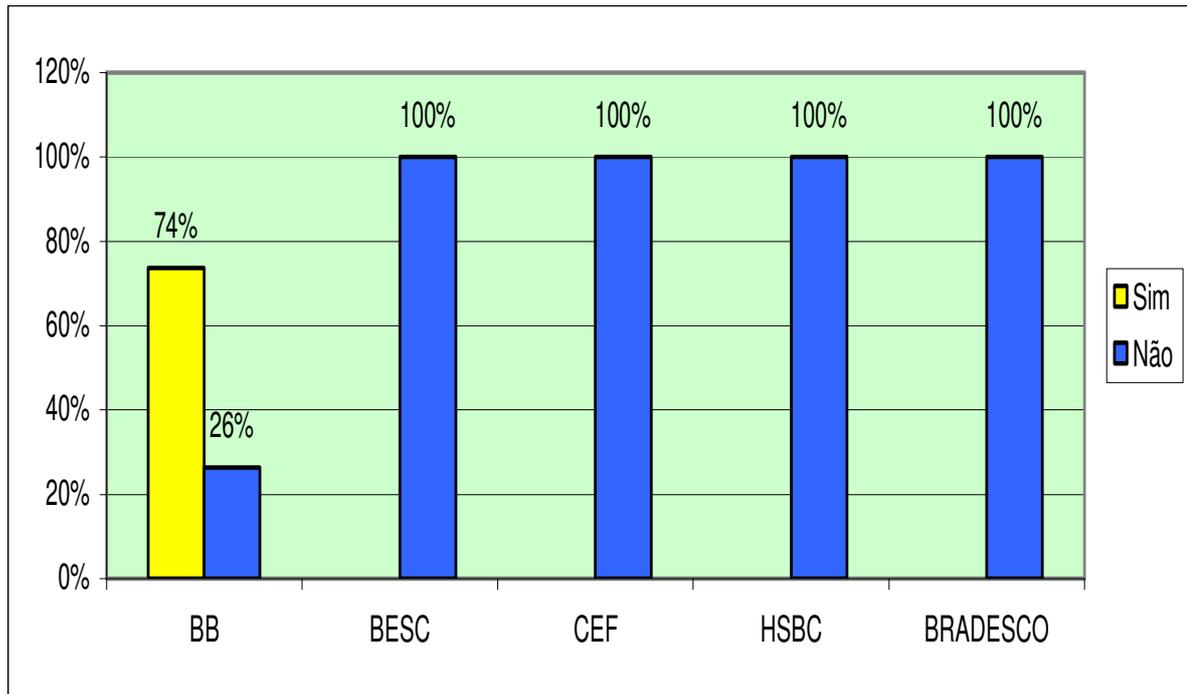
Nesta questão, verificou-se que o BB e Bradesco liberam os recursos para seus clientes no mesmo dia da entrega dos cheques para desconto, os demais concorrentes BESC, CEF e HSBC para a maioria de seus clientes libera os recursos somente um dia após a entrega dos cheques a serem descontados.

Na quarta questão procurou-se descobrir se os clientes faziam uso de algum meio eletrônico para captura dos cheques, transmissão de arquivos e liberação de recursos nas operações de desconto de cheques, não era intenção buscar saber com esta questão, se a instituição dispõe ou não de tais ferramentas. O resultado está demonstrado na Tabela 4 e Figura 6:

**Tabela 4: Utilização de Meios Eletrônicos**

	BB	BESC	CEF	HSBC	BRADESCO
Sim	74%				
Não	26%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa

**Figura 6: Utilização de Meios Eletrônicos**

**Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa**

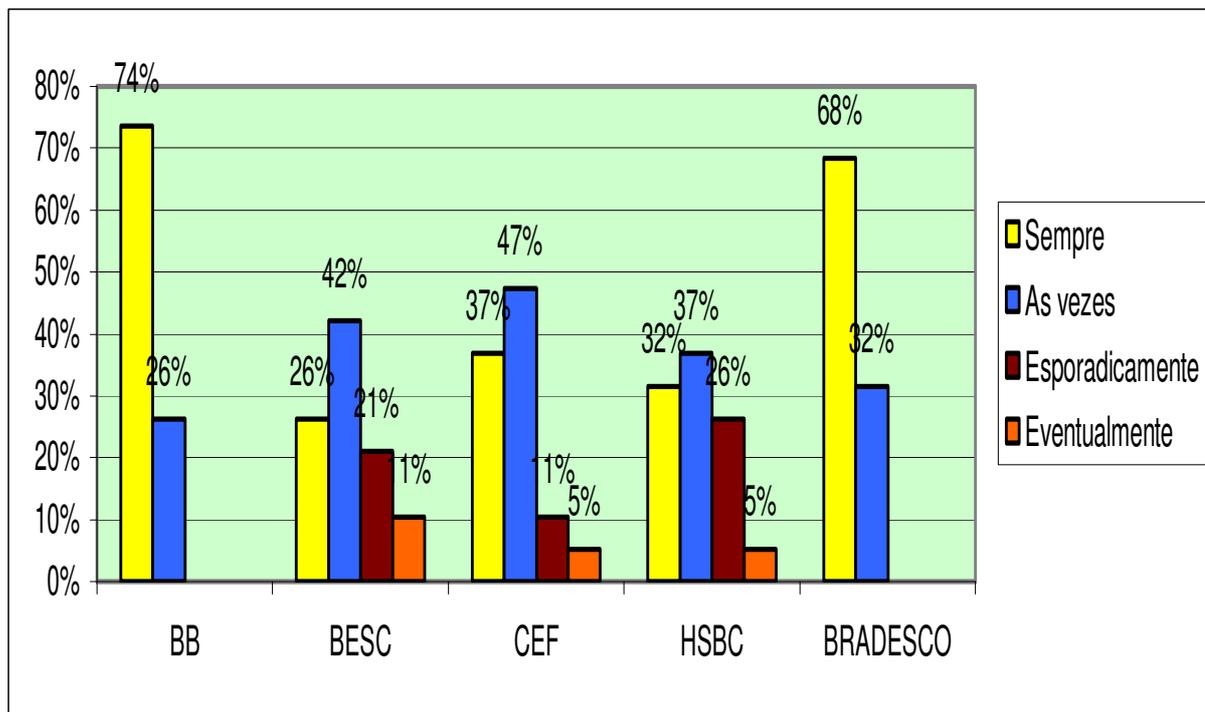
Nesta questão verificou-se que nenhum dos clientes do BESC, CEF, HSBC e Bradesco que foram entrevistados utilizem meios eletrônicos para efetuar suas transações de desconto de cheques, já a grande maioria dos clientes do BB entrevistados, fazem uso de tal ferramenta para suas transações de desconto de cheques.

Na quinta questão buscou-se evidenciar a freqüência com que os clientes utilizam o desconto de cheques nos bancos analisados na pesquisa, os percentuais resultantes da apuração das respostas encontram-se descritos na Tabela 5 e ilustrados na Figura 7:

**Tabela 5: Utilização do Produto**

	BB	BESC	CEF	HSBC	BRADESCO
Sempre	74%	26%	37%	32%	68%
As vezes	26%	42%	47%	37%	32%
Esporadicamente		21%	11%	26%	
Eventualmente		11%	5%	5%	

**Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa**

**Figura 7: Utilização do Produto**

**Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa**

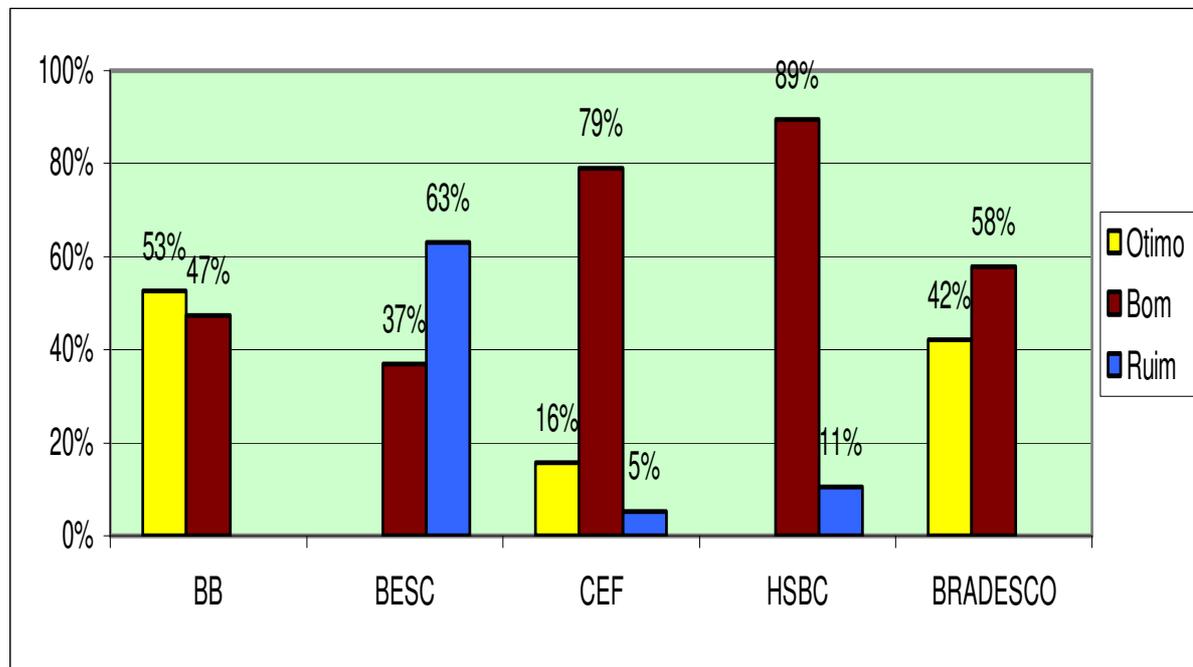
Com o resultado desta questão dirigida aos clientes, percebe-se um grau maior de fidelidade ao BB e o Bradesco, por outro lado, os concorrentes BESC, CEF e HSBC apresentam uma dispersão maior dos clientes, estando eles divididos entre os que sempre, as vezes, esporadicamente ou eventualmente usam o desconto de cheques nestes Bancos.

Nesta sexta questão foi abordado o assunto relacionado com a qualidade e funcionalidade do produto e serviço prestado pelos Bancos no que diz respeito a operações de desconto de cheques, as respostas foram sintetizadas e encontram-se ilustradas na Tabela 6 e Figura 8:

**Tabela 6: Qualidade e Funcionalidade**

	BB	BESC	CEF	HSBC	BRADESCO
Otimo	53%		16%		42%
Bom	47%	37%	79%	89%	58%
Ruim		63%	5%	11%	

**Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa**

**Figura 8: Qualidade e Funcionalidade**

**Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa**

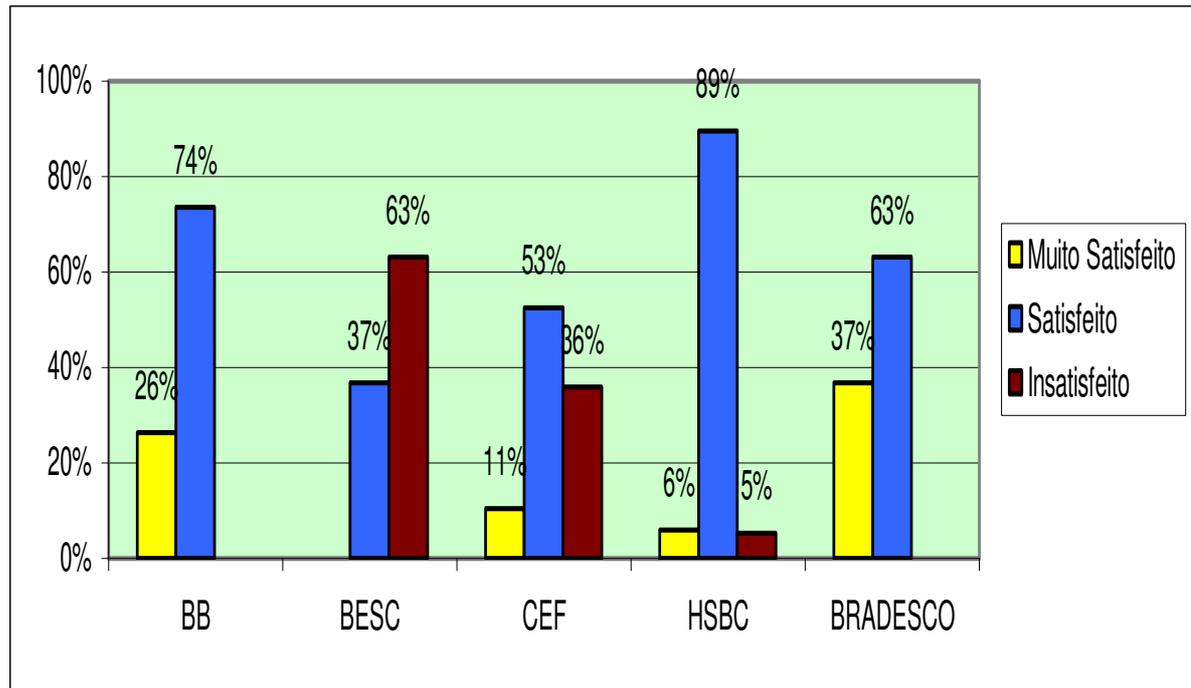
Percebe-se nesta questão que o BB, CEF e Bradesco têm o seu produto e serviço considerado pela maioria dos clientes como ótimo e bom, situação diferente é percebida com o BESC e o HSBC, onde a maioria dos clientes, consideram o seu produto e serviço relacionado ao desconto de cheques entre bom e ruim.

Na sétima questão procurou-se medir o grau de satisfação dos clientes com o produto desconto de cheques, não era intenção, medir a impressão do cliente com relação à instituição como um todo e sim do produto específico. O resultado encontra-se na Tabela 7 e Figura 9:

**Tabela 7: Grau de Satisfação**

	BB	BESC	CEF	HSBC	BRADESCO
Muito Satisfeito	26%		11%	6%	37%
Satisfeito	74%	37%	53%	89%	63%
Insatisfeito		63%	36%	5%	

**Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa**

**Figura 9: Grau de Satisfação**

**Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa**

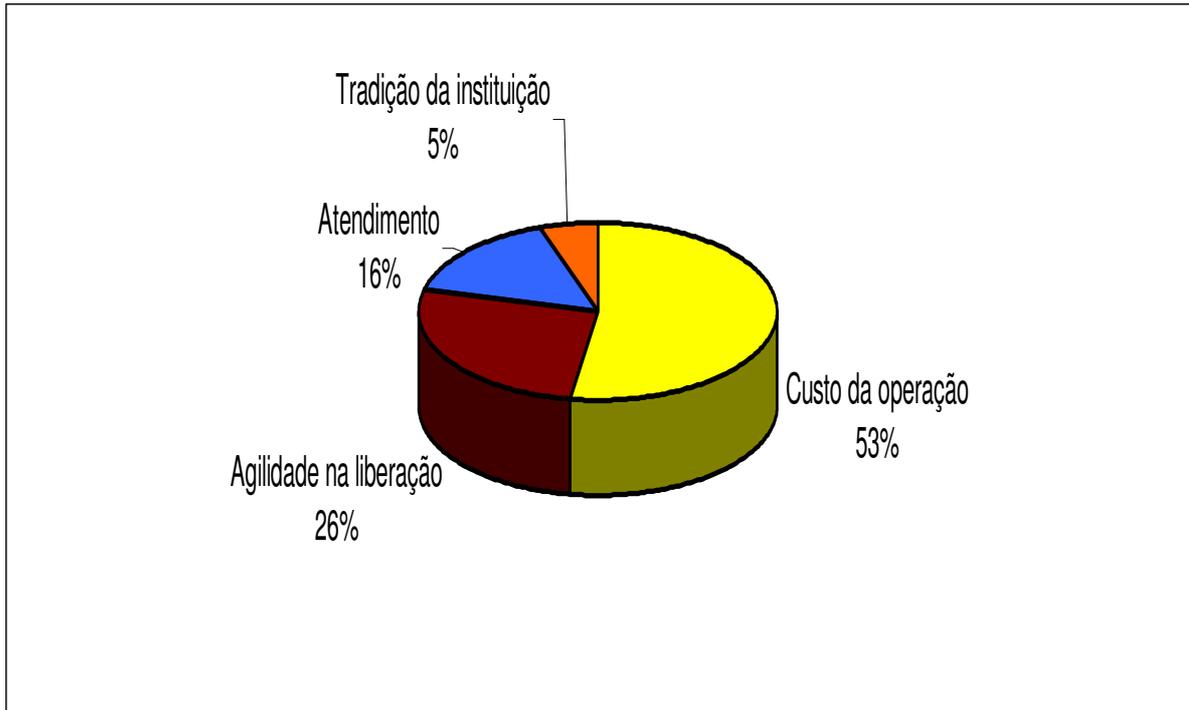
A totalidade dos clientes do BB e Bradesco dizem estar muito satisfeito ou satisfeito com o produto, já os clientes do BESC em sua maioria dizem estar insatisfeito, os clientes da CEF e HSBC dividiram-se entre muito satisfeito, satisfeito e insatisfeito, com um pouco mais de relevância para a CEF que teve um percentual significativo de clientes que revelaram estar insatisfeito com o produto desconto de cheques.

Na última questão procurou-se descobrir o que o cliente leva em consideração no momento de escolher em qual Banco buscar recursos através do desconto de cheques. O resultado de tal questionamento está sintetizado na Tabela 8 e Figura 10:

**Tabela 8: Consideração na Decisão**

Custo da operação	53%
Agilidade na liberação	26%
Atendimento	16%
Tradição da instituição	5%

**Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa**

**Figura 10: Consideração na Decisão**

**Fonte: Elaborado pelo autor, conforme dados da pesquisa**

Percebemos que os custos que envolvem tal operação têm maior relevância na escolha dos clientes, em seguida, vem a agilidade na contratação e liberação dos recursos e por fim o atendimento de qualidade seguido da tradição da instituição que oferece o produto desconto de cheques.

## 5 Considerações Finais

Para o cliente, o levantamento e a avaliação das despesas incorridas durante uma operação de desconto de cheques é de extrema importância, pois é através desta avaliação que verifica-se a viabilidade da utilização desta linha de crédito. Nesta questão inicial onde o Bradesco e o HSBC lideram a relação dos Bancos que mais oneram o desconto de cheques, podemos concluir que não seria viável para o cliente, por exemplo, encaminha um borderô para desconto com um volume e um valor pequeno, já que estes bancos além da taxa de juros, cobram por borderô.

Na questão envolvendo a possibilidade de descontar cheques de emitentes com restrições cadastrais, percebe-se uma postura mais conservadora adotada pelo HSBC em relação aos demais concorrentes, por outro lado, verifica-se que o BESC, CEF e Bradesco adotam uma atitude um pouco mais agressiva efetuando o desconto para alguns de seus clientes, sem se importar com a existência de possíveis restrições em nome do emitente dos cheques, numa clara demonstração da possibilidade de negociação por parte da gerência das agências, onde a decisão de descontar ou não leva em conta a capacidade do cliente, no BB a decisão é com base no tipo de restrição que o emitente do cheque a ser descontado possui.

A agilidade na liberação dos recursos ao cliente pode ser de extrema importância em casos de necessidade imediata para zeragem do seu caixa. Percebe-se que o BB e o Bradesco costumam liberar os recursos no mesmo dia da entrega dos cheques a serem descontados, em função provavelmente de uma melhor estrutura para processamento, avaliação dos recebíveis e liberação dos recursos.

A possibilidade de utilização de meios eletrônicos para efetuar as transações de desconto de cheques, como captura, processamento e envio de arquivos, pode tornar a vida do cliente muito mais fácil. Conclui-se através da pesquisa que o BB leva ampla vantagem com relação a oferta deste serviço.

No que diz respeito a frequência de utilização do produto desconto de cheques, pode-se revelar o grau de fidelidade do cliente ao seu Banco, no caso da pesquisa em questão, percebe-se um numero maior de clientes que sempre desconta no BB e Bradesco, provavelmente em função da agilidade na liberação dos recursos e da melhor estrutura disponibilizada no atendimento ao cliente. Nesta mesma linha de pesquisa vem a qualidade e funcionalidade do produto oferecido e o

serviço prestado nas operações de desconto de cheques, o resultado desta questão reforça as anteriores que tratam da agilidade na liberação e a frequência na utilização do produto, também nesta questão, o BB e Bradesco se destacam, provavelmente pela estrutura tecnológica que esses bancos possuem, com certeza, por este mesmo motivo o BESC foi considerado pelos clientes entrevistados o banco que oferece o pior produto e o pior serviço relacionado ao desconto de cheques.

Sabe-se que um cliente com suas necessidades supridas e seus desejos atendidos é um cliente satisfeito. O resultado da pesquisa demonstra exatamente isso, os clientes mais satisfeitos são os clientes do BB e do Bradesco em função com certeza das diversas qualidades oferecidas por esses bancos que já foram mencionadas anteriormente.

Por fim, conclui-se que a maioria dos entrevistados elegeram o custo da operação como sendo o principal item avaliado no momento de escolher em qual instituição buscar os recursos através do desconto de cheques, seguido da agilidade na liberação, bom atendimento e tradição da instituição. Se os clientes procuram custos menores em suas operações não poderiam apontar o Bradesco como o banco onde sempre fazem seus descontos, pois na primeira questão conclui-se que era o que mais cobrava pela operação, sem dúvida, o cliente não está levando em consideração todas as despesas que envolvem a operação, no momento de calcular o custo.

Sugere-se aos profissionais do BB que trabalham diretamente com a oferta e operacionalização do produto Desconto de Cheques principalmente na praça de Rio Negrinho (SC), que atuem em duas frentes, a primeira deve concentra-se no momento da negociação com o cliente, a segunda na tentativa de concentrar as operações do cliente no BB. Para orientar esse processo indica-se alguns itens a serem abordados.

Durante a negociação com o cliente:

- Manter o foco inicialmente no custo da operação, fazer cálculos na presença do cliente, mostrar as diversas variáveis que compõem o custo.
- Dar ampla importância para a agilidade na liberação dos recursos, enfatizar para o cliente a possibilidade da tempestiva disponibilidade dos recursos em caso de necessidade imediata, voltar a questão do custo da operação, pois a necessidade imediata dos recursos pode encarecer a operação em outros bancos.

- Mostrar ao cliente a facilidade na utilização dos meios eletrônicos oferecidos, dando ênfase na comodidade e agilidade no processo, ressalte ao cliente que a necessidade de encaminhar um funcionário ao caixa do banco para processar os cheques a serem descontados onera ainda mais a operação.

Na tentativa de concentrar as operações do cliente:

- Procurar descobrir os motivos que levam o cliente manter operações de desconto em diversos bancos, mesmo estando insatisfeitos e considerando o produto e o serviço ruim. Avaliar todas as possibilidades, desde facilidade para estacionar o carro quando vai ao banco, até a necessidade de margem para desconto. Utilizar os argumentos sugeridos acima para convencer o cliente a concentrar suas operações no BB.

## Referências Bibliográficas

ATHAR, Raimundo Aen. O Papel Social dos Bancos – Uma visão Contábil. Disponível em: <http://www.moraesjunior.com.br/pesquisa/cade8/banco>. Acesso em: 11 de abril de 2007.

BAUTZER, Tatiana. Financiamento - Custo do Dinheiro Sobe Influenciado pela Instabilidade do Mercado Financeiro. Disponível em: [www.riobravo.com.br/ingles/noticias/conteudo.asp?id=7456](http://www.riobravo.com.br/ingles/noticias/conteudo.asp?id=7456). Acesso em 21 de junho de 2007.

BLANCO, Sandra. O Risco dos Empréstimos. Disponível em: [http://www.bolsademulher.com/mulherinvest/materia/o\\_risco\\_dos\\_emprestimos/6363/1](http://www.bolsademulher.com/mulherinvest/materia/o_risco_dos_emprestimos/6363/1). Acesso em: 02 de abril de 2007.

BLATT, Adriano. Carteiras de Cobrança Bancária. Disponível em: [http://www.equifax.com.br/cmn\\_mat.asp?MAT\\_COD=31&MAT\\_ANO=2001](http://www.equifax.com.br/cmn_mat.asp?MAT_COD=31&MAT_ANO=2001). Acesso em: 02 de abril de 2007.

DOELLINGER, Carlos Von. Sistema Bancário e Desenvolvimento. Disponível em: [www.caringi.com.br/aberj/sistemabanc.htm](http://www.caringi.com.br/aberj/sistemabanc.htm). Acesso em 11 de junho de 2007.

Financenter. Aprenda a Gerenciar Riscos ao Investir. Disponível em: [http://financenter.terra.com.br/Index.cfm/Fuseaction/Secao/Id\\_Secao/1438](http://financenter.terra.com.br/Index.cfm/Fuseaction/Secao/Id_Secao/1438). Acesso em 22 de abril de 2007.

FONSECA, Oswaldo Luiz Humbert; NETO, Francisco Duarte Mora; SOUZA, Flávio Joaquim de. Modelos de Análise de Crédito Utilizando Técnicas de Aprendizado de Máquina. Disponível em: [http://200.231.172.253/cnmac/storal2/oswaldo\\_fonseca\\_ST16.pdf](http://200.231.172.253/cnmac/storal2/oswaldo_fonseca_ST16.pdf). Acesso em 22 de abril de 2007.

Governo Municipal de Rio Negrinho. A Cidade – Características. Disponível em: <http://www.rionegrinho.sc.gov.br/index.php?pagina=caracteristicas>. Acesso em 04 de junho de 2007

LEI No 7.357, de 02 de setembro de 1985.

LIC 20.2.1.1

LIC 20.3.1.1

LIC 20.9.1.1

LIC 20.10.1.1

MALTA, Lary. A Força Interior. Disponível em: <http://www.planetaneWS.com/news/2004/10249>. Acesso em 12 de abril de 2007.

MARCASSA, Ana Cecília. Mecanismos de Governança Corporativa em Bancos. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/>. Acesso em: 12 de abril de 2007.

MOUTELLA, Cristina. Fidelização de Clientes como Diferencial Competitivo. Disponível em: <http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Fidelizacao>. Acesso em 12 de abril de 2007.

Relações com os Investidores. Principais Carteiras de Crédito. Disponível em: <http://www.bb.com.br/appbb/porta/ri/pre/CartCredito.jsp>. Acesso em 21 de abril de 2007.

Resolução nº. 2.352 do Conselho Monetário Nacional, de 23 -1-1997.

Resolução nº. 2.154 do Conselho Monetário Nacional, de 27-4-1995.

SALES, Bruno Flora. Desenvolvimento de Metodologia de Rating Baseado no Modelo Ordered Probit. Disponível em: <http://www.epge.fgv.br/porta/arquivo/2143.pdf>. Acesso em 22 de abril de 2007.

SEBRAE. Glossário. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/>. Acesso em: 02 de abril de 2007.

SEBRAE/SP. Qual é a Finalidade do Capital de Giro? Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/principal/melhorando>. Acesso em 02 de abril de 2007.

Sistema Fiesp. Informações Sobre Crédito. Desconto de Cheques Pré-Datados Emitidos por Terceiros. Disponível em: <http://apps.fiesp.com.br/spcred/descontochequespredatados.asp#>. Acesso em: 11 de junho de 2007.

Sondagem Especial, ano 4 nº 3 agosto de 2006. Um Retrato do Financiamento de Curto Prazo às Empresas. Disponível em: [http://www.cni.org.br/produtos/econ/src/sondagem\\_especial0806.pd](http://www.cni.org.br/produtos/econ/src/sondagem_especial0806.pd). Acesso em 21 de junho de 2007.

Wikipédia, a enciclopédia livre. Disponível em: [http://www.pt.wikipedia.org/wiki/Capital\\_de\\_giro](http://www.pt.wikipedia.org/wiki/Capital_de_giro). Acesso em: 02 de abril de 2007.

## APÊNDICE A – FORMULÁRIO DE COLETA DE DADOS

### UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL (UFRGS) - ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO

Trabalho de conclusão de curso de Especialização apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Gestão de Negócios Financeiros da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de especialista em Gestão de Negócios Financeiros.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Letícia de Oliveira

Orientando: Volnei Correia

### MERCADO DE RECEBIVEIS - DESCONTO DE CHEQUES

1) Valor das despesas incorridas na utilização do Desconto de Cheques:

Despesa	BB	BESC	CEF	HSBC	BRADESCO
Taxa de juros p/ 30 dias					
Tarifa de contratação					
Tarifa de liberação					

2) Emitente dos cheques a serem descontados, com restrição cadastral:

	BB	BESC	CEF	HSBC	BRADESCO
Não desconta					
Desconta					
Depende da restrição					

3) Agilidade na liberação do desconto após a entrega dos cheques ao banco:

Prazo	BB	BESC	CEF	HSBC	BRADESCO
No dia					
Um dia					

4) Utilização do meio eletrônico para efetivação da operação:

Bancos	BB	BESC	CEF	HSBC	BRADESCO
S/N					

## 5) Grau de utilização do Desconto de Cheques:

Bancos	Sempre	As vezes	Esporadicamente	Eventualmente
BB				
BESC				
CEF				
HSBC				
BRADESCO				

## 6) Qualidade e funcionalidade do serviço prestado:

Bancos	Ótimo	Bom	Ruim	Muito Ruim
BB				
BESC				
CEF				
HSBC				
BRADESCO				

## 7) Grau de Satisfação com o Desconto de Cheques:

	BB	BESC	CEF	HSBC	BRADESCO
Muito Satisfeito					
Satisfeito					
Insatisfeito					

## 8) O que você leva em consideração no momento de escolher em que Banco fazer o Desconto de Cheques:

Custo da operação	
Agilidade na liberação	
Atendimento	
Tradição da instituição	