

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO – UFRGS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

FINANCIAMENTO DE INVESTIMENTOS FIXOS DE LONGO PRAZO
À MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA AGÊNCIA BANCO DO BRASIL S/A
SÃO LOURENÇO DO SUL – RS.

Antônio Juarez De Vasconcellos Viégas

Porto Alegre, 2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL – UFRGS

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO

**FINANCIAMENTO DE INVESTIMENTOS FIXOS DE LONGO PRAZO
À MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NA AGÊNCIA BANCO DO BRASIL S/A
SÃO LOURENÇO DO SUL – RS.**

ANTÔNIO JUAREZ DE VASCONCELLOS VIÉGAS

**Monografia do Curso de Especialização em Gestão de
Negócios Financeiros apresentada ao Programa de Pós-
Graduação de Administração da Universidade Federal do Rio
Grande do Sul.**

Orientador: Paulo Renato Soares Terra

Porto Alegre, 2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha família pelo apoio, desculpando-me pelos momentos de afastamento, aos professores tutores pelos ensinamentos repassados e compartilhados e aos colegas pela colaboração durante o Curso. Em especial a Deus, por me conceder o dom da vida e poder compartilhá-la com os demais.

RESUMO

O tema do presente trabalho visa avaliar os motivos para baixa demanda por financiamentos de investimentos fixos por clientes Micro e Pequenos Empresários na Carteira Pessoas Jurídicas do Banco do Brasil S/A, Agência São Lourenço do Sul, Rio Grande do Sul.

O método empregado foi o de pesquisa bibliográfica e levantamento de dados (surveys). Bibliográfico, pois recorreu a livros, internet e artigos já publicados para o embasamento teórico do trabalho. Estudo de caso, porque se restringiu ao estudo de uma agência bancária que faz parte da instituição financeira Banco do Brasil S/A, situada na cidade de São Lourenço do Sul – RS.

O instrumento de coleta de dados empregado, foi um questionário com perguntas fechadas, considerando o tamanho da amostra de $N = 57$, um para o universo de clientes da carteira, que demos o título de – **Pesquisa de Mercado** – e, outro - **Pesquisa de Satisfação** – para clientes que já contrataram o financiamento de longo prazo - com alternativas de múltipla escolha, aplicado pelo pesquisador funcionário da agência acima citada

O tipo de amostragem utilizado foi a sistemática, e o levantamento de dados (surveys) foram analisados de forma quantitativa.

No resultado do presente estudo observou-se que dos 180 clientes da Carteira de Pessoas Jurídicas – Micro e Pequenas Empresas apenas 16,6% dos clientes possuíam

financiamento de investimento fixo. Embora os que já buscaram o financiamento estejam muito satisfeitos, os demais clientes, 78% acham que existe muita burocracia, exigências de garantias e muitos documentos solicitados, por isso não buscam financiamento de investimento de longo prazo.

Concluimos que os gestores e funcionários encarregados da Carteira de Clientes Pessoas Jurídicas – Micro e Pequenos Empresários – devem continuar o trabalho de convencimento da importância do financiamento fixo de longo prazo, pois os empresários liberariam seus recursos próprios para capital de giro.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	07
2.	REVISÃO DO CONHECIMENTO.....	08
2.1.	Importância da Micro Empresa no Brasil.....	08
2.1.1.	Introdução.....	08
2.1.2.	Políticas recentes de incentivo, base legal e institucional.....	09
2.1.3.	Conceituação de Micro e Pequena Empresa.....	12
2.1.4.	Características Gerais e Econômicas das MPE's.....	13
2.2.	Crédito para MPE's.....	16
2.2.1.	Demanda de Crédito.....	16
2.2.2.	Oferta de crédito para as MPE's.....	17
2.2.2.1.	Principais barreiras à concessão de empréstimos às MPE's.....	17
2.2.3.	Dificuldades para condução das MPE's.....	19
2.2.4.	Soluções.....	19
2.2.5.	Conclusão.....	21
3.	OPERAÇÕES DE INVESTIMENTO.....	22
3.1.	Finalidade dos Financiamentos e Arrendamento Mercantil.....	23
3.2.	Principais motivos para operações de investimento.....	23
3.3.	Linha de Crédito.....	24
3.3.1.	PROGER URBANO EMPRESARIAL.....	24
3.3.2.	PROGER TURISMO INVESTIMENTO.....	24

3.3.3.	PROGER URBANO COOPERFAT.....	24
3.3.4.	CARTÃO BNDES.....	25
3.3.6.	BNDES AUTOMÁTICO.....	25
3.3.7.	FINAME EMPRESARIAL.....	25
3.3.8.	LEASING FINANCEIRO.....	25
3.3.9.	LEASING INTERNACIONAL.....	26
4.	PESQUISA DE MERCADO E SATISFAÇÃO.....	26
4.1.	Hipóteses e definições das variáveis.....	28
4.2.	Hipóteses da pesquisa.....	28
4.3.	Delineamento da pesquisa.....	29
4.4.	Especificação da amostra.....	30
4.5.	Amplitude do universo.....	30
4.6.	Nível de confiança.....	31
4.7.	Erro máximo permitido na pesquisa.....	31
4.8.	Porcentagem com que o fenômeno se verifica.....	31
4.9.	Fórmula para o cálculo da amostra.....	32
4.10.	Instrumento de coleta de dados.....	33
4.11.	Análise e interpretação dos resultados da pesquisa.....	34
4.12.	Interpretação da pesquisa de mercado.....	34
4.13.	Interpretação da pesquisa de satisfação.....	41
5.	CONCLUSÕES.....	48
6.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	49
7.	Anexo 1 – Questionário.....	51
8.	Anexo 2 – Questionário.....	52

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, às micro e pequenas empresas são responsáveis por cerca de dois terços dos empregos gerados no Brasil e, em cada dez que surgem, apenas três sobrevivem aos primeiros doze meses de vida.

É de grande importância para o Brasil que essas empresas cresçam e se desenvolvam para que venha a gerar empregos e produzir riquezas para o país. Porém, na conjuntura atual, o sistema financeiro ainda se encontra voltado para grandes e médias empresas, com exceções, como é o caso do Banco do Brasil, praticamente, inexistem financiamentos fixos de longo prazo para micro e pequenos empreendedores brasileiros.

Porém, nota-se uma conscientização do Governo em relação à importância das micro e pequenas empresas. E, para isso, vem se desenvolvendo uma ferramenta muito importante para o desenvolvimento nacional, que é o crédito, ou melhor, o financiamento de longo prazo com taxas acessíveis de pagamento. Outra característica desses estabelecimentos é o caráter informal e a confusão entre o negócio e vida pessoal dos dirigentes, em se tratando de fluxo de caixa. Isto faz com que os números apresentados aos bancos para análise de capacidade de pagamento fiquem muitas vezes comprometidos.

Esta investigação pretende identificar os motivos da baixa procura de investimentos fixos na área de concessão de financiamentos de longo prazo, no Banco do Brasil, Agência São Lourenço do Sul, Rio Grande do Sul, para micro e pequenas empresas.

O objetivo geral da pesquisa deste trabalho é descobrir quantos clientes micro e pequenos empresários da carteira de pessoas jurídicas da Agência de São Lourenço do Sul, conhecem ou já utilizaram algum financiamento de longo prazo e, conhecer a opinião dos que já utilizaram este tipo de financiamento concedido pelo Banco.

Os objetivos específicos definiram as etapas cumpridas para ser alcançado o objetivo final. Os objetivos específicos para pesquisa são:

Levantar informações sobre financiamento de longo prazo;

Identificar o número de empresários da carteira de pessoas jurídicas da Agência, público alvo deste tipo de financiamento;

Identificar o número de empresários que utilizaram o financiamento de longo prazo na Agência, bem como a opinião dos mesmos, quanto ao processo de concessão do financiamento;

Elaborar dois questionários que vise obter perguntas específicas para responder as perguntas levantadas quanto a dificuldades encontradas pelos empresários na busca de financiamento de investimento fixo de longo prazo.

Valeu-se de pesquisas bibliográficas – através de material já publicado em livros, revistas, jornais e redes eletrônicas.

Na próxima seção, revisão do conhecimento, será apresentado uma síntese da importância, políticas recentes de incentivo, base legal e institucional, conceituação, características, demandas e oferta de crédito à micro e pequenas empresas.

2. REVISÃO DO CONHECIMENTO

2.1. Importância da Micro e Pequena Empresa no Brasil

2.1.1. Introdução

A globalização da economia evidencia a necessidade de coexistência entre empresas de diversos portes. As Micro e Pequenas Empresas (MPE's) têm seu lugar definido no mercado brasileiro, onde desempenham papel importante e complementam as grandes organizações, preenchendo lacunas. Isto se dá em função de a distribuição de bens e serviços ser mais vantajosa se executada por grande número de empresas menores.

Em um país que possui sérios problemas de demanda de empregos formais, além de alto índice de marginalização e subempregos, a grande absorção de mão-de-obra assumida pelas MPE's tem papel muito importante, não só para o desempenho da economia, como também para a sociedade. Há de considerar a importância do setor para distribuição de renda.

Uma importante contribuição das Micro e Pequenas Empresas para o crescimento e desenvolvimento do País é o fato de servirem de “colchão” amortecedor do desemprego. Constituem uma alternativa de ocupação para uma relevante parcela da população, que tem alguma condição de desenvolver seu próprio negócio, e em uma alternativa de emprego formal ou informal, para uma força de trabalho excedente, em geral com pouca qualificação, que não encontra emprego nas empresas de maior porte.

Na década de 1980, com a redução do ritmo de crescimento da economia e conseqüente aumento do nível de desemprego, os pequenos negócios passaram a ser considerados uma alternativa para a ocupação da mão-de-obra excedente. Isto forçou o surgimento, ao final da década, das primeiras iniciativas concretas para incentivar a abertura de pequenas empresas no país.

2.1.2. Políticas recentes de incentivo, base legal e institucional

Os artigos 146, 170 e 179 da Constituição Federal de 1988 (<http://www.presidencia.gov.br/legislação/constituição>) contem os marcos legais fundamentais as ações de apoio às Micro e Pequenas Empresas no Brasil.

O artigo 170 insere as MPEs nos princípios gerais de ordem econômica, garantindo tratamento favorecido a essas empresas.

O artigo 179 orienta as administrações públicas a dispensar tratamento jurídico diferenciado ao segmento, visando a incentivá-las pela simplificação ou redução das obrigações administrativas tributárias, previdenciárias e creditícias, por meio de leis.

O artigo 146 contém dois novos dispositivos, aprovados pela Reforma Tributária de 2003, prevendo que uma lei de hierarquia superior, a lei complementar, definirá tratamento diferenciado e favorecido para às Micro e Pequenas Empresas, incluindo um regime único de arrecadação dos impostos e contribuições da União, dos Estados e dos Municípios, além de um cadastro unificado de identificação.

Os artigos acima constituem as principais referências para a adoção de medidas de apoio as MPE's, por meio de legislação infraconstitucional, como leis, decretos e outros instrumentos legais.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (www.sebrae.com.br) em termos evolutivos, a primeira medida legal no Brasil estabelecendo tratamento especial às empresas de pequeno porte foi definida em 1984, com a instituição, pela Lei nº 7.256, do Estatuto da Microempresa, contemplando apoio ao segmento nas áreas administrativas, tributária, previdenciária e trabalhista.

Um segundo Estatuto foi aprovado em 1994, com a Lei 8.864, prevendo tratamento favorecido nos campos trabalhistas, previdenciário, fiscal, creditício e de desenvolvimento empresarial.

Tal como o Estatuto anterior, a aprovação dessa lei não resultou em desdobramentos em termos de regulamentação de todos os benefícios definidos na Lei.

Somente em 1996 ocorreu a implementação de uma medida importante, no campo tributário, através da ação decisiva do SEBRAE e das instituições de classe representativas das empresas de pequeno porte junto ao Congresso Nacional.

Foi obtida a aprovação da Lei 9.317¹ que aprimorou e ampliou o sistema de pagamentos de impostos já em vigor para as microempresas. O novo regime, o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições - SIMPLES, inclui as pequenas e micros como beneficiárias da tributação simplificada e ampliou a relação dos impostos e contribuições incluídos no benefício da arrecadação única.

Também a maioria dos Estados e alguns municípios adotaram regimes simplificados de tributação para as MPE's, com o objetivo principal de diminuir a carga tributária e incentivar a formalização das empresas. No final de 2005, 25 estados, além do Distrito Federal, possuíam legislações de tratamento tributário diferenciado para as MPE's.

Em 1999 foi aprovado um novo Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, pela Lei nº 9.841², com fundamento nos artigos 170 e 179 da Constituição Federal, regulamentado pelo Decreto nº 3.474/00. A Lei estabeleceu diretrizes para a concessão de tratamento diferenciado aos pequenos negócios nos campos administrativos, tributário, previdenciário, creditício e de desenvolvimento empresarial.

Como medida inicial, o Estatuto Simplificou o registro de novas MPE's, retirando determinadas exigências (subscrição por advogado do ato constitutivo e a apresentação de algumas certidões negativas). Diversas outras ações de apoio estão previstas no Estatuto e no Decreto 3.474, necessitando de implementação, como as seguintes: MPE's de vinte por cento dos recursos federais em pesquisa e capacitação tecnológica (art. 20); implantação de incentivos fiscais e financeiros para o desenvolvimento empresarial (art. 19), entre outras medidas.

1 Lei das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte "Simples – Lei 9.317 de 1996, DOU de 06/12/96, pág. 25.973 (<http://receita.fazenda.gov.br/legislação/Leis/ant2001/lei931796htm>). Lei Complementar 127, de 14/08/2007 – Super Simples.

2 LEI Nº 9.841, de 05 de OUTUBRO DE 1999 Institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, ([http://www.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/518EBAA223CFD30032566D520059A12C/\\$File/16_1_arquivo_Lei9841.pdf](http://www.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/518EBAA223CFD30032566D520059A12C/$File/16_1_arquivo_Lei9841.pdf)).

Outra medida resultante do Estatuto foi a transformação, em 1990, do Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena Empresa – CEBRAE – criado em 1972, em Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE³.

A criação do estatuto das MPES deflagrou ainda⁴:

1. Criação de linhas especiais de crédito no BNDES, Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil e o estabelecimento de um Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte.

2. Em nível federal, vários programas especiais foram criados, como o Programa de Geração de Emprego e Renda – PROGER -, coordenado pelo Ministério do Trabalho e Emprego, que conta com recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador – FAT – e procura associar apoio creditício, capacitação gerencial, assistência técnica e participação social, no sentido de fortalecer às micro e pequenas empresas formais e informais. O Programa Brasil Empreendedor – Micro, Pequena e Média Empresa, também coordenado pelo Ministério do Trabalho e Emprego, foi outro programa voltado para este segmento empresarial, que reúne representantes dos ministérios, agentes financeiros e o Sebrae e tem por objetivo dar apoio financeiro e melhorar a capacitação dos empresários.

2.1.3. Conceituação de Micro e Pequena Empresa

A adoção de critérios para a definição de tamanho de empresa constitui importante fator de apoio às micro e pequenas empresas, permitindo que as firmas classificadas dentro dos limites estabelecidos possam usufruir os benefícios e incentivos previstos nas legislações que dispõe sobre o tratamento diferenciado ao segmento, e que busca alcançar objetivos prioritários de políticas públicas, como o aumento das exportações, a geração de emprego e renda, a diminuição da informalidade dos pequenos negócios, entre outras.

3 História do Sebrae (<http://www.sebrae.com.br/br/osebrae/historia.asp>).

4 Programas Federais de Apoio aos Pequenos Investimentos: Justificativas, Características e Balanço Preliminar- “Carlos A. Ramos” Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicada (http://www.ipea.gov.br/pub/td_546.pdf).

Segundo o SEBRAE⁵, no Estatuto de 1999, o critério adotado para conceituar micro e pequena empresa é a receita bruta anual, cujos valores foram atualizados pelo Decreto 5.028/2004, de 31 de março de 2004, que corrigiu os limites originalmente estabelecidos (R\$ 244.000,00 e R\$ 1.200.000,00 respectivamente). Os limites atuais são os seguintes:

- **Microempresa:** receita bruta anual igual ou inferior a R\$433.755,14 (quatrocentos e trinta e três mil, setecentos e cinquenta e cinco reais e quatorze centavos);

- **Empresa de Pequeno Porte:** receita bruta anual superior a R\$ 433.755,14 e igual ou inferior a R\$ 2.133.222,00 (dois milhões, cento e trinta e três mil, duzentos e vinte dois reais).

Atualmente, os critérios acima vêm sendo adotados em diversos programas de crédito do governo federal em apoio à Micro e Pequenas Empresas e será utilizado como parâmetro neste estudo.

2.1.4. Características Gerais e Econômicas das MPE's

No mundo dominado pelas grandes empresas e estatais, sob a égide da globalização, há grandes oportunidades de negócios para às micro e pequenas empresas. Há muitos nichos de mercado, que por motivo de escala ou de rentabilidade, que a grande empresa não tem interesse em participar. Nesses casos as MPE's podem ocupar os espaços de forma muito vantajosa.

As MPE's servem como elementos importantes na cadeia produtiva de vários setores da economia moderna. Elas desempenham papel destacado no cenário atual, propiciam um lastro de estabilidade econômica e servem, em muitas situações de incertezas e de refluxo das atividades econômicas, como verdadeiros colchões amortecedores dos impactos das crises. As MPE's atuam em atividades de baixa intensidade de capital e com alta intensidade de mão-de-obra. Também apresentam maior desempenho nas atividades que requerem habilidades ou serviços especializados. Encontra melhores espaços mercadológicos para progredir nos mercados locais ou regionais.

⁵ Lei das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte “Simples”, disponível em <http://www.receita.fazenda.gov.br/Leis/Ant2001/lei931796.htm>).

As principais características das micro e pequenas empresas são:

- baixa intensidade de capital;
- altas taxas de natalidade e mortalidade;
- forte presença de proprietários, sócios e membros da família e como mão-de-obra ocupada nos negócios;
- poder centralizado;
- estreito vínculo entre os proprietários e as empresas, não se distinguindo, principalmente em termos contábeis e financeiros, pessoa física e jurídicas;
- registro contábeis pouco adequados;
- contratação direta de mão-de-obra não qualificada ou semi-qualificada;
- baixo investimento em inovação tecnológica;
- maior dificuldade de acesso ao financiamento; e
- relação de complementaridade e subordinação com as empresas de grande porte.

No Brasil o desenvolvimento local é uma das alternativas para que o país possa buscar a superação dos problemas relativos ao desemprego, ao baixo índice de crescimento e à má distribuição da renda. Nesse sentido, às micro e pequenas empresas assumem papel considerável para o desenvolvimento local, uma vez que essas empresas são numerosas e absorvem um número considerável de empregados, mas a globalização cada vez mais acentuada dos mercados e da produção pode questionar a competitividade das empresas, principalmente pelo grau de vulnerabilidade dessas empresas.

Segundo levantamento do Sebrae às micro e pequenas empresas respondem por 99,2% do número de empresas no Brasil e empregam 67% da mão de obra e representam 20% do PIB.

As micro e pequenas empresas têm uma grande importância no cenário mundial. A Organização Internacional do Trabalho (OIT) afirma que essas empresas nascem nas economias industrializadas e em países em desenvolvimento como motores de crescimento de empregos devido a sua maior flexibilidade e necessidade de capital além de que as MPes contribuem para o bem-estar econômico e social da nação e estão diretamente envolvidas com o desenvolvimento local e regional elas são responsáveis pela produção de uma parte substancial dos bens e serviços. (Motta, 2000).

As Micro e Pequenas Empresas são responsáveis pela produção de uma parte substancial dos bens e serviços nacionais, geram emprego, introduzem inovações, estimulam a competição, auxiliam as grandes empresas e produzem eficiência, afirma Longenecker, Moore & Petty (1998). Segundo eles, as MPE's desempenham papel social muito forte no Brasil, são geradoras de recursos para as camadas mais pobres da população e suas atividades dirigidas para as necessidades de consumo das populações de baixo poder aquisitivo, contribuindo para a distribuição de renda e a estabilidade social e econômica, pois absorvem a força de trabalho mais humilde e menos qualificada.

Existem várias oportunidades e mecanismos utilizados pelos Micro e Pequenos Empresários no Brasil para crescer e manterem-se no mercado, um deles é o sistema de Franquias (Franchise) que se expandiu e de forma notável nos EUA e mais tarde no Brasil. Outra vertente para Micro e Pequenas Empresas são as aglomeração ou Clusters de empresas atuando em uma cadeia produtiva (Barboza 1998).

Muito tem se falado sobre as dificuldades das MPE's e atualmente está tramitando no Congresso Nacional uma lei que trará inúmeros benefícios para as MPE's. O projeto de Lei Geral tem como base proposta elaborada pelo Sebrae, depois e ouvir mais de seis mil representantes do segmento. A Lei Geral, que prevê tratamento jurídico diferenciado, simplificado e favorecido aos pequenos negócios, tem como objetivo promover a competitividade desse setor e garantir a inclusão dos empreendimentos que estão na informalidade.

Com relação às inúmeras dificuldades e problemas de ordem financeira, fiscal, técnica, organizacional e gerenciais que as MPE's enfrentam devem ser superadas a fim de que possam se tornar viáveis e competitivas, face à tendência de globalização das economias regionais e nacionais. Essas dificuldades podem ser mitigadas, através de medidas conjuntas, por meio de políticas públicas, voltada a promoção das MPE's, ao apoio financeiro sem paternalismo e apoio técnico-organizacional e gerencial ao desenvolvimento das MPE's por entidades competentes, procurando um entrosamento maior entre os diversos organismos voltados para as MPE's, a fim de solucionar ou minimizar os problemas desse extrato da economia (José Leite Gonçalves, 2003).

2.2. Crédito para MPE's⁶

O empresário, antes de pleitear um crédito junto às instituições bancárias, deve primeiramente certificar-se de sua real necessidade e capacidade de honrar o compromisso a ser assumido. Por tratar-se de uma fonte onerosa, o empréstimo bancário é um recurso que deverá ser utilizado somente após esgotadas outras fontes com menor custo para a empresa. Por outro lado, há de se levar em consideração o custo-benefício. Ou seja, avaliar se a rentabilidade gerada pela entrada do recurso no caixa compensa os custos do recurso tomado.

A rigor, o empréstimo bancário deve ser uma ferramenta à disposição do empresário, e não uma solução para problemas do seu negócio. A má gestão e escassez de recurso de baixo custo têm sido as grandes razões da falência das MPE's.

2.2.1. Demanda de Crédito

⁶ CARLOS ALBERTO DOS SANTOS "O Sebrae e o Cooperativismo de Crédito". Primeiro Seminário de Cooperativismo de Crédito de Porto Velho-16.09.2005

Neste capítulo busca-se traçar um perfil das micro e pequenas empresas que possuem condições para demandarem crédito junto às instituições financeiras.

Estudo divulgado no 1º Seminário de Cooperativismo de Crédito de Porto Velho em 2005 registra que a grande maioria das MPE's jamais buscou financiamento junto à rede oficial de crédito. Segundo o estudo, mais de 63% das micro empresas jamais tiveram acesso a esse tipo de empréstimo e 46% das pequenas empresas também não o fizeram.

Contudo, apesar de ser pequena a parcela de empresas que buscam financiamento, o crescimento desse tipo de negócio foi muito expressivo nos últimos anos, de modo que, enquanto em 2001 a taxa era de apenas 3%, em 2004 já era de 12% dos micros e pequenos empresários que buscaram financiamento junto aos bancos oficiais.

Não é possível analisar a concessão efetiva de empréstimo apenas através da demanda do mercado, ou seja, a demanda por esse tipo de negócio é muito maior que os negócios efetivamente realizados, haja vista as dificuldades que esse segmento da economia sofre.

As MPE's representam 99,2% das empresas formalmente constituídas, nos setores da indústria, comércio e serviços, contudo o volume é desproporcional ao das grandes empresas (SANTOS, 2005).

Mesmo assim, esse contingente de empresas emprega 60% da mão-de-obra formalmente ocupada nesses setores. Daí a necessidade de se destinar uma atenção especial a esse segmento.

O dirigente do SEBRAE aponta que metade das MPE's sequer demonstra interesse em obter um financiamento. As principais razões são: não gostarem desse tipo de negócio (38%); desnecessidade de empréstimos (29%); incerteza quanto a capacidade de pagamento (24%); e desconfiança na política econômica (7%).

Outro aspecto importante do perfil da demanda de crédito das MPE's, segundo SANTOS, é o fato de que mais da metade das empresas que buscam empréstimos deseja um valor inferior a R\$ 10.000,00. Da mesma maneira, 66% dessas empresas não pretendem prazo maior que trinta e seis meses, o que revela que o pequeno e micro empresário não fazem do financiamento seu método de gestão, e sim, uma solução de emergência.

2.2.2. Oferta de crédito para as MPE's

A oferta de crédito às micro e pequenas empresas não dependem apenas da demanda que esse setor oferece, mas encontra barreiras muito mais severas em face dos riscos.

2.2.2.1. Principais barreiras à concessão de empréstimos bancários as MPE's

SANTOS destaca que as empresas que buscaram e não obtiveram empréstimos junto aos bancos informaram que as principais alegações do sistema financeiro para o não fornecimento do crédito foram, principalmente, a falta de oferta de garantias reais para o pagamento, restrições junto aos órgãos de controle do crédito como CADIN/SERASA e, em menor escala, a falta de documentos necessários e a inadimplência. Somente 4% dos indeferimentos se deram por projetos não aprovados.

As razões alegadas pelos bancos para não dar empréstimo às MPE's, segundo as empresas com proposta de crédito negadas, são as seguintes:

- Falta de garantias reais (52%)

- Registro no SERASA (16%)

- Inadimplência da empresa (9%)

- Linhas de crédito fechadas (7%)

- Projeto inviável (4%)

Por seu turno os bancos apresentam razões um pouco diferentes para não concessão de créditos. Segundo os bancos, as principais razões que inviabilizam o crédito são:

- Situação jurídica da empresa;

- Situação cadastral dos sócios irregular;

- Insuficiência de garantias;

- Capacidade de pagamento comprometida, pelo não registro de parte do faturamento;
- Programa de investimento não baseados em estudo de mercado;
- Valor da solicitação incompatível com o demonstrativo de necessidades;
- Falta de definição técnica sobre o montante de capital de giro associado ao investimento.

2.2.3. Dificuldades para condução das MPE's

Um dos entraves pra a concessão de crédito para as pequenas e micro empresas é a dificuldade de avaliar a gestão das mesmas, em razão da inexistência de registros e controles que permitam ao agente financeiro apreender, mesmo que superficialmente, as principais variáveis econômico-contábeis da pessoa jurídica.

SANTOS destaca que o planejamento financeiro para MPE's obterem crédito inclui:

- Fluxo de caixa
- Planejamento de capital de Giro
- Planejamento do capital de reserva
- Separação da conta PF(Pessoa Física) e PJ (Pessoa Jurídica)
- Estudo de retorno da taxa de retorno do investimento

É comum nas MPE's a mistura praticada entre caixa da empresa e finanças pessoais. Um dos fatores que levam a isso é o fato de a empresa ser administrada pelo próprio dono, geralmente com pouca capacidade de gestão técnica.

2.2.4. Soluções

As soluções estão diretamente ligadas aos problemas apresentados pelo setor, contudo, há problemas que não são solucionáveis apenas por força da vontade das partes e por isso é necessário buscar alternativas, mesmo porque, o setor pode apresentar boa perspectiva de negócios para o setor financeiro.

Desta forma, os próprios potenciais fornecedores desses empréstimos opinaram ao SEBRAE em 2006, a respeito das soluções:

As principais sugeridas são:

- **Redução dos juros da burocracia:** Observe-se que neste aspecto, a primeira medida não depende só do agente financeiro e sim de todo o contexto econômico, de modo que somente uma política seletiva poderia atender. Quanto a burocracia, a sua existência significa apenas preservação das garantias e por isso a eliminação deve vir acompanhada de securitização oficial, matéria de difícil negociação;

- **Parcerias para a criação de linhas de crédito específica para MPE's:** Essa medida tem a ver com a mudança de cultura do sistema financeiro, que prefere não se expor apenas para atender a esse segmento do mercado, aumentando os riscos. Isso somente seria solucionado com ingresso de novos agentes, menores e com finalidades de auxiliar às MPE's;

- **Programas de cooperativas de crédito:** Estas sim, condicionadas apenas a uma maior cooperação, a uma evolução nas relações de confiança mútua e diretamente condicionadas à capacidade de organização dos agentes necessitados;

- **Consultoria à empresas para a elaboração de projetos de financiamento e planejamento financeiro:** Esta medida de caráter mais prático e que pode ser prestado pelos entes representativos ou até mesmo por agências governamentais, haja vista que não implicam em interferência direta no negócio e nem desembolso.

Dentre as soluções é também necessário apontar as políticas públicas voltadas para o desenvolvimento das MPES's.

A partir do momento em que se considera o setor como um forte gerador de empregos e renda, é inegável que o Estado tem que atendê-lo de forma adequada, para que cumpra com seu papel no chamado bem-estar da população.

O setor não pode ficar condicionado apenas aos seus interesses, pois a contribuição que dá ao conjunto econômico do país, embora involuntário, representa não só a sustentabilidade econômica do setor público como também a pacificação das relações interpessoais mais miúdas, na medida em que ao empregar tão largo contingente de trabalhadores evita todas as conseqüências de tal contingente desocupado e marginalizado.

Por estas razões, são necessárias ações estratégicas do tipo:

- Propor a definição de percentuais mínimos de aplicação de recursos dos fundos setoriais e constitucionais nas MPE's, medida de política econômica que deve vencer a pressão das grandes empresas;

- Buscar a institucionalização de sistemas de metas para aplicação de recursos públicos nas MPE's nas áreas de crédito, compras, qualificação e inovação;

- Desenvolver programas de qualificação para gestores públicos e disseminação de boas práticas em políticas públicas com vista à criação de ambiente favorável ao desenvolvimento das MPE's;

- Estimular a implementação de políticas públicas e municipais voltadas para o empreendedorismo e as MPE's.

- Inserir as MPE's em políticas públicas de desenvolvimento regional, com incentivos aos entes públicos locais a fim de que fomentem esse tipo de regramentos.

2.2.5. Conclusão

Após essas ponderações, se permite concluir que:

- Uma redução da proporção das despesas à vista e o alongamento dos prazos das obrigações a vencer podem reduzir a necessidade de financiamento de capital de giro das

empresas. O mesmo efeito pode ser obtido com um aumento das receitas à vista e o encurtamento dos prazos das prestações a receber;

- É comum o estabelecimento de confusão entre finanças pessoais e custos da empresa. O uso de recursos particulares para cobrir despesas da empresa “resolve” parcialmente a necessidade de financiamento, no curto prazo. Por outro lado, o uso do caixa pode levar à descapitalização da empresa. A mistura das contas pessoais com as da empresa dificulta dimensionar a efetiva necessidade de financiamento das empresas;

- A falta de conhecimento sobre as linhas de micro crédito sugere também a necessidade de maior divulgação dessas linhas, especificamente junto ao público-alvo a que se destinam: os micro e pequenos empreendimentos.

Por outro lado, a ampliação do acesso ao crédito às MPE's passa por:

- Eliminação ou redução das exigências de garantias reais;
- Eliminação ou redução dos documentos exigidos;
- Redução de taxas de juros e das tarifas existentes nas operações de crédito;
- Apoio à elaboração de projetos de financiamentos;
- Apoio à capacitação gerencial.

3. OPERAÇÕES DE INVESTIMENTO⁷

Operar crédito implica assumir riscos e as operações de investimento, pelas suas características, são carregadas de riscos que devem ser corretamente avaliados. Diz-se que

⁷ Fonte: Lic Livro de Instruções Codificadas do Banco do Brasil, disponível para consulta Corporativa interna.

operação de investimento ideal é aquela que concilia retorno adequado com baixo nível de risco, já que não existe risco zero.

É essa filosofia que norteia as ações do Banco do Brasil nas suas decisões relacionada às operações de investimentos. O Banco conta com equipes especializadas que atuam na busca de uma adequada remuneração aos seus investidores (União e acionistas minoritários) com um adequado nível de risco.

As áreas negociais agem na identificação de oportunidades de investimento para o Banco, enquanto as áreas de crédito trabalham para obter a minimização do risco envolvido nesses negócios. A perfeita sintonia entre essas equipes resulta na efetivação das melhores oportunidades de negócios para o Banco.

3.1. Finalidade das Operações de Financiamentos e Arrendamento Mercantil

As operações de investimento e arrendamento mercantil têm como objetivo apoiar a implantação, expansão, realocação, modernização ou reposição de máquinas, equipamentos e veículos de empresas por meio de financiamento de ativos fixos (ativo imobilizado) e/ou financeiros (capital de giro associado). As operações de crédito de longo prazo buscam o fortalecimento econômico-financeiro dos tomadores, o incremento de produção e produtividade, a redução ou eliminação de pontos de estrangulamento no processo de produção/comercialização.

3.2. Principais motivos para se realizar operações de investimento

Para o cliente:

- Permite a implantação, expansão ou modernização de seu negócio;
- Amplia a capacidade de produção;
- Possibilita investimento em novas tecnologias, diminuindo custos;
- Melhora o perfil de endividamento;

- Ajusta o custo de capital;
- Adequa os fluxos de caixa de longo prazo, gerando maior eficiência financeira e diminuindo o risco de insolvência;
- Libera recursos para capital de Giro.

Para o Banco:

- Fideliza Clientes;
- Gera lucratividade de longo prazo;
- É base pra expansão das operações de crédito e outros produtos

Para o País:

- Incentiva o desenvolvimento econômico e social;
- Possibilita maior geração de empregos e renda.

3.3. Linhas de Crédito

3.3.1. PROGER URBANO EMPRESARIAL

Instituído pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), com recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT).

Sua finalidade é financiar projetos de investimento ou projetos de investimentos com capital de giro associado que proporcionem a geração ou manutenção de emprego e renda, na

área urbana, viabilizando o desenvolvimento sustentado das microempresas e empresas de pequeno porte.

3.3.2. PROGER TURISMO INVESTIMENTO

A linha de crédito Proger Turismo Investimento foi instituída pelo Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), com recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT). Sua finalidade é financiar projetos de investimentos ou projetos de investimento com capital de giro associado no setor turístico que proporcionem a geração ou manutenção de emprego e renda, na área urbana, viabilizando o desenvolvimento sustentado das microempresas e empresas de pequeno porte.

3.3.3. PROGER URBANO COOPERFAT

É uma linha de crédito para financiar empreendimentos que promovam a criação de postos de trabalho, manutenção e geração de emprego e distribuição de renda por meio dos modelos associativista e cooperativista da área urbana, com recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador – FAT, para associações e cooperativas urbanas e seus respectivos associados/cooperados.

3.3.4. CARTÃO BNDES

É um cartão com acesso a linha de crédito rotativo para financiamento de investimentos, com recursos do BNDES, de uso no Portal Cartão BNDES – www.cartaobndes.gov.br – emitido pelo Banco, com bandeira VISA, para micro, pequenas e médias empresas.

3.3.5. FCO EMPRESARIAL

Linha de crédito destinada ao financiamento de empreendimentos ligados aos setores industrial, agroindustrial, mineral, de turismo, de infra-estrutura econômicas, comerciais e serviços, localizados na Região Centro-Oeste.

3.3.6. BNDES AUTOMÁTICO

Linha de financiamento com recursos do BNDES destinada a financiar projetos de investimento nos setores industrial, de infra-estrutura, de comércio e serviços, de tecnologia e de treinamento.

3.3.7. FINAME EMPRESARIAL

Linha de financiamento com recursos do BNDES, cuja finalidade está no financiamento à produção e à comercialização de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional cadastrados na FINAME, podendo associar o capital de giro.

3.3.8. LEASING FINANCEIRO

Operação na qual uma pessoa jurídica (arrendatária), necessitando de determinado bem para uso próprio, transaciona com uma empresa de arrendamento mercantil (arrendadora), que adquire esse bem para arrendá-lo à interessada mediante pagamentos periódicos, denominados contra-prestações.

Trata-se de contrato de arrendamento mercantil de veículos, máquinas e equipamentos novos ou usados, com opção de aquisição do bem no final do contrato. O pagamento ao fornecedor é feito à vista, permitindo que o cliente negocie o melhor preço.

3.3.9. LEASING INTERNACIONAL

É uma alternativa de financiamento para aquisição de equipamentos novos ou usados, produzidos no Brasil ou no exterior, para uso próprio do arrendatário.

4. PESQUISA DE MERCADO E SATISFAÇÃO

Para Carlos Gil (1999, p.42), “A pesquisa é o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico. O objetivo fundamental da pesquisa é descobrir respostas para problemas mediante o emprego de procedimentos científicos”.

É conhecer a realidade para poder transformá-la. É conhecer como o empresário atual lida com as finanças da empresa, utiliza um financiamento de longo prazo que é tão apazível para seus negócios. E, se for possível, poder transformar a realidade (caso seja negativa) com ações propostas para que qualquer empreendimento possa melhorar, utilizando o financiamento em longo prazo e, conseqüentemente, crescer.

A pesquisa de mercado visa refletir sobre a baixa procura de financiamento em longo prazo pelos clientes da carteira de micro e pequenos empresários da Agência Banco do Brasil, São Lourenço do Sul e seus motivos.

A pesquisa de satisfação busca respostas para analisar qual é a opinião do empresário que utilizou o financiamento de longo prazo, concedido pela Agência do Banco do Brasil, São Lourenço do Sul e o que considerou de negativos em todos os procedimentos efetuados na elaboração da operação de financiamento.

É necessário responder à pergunta “Por que se deseja fazer a pesquisa?”. O intuito de realizar esta pesquisa é refletir sobre alguns problemas com que no defrontamos em nossos estudos e nossas práticas.

Hoje, mais do que nunca, o crescimento do emprego e da produção requer a ampliação de financiamento para investimento de longo prazo. A diminuição da taxa de juros é uma pré-condição pra o financiamento de longo prazo. A oferta de crédito ao setor produtivo do Brasil está aquém do nível necessário para impulsionar o crescimento das empresas.

Assim pretende-se estudar e realizar uma pesquisa de mercado para saber quantos clientes da carteira de micro e pequenas empresas da Agência Banco do Brasil, São Lourenço do Sul, conhecem ou não conhecem, ou já utilizaram algum tipo de financiamento de longo prazo. Na pesquisa de satisfação deseja-se saber qual é a opinião dos empresários que já praticaram o financiamento de longo prazo, concedido pelo Banco, se estes, anteriormente, já tinham utilizado este tipo de financiamento. Pretende-se, também, coletar informações a respeito do atendimento concedido pela Agência.

Após a realização do questionário e interpretado os dados obtidos, serão propostas idéias que possam acarretar melhorias e aumento na concessão de financiamento de longo prazo pela Agência.

O problema da pesquisa de satisfação baseia-se nos mesmo termo da pesquisa de mercado, mas com o implemento do atendimento efetuado pela Agência, para saber como se encontra a prestação do serviço, se está satisfatória ou não.

A necessidade de buscar respostas para as questões levantadas neste estudo converge para o cotidiano da Agência do Banco do Brasil de São Lourenço do Sul. Levantar quantos clientes da carteira micro e pequenas empresas estão a par do tal financiamento. E também, espera-se melhor compreensão dos pontos fracos do financiamento de longo prazo, concedido pela Agência.

O objetivo geral da **pesquisa de mercado** deste trabalho é descobrir quantos clientes micro e pequenos empresários da carteira pessoa jurídica da Agência São Lourenço conhecem ou não e se já utilizaram algum financiamento de longo prazo. E o que consideram de negativo na concessão do crédito.

O objetivo geral da **pesquisa de satisfação**, além de descobrir os motivos questionados no objetivo de pesquisa de mercado, é saber, também, com os empresários que utilizaram o financiamento de longo prazo do Banco, o que consideram de negativo em todo o procedimento efetuado pela Agência, durante o processo de concessão do financiamento.

Os objetivos específicos definem etapas que devem ser cumpridas para alcançar o objetivo final. Os objetivos específicos para a pesquisa são:

Levantar informações sobre financiamento de longo prazo;

Identificar o número de empresários da carteira pessoa jurídica da Agência;

Identificar o número de empresários que utilizaram o financiamento de longo prazo na Agência;

Elaborar **dois questionários** que vise obter perguntas específicas para responder as perguntas levantadas.

4.1. Hipóteses e Definições das Variáveis

Para Carlos Gil (1999, p. 56) “o papel fundamental da hipótese na pesquisa é sugerir explicações para os fatos. Essas sugestões podem ser a solução pra o problema”. Estas hipóteses podem ser verdadeiras ou falsas, mas sempre que bem elaboradas podem conduzir à verificação empírica.

Qualquer estudo científico seja do tipo descritivo ou explicativo, contém variáveis que devam estar inseridas nos objetivos e/ou nas hipóteses. Essas variáveis deverão ser isoladas para serem conceptualizadas e operacionalizadas.

4.2. Hipóteses da Pesquisa

Primeira hipótese: supondo que poucos empresários utilizem financiamento de longo prazo, devido à falta de planejamento de suas finanças.

Variável da primeira hipótese: utilizam ou não utilizam.

Segunda hipótese: supondo que a burocracia e os documentos exigidos para a elaboração do projeto são os principais pontos negativos para os empresários buscarem por um financiamento de longo prazo.

Variável da segunda hipótese: burocracia e documentos exigidos.

Terceira hipótese: supondo que os empresários que buscaram o financiamento de longo prazo tenham ficado satisfeitos, devido à baixa taxa de juros cobradas.

Variável da terceira hipótese: satisfeito ou não-satisfeitos

Quarta hipótese: supondo que todos os empresários tenham ficado satisfeitos com o financiamento obtido através da Agencia Banco do Brasil, São Lourenço do Sul.

Variável da quarta hipótese: satisfeitos ou não-satisfeitos

Quinta hipótese: supondo que o empresário tenha escolhido o Banco não outra instituição por vários motivos.

Variável da quinta hipótese: taxas de juros, ser correntista do Banco, garantias mais favoráveis, documentos solicitados e outros.

4.3. Delineamento da Pesquisa

O delineamento refere-se ao planejamento da pesquisa em sua dimensão mais ampla, envolvendo, tanto a sua diagramação, quanto a previsão de análise e interpretação dos dados (Carlos Gil, 1999). O delineamento considera o ambiente onde foram coletados os dados e também as formas de controle das variáveis envolvidas.

Para Carlos Gil (1999, p.65)

O elemento mais importante para a identificação de um delineamento é o procedimento adotado para a coleta de dados. Assim, podem ser definidos dois grandes grupos de delineamento: aqueles que se valem das chamadas fontes de "papel" e aqueles cujos os dados são fornecidos por pessoas.

O presente trabalho optou, para o delineamento da pesquisa, pelo levantamento de dados (surveys) com interrogação direta das pessoas, cujo comportamento deseja-se conhecer. A interrogação será realizada na própria Agência e nas empresas, através de um questionário junto aos clientes da carteira de pessoas jurídicas, micro e pequenos empresários e os clientes que já obtiveram financiamento de longo prazo nesta Agência.

Deseja-se saber também se estes empresários conhecem ou não, ou também se já utilizaram um financiamento de longo prazo.

4.4. Especificação da Amostra

As pesquisas sociais abrangem universos com elementos grandes que, às vezes, torna-se impossível considerá-la com totalidade. Por essa razão, nas pesquisas sociais, é freqüente utilizar um método que delimita o universo, que é a amostra.

Para Carlos Gil (1999, p.100)

A amostra é um subconjunto do universo ou da população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população. Uma amostra pode ser constituída, por exemplo, por cem empregados de uma população de quatro mil que trabalham em uma fábrica.

Para que uma amostra seja confiável, é necessário que se estabeleça fatores. Estes podem ser definidos como: extensão do universo, nível de confiança estabelecido, erro máximo permitido e percentagem com o qual o fenômeno se verifica (Carlos Gil, 1999).

4.5. Amplitude do Universo

Os universos pesquisados são, geralmente, classificados em finitos e infinitos. Universos finitos são aqueles cujo número de elementos não excede a cem mil. Universos infinitos, por sua vez, são aqueles que apresentam elementos em número superior a esse (Carlos Gil, 1999).

O universo encontrado na carteira pessoas jurídicas, da Agência Banco do Brasil de São Lourenço do Sul é de cento e oitenta empresas. Portanto, o universo da pesquisa de mercado é considerado finito. O universo da pesquisa de satisfação é o número total de trinta empresas que conseguiram, na Agência, o financiamento de longo prazo, portanto também finita.

4.6. Nível de Confiança

O intervalo de confiança foi de 95%.

4.7. Erro Máximo Permitido na Pesquisa

Os resultados obtidos em uma pesquisa, a partir de amostras, não são rigorosamente exatos, em relação ao universo de onde foram extraídas. Esses resultados apresentam, sempre, um erro de medição que diminui na proporção em que aumenta o tamanho da amostra (Carlos Gil, 1999).

Na presente pesquisa, foi adotado o erro de 10%, pois facilitaria na coleta de dados. Na pesquisa social é, geralmente, utilizado um erro de 3% a 5%.

4.8. Percentagem com que o Fenômeno se Verifica

Segundo Carlos Gil (1999, p.106) “A estimação prévia da percentagem com que se verifica um fenômeno é muito importante para a determinação do tamanho da amostra”. acrescentando à citação, se for possível afirmar que uma percentagem não é superior a 10%, será necessário um número de casos bem maior do que uma situação em que a percentagem presumível estivesse próxima de 50%

Na elaboração dos dados da amostra, presume-se que 30% dos entrevistados não conhecem o financiamento de longo prazo, concedido pela Agência do Banco do Brasil de São Lourenço do Sul.

4.9. Fórmula para o Cálculo da Amostra

Quando a população pesquisada não supera 100.000 elementos, utiliza-se a seguinte fórmula:

$$n = \frac{\sigma^2 \cdot p \cdot q}{E^2 (N - 1) + \sigma^2 \cdot p \cdot q}$$

Onde:

n = Tamanho da Amostra

n = n = σ^2 = Nível de confiança escolhido, expresso em números de desvios padrão.

p = Percentagem com o qual o fenômeno se verifica

$p = q =$ Percentagem complementar

$p = N =$ Tamanho da população

$E^2 =$ Erro máximo permitido

Demonstração do cálculo:

$$n = (2)^2 \cdot 30 \cdot 70 \cdot 180 / (10)^2 \cdot 179 + (2)^2 \cdot 30 \cdot 70$$

$n = 57,490$, então $n = 57$.

O objetivo da pesquisa de mercado é verificar quantos, dos 180 clientes pessoas jurídicas da carteira da Agência São Lourenço, conhecem ou não, ou já utilizaram o financiamento de longo prazo. Presume-se para o cálculo da amostra, que esse número não seja superior a 30% do total, com um nível de confiança de 95% (dois desvios) e tolerou-se um erro de até 10%. O erro utilizado na fórmula ultrapassou a percentagem, geralmente utilizada, porque se optou por diminuir o número da amostra, para que facilitasse no momento da aplicação da coleta de dados.

A forma de seleção dos entrevistados para a pesquisa de mercado foi realizada através de uma lista com nomes e telefones para contato. Na pesquisa de satisfação serão abrangidos todas as empresas que utilizaram o financiamento de longo prazo da Agência São Lourenço do Sul.

Será feito um sorteio por amostragem sistemática, que sua aplicação requer, para que a população seja ordenada de modo tal que, cada um de seus elementos, possa ser unicamente identificado pela posição.

Para efetuar a escolha dos empresários, procederemos à seleção de um ponto de partida aleatório entre 1 o inteiro mais próximo à razão da amostragem (número de elementos da população pelo número de elementos da amostra – N/n). No nosso caso seria: $R = N/n$, $R = 180/57$, portanto $R = 3$. De três em três empresários da lista será aplicado o questionário – por visitas ou pelo telefone. Caso os empresários selecionados não estiverem disponíveis será selecionado o próximo da lista.

QUADRO 1 - Nomes e telefones fictícios

4.10 Instrumentos de Coleta de Dados

Os instrumentos de coleta de informações são: questionários, entrevistas, fichas, etc. O instrumento de coleta de dados utilizados foi o questionário com perguntas fechadas.

<i>EMPRESAS</i>	<i>CONTATOS</i>	<i>TELEFONES</i>
1- GURIZ ROUPAS	PATRÍCIA	XXXX-XXXX
2- SUPER TUDO	ANTÔNIO	XXXX-XXXX
3- BOO PET SHOP	DOUGLAS	XXXX-XXXX
4- MEL DISTRIBUIÇÃO	MELISSA	XXXX-XXXX
5- HOTEL ALMONNY	ALINE	XXXX-XXXX
6- BELEZA PI	CAIO	XXXX-XXXX
7- IMOBILIÁRIA CAAZ	RODRIGO	XXXX-XXXX
8- XY COMPUTADORES	LUAN	XXXX-XXXX
9- FUCO LTDA	LUISA	XXXX-XXXX

p.128) “Pode-se definir questionário como a técnica de investigação, composta por número mais ou menos elevado de questões, apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, expectativas, situações vivenciadas etc”.

Para Richardson (1999, p.189) “Geralmente, os questionários cumprem pelo menos duas funções: descrever as características e medir determinadas variáveis de um grupo social”.

A informação obtida por meio de questionário permite observar as características de um indivíduo ou grupo.

S

egu
ndo
Car
los
Gil
(19
99,

Os questionários de mercado e satisfação foram elaborados com perguntas fechadas, em que perguntas ou afirmações apresentam categorias ou alternativas de respostas fixas e preestabelecidas. (ver anexo 1 e 2). O entrevistado deve responder à alternativa que mais se ajusta as suas características, idéias ou sentimentos. Serão aplicados dois métodos para realizar o questionário: contato direto com os empresários e perguntas efetuadas pelo telefone.

4.11. Análise e Interpretação dos Resultados da Pesquisa

Análise dos resultados obtidos junto aos entrevistados está disposta em forma de tabelas e gráficos, no item posterior.

4.12 Interpretação da Pesquisa de Mercado – Tabelas/Gráficos 01 a 06

Ao realizar o cálculo da amostra, presumiu-se que 30% dos empresários não conhecessem o financiamento de longo prazo, mas após a realização da tabulação, ficou demonstrado que 47% dos entrevistados conhecem o financiamento de longo prazo, concedido pelo Banco. E que 16% deles já tinham utilizado algum financiamento de longo prazo.

Os pontos negativos na concessão do crédito, utilizados na formulação da terceira pergunta, os que foram mais selecionados foram a burocracia com 67% e com 33% os documentos exigidos.

Os documentos exigidos são uma das causas principais dos empresários desistirem de solicitar financiamento de longo prazo. Mas, não são os pontos negativos que os entrevistados consideram quando buscaram o financiamento de longo prazo.

Todos os empresários estão satisfeito com o financiamento de longo prazo. Mas nota-se que poucos voltaram a procurar um novo financiamento.

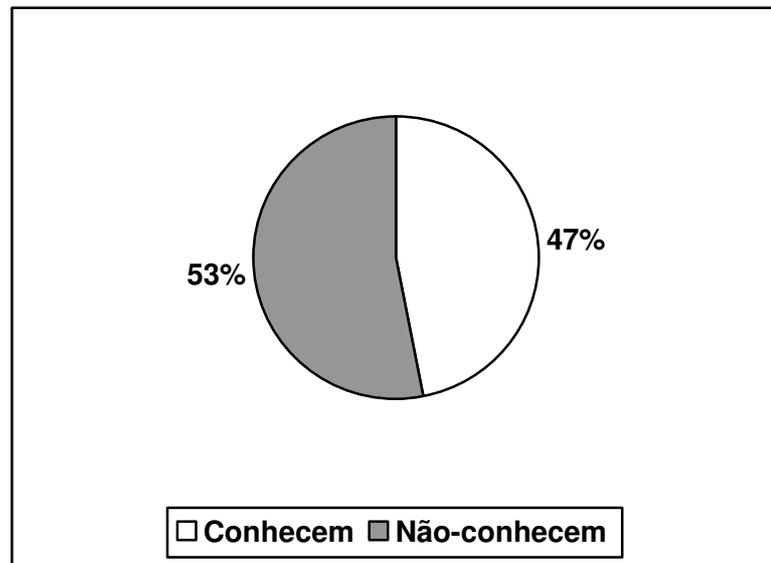
O que ficou claro na pesquisa foi o amplo campo que a Agência tem para trabalhar este tipo de financiamento, pois 84% do universo dos empresários entrevistados, não contraíram até hoje, financiamento de investimento de longo prazo.

TABELA 1 – Quantos empresários conhecem ou não o financiamento de longo prazo concedido pela Agência Banco do Brasil de São Lourenço do Sul:

Total	57	100%
	Nº de Empresários	Percentual
Conhecem	27	47%
Não-conhecem	30	53%

Fonte: Dados da pesquisa

GRÁFICO 1 – Quantos empresários que conhecem ou não o financiamento de longo prazo concedido pela Agência Banco do Brasil de São Lourenço do Sul:



Quanto ao conhecimento da existência deste tipo de financiamento, observa-se que 53% conhecem, porém a procura aquém deste percentual.

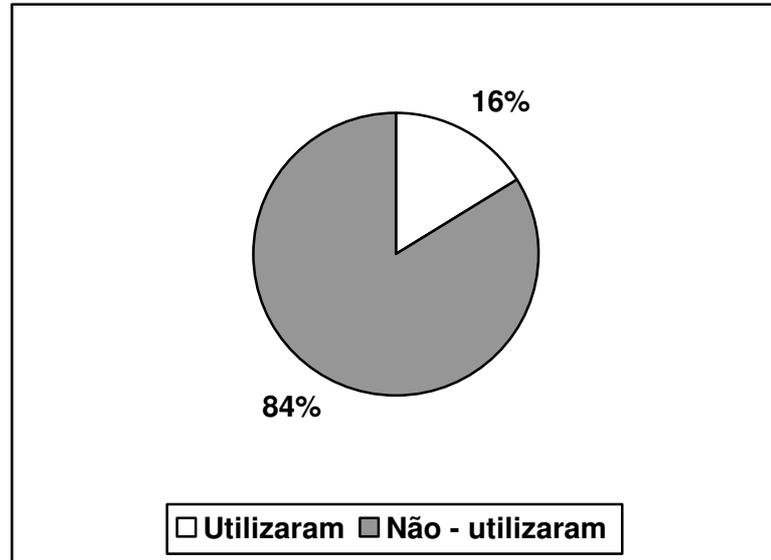
TABELA 2 – Quantos empresários utilizam algum financiamento de longo prazo:

	Nº de Empresários	Percentual
Utilizaram	9	16%
Não - utilizaram	48	84%

Total	57	100%
--------------	-----------	-------------

Fonte: Dados da pesquisa

GRÁFICO 2 – Quantos empresários utilizaram algum financiamento de longo prazo:



Quanto aos que utilizaram o financiamento de longo prazo, apenas 16%, nota-se que mesmo 53% dos entrevistados tendo conhecimento deste produto, a utilização foi baixa.

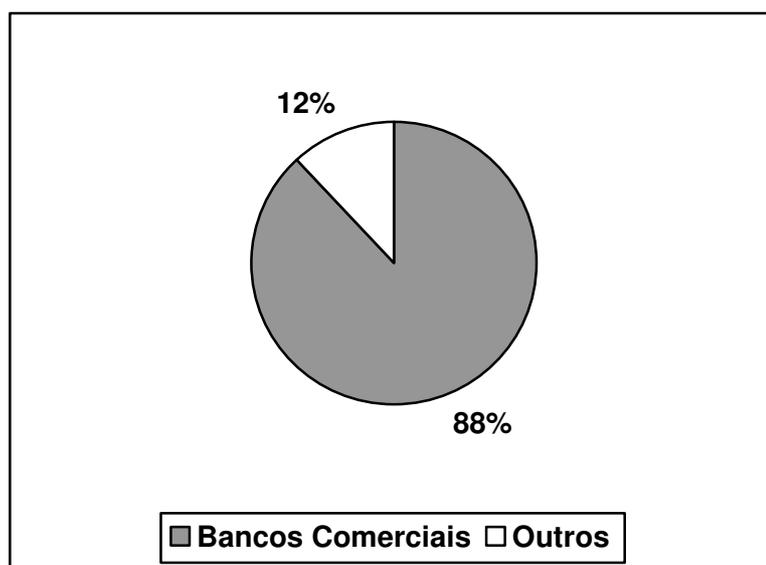
TABELA 3 – Estabelecimentos que concederam financiamento de longo prazo

Financeiras	Nº de Empresários	Percentual
Bancos Comerciais	0	0%

Amigos	0	0%
Outros	1	12%
Total	9	100%

Fonte: Dados da pesquisa

GRÁFICO 3 – Estabelecimentos que concederam financiamento de longo prazo



Quanto ao financiamento de investimento fixo de longo prazo, os maiores financiadores e repassadores de recursos do BNDES e FAT, são mesmos os Bancos Comerciais, públicos e privados, com 88% das preferências dos empresários.

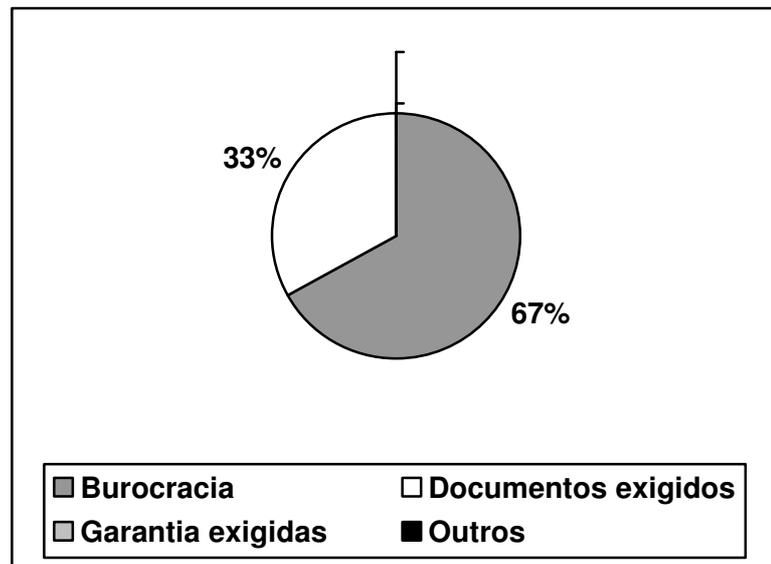
TABELA 4 – Pontos negativos na concessão do financiamento de longo prazo

	Nº de Empresários	Percentual
Burocracia	6	67%
Documentos exigidos	3	33%

Garantias exigidas	0	0%
Outros	0	0%
Total	9	100%

Fonte: Dados da pesquisa

GRÁFICO 4 – Pontos negativos na concessão do financiamento de longo prazo



Quanto aos pontos negativos na concessão de financiamento de investimentos fixos de longo prazo, a burocracia e garantias exigidas foram motivos sobre maneira que elevaram o índice de 67% de desaprovação pelos empresários entrevistados.

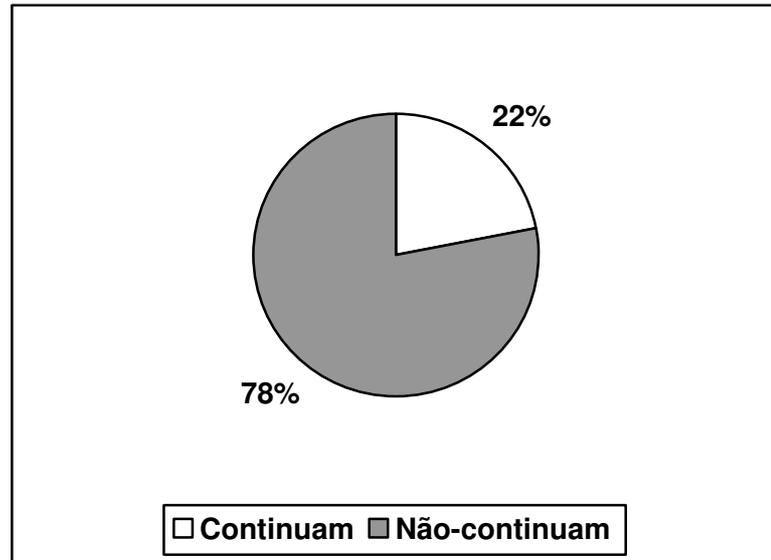
TABELA 5 - Quantos empresários continuam utilizando financiamento de longo prazo:

	Nº de Empresários	Percentual
Continuam	3	22%

Não-continuam	6	78%
Total	9	100%

Fonte: Dados da pesquisa

GRÁFICO 5 – Quantos empresários continuam utilizando financiamento de longo prazo



Nota-se que é baixa a reutilização do financiamento de longo prazo, apenas 22%, em grande parte, por já terem satisfeito suas necessidades de investimentos fixos.

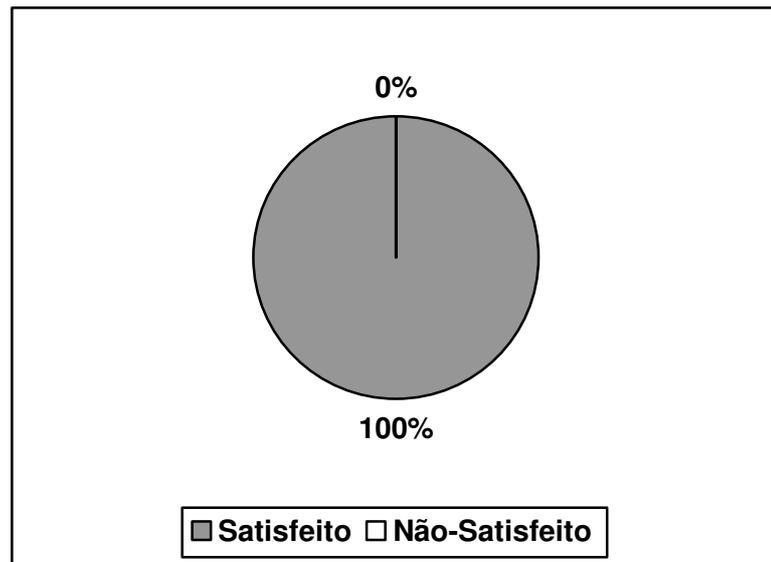
TABELA 6 – Quantos empresários ficaram satisfeitos com o financiamento de longo prazo

	Nº de Empresários	Percentual
Satisfeito	9	100%

Não-Satisfeito	0	0%
Total	9	100%

Fonte: Dados da pesquisa

GRÁFICO 6 – Quantos empresários ficaram satisfeitos com o financiamento de longo prazo



Quanto a satisfação por terem utilizado o financiamento de longo prazo, existe unanimidade nas opiniões.

4.13. Interpretação dos dados da pesquisa de satisfação – Tabelas/Gráficos 07 a 12

Ao analisar os resultados da pesquisa de satisfação constatou-se primeiramente, que a maioria dos entrevistados conheceu a linha de financiamento de longo prazo, através de funcionário do Banco, e uma minoria através de outros meios.

Os empresários optaram pelo Banco por serem correntistas e pela taxa de juros de juros mais acessível.

No quesito de negatividade do financiamento consideraram que a burocracia e as garantias como o que mais os desagradaram.

Ao questionar sobre o atendimento oferecido pela Agência, os empresários que já contrataram o financiamento de longo prazo, consideram de bom a muito bom o atendimento.

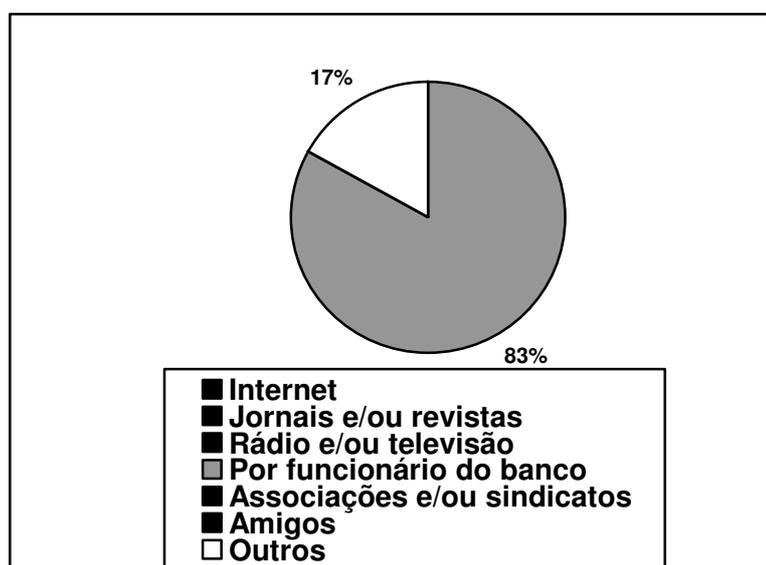
TABELA 7 – Meios em que o empresário soube da existência do financiamento do longo prazo concedido pela agência Banco do Brasil de São Lourenço do Sul:

Internet	0	0%
Jornais e/ou revistas	0	0%

Rádio e/ou televisão	0	0%
Por funcionário do banco	25	83%
Associações e/ou sindicatos	0	0%
Amigos	0	0%
Outros	5	17%
Total	30	100%

Fonte: Dados da pesquisa

GRÁFICO 7 – Meios em que o empresário soube da existência do financiamento de longo prazo concedido pela agência Banco do Brasil de São Lourenço do Sul.



Quanto aos clientes da carteira de micro empresas da Agência do BB São Lourenço do Sul, percebe-se que 83% dos empresários tiveram conhecimento do financiamento de longo prazo por funcionários do Banco.

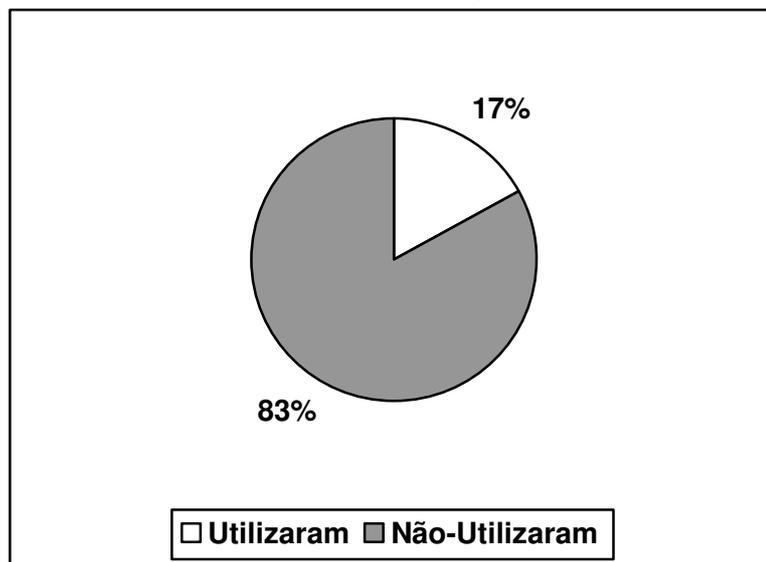
TABELA 8 – Quantos empresários já tinham utilizado financiamento de longo prazo antes de procurar a agência Banco do Brasil de São Lourenço do Sul

	Nº de Empresários	Percentual
Utilizaram	5	17%
Não-Utilizaram	25	83%

Total	30	100%
--------------	-----------	-------------

Fonte: Dados da pesquisa

GRÁFICO 8 – Quantos empresários já tinham utilizado financiamento de longo prazo antes de procurar a agência Banco do Brasil de São Lourenço do Sul



Nota-se que dos empresários que contraíram financiamento na Agência de São Lourenço, apenas 17% já haviam contratado este tipo de empréstimos anteriormente.

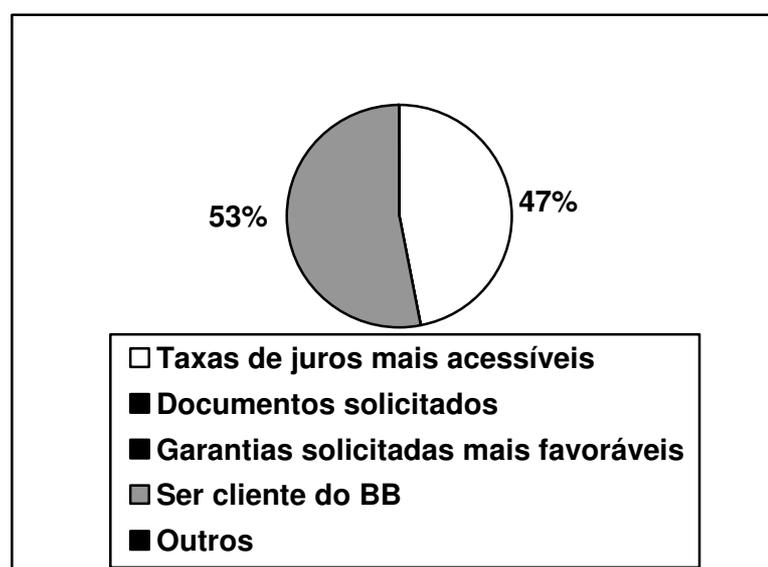
TABELA 9 – Os motivos que levaram o empresário a optar pela agência Banco do Brasil São Lourenço do Sul para o financiamento e não outra instituição

	Nº de Empresários	Percentual
Taxa de juros mais acessíveis	14	47%
Documentos solicitados	0	0%

Garantias solicitadas mais favoráveis	0	0%
Ser cliente do BB	16	53%
Outros	0	0%
Total	30	100%

Fonte: Dados da pesquisa

GRÁFICO 9 – Os motivos que levaram o empresário a optar pela agência Banco do Brasil de São Lourenço do Sul para o financiamento e não outra instituição



Quanto a preferência pelo Banco do Brasil, foi constatado que 53% dos empresários que contraíram o financiamento de longo prazo foi devido a número de documentos solicitados, garantias e outros.

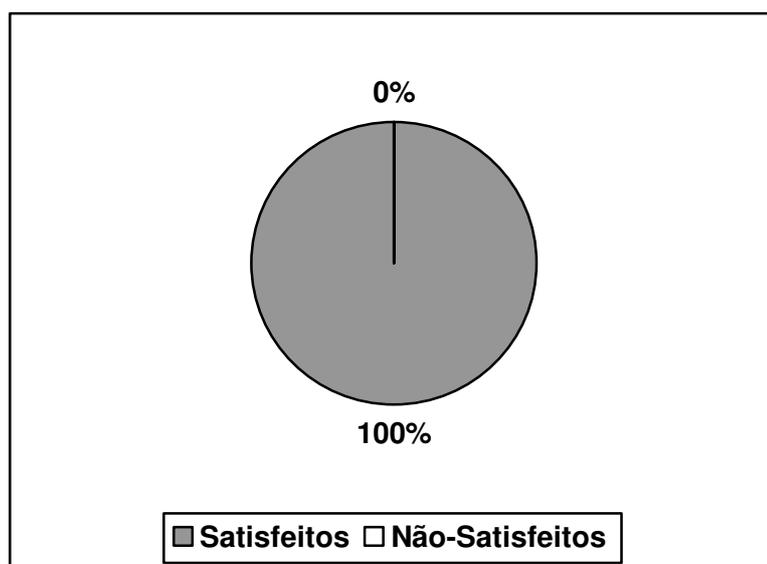
TABELA 10 – O número de empresários que ficaram satisfeitos com os resultados obtidos com o financiamento de longo prazo obtido na agência Banco do Brasil de São Lourenço do Sul

	Nº de Empresários	Percentual
Satisfeitos	30	100%

Não-Satisfeitos	0	0%
Total	30	100%

Fonte: Dados da pesquisa

GRÁFICO 10 – O número de empresários que ficaram satisfeitos com os resultados obtidos com o financiamento de longo prazo obtido na agência Banco do Brasil de São Lourenço do Sul



Quanto ao item satisfação, pelos resultados obtidos com o financiamento de longo prazo, os empresários ficaram satisfeitos por unanimidade.

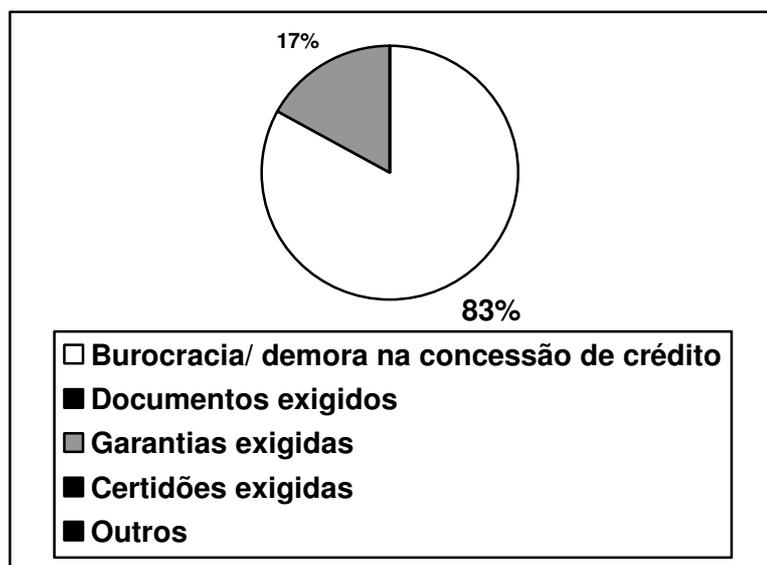
TABELA 11 – Os pontos negativos que os empresários consideraram para conseguir este tipo de financiamento

	Nº de Empresários	Percentual
Burocracia/ demora na concessão do crédito	25	83%
Documentos exigidos	0	0%

Garantias exigidas	5	17%
Certidões exigidas	0	0%
Outros	0	0%
Total	30	100%

Fonte: Dados da pesquisa

GRÁFICO 11 – Os pontos negativos que os empresários consideraram para conseguir este tipo de financiamento



Quanto aos pontos negativos, quando da utilização do financiamento de longo prazo, foi constatado no que se refere ao excesso de burocracia e demora na concessão do crédito.

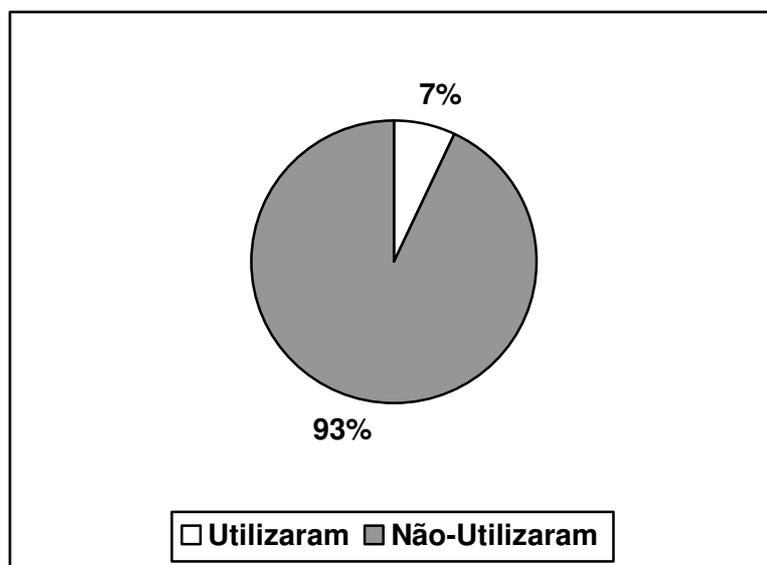
TABELA 12 – O número de empresários que após utilizarem o financiamento de longo prazo pela agência Banco do Brasil de São Lourenço do Sul continuam utilizando outro financiamento

	Nº de Empresários	Percentual
Utilizaram	2	7%
Não-Utilizaram	28	93%

Total	30	100%
--------------	-----------	-------------

Fonte: Dados da pesquisa

GRÁFICO 12 – O número de empresários que após utilizarem o financiamento de longo prazo pela agência Banco do Brasil de São Lourenço do Sul continua utilizando outro financiamento



Foi observado que 93% dos empresários que uma vez terem utilizado o financiamento de longo prazo do Banco, não utilizaram outro financiamento.

5. CONCLUSÕES

O apoio às micros e pequenas empresas tem passado a ser integrante e destaque das políticas industriais de inúmeros países, não só pelo reconhecimento internacional de sua importância social, mas também pela capacidade que elas têm em se adaptar mais rapidamente às mudanças.

O incentivo à utilização de linhas de investimento de longo prazo proporcionaria uma capacidade maior às empresas brasileiras de se renovarem, respondendo a essas mudanças.

O que foi constatado nesta pesquisa passa pelo aspecto que desestimula o empresário a buscar a concessão de empréstimos para investimento é a burocracia com 67% - enquanto linhas de capital de giro, sobretudo lastreadas por recebíveis, são aprovadas em dias, as operações de investimento são analisadas com muito mais critério e muito mais arestas pelos bancos comerciais.

Apesar do grande esforço do Banco do Brasil em simplificar o processo de decisão de crédito, a metodologia ainda carece de aperfeiçoamentos e simplificações, principalmente as operações de longo prazo.

O que também foi constatado em nesta pesquisa foi sobre a resistência ou até mesmo a própria cultura, do micro e pequeno empresário, em não tomar financiamento de longo prazo, até mesmo pelo passado de insegurança instalado no país pelos sucessivos planos econômicos mal sucedidos. Por outro lado, os empresários que tomaram o financiamento da espécie estão muito satisfeitos.

Como sugestão, entendemos ser de grande importância o treinamento empresarial – os empresários brasileiros, até mesmo pelo baixo grau de escolaridade da população, são carentes de conhecimento administrativos, têm conhecimento profundo de seus produtos, de seu mercado, de seus clientes, porém quanto ao aspecto legislativo, tributário, fiscal, análise de investimento, há, no geral, um despreparo que reflete nas decisões equivocadas e, que em muitos casos, pode inviabilizar a empresa. Uma alternativa para possibilitar esse desenvolvimento intelectual é a inserção dos meios acadêmicos nas comunidades.

As condições econômicas estão melhores e há uma perspectiva muito positiva para o desenvolvimento da economia no próximo ano, pelo PAC – Plano de Aceleração do Crescimento – lançado pelo Governo Federal para mudanças estruturais de longo prazo – o que se refletirá na demanda de investimento.

Não convém deixar que a burocracia seja mais um obstáculo a ser enfrentado pelos microempresários, é preciso dar uma oportunidade maior para que eles se tornem mais competitivos e empreendedores, assim todos ganharão.

Sugerimos que os gestores e funcionários encarregados da Carteira de Clientes Pessoa Jurídicas – Micro e Pequenos Empresários – Agência do Banco do Brasil de São Lourenço do Sul, devam continuar o trabalho de convencimento da importância do financiamento fixo de longo prazo, pois os empresários liberariam seus recursos próprios para capital de giro.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RICHARDSON, Robert Jerry et al. Pesquisa Social, Métodos e Técnicas. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

GIL, Antônio Carlos. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

GITMAN, Lawrence Junior. Princípios de Administração Financeira. São Paulo: Editora Harbra, 2002

LONGENECKER, Justin G.; MOORE, Carlos W.; Carlos W.; PETTY, J. William. Administração de pequenas empresas, São Paulo: Makron Books, 1997.

BARBOZA, Luiz Carlos (Coord) Agrupamento (clusters) de pequenas e médias empresas: uma estratégia de industrialização local. Brasília: Confederação Nacional da Indústria, 1998.

CRUZ, José Leite Gonçalves. A Importância do crédito bancário pra inserção das pequenas no processo das exportações brasileiras. Banco do Brasil, Fortaleza, 2003. 102f. Editora Banco do Brasil, Fortaleza-CE.

ASSAF NETO, Alexandre. Administração Financeira. São Paulo: Editora Atlas, 1991.

BANCO DO BRASIL, Diretoria de Planejamento. Micro, pequenas e médias empresas: uma abordagem analítica das suas dificuldades e das possíveis medidas para solucioná-las nas áreas gerencial, de produção, de mercado, fiscal e financeira. Banco do Brasil, Brasília, 1979, 70p. Editora Banco do Brasil, Brasília.

BANCO DO BRASIL. LIC – Livro de Instruções Codificadas do Banco Brasil. Disponível para consulta em Sistema Corporativo Interno.

(<http://www.presidencia.gov.br/legislação/constituição>
www.sebrae.com.br)

Lei das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte “Simples – Lei 9.317 de 1996, DOUde06/12/96,pág.25.973

(<http://receita.fazenda.gov.br/legislação/Leis/ant2001/lei931796htm>). Lei Complementar 127, de 14/08/2007 – Super Simples. impostos e contribuições incluídos no benefício da arrecadação única.

LEI Nº 9.841, de 5 de OUTUBRO DE 1999 Institui o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte,
([http://www.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/518EBAA223CFD30032566D520059A12C/\\$File/16_1_arquivo_Lei9841.pdf](http://www.sebrae.com.br/bte/bte.nsf/518EBAA223CFD30032566D520059A12C/$File/16_1_arquivo_Lei9841.pdf)) .

História do Sebrae (<http://www.sebrae.com.br/br/osebrae/historia.asp>).

Programas Federais de Apoio aos Pequenos Investimentos: Justificativas, Características e Balanço Preliminar- “Carlos A. Ramos” Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicada (http://www.ipea.gov.br/pub/td_546.pdf).

Lei das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte “Simples”, disponível em <http://www.receita.fazenda.gov.br/Leis/Ant2001/lei931796.htm>).

CARLOS ALBERTO DOS SANTOS “O Sebrae e o Cooperativismo de Crédito”. Primeiro Seminário de Cooperativismo de Crédito de Porto Velho-16.09.2005

<http://www.ro.sebrae.com.br/noticias/credito2.htm> slide-palestra 4

<http://www.sebrae.com.br/br/osebrae/historia.asp>

www.cartaobndes.gov.br

ANEXO 1 - QUESTIONÁRIO

Pesquisa de Mercado (Universo de clientes da carteira MPEs)

Este questionário trata-se de uma pesquisa que visa buscar informações sobre a procura e conhecimento do financiamento de longo prazo pelos empresários da Carteira de

Pessoas Jurídicas – de Micro e Pequenas empresas da Agência do Banco do Brasil S/A de São Lourenço do Sul, Rio Grande do Sul..

Ficaremos gratos por sua colaboração.

- 1- O (a) Senhor (a) conhece os financiamentos de longo prazo, com taxas e juros acessíveis concedidos pelo Banco do Brasil S/A.?
 Sim Não
- 2- O Senhor (a) já utilizou esse tipo de financiamento?
 Sim Não
- 3- Caso tenha utilizado, por favor, responda as próximas perguntas:
Qual estabelecimento concedeu o financiamento?
 Bancos comerciais
 Bancos de Desenvolvimento Regional
 Outros
- 4- O que o Senhor (a) considera de negativo nesse tipo de financiamento?
 As garantias exigidas
 Os documentos exigidos
 Burocracia
 Outros.....
- 5- O Senhor(a) continua utilizando o financiamento de longo prazo?
 Sim Não
- 6- O financiamento de longo prazo trouxe os resultados desejados?
 Sim Não

ANEXO 2 - QUESTIONÁRIO

Pesquisa de satisfação (Clientes que já contrataram o financiamento de longo prazo) – da Agência do Banco do Brasil – São Lourenço do Sul

Este questionário trata-se de uma pesquisa que visa buscar informações de todos os empresários que utilizaram o financiamento de longo prazo concedido pela Agência.

Ficaremos gratos por sua colaboração.

Marque uma ou mais alternativas se for o caso:

1 – Através do que o (a) Sr. (a) ficou sabendo do financiamento de longo prazo com taxas acessíveis do Banco.

- Internet Funcionário do Banco
 Jornais/revistas Televisão
 Outros

2 – Antes de procurar o financiamento do Banco, já tinha utilizado o financiamento de longo prazo?

- Sim Não

3 – O que fez o (a) Sr. (a) optar pelo financiamento de longo prazo do Banco e não outra instituição?

- Taxa de juros de longo prazo mais acessíveis
 Ser correntista do Banco do Brasil
 Documentos solicitados
 Outros

4 – O financiamento obtido junto ao Banco trouxe os resultados desejados?

- Sim Não

5 - O que o (a) Sr. (a) considera de negativo pra conseguir esse tipo de financiamento?

- Burocracia/demora concessão do crédito
 Documentos exigidos
 Garantias exigidas
 Outros

6 – Depois da concessão do financiamento pelo Banco, o (a) Sr. (a) continua utilizando outro financiamento de longo prazo.