UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS FINANCEIROS

Diogenes Hildeberto Pinzetta

ALOCACÃO DE CRÉDITO PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

PORTO ALEGRE
2007

DIOGENES HILDEBERTO PINZETTA

ALOCACÃO DE CRÉDITO PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Trabalho de conclusão de curso de Especialização apresentado ao Programa de Pó-graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Administração.

Orientador: Prof. Oscar Claudino Galli

PORTO ALEGRE
2007

DIOGENES HILDEBERTO PINZETTA

ALOCACÃO DE CRÉDITO PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Conceito final:
Aprovado em ____ de _____de 2007.

BANCA EXAMINADORA

_____
Prof.
Instituição:

_____
Prof.
Instituição:

_____
Prof.
Instituição:

_____
Orientador – Prof. Oscar Claudino Galli
Instituição:

RESUMO

O presente estudo de caso analisa o comportamento de 08(oito) Micro, Pequenas e Médias Empresas clientes Pessoa Jurídica da Agência do Banco do Brasil de Balneário Camboriú SC, procurando evidenciar dados relevantes considerados pelas mesmas em relação ao consumo das linhas de crédito disponibilizadas pela Instituição Financeira, além dos critérios e fatores específicos das empresas, visando oportunizar melhores ações características a esse segmento. Pelos resultados obtidos, foi constatado que sempre há demandas de crédito por parte das empresas, porém há vários fatores envolvidos na decisão dos mesmos como o custo dos empréstimos em conseqüência das taxas de juros praticadas pelas instituições financeiras, a rapidez na concessão, os prazos e condições condizentes e a disponibilidade e montante dos créditos.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO..... 1
1.1 JUSTIFICATIVA E PROBLEMÁTICA..... 1
1.2 OBJETIVOS..... 2
1.2.1 Objetivo Geral..... 2
1.2.2 Objetivos Específicos..... 2
2. REVISÃO DA LITERATURA..... 3
2.1. ATIVIDADES DE CRÉDITO..... 3
2.2. PLANEJAMENTO FINANCEIRO..... 4
2.3. CRÉDITO E PLANEJAMENTO FINANCEIRO EM MPEs..... 5
2.3.1 Cilco Financeiro das Empresas..... 6
3. METODOLOGIA..... 10
3.1 MÉTODO ESCOLHIDO E JUSTIFICATIVA..... 10
3.2 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS..... 10
3.3 AMOSTRA DOS RESPONDESNTES DO INSTRUMENTO DE PESQUISA..... 11
3.4 APLICAÇÃO DO INSTRUMENTO DE PESQUISA..... 11
3.5 CRITÉRIOS PARA ANÁLISE DOS DADOS..... 12
4. LEVANTAMENTO DE DADOS..... 13
4.1 HISTÓRICO DAS EMPRESAS ESTUDADAS..... 13
4.2 SOLUÇÕES BANCO DO BRASIL..... 15
5. RELATO DOS ASPECTOS ABORDADOS E DOS RESULTADOS OBTIDOS..... 18
5.1 COMPORTAMENTO FRENTE À ATUAL SITUAÇÃO FINANCEIRA..... 18
5.2 FORMA DE CAPITALIZAÇÃO DA EMPRESA..... 19
5.3 ACESSIBILIDADE ÀS LINHAS DE CRÉDITO EXISTENTES NO MERCADO FINANCEIRO..... 20
5.4 CAPACIDADE DE CRESCIMENTO DA EMPRESA x UTILIZAÇÃO DE EMPRÉSTIMOS BANCÁRIOS..... 21
5.5. PRINCIPAIS FONTES DE CAPITAL IDEAL PARA CRESCIMENTO DA EMPRESA..... 22
5.5.1 Capital de Giro..... 22
5.5.2 Financiamento para Investimentos..... 22

5.5.3 Impacto da Utilização de Empréstimos Bancários no Crescimento da Empresa..... 23
5.5.4 Relacionamento Bancário e Aspectos Relevantes nas Decisões no Uso do Crédito... 24
5.5.5 Afinidade e posicionamento em relação às instituições financeiras..... 25
5.5.6 Fatores considerados na tomada de decisão..... 26
6. CONCLUSÃO..... 27
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... 28

1 INTRODUÇÃO

O comportamento do mercado financeiro nos últimos anos vem evoluindo consideravelmente, principalmente em se trantando de crédito. Atualmente tem-se uma concorrência acirrada entre as instituições financeiras, mormente no que diz respeito ao aumento da base e manutenção de clientes e em especial à concessão do crédito.

Segundo o Relatório de Economia Bancária e Crédito de 2005, do Banco Central do Brasil, o saldo total do crédito concedido pelo Sistema Financeiro Nacional (SFN) ainda é relativamente baixo, correspondendo a cerca de 31,2% do PIB em dezembro de 2005.

Para atender à demanda das empresas de pequeno e médio porte, o Governo procura oferecer mecanismos de apoio através de linhas de créditos e financiamentos, por meio das instituições financeiras, e que influenciam diretamente no processo de capitalização das empresas, em consonância com a tomada de decisão dos empresários, considerando-se os elementos da teoria financeira.

No Banco do Brasil o volume de crédito aprovado e disponível para utilização pelas micro e pequenas empresas chegou a R$ 20,7 bilhões ao final de 2005 – valor 16,2% superior ao apresentado no ano anterior. O saldo utilizado por esse segmento superou R$ 15,2 bilhões. Comparado aos R$ 13,2 bilhões em 2004, representa um crescimento de 15,4%.

1.1 JUSTIFICATIVA E PROBLEMÁTICA

O Banco do Brasil acredita e investe nas micro e pequenas empresas, segmento responsável por 20% do Produtos Interno Bruto Nacional. O Crédito Pessoa Jurídica proporciona a geração de emprego e renda, por isso a importância dada à sua alocação.

A capitalização através de capitais de terceiros, bem administrado, tende a diluir o risco do empresário e alavancar seu processo de crescimento em seus negócios através de novos investimentos.

Independentemente das maiores ou menores facilidades que o empresário dispõe para acessar uma ou outra forma de capitalização, existem interesses diversos no processo decisório. O empresário, na tomada de decisão de financiamento de sua empresa, opta entre diferentes alternativas e riscos.

Na agência em Balneário Camboriú SC, o volume de crédito pessoa jurídica para as Micro e Pequenas Empresas não é expressivo.

É de suma importância conhecer esses fatores, para que a agência possa fidelizar o cliente, evitando sua evasão para a concorrência e principalmente visando incrementar o uso e utilização do crédito.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Diante deste cenário, o presente trabalho tem por objetivo conhecer os fatores levados em consideração, pelas Micro e Pequenas Empresas do Banco do Brasil da Agência de Balneário Camboriú SC, para o uso do crédito pessoa jurídica.

1.2.2 Objetivos Específicos

a) Pretende-se verificar junto aos clientes quais fatores mais pesam na utilização do crédito Pessoa Jurídica.

b) Identificar o comportamento dos clientes MPE da agência do BB de Balneário Cambroiu SC.

c) Identificar a vantagem competitiva da concorrência, relatada pelos clientes.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 ATIVIDADES DE CRÉDITO

A administração do crédito disponibilizado para as empresas envolve um processo continuo de tomada de decisões voltadas principalmente para a preservação da liquidez da empresa, mas que, também , afetam a sua rentabilidade.

A manutenção de um bom relacionamento bancário constitui um aspecto primordial na administração das disponibilidades.

Os grandes bancos comerciais possuem centenas de agencias espalhadas pelo pais, escritórios de representação no exterior e tem o apoio de outros bancos que são seus correspondentes na principais praças financeiras internacionais.

Operando com um banco comercial, a empresa conta também com o suporte das demais instituições integrantes do conglomerado financeiro, tais como: banco de investimento, financeira, arrendamento mercantil, crédito imobiliário, seguradora, corretora, distribuidora etc.

A atividade de crédito consiste, em termos financeiros, na entrega de um valor presente mediante uma promessa de pagamento em data futura.

Muito embora gere certas divergências, parece haver, na literatura econômica, certo consenso de que o desenvolvimento financeiro afeta positivamente a dinâmica da atividade econômica. De fato, a teoria econômica atribui ao crédito, desde que ofertado em condições adequadas de prazos, custos e quantidades, a possibilidade de concretizar as oportunidades de investimentos promissoras.

No contexto de um banco, que tem por atividade principal a intermediação financeira, por exemplo, o valor é representado sob a forma de um empréstimo ou financiamento, que é colocado à disposição do proponente ou tomador de recursos mediante uma promessa de pagamento futuro por parte do mesmo.

Levando em consideração essa noção geral, Schrickel (2000) apresenta a seguinte definição formal:

Crédito é todo ato de vontade ou disposição de alguém de destacar ou ceder, temporariamente, parte do seu patrimônio a um terceiro, com a expectativa de que esta parcela volte a sua posse integralmente, após decorrido o tempo estipulado (Schrickel, 2000, p. 25).

Com essa definição, o referido autor cita alguns elementos relevantes e necessários para a compreensão do termo em análise. Primeiro, que o crédito é originado pela realização

de um ato. Segundo, que o referido ato está fundamentado em uma expectativa. E, finalmente, que existe uma condição estipulada de tempo para que essa expectativa seja cumprida.

2.2 PLANEJAMENTO FINANCEIRO

Planejamento financeiro é o processo por meio do qual se calcula quanto de financiamento é necessário para se dar continuidade às operações de uma companhia e se decide quando e como a necessidade de fundos será financiada. Sem um procedimento confiável para estimar as necessidades de financiamento, uma companhia pode acabar não tendo fundos suficientes para pagar seus compromissos, como juros sobre empréstimos, duplicadas a pagar, despesas de aluguel e despesas de serviços públicos. Uma empresa fica inadimplente se não for capaz de saldar suas obrigações contratuais, como despesas de juros sobre empréstimos. Portanto, a falta de um planejamento financeiro sólido pode causar falta de liquidez e, por isso, a falência – mesmo quando os ativos totais, incluindo ativos não – líquidos, como estoque, instalações e equipamentos, forem maiores que os passivos. A administração precisa fazer um planejamento financeiro metódico para avaliar as necessidades futuras para financiamento. A época dos diferentes tipos de financiamento também é critica para o planejamento financeiro (BRAGA, 1996).

O processo de planejamento financeiro inicia-se com planos financeiros a longo prazo, ou estratégicos, que por sua vez direcionam a formulação de planos e orçamentos operacionais a curto prazo. De forma geral, é por meio desses planos e orçamentos a curto prazo que se implementam os objetivos estratégicos a longo prazo da empresa (GITMAN, 2002).

Hellmann (2000) avalia uma outra face do processo de crescimento da empresa. Nesse trabalho, de cunho teórico, o autor procura avaliar a complexidade e a importância do processo de catalisação de recursos (sejam eles humanos, financeiros ou mercadológicos) na geração de um empreendimento. O autor explora a interligação dos vários recursos necessários à formação de um negócio. Conforme o autor, o que desafia o empreendedor no processo é a necessidade de geração de interesse de terceiros em projetos não comprovados. Com isso, o empresário necessita não só da validação pessoal do projeto, mas de apresentar sinais suficientes para validação do potencial financiador.

De fato, o trabalho considera que a validação de uma das fontes de recursos (seja ela qual for) na construção de um empreendimento relaciona-se diretamente à obtenção dos recursos restantes. O comprometimento de uma parcela dos recursos, segundo Hellmann (2000), não só catalisa mas também acelera a construção de um empreendimento.

Com as constantes mudanças do ambiente competitivo, as empresas também precisam mudar, e, em tempos de mudança, as empresas precisam planejar e replanejar rapidamente. Agilidade, orçamento eficiente, uso e adaptação das previsões e uma análise e gerenciamento eficaz das informações são a chave para gerenciar o processo de mudança, para atingir o desempenho planejado (Jehle, 1999).

Percebe-se, claramente, a importância do processo de planejamento financeiro para o sucesso das organizações. Tal processo deve ser formulado e implementado de maneira customizada para cada empresa, de acordo com as suas características particulares. Deve ser prestada, ainda, especial atenção à análise e ajuste do plano, de acordo com as oscilações das variáveis que o ambiente lhe impõe.

Destaca-se que o planejamento financeiro contribui para avaliar se as políticas financeiras da empresa contemplam o seu crescimento sustentável, evitando que enfrente problemas de gestão financeira no futuro.

2.3. CRÉDITO E PLANEJAMENTO FINANCEIRO EM MPEs

O Crédito e o Planejamento Financeiro são fundamentais para que se possa melhorar o grau de competitividade das organizações, através de uma gestão financeira mais racional e com planejamento a curto, médio e longo prazos, otimizando os recursos humanos e financeiros disponíveis.

Dados estatísticos censitários apontam sistematicamente para a perda de participação e peso relativos das PME's na economia nacional, enquanto se verifica, de acordo com Rattner (1997), um processo de concentração e centralização de capital em praticamente todos os ramos de atividade econômica.

O referencial analítico para o estudo da inserção das PME's na estrutura industrial pode ser buscado na clássica análise do autor Steindl, no bojo de sua crítica à abordagem marshalliana do processo de crescimento das empresas.

Para Marshall (*apud* SOUZA, 1995) este seria comparável às etapas biológicas de crescimento: as empresas nasceriam e cresceriam até um tamanho limite, a partir do qual, quase que inevitavelmente, decresceriam, dando lugar a outras novas pequenas empresas, sujeitas ao mesmo processo. Isto é, não se trata em Marshall de uma tendência a um tamanho único, como pretendem algumas interpretações neoclássicas, mas sim a configuração de uma estrutura em que convivem empresas de diversos tamanhos.

As pequenas empresas estariam limitadas em relação ao volume de financiamento concedido quanto ao prazo de amortização dos empréstimos, o acesso ao mercado de capital de longo prazo teria custo proibitivo para as pequenas empresas.

Na visão de Souza (1995), isso potencializa os riscos inerentes à decisão de ampliação, fazendo com que, muitas vezes, boa parte dos investimentos seja financiado com recursos próprios, normalmente em detrimento do capital de giro, explicando-se, desta forma, em grande parte a alta taxa de mortalidade no segmento das PME's.

O crédito, por parte das pequenas empresas, constitui importante insumo no processo produtivo e, segundo o SEBRAE (2000), quase um terço das MPEs recorrem a empréstimos bancários. Torna-se evidente a importância do crédito para as pequenas empresas. A constatação empírica da preponderância dos fatores que influenciam a tomada deste tipo de decisões poderá contribuir, também, para maior compreensão do processo decisório das pequenas empresas e da melhoria das suas práticas de gestão.

A maior ou menor facilidade de acesso ao crédito está atrelada à proporção de capital próprio em relação ao passivo. Dado que as PME's dispõem, em geral, de pouco capital próprio, algumas vezes associado a um alto grau de endividamento, suas possibilidades de obter financiamento são extremamente reduzidas, limitando-se à linhas de crédito de curto prazo e altos custos.

Os custos cada vez mais elevados dos investimentos em pesquisa e desenvolvimento afastam as PME's de possibilidades de inovação tecnológica e, portanto, de concorrência nos mercados.

Em conseqüência, verifica-se uma grande instabilidade e insegurança no que se refere à sobrevivência das PME's, sendo que uma alta percentagem sucumbe nos primeiros anos de sua existência.

Para Steindl (*apud* SOUZA, 1995) a condição financeira da pequena empresa e o conseqüente alto custo dos empréstimos são influenciados pelas economias de escala no próprio processo de produção, e uma solução para o rompimento desse paradigma passa pela busca de novos mercados e novas linhas de créditos e financiamentos, em especial os disponibilizados pelas instituições financeiras que observaremos no presente estudo, direta ou indiretamente.

2.3.1 Cilco Financeiro das Empresas

As empresas possuem um ciclo financeiro definido, em que as opções de financiamento mudam à medida que o negócio cresce e o nível de informação para os agentes

externos aumenta. Conforme as empresas crescem, elas naturalmente passam a acessar intermediários financeiros na obtenção de capital privado (como capital de risco) e dívida (como os bancos, por exemplo). Mantendo o crescimento, a empresa pode alcançar os mercados abertos de capital e dívida, como o mercado de negociação de ações em bolsa de valores.

Conforme Berger e Udell (1998), os canais de financiamento de empresas pequenas e médias é significativamente diferente do canal de financiamento de empresas maiores. No primeiro caso, os canais são notadamente privados, envolvendo negociações diretas com intermediários financeiros; no segundo caso, além da expansão do leque de alternativas de captação no mercado de financiamento fechado, as empresas de maior porte passam a contar com canais de financiamento no mercado aberto, como as bolsas de valores.

Uma segunda diferença é o fato de que as empresas pequenas são normalmente familiares ou controladas por um único dono, enquanto as empresas maiores tendem a possuir estrutura societária diversa e mecanismos de governança corporativa estruturados, definidos em acordo ou pela própria presença de órgãos como o Conselho de Administração. A não separação entre controle e gestão nas pequenas e médias empresas, por outro lado, minimiza a existência de problemas de agência entre esses atores.

A característica latente das finanças das empresas pequenas é o baixo nível de informação disponível. Esse tipo de empresa opera normalmente sob padrões contratuais não acessáveis pelo grande público, dados contábeis e financeiros não auditados e elevado risco operacional em função da reduzida capacidade financeira. Naturalmente, a condição de alcançar padrões de confiabilidade e reputação perante o público investidor ou emprestador é reduzida.

Em função desse perfil, os mercados fechados ou privados de financiamento (representados pelas negociações privadas, entre duas ou mais partes, não disponíveis ao grande público e não acessáveis em balcões abertos de negociação de títulos, como as bolsas de valores), normalmente apresentam mecanismos contratuais complexos, orientados para a superação dos problemas derivados do perfil das empresas-alvo, que estão principalmente relacionados à assimetria informacional. Em contrapartida, os mercados de negociação abertos (representados por negociações entre duas ou mais partes disponíveis ao grande público e acessáveis por mecanismos como bolsas de valores) são transparentes e representam negociações de financiamento menos robustas e mais genéricas comparativamente.

Os intermediários financeiros, como os bancos ou capitalistas de risco, desempenham um papel fundamental na definição e funcionamento dos mercados de

financiamento das pequenas empresas. Sua existência é função das economias de escala na geração da informação. Ao exercerem o papel de intermediadores e assumirem a responsabilidade de orientar, analisar e monitorar opções de investimento, esses atores reduzem a assimetria informacional existente entre o agente tomador e o agente emprestador ou investidor e minimizam o custo da informação redundante. Com isso, viabiliza-se a transação de capitais entre empresas que operam em níveis inferiores aos da estrutura informacional mínima necessária à existência da relação direta entre os agentes.

A lógica presente no ciclo financeiro das empresas é relacionada aos diferentes estágios de maturação do negócio. Nas fases iniciais, em função do baixo nível informacional e de pouco padrão de performance, as empresas estão mais suscetíveis à absorção de canais de financiamento através de investimento de risco. Nesse caso, o alto risco associado à essas empresas é diretamente relacionado aos padrões de risco inerentes à opções de investimento.

No crescimento, as empresas passam por novos estágios de maturidade, possibilitando maiores condições de obtenção de recursos de dívida ou no mercado aberto.

De acordo com o tamanho e idade da empresa e a informação disponível, há vários canais de financiamentos que passam a ser disponíveis ao longo do período. De fato, o crescimento da empresa e a maturidade correspondem a um aumento da informação da mesma ao mercado e a existência de performance mercadológica, financeira e de gestão. Os primeiros financiadores do crescimento da empresa são os próprios sócios e agentes relacionados aos negócios da empresa, como fornecedores, empregados e outros. Esse estágio pré-operacional é normalmente relacionado ao desenvolvimento do produto ou serviço a ser ofertado no mercado. Somente a partir desse ponto o financiamento de capital de risco passa a fazer sentido, quando a empresa já possui um ativo negociável (o produto ou serviço) no seu mercado- foco.

Os diferentes estágios de maturidade de uma empresa podem estar representados por diversos aspectos, como idade da empresa, volume de faturamento, número ou qualidade dos clientes, número ou potencial dos produtos ou outros elementos

Conforme as firmas crescem, elas passam a dispor de um maior número de alternativas de financiamento, ampliando o leque de opções de risco e diminuindo o custo de captação. A maior amplitude de alternativas existe tanto do lado de capital quanto do lado de dívida, à medida que a empresa passa a ter condições de acessar mercados mais estruturados, complexos e supostamente de custo mais reduzido.

É a partir do entendimento do ciclo e dos diferentes estágios de financiamento das empresas que se torna possível extrair aspectos objetivos e subjetivos da tomada de decisão empresarial.

Ressalta-se que a apresentação dos diferentes estágios, atores e canais no ciclo financeiro da empresa pressupõem uma situação teórica de crescimento. Não se pretende, aqui, fazer uma generalização, mas sim explicitar que a passagem aos diferentes estágios está relacionada à existência de diferentes níveis de assimetria informacional e, conseqüentemente, ao risco das empresas em relação ao seu projeto interno, segundo a percepção do mercado.

Baseado nas presentes abordagens teóricas, busca-se com o presente trabalho verificar os fatores levados em consideração pelas Micro e Pequenas Empresas do Banco do Brasil da Agência de Balneário Camboriu SC, quando da decisão de tomar empréstimos ou usar o crédito, visando avaliar os dados que serão colhidos no decorrer do presente trabalho e averiguar se subsidiarão na implementação de ações que possam incrementar o uso e a utilização do crédito disponibilizado e a fidelização do cliente.

3. METODOLOGIA

3.1. MÉTODO ESCOLHIDO E JUSTIFICATIVA

A pesquisa foi realizada com uma abordagem qualitativa. O tipo de pesquisa utilizada para a elaboração do presente trabalho monográfico foi o Estudo de Caso do tipo Descritivo, procurando obter dados a respeito dos fatores relevantes considerados na utilização do crédito. Estas abordagens e tipos de pesquisas foram utilizadas pelo fato de possibilitar uma melhor análise do comportamento de escolha das linhas de crédito por parte dos clientes.

3.2. INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados foi efetuada através de Dados primários e secundários. Os dados primários foram coletados a partir da aplicação de questionários e da realização de entrevistas a uma amostra dos clientes pessoa jurídica da agência do Banco do Brasil de Balneário Camboriú SC, procurando evidenciar dados relevantes considerados pelos mesmos quando da utilização do crédito. Os dados secundários foram obtidos através de documentos, relatórios e registros disponíveis no sistema do Banco, dentre os quais contratos e cédulas de operações de créditos realizados com os clientes e as transações e liberações registradas nos sistemas, servindo assim de reforço aos dados primários.

A pesquisa propriamente dita contou com entrevistas em forma de questionário aplicando-se um roteiro semi-estruturado, a serem realizadas em 08(oito) micro e pequenas empresas abrangendo o comércio varejista e atacadista de material de construçao, elétricos, tintas e produtos de pintura, vestuário, carnes e frios, e farmácia, além da indústria e comércio de equipamentos eletro-eletrônicos e protetor solar, conforme relacionadas no Item 4.1, para que se pudesse determinar os fatores relevantes considerados nas utilizações dos créditos solicitados e oferecidos.

No estudo em questão seguiu-se o seguinte roteiro semi-estruturado:

1- Comportamento frente a atual situação financeira:

-Grau de dificuldade financeira enfrentada pelas empresas em análise.

2- Forma de capitalização da empresa:

-Como as empresas procuram capitalizar seu negócio.

3- Acessibilidade às linhas de crédito existentes no mercado financeiro.

-Facilidade ou dificuldade em conseguir linhas de crédito.

4- Capacidade de crescimento da empresa x utilização de empréstimos bancários:

-Principais fontes de capital ideal para crescimento da empresa.

-Impacto da utilização de empréstimos bancários no crescimento da empresa.

5- Relacionamento bancário e aspectos relevantes nas decisões no uso do crédito:

-Afinidade e posicionamento em relação às instituições financeiras.

-Fatores considerados na tomada de decisão.

Roteiro este que gerou uma série de perguntas, abaixo relacionadas:

Como sua empresa enfrenta a atual situação financeira?

Qual é a principal forma de capitalização de sua empresa?

Como sua empresa avalia a obtenção de linhas de crédito para as empresas?

A sua empresa já tentou obter um empréstimo?

Qual o percentual disponível sobre o faturamento que sua empresa teria no momento para pagar um provável empréstimo?

Se sua empresa necessitasse de capitalização para crescimento, qual seria sua escolha como fonte de capital ideal?

Qual o principal fator para sua decisão em relação à questão 6 acima?

Você acredita que a utilização de empréstimos bancários modifica a capacidade de crescimento de uma empresa?

Caso a resposta à questão acima tenha sido positiva, a modificação é positiva ou negativa na empresa?

No momento de decisão e escolha da instituição financeira para a utilizaçao de crédito pela sua empresa, quais são os principais aspectos levados em consideração?

Quando pensar em usar emprésimos bancários, quais fatores considerados na tomada de decisão?

Questões estas que foram aplicadas junto às empresas estudadas, relacionadas no Item 4.1, resultando em dados e considerações conforme analises realizadas e resultados obtidos no Item 5.

3.3. AMOSTRA DOS RESPONDENTES DO INSTRUMENTO DE PESQUISA

Empresas da indústria e comércio, clientes do Banco do Brasil da agência de Balneário Camboriú SC, relacionadas no Item 4.1.

3.4. APLICAÇÃO DO INSTRUMENTO DE PESQUISA

A aplicação foi efetuada por meio de entrevistas pessoais em visitas aos clientes e também quando do comparecimento dos mesmos à agência. Foi acrescida de entevistas por

telefone em casos considerados mais práticos, levando-se em conta a desincompatibilidade de horários e disponibilidade de tempo por parte dos empresários. A análise dos demais documentos e sistemas disponíveis ocorreram no ambiente da Agência, pela especificidade e segurança agregados à atividade desenvolvida.

3.5 CRITÉRIOS PARA ANÁLISE DOS DADOS

Das entrevistas foram tabulados os dados na planilha excel, os quais geraram tabelas e gráficos para análise e interpretação dos dados, procurando captar evidências relacionadas aos aspectos teóricos com os dados obtidos na pesquisa de campo, gerando conclusões com maior profundidade relativos à análise e a extrapolação dos dados e resultados encontrados como reflexo da visão geral dos empresários.

Os documentos e sistemas tiveram um aprofundamento mais específicos, procurando destacar os pontos de convegência e divergência, e que foram incluidos nas tabelas e gráficos para análise dos dados e resultados encontrados.

4. LEVANTAMENTO DE DADOS

4.1 HISTÓRICO DAS EMPRESAS ESTUDADAS

A seleção das empresas integrantes do universo estudado obedeceu, inicialmente, a um critério de disponibilidade de acesso às suas informações, às quais apresentamos um breve histórico:

EMPRESA 1: Hidroart Comercio de Material para Construção Ltda

A Hidroart – Materiais para Construção, foi fundada em 1994, numa pequena loja no número 500 da Terceira Avenida em Balneário Camboriú, como uma revenda especializada em matérias hidráulicos básicos e de acabamento.

Com muito trabalho, dedicação e respeito a seus clientes, abriu seu leque de produtos e aumentou seus itens, ampliou suas instalações e inaugurou novas lojas.

É uma empresa referência no segmento de materiais para construção, pelo atendimento amigo, qualidade e preço dos produtos, tendo excelência em todos os serviços prestados, conquistando uma parcela significativa dos mercados onde atua.

Valoriza seus clientes, funcionários e fornecedores buscando satisfazer as suas necessidades através de bons produtos e serviços.

EMPRESA 2: Dahuer Industria e Comercio de Cosméticos Ltda.

A Dahuer é uma empresa catarinense que iniciou suas atividades em Balneário Camboriú SC, no ano de 1986. Nestes mais de 20 anos de mercado, seus produtos de alta qualidade, conquistaram a preferência de consumidores em toda a região.

Todos os produtos são desenvolvidos por profissionais especializados, alinhados à filosofia da Dahuer que é garantir saúde a sua pele, antes e depois da exposição ao sol.

EMPRESA 3: Rossi Materiais Elétricos Ltda.

A Rossi Materiais Elétricos está atuando no mercado a 28 anos, oferecendo uma ampla variedade de materiais elétricos, que abrange desde a entrada de luz até o acabamento final.

Tem uma equipe de colaboradores que possuem amplo conhecimento dos produtos oferecidos, facilitando a compreensão entre cliente e empresa.

Seu principal objetivo é conquistar os clientes através de um bom atendimento, oferecendo preços acessíveis e possibilidade para criar uma parceria fiel e duradoura.

E para agilizar as vendas oferece o serviço de Tele-entrega, o cliente liga e em seguida entregam o material solicitado sem custos adicionais.

EMPRESA 4: Líder Comercio de Tintas Ltda

A empresa Líder Comércio de Tintas Ltda-ME foi constituída em Julho de 2003, atuando no comércio atacadista e representações de tintas eletrostáticas em pó, atendendo toda a região sul e principalmente o Estado de Santa Catarina.

As tintas em pó são utilizadas para pintura de diversos produtos e materiais, tais como: luminárias, gabinetes para computadores, bicicletas, eletrodomésticos (geladeiras, fogões, fornos, exaustores, máquinas de lavar, ar condicionados, etc.), móveis de aço, aparelhos para ginástica, acessórios para escritório, painéis, estruturas metálicas, esquadrias de alumínio, peças de automóveis, enfim, para uma infinidade de produtos.

Também começou a comercialização de tinta em pó reciclada que são utilizadas para pintura de produtos mais rústicos, embora não perdendo as características de proteção e durabilidade dos produtos pintados, onde não há necessidade de um excelente acabamento, tais como: carrinho de mão e betoneiras para construção civil, caixas metálicas para medidores de energia elétrica, caixa de ferramentas, ferramentas em geral, etc.

A empresa investiu na ampliação do espaço físico e aquisição de novos equipamentos para atender a demanda do mercado ampliando assim a sua participação no segmento de tintas em pó.

EMPRESA 5: Palladium Industria e Comércio Ltda.

A Palladium Industria e Comércio, fundada em 1997, em Balneário Camboriú SC, fabrica equipamentos industriais e eletrodomésticos.

Incluem-se entre os principais produtos: Fatiadores Profissionais com acabamento opcional e alumínio anolizado, Secador de Mãos, Purificador de Ar, Cortinas de Ar, Genial Dry Multifuncional.

Busca em seu trabalho a qualidade, a confiança e o crescimento, para atender a clientes no mercado brasileiro e internacional.

EMPRESA 6: Camboriu Surf Shop Confecções Ltda ME

É uma empresa franqueada da Mormaii Surf Shop, constituída em 1997, localizada em ponto comercial privilegiado, na esquina da Av. Brasil com a Rua Alvin Bauer, no centro de

Balneário Camboriú SC. Loja reformada recentemente, adequando-se aos padrões de lay-out da marca, utilizando para tanto recursos do proger.

Bem conceituada no mercado por oferecer produtos de padrão e qualidade superior, além da diversidade e praticidade oferecida a seus clientes.

Possui um quadro de funcionários com boa experiência e adequadamente preparados para o atendimento e oferta/venda dos produtos e serviços.

EMPRESA 7: Distribuidora Carol Ltda ME

A Distribuidora Carol, constituída em 1994, com sede em Balneário Camboriú SC, atua no ramo de comércio atacadista de carnes e derivados, e outros produtos alimentícios. Detém posição destacada no mercado pela seriedade na condução de seu negócio e possui como principais clientes os restaurantes e mercados da Região.

Sempre atento às exigências do mercado e à evolução da concorrência, vem aperfeiçoando e aprimorando os processos de produção e distribuição de seus produtos e serviços, bem como investindo continuamente no treinamento de seu quadro funcional.

EMPRESA 8: João Carlos Alves Padilha ME

Empresa tradicional, constituída em 1984. Farmácia franqueada da rede Farmais, marca conhecida no mercado, atuando nos ramos de dispensação de medicamentos e manipulação de fórmulas.

Localizada na Av. Central, em ponto privilegiado, com filial junto ao Supermercado Big, ambas no Centro de Balneário Camboriú SC.

4.2 SOLUÇÕES BANCO DO BRASIL

As micro e pequenas empresas são as principais geradoras de emprego no Brasil e, consequentemente, grandes impulsionadoras da nossa economia. E é por isso que o Banco do Brasil se dedica a esse segmento como se fosse seu próprio negócio.

Prova disso é a linha completa de produtos e serviços à disposição das empresas, desenvolvida especialmente para atender às necessidades das mesmas, além de profissionais capacitados para orientá-las a encontrar as melhores soluções para os seus negócios.

O Banco do Brasil, com experiência de quase 200 anos de atuação no mercado, pode constribuir para o sucesso das empresas com ótimos negócios, tornando-se um parceiro para

todos os momentos com uma série de soluções e vantagens. A começar pelas opções em crédito para reformar, modernizar e expandir os negócios, para exportar os produtos e também capital de giro para o dia-a-dia. Oferece, ainda, variado portfólio de investimentos para aplicação dos recursos com segurança e rentabilidade, além de produtos de previdência, seguridade e capitalização.

As Soluções do Banco do Brasil em serviços Bancários simplificam processos e facilitam o gerenciamento das Empresas, além da maior rede de atendimento do País e profissionais qualificados para assessorar os clientes em seus negócios.

Destacamos alguns produtos e serviços que integram o variado portfólio de Soluções do Banco do Brasil:

Gerenciador Financeiro – É uma solução prática e eficiente para o gerenciamento das Empresas. Oferece prestação de serviços e acesso a transações bancárias, aliando comodidade à máxima segurança.

Investimentos – Os clientes podem contar com completo portfólio de investimentos para aplicar os recursos disponíveis, em que a solidez e a credibilidade andam de mãos dadas com a transparência, dentre os quais: Fundos de Investimentos BB, CDB-Certificado de Depósito Bancário e Poupança.

Seguros, Previdência e Capitalização – O banco dispõe de seguros, planos de previdência e título de capitalização com taxas de administração e condições exclusivas para as Empresas protegerem seu patrimônio, valorizarem seus funcionários e realizarem seus projetos. Os principais são: BB Seguro Auto, Seguro Ouro Empresarial, Seguro Ouro Máquinas, BB Seguro Transporte Internacional, Seguro Ouro Implementos Agrícolas, Seguros Personalizados, BB Seguro Saúde Empresa, Brasilprev Pequena Empresa e Ourocap Empresa.

Serviços Bancários – O Banco do Brasil oferece soluções em Pagamento e em Recebimento que simplificam processos, aumentam a organização financeira e proporcionam facilidade e praticidade para gerenciar negócios. Destacam-se: Ourocard Empresarial, Pagamento de Salários, Pagamento Eletrônico de Salários, Cobrança, Pagamento de Tributos, Depósito Identificado, Depósito Eletrônico de Cheques, Débito Automático, Custódia de Cheques, Pacote de Serviços Pessoa Jurídica, Licitações-e.

Capital de Giro e Recebíveis – O dinheiro de que as Empresas precisam para pagar fornecedores, comprar matéria-prima ou mesmo fechar um bom negócio elas encontram no Banco do Brasil, com as melhores taxas do mercado. As principais linhas de crédito para capital de giro e recebíveis são: BB Giro Rápido, BB Giro Automático, Cheque Ouro

Empresarial, Desconto de Cheques, Desconto de Títulos, Antecipação de Crédito ao Lojista-ACL e BB Giro Décimo Terceiro Salário.

Financiamentos de Investimentos – Para crescer, é preciso investir. E o Banco do Brasil dispõe de financiamentos para ampliar, reformar, modernizar ou mesmo abrir Empresas, com taxas de juros diferenciadas e prazos de pagamento adequados a cada modalidade de investimento. Dentre as principais linhas de crédito para financiamentos de investimentos estão: Proger Urbano Empresarial, Proger Turismo Investimento, Cartão BNDES, Finame, Finame Leasing, BNDES Automático, Leasing e Programa de Informatização de Empresas.

5 RELATO DOS ASPECTOS ABORDADOS E RESULTADOS OBTIDOS

5.1 COMPORTAMENTO FRENTE À ATUAL SITUAÇÃO FINANCEIRA

O presente item apresenta a caracterização e análise realizadas com o intuito de focalizar as limitações conjunturais e as dificuldades enfrentadas pelas empresas em estudo. Destaca-se o comportamento frente a atual situação financeira. Descreve também as principais dificuldades financeiras enfrentadas.

Todas as empresas aqui estudadas confirmaram já ter enfrentado em diferentes graus dificuldades financeiras, conforme pode-se observar na Figura 1, ao longo dos anos de sua existência.

Figura 1: Grau de Dificuldades Financeiras Enfrentadas no Período de Existência

Grau de Dificuldade	Muita	Pouca	Nenhuma
Dificuldade de Pagamento de Salários	1	5	2
Dificuldade de Pagamento de Impostos	3	4	1
Dificuldade de Pagamento de Fornecedores	2	4	2
Dificuldade de Pagamento de Empréstimos	2	4	2

Neste contexto, procurou-se saber de que forma as empresas conduzem suas ações estratégicas a fim de superar as ameaças que se apresentam, notadamente no que tange as habilidades e dificuldades detidas pela empresa para competir no mercado e aproveitar as diferentes oportunidades que surgem em seu segmento de atuação. A figura 2 sintetiza as principais dificuldades financeiras enfrentadas pelas mesmas na atualidade.

Figura 2: Grau de Dificuldades Financeiras Apresentadas Atualmente

Grau de Dificuldade	Muita	Pouca	Nenhuma
Dificuldade de Pagamento de Salários	-	3	5
Dificuldade de Pagamento de Impostos	2	3	3
Dificuldade de Pagamento de Fornecedores	1	2	5
Dificuldade de Pagamento de Empréstimos	1	2	5

Verificou-se, como nos mostram as figuras 1 e 2, que com o passar do tempo as empresas foram melhorando suas condições financeiras. Além disso o que contribuiu para uma evolução do equilíbrio no fluxo de caixa foram as disponibilidades das linhas de créditos que foram intensificadas pelas instituições financeiras recentemente, de tal forma que o grau de dificuldade tende a diminuir ainda mais.

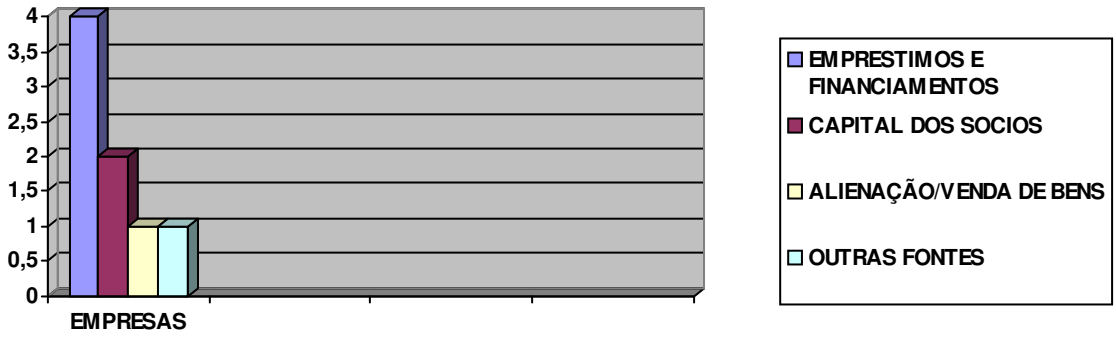
5.2. FORMA DE CAPITALIZAÇÃO DA EMPRESA

Grande parte das empresas, a partir de um determinado estágio de sua vida, se defrontará com uma situação onde é preciso crescer a uma velocidade superior àquela que sua capacidade de financiamento pode suportar. Trata-se de uma fase onde ela deverá crescer para atingir um novo patamar, sob pena de entrar em um processo degenerativo de crescimento a taxas medíocres, que a levará ao fim.

A constatação de que a disponibilidade de capital próprio em breve será insuficiente para suportar o ritmo de crescimento remete ao fato de que mais cedo ou mais tarde grande parte dos novos negócios terá de buscar alguma fonte de capital de longo prazo para sustentar seu crescimento. Com base nestas argumentações, acredita-se ser de fundamental importância para o empresário desenvolver habilidades que lhe permitam maior nível de conhecimento e, portanto, controle dos processos de capitalização disponíveis no mercado, objetivando aumentar a taxa de sucesso do crescimento de suas empresas.

Objetivando captar o real direcionamento dado pelos empresários aos seus negócios, procurou-se evidenciar as principais formas de capitalização das empresas em estudo, como nos mostra o Gráfico 1.

Gráfico 1: Forma de Capitalização das Empresas



Percebe-se, que com alta freqüência recorre-se à bancos e instituições financeiras para aporte de recursos visando capitalizar a empresa para incrementar seus negócios e crescer no mercado de atuação da mesma.

5.3 ACESSIBILIDADE ÀS LINHAS DE CRÉDITO EXISTENTES NO MERCADO FINANCEIRO

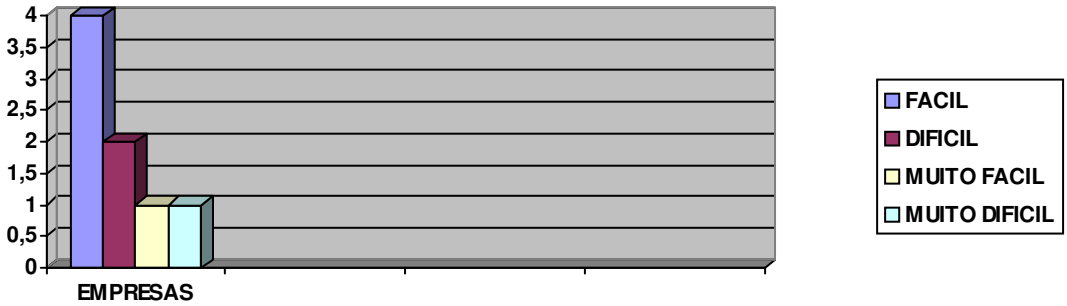
Observa-se nos últimos tempos, que o principal problema na maioria das empresas do País é o desencaixe entre os prazos de pagamento e recebimento dos recursos financeiros. Essa deficiência na condução destas rotinas de fluxos de caixa e orçamento empresarial leva o empreendedor à tomada de recursos financeiros em instituições de créditos, exigindo uma maior preparação voltada ao gestor de recursos financeiros afim de melhorar o controle e a negociação de faltas e excedentes financeiros e principalmente na escolha da linha de crédito mais adequada às suas necessidades.

Mais recentemente foram criadas algumas linhas oficiais de crédito direcionadas especificamente às iniciativas econômicas das micro e pequenas empresas, auxiliando na viabilidade e no aperfeiçoamento das atividades que realizam ou pretendam realizar indo de encontro à expectativa de permanência ou de ampliação ao próprio negócio.

Neste contexto observa-se que os juros do Brasil estão entre os maiores do planeta. Mas a situação vem melhorando: as taxas estão diminuindo, ainda em marcha lenta, e há mais crédito na praça para os empreendimentos de menor porte. Tanto é assim que a participação das micro, pequenas e médias empresas no total de crédito contratado aumentou para 51% em 2006, em comparação com 46% em 2005 e 41% em 2004, de acordo com o Banco Central. Os números são sobretudo resultado da queda dos juros. É que, com a retração, os bancos passaram a ganhar menos com a compra de títulos públicos e acabaram buscando outros ganhos com empréstimos a empreendedores.

Dentre os pontos abordados, buscou-se verificar a facilidade ou dificuldade em se conseguir as linhas de crédito existentes atualmente no mercado financeiro, como nos mostra o Gráfico 2.

Gráfico 2: Acessibilidade às Linhas de Crédito Existentes no Mercado Financeiro



Evidenciou-se, que com a intensa oferta dos bancos por linhas de crédito às empresas, ficou mais acessível o crédito, principalmente em empresas já operando e com histórico no mercado e na praça.

5.4 CAPACIDADE DE CRESCIMENTO DA EMPRESA x UTILIZAÇÃO DE EMPRÉSTIMOS BANCÁRIOS

A Micro e Pequena Empresa é um público de grande importância no cenário econômico nacional, recebendo grande estímulo do Governo Federal através da definição de políticas públicas, sendo grande gerador de recursos e empregos.

No contexto País, o segmento Micro e Pequena Empresa assume grande importância como agente de crescimento econômico, pela capacidade de gerar emprego e renda com baixo investimento, por promover o crescimento local e contribuir para a inserção social e melhor distribuição da renda nacional. Além disso, funciona como agente essencial à cadeia produtiva das médias e grandes empresas.

Com a expansão e o crescimento da empresa, agrega-se a demanda por dinheiro para comprar máquinas mais modernas ou para bancar uma exportação ou necessidade de capital de giro.

Empresas saudáveis e em crescimento geram emprego, distribuem renda, qualificam profissionalmente e treinam outras pessoas e recolhem mais impostos, gerando benefícios para toda a sociedade.

5.5. PRINCIPAIS FONTES DE CAPITAL IDEAL PARA CRESCIMENTO DA EMPRESA

Na atual conjuntura e num cenário que aponta para a queda das taxas de juros e conseqüente redução do "spread" dos bancos, os mesmos precisam aumentar a carteira de clientes e o crédito concedido aos empreendimentos, oportunizando e facilitando com isso o crescimento das empresas.

Dentre as mais diversas linhas de crédito disponibilizadas, existem algumas mais vantajosas em termos de taxas, prazos e condições. O BNDES e outros bancos estatais, como o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal que, tem acesso a recursos públicos, podem cobrar taxas menores nas operações de crédito. A maior parte das linhas baratas são destinadas a investimentos. Mas também existem financiamentos para capital de giro com juros abaixo da média.

Segundo afirmações das próprias empresas, as linhas de crédito que mais impacta no crescimento das empresas é o Capital de Giro e o Financiamento para Investimentos.

5.5.1 Capital de Giro

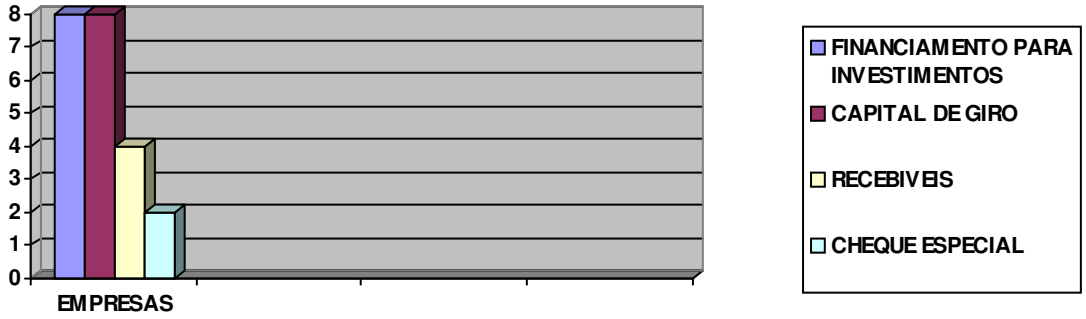
A falta de recursos para movimentar o dia-a-dia do negócio – do pagamento de salários à compra de matéria-prima – desequilibra o fluxo de caixa de muitas empresas. Segundo pesquisa do Sebrae, 63% das micro e pequenas empresas que pedem dinheiro ao banco buscam recursos para comprar insumos e cobrir gastos do dia-a-dia. Ou seja: precisam de capital de giro.

5.5.2 Financiamento para Investimentos

Nas linhas de crédito para investimentos consegue-se dinheiro para bancar a expansão da empresa: dá para comprar máquinas, veículos, computadores ou mesmo fazer reformas. Nessa modalidade estão algumas das linhas mais vantajosas do mercado, com prazos maiores e juros menores. É o caso do Proger, oferecido pelo Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal, e também das linhas do BNDES, como Finame e BNDES Automático, concedidas por intermédio dos principais bancos do País.

Por ocasião do presente estudo e em consonância com as diretrizes aqui propostas, levantou-se junto às empresas em questão que as principais linhas de créditos consideradas ideais para crescimento das empresas é o Capital de Giro e Financiamento de Investimentos, com resultados positivos junto às mesmas, como podemos verificar no Gráfico 3.

Gráfico 3: Linhas de Créditos Ideais para Crescimento das Empresas



5.5.3 Impacto da Utilização de Empréstimos Bancários no Crescimento da Empresa

Já é possível conseguir recursos bancários a juros baixos, embora os juros do Brasil estar entre os maiores do planeta. Porém a situação vem melhorando: as taxas estão diminuindo, ainda em marcha lenta, e há mais crédito na praça para os empreendimentos de menor porte. E isso têm reflexo direto com efeito positivo no crescimento das empresas, principalmente quando evidenciado a correta aplicação dos recursos tomados.

Para que a empresa possa usufruir das vantagens das linhas de crédito existentes e evitar conseqüências negativos no seu crescimento foram abordados alguns pontos evidenciados junto às mesmas conforme mostra a figura 3.

Figura 3: Itens Abordados junto às Empresas

Itens	Sim	Não
1- Avalia suas Necessidades de Financiamentos	5	3
2- Calcula seus Lucros	4	4
3- Escolhe a Linha Certa	5	3
4- Pesquisa as Taxas	6	2
5- Separa as Contas do Negócio das Despesas Pessoais	5	3

Estudou-se, neste caso os pontos que podem impactar no crescimento das empresas conforme relatamos abaixo:

1- Avalia suas Necessidades de Financiamento:

Antes de tudo, é preciso se certificar de que os financiamentos são mesmo a melhor saída. Dinheiro emprestado não é a solução para rombos constantes no fluxo de caixa. Se os déficits

forem crônicos, o financiamento pode acabar de afundar seu negócio. No caso, o melhor mesmo é identificar a origem do problema antes de bater na porta do Banco. Dependendo da situação, pode ser mais barato fazer uma liquidação para se desfazer do estoque inadequado, por exemplo, do que recorrer a um financiamento.

2- Calcula seus Lucros

Antes de fechar a operação é necessário analisar se o lucro gerado pela empresa é suficiente para o pagamento. Se a meta for pegar dinheiro para investir, é preciso lembrar que o empréstimo só é viável se os custos das operações forem menores do que a margem de lucro resultante do investimento. Só vale a pena tomar o crédito se os juros puderem ser repassados aos produtos.

3- Escolhe a Linha Certa

Procurar identificar a melhor linha tanto em relação aos juros como aos prazos. Muitas empresas usam recursos de capital de giro, com juros maiores e prazos mais curtos, para financiar investimentos que dão retorno de longo prazo.

4- Pesquisa as Taxas

A oferta de crédito está crescendo. Então é preciso comparar as taxas cobradas por diversas instituições. Isso ajuda tanto na obtenção de novas linhas como na negociação de dívidas antigas.

5- Separa as Contas do Negócio das Despesas Pessoais

Procurar fugir da tentação de recorrer ao crédito pessoal para financiar o negócio. A manobra, apesar de prática, custa caro. Muito caro. Só para comparar, os juros médios mensais do cheque especial, de 7,79% em maio passado, são mais do que o dobro da média para desconto de duplicata, de 3,48%, segundo os dados mais recentes da Anefac. Jamais misturar caixa da empresa com o pessoal. A prática, bastante comum entre pequenos empresários, atrapalha o banco na hora de analisar as finanças da empresa.

5.5.4 Relacionamento Bancário e Aspectos Relevantes nas Decisões no Uso do Crédito

Uma importante constatação é que o mercado sinaliza uma ligeira mudança nos relacionamentos com os Bancos e nas tomadas de decisões em relação ao uso do crédito.

Os bancos tiveram de se adaptar rapidamente ao novo cenário de competitividade crescente e estabilização econômica, o que incluía voltar seus negócios, prioritariamente, para a intermediação financeira, que, em princípio, sempre foi o seu papel principal. Aliada a maior concorrência, a entrada de grandes grupos financeiros internacionais, fez com que os bancos, para manter e/ou aumentar sua participação no mercado, voltassem suas ações no sentido de melhor entender o comportamento do consumidor bancário.

Com a exatidão e adequação das informações e também, o conhecimento adequado dos produtos e serviços, as empresas e os bancos podem caminhar em direção a melhores decisões, tanto como "consumidores", quanto "fornecedores".

5.5.5 Afinidade e posicionamento em relação às instituições financeiras:

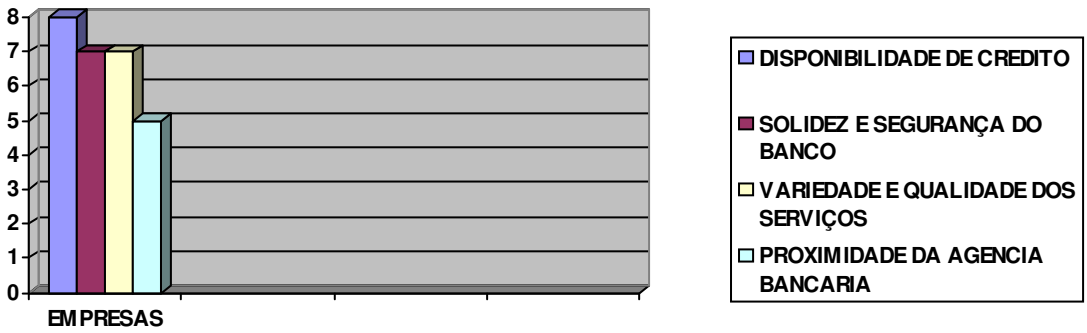
A constante transformação das instituições financeiras no gerenciamento dos clientes de forma encarteirada e com atendimento especializado e proativo, tem fortalecido a parceria entre os bancos e as empresas.

O que torna uma relação mais efetiva e duradoura é a empresa saber como aproveitar melhor os produtos e serviços oferecidos pelos bancos, e os mesmos procurar antecipar-se às necessidades e desejos das empresas.

Descobrir características do comportamento das empresas acrescenta amplas possibilidades aos bancos, além de melhorar a qualidade de relacionamento com as mesmas.

Neste sentido, procuramos identificar quais são os critérios considerados na seleção de um Banco de relacionamento, conforme nos mostra o Grafico 4.

Grafico 4: Critérios Considerados da Seleção de um Banco



No que tange às especifidades organizacionais, o que pode-se perceber é que mesmo a maioria concordando que a disponibilidade de crédito é elemento importante na escolha de

um banco, os demais critérios também foram considerados de relevante importância pelas mesmas.

Generalizar a importância dos critérios de seleção do banco, por meio de todos os tipos de decisão do cliente, não é tarefa fácil. As empresas têm perspectivas distintas, assim como a importância e o conjunto de diferentes critérios variam de acordo com o tipo de serviço considerado. O desafio dos bancos é enxergar a razão de compra do ponto de vista do cliente, seus papéis e suas motivações.

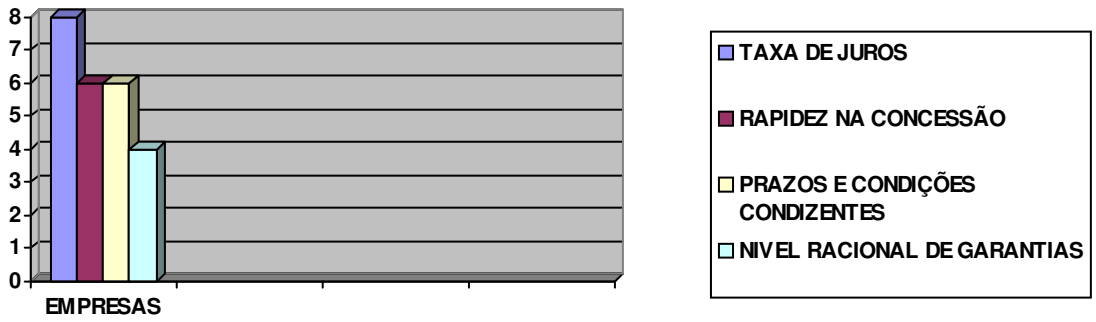
5.5.6 Fatores considerados na tomada de decisão

Toda e qualquer tomada de decisão requer preparo e competência, para que surtam reflexos e retornos positivos.

Nas empresas aqui estudadas, buscou-se verificar as tendências e exigências consideradas pelas mesmas nos processos de decisão junto às instituições financeiras e que fatores realmente afetariam suas escolhas no desenvolvimento do seu negócio, principalmente no que tange às decisões relacionadas à tomada de recursos junto aos estabelecimentos bancários.

No que se refere aos atributos relacionados ao crédito bancário, foram levantados os principais fatores considerados pelas empresas quando da tomada de decisão para o uso do crédito, conforme especificado no Grafico 5.

Grafico 5: Fatores Considerados na Decisão de Uso do Crédito



Um dos principais elementos responsável pela avaliação do banco pela empresa está relacionado com as condições postas em prática pela instituição financeira. Entre as quais, como podemos perceber no gráfico 5 acima exposto, destaca-se as seguintes: taxa de Juros, rapidez na concessão de empréstimos, prazos e condições condizentes com as necessidades das empresas e requisitos relacionados com as garantias solicitadas.

6. CONCLUSÃO

A análise foi realizada objetivando a oportunidade de obter-se dados que revertessem em benefícios para o Banco, mais especificamente para a agência de Balneário Camboriú SC, acerca das características observadas junto às empresas estudadas em relação ao crédito Pessoa Jurídica.

Oportunidade esta, onde detectamos várias consideraçoes que servem como subsídios para o Banco melhor conhecer as expectativas, necessidades e especificidades das empresas, visando melhor direcionar as ações de atendimento a esse importante segmento da economia.

À medida que os bancos melhorem a sua imagem de solidez e segurança, maior será o grau de fidelização dos seus clientes. Foi identificado também que, quanto maior for a variedade e a qualidade dos produtos e serviços prestados, menor será, também, a quantidade de instituições financeiras utilizadas pelas empresas.

Verificou-se, ainda, que além do baixo custo dos empréstimos, é muito importante o montante de crédito disponível para as empresas. Ainda, sobre empréstimos, a exigência sem excesso de garantias contribui para que as empresas continuem a dar preferência aos bancos com as quais já haja histórico de relacionamento.

No tocante ao crédito, podemos perceber que sempre há demandas por parte das empresas, embora em diferentes graus de necessidades e expectativas.

Ficou claro, ainda, que quanto menor for a taxa de juros praticada por uma instituição financeira maior será a propensão da empresa vir a tomar crédito desta instituição, embora dê relativa importância à rapidez na concessão e prazos e condições condizentes.

Outro fator preponderante haja vista a facilidade do crédito em consequência da intensa oferta por parte dos bancos, é que o mesmo esteja disponível no exato momento da necessidade das empresas e de acordo com as perspectivas das mesmas.

Conclue-se, ainda, que a prática da oferta ativa do crédito e dentro das condições e expectativas das empresas, poderá contribuir em muito para alavancar bons negócios e transformá-las em parceiras por parte dos bancos. E neste sentido observou-se que o Banco do Brasil possui uma completa linha de produtos e serviços à disposição, desenvolvida especialmente para atender às necessidades das empresas.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSAF NETO, Alexandre e SILVA, Cesar A. T., **Administração do Capital de Giro**, 2ª ed. Atlas. São Paulo. 1997. 200 p.

BERGER, Allen N. e UDELL, Gregory F. The Economics of Small Business Finance: The Roles of Private Equity and Debt Markets in the Financial Growth Cycle**. Journal of Banking and Finance**, v. 22 (6-8), p. 613-73, 1998.

BERNSTEIN, Peter e DAMODARAN, Aswath **Administração de Investimentos**. Ed. Bookman, Porto Alegre, 2000.

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira.** Atlas. São Paulo. 1989. 408 p.

GITMAN, L.J. **Princípios de administração financeira.** 7 ed. São Paulo: Harbra, 2002.

HELLMANN, Thomas. **Entrepreneurship and the Process of Obtaining Resource Commitments**, *working paper* (SSRN), em 25/04/2001, Stanford University, 2000.

JEHLE, Kathryn. **Budgeting as a Competitive Advantage. Strategic Finance Magazine.** Oct/1999.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. **Micro, pequena e médias empresas, definições e estatísticas**. Brasília, 31 jan. 2007. Disponível em <http://www.mdic.gov.br>. Acesso em 20 mar. 2007.

PORTER, Michael E. **Vantagem Competitiva. Criando e sustentando um desempenho superior**. 4ª ed. Campus. 1989. 512 p.

RATTNER, H. **Pequena e média empresa no Brasil.** São Paulo: Saraiva, 1997, 281p.

Schrickel, W. K. **Análise de crédito: concessão e gerência de empréstimos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

SEBRAE. **A micro e pequena empresa no Brasil**. São Paulo, 02 jan. 2007. Disponível em <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em 20 mar. 2007.

SILVA, José Pereira da. **Análise Financeira das Empresas**. 3ª ed. Atlas. São Paulo. 1996. 484 p.

SMITH, Adam. **A Riqueza das Nações**. São Paulo: Ediouro, 1986.

SOUZA, M.C.A. **Pequenas e médias empresas na reestruturação industrial**. Brasília: Ed. SEBRAE, 1995, 257p.