

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS FINANCEIROS**

Mariléia Pieniz Bazzan

**COMPARAÇÃO ENTRE A DEMANDA DAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS E OS PRODUTOS E SERVIÇOS BANCÁRIOS
OFERECIDOS PELO BANCO DO BRASIL S/A**

Porto Alegre

2007

Mariléia Pieniz Bazzan

**COMPARAÇÃO ENTRE A DEMANDA DAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS E OS PRODUTOS E SERVIÇOS BANCÁRIOS
OFERECIDOS PELO BANCO DO BRASIL S/A**

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

Orientador: Prof. Luiz Antonio Slongo

Porto Alegre

2007

Mariléia Pieniz Bazzan

**COMPARAÇÃO ENTRE A DEMANDA DAS MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS E OS PRODUTOS E SERVIÇOS BANCÁRIOS
OFERECIDOS PELO BANCO DO BRASIL S/A**

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

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

BANCA EXAMINADORA

Prof. – UFRGS

Prof. – UFRGS

Orientador: Prof. Luiz Antonio Slongo – UFRGS

AGRADECIMENTOS

- Agradeço, primeiramente ao meu **esposo Alessandro**, que compreendeu minha ausência em vários momentos e sempre me apoiou na busca de novos conhecimentos.
- Aos **professores da Universidade Federal do Rio Grande do Sul**, especialmente à minha tutora, **professora Caroline Agne Vanzellotti**, pela sua colaboração e dedicação em me auxiliar a desenvolver o trabalho proposto.
- Meus agradecimentos ao **Banco do Brasil S/A**, empresa em que trabalho, por ser minha inspiração na realização deste trabalho.
- Aos **colegas do Banco do Brasil S/A – Agência de Ijuí**, pela colaboração no preenchimento do questionário que resultou em valiosas contribuições para este trabalho e também pelo auxílio na realização da pesquisa junto aos clientes dessa Agência.

RESUMO

Este trabalho teve o intuito de apresentar uma comparação entre as percepções das Micro e Pequenas Empresas e dos funcionários do Banco do Brasil S/A, Agência de Ijuí (RS), em relação à demanda e à oferta de produtos e serviços bancários para este segmento. A escolha deste segmento de empresas é consequência da sua expressiva participação no contexto econômico financeiro atual do Brasil e também pelo fato de a autora deste trabalho gerenciar uma carteira de clientes de Micro e Pequenas Empresas na Agência em que foi realizada a pesquisa. A pesquisa constituiu-se de uma investigação exploratória e foi desenvolvida mediante aplicação de dois questionários, sendo um dirigido aos clientes empresariais e outro aos funcionários que atendem a este segmento. Além disso, foi realizada pesquisa documental sobre as linhas de crédito mais utilizadas pelas Micro e Pequenas Empresas. Após o levantamento dos dados, constatou-se que existe uma grande demanda por crédito para capital de giro e financiamentos para investimentos, sendo que a maioria dos clientes considera que os produtos e serviços bancários oferecidos pelo Banco do Brasil S/A para Micro e Pequenas Empresas atendem às necessidades dessas empresas. No entanto, constatou-se também que existem dificuldades no acesso ao crédito por este segmento de empresas, sendo apontadas como principais a burocracia para a contratação de operações, as restrições cadastrais das empresas ou sócios e a escassez de funcionários para atendimento aos clientes.

Palavras-chave: Micro e Pequenas Empresas. Crédito. Capital de Giro. Financiamento. Investimento.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	-	Frequência de utilização das linhas de crédito disponíveis no sistema bancário para financiamento das atividades da empresa.....	31
Gráfico 2	-	Finalidade da utilização de crédito pelas MPEs.....	31
Gráfico 3	-	Frequência com que as MPEs realizam pesquisa de taxa de juros e linhas de crédito no momento de buscar financiamento para capital de giro e/ou investimento.....	32
Gráfico 4	-	Percepção dos entrevistados sobre a divulgação das linhas de crédito direcionadas para as Micro e Pequenas Empresas pelos bancos.....	33
Gráfico 5	-	Dificuldades encontradas na obtenção de crédito na rede bancária pelas MPEs, na opinião dos entrevistados.....	34
Gráfico 6	-	Visão dos clientes MPEs sobre o atendimento das necessidades das empresas pelos produtos e serviços oferecidos pelo Banco do Brasil S/A	35
Gráfico 7	-	Produtos e serviços bancários que a empresa necessita e não encontra no Banco do Brasil S/A, na visão dos entrevistados.....	35
Gráfico 8	-	Visão dos clientes sobre os produtos e serviços oferecidos pelo Banco do Brasil S/A se comparados aos oferecidos pelos outros bancos.....	36

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACL	–	Antecipação de Crédito ao Lojista
APLs	–	Arranjos Produtivos Locais
BB	–	Banco do Brasil S/A
BNDES	–	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
EPP	–	Empresa de Pequeno Porte
FAMPE	–	Fundo de Aval do Sebrae
FAT	–	Fundo de Amparo ao Trabalhador
FINAME	–	Agência Especial de Financiamento Industrial
FUNPROGER	–	Fundo de Aval do FAT
GEM	–	Global Entrepreneurship Monitor
IBGE	–	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ME	–	Microempresa
MPEs	–	Micro e Pequenas Empresas
PIB	–	Produto Interno Bruto
SEBRAE	–	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
TJLP	–	Taxa de Juros de Longo Prazo
VR	–	Valor Residual

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1 AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL: CLASSIFICAÇÃO E IMPORTÂNCIA NO CONTEXTO ECONÔMICO BRASILEIRO	12
2.2 CAPITAL DE GIRO E INVESTIMENTO	15
2.2.1 Capital de Giro	15
2.2.2 Investimento	16
2.2.3 Capital de Giro Associado	17
2.3 SOLUÇÕES EM CRÉDITO PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BANCO DO BRASIL S/A	17
2.3.1 Soluções em Capital de Giro e Recebíveis	18
2.3.2 Soluções em Financiamentos para Investimentos	20
2.4 A ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E O ACESSO AO CRÉDITO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	23
2.4.1 Administração Financeira das Micro e Pequenas Empresas	23
2.4.2 Acesso ao Crédito nas Micro e Pequenas Empresas	25
3 METODOLOGIA	27
3.1 INTRODUÇÃO	27
3.2 ETAPAS DO TRABALHO	28
3.2.1 Instrumentos de Pesquisa	28
3.2.2 Coleta de Dados	28
3.2.2.1 Seleção de Amostra	28
3.2.2.2 Procedimentos de Coleta	29
3.2.3 Análise e Interpretação de Dados	29
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	30
4.1 COMPARAÇÃO ENTRE A DEMANDA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E OS PRODUTOS E SERVIÇOS BANCÁRIOS OFERECIDOS PELO BANCO DO BRASIL S/A: NA ÓTICA DOS SUJEITOS DA PESQUISA	30
4.1.1 Visão dos Proprietários/Dirigentes das MPEs Clientes do Banco do Brasil S/A, Agência de Ijuí (RS)	30
4.1.2 Visão dos Funcionários que Atendem ao Segmento das Micro e Pequenas Empresas no Banco do Brasil S/A, Agência de Ijuí (RS)	37
5 CONTRIBUIÇÕES E CONCLUSÕES	40
REFERÊNCIAS	42
ANEXO 1 – Formulário de Coleta de Dados Aplicado aos Clientes das MPEs	44
ANEXO 2 – Formulário de Coleta de Dados Aplicado aos Funcionários do BB	46

1 INTRODUÇÃO

As Micro e Pequenas Empresas (MPEs) são responsáveis por aproximadamente 20% do Produto Interno Bruto (PIB) e 60% dos empregos gerados no país. Estes dados demonstram a importância dessas empresas na redução da desigualdade regional, na geração de emprego e renda, na geração de inovações tecnológicas e seu visível impacto no desenvolvimento econômico e social do Brasil (SEBRAE, 2006).

Uma empresa considerada eficiente é aquela capaz de gerar resultados para os proprietários, funcionários, clientes, fornecedores e sociedade, exercendo a capacidade de mudança necessária à sua manutenção num mercado cada vez mais competitivo. Esta empresa deve manter-se atenta às inovações, à incorporação de novos conhecimentos e ao aperfeiçoamento contínuo de seus processos de trabalho.

Segundo estudos realizados pelo Sebrae, as MPEs têm dificuldades de acesso ao crédito e à capacitação, além de serem mais vulneráveis às mudanças no ambiente econômico. Estes estudos revelam ainda, que o sistema financeiro brasileiro não atende às necessidades das MPEs. Para esse segmento, o crédito bancário é muito caro e de acesso muito difícil. Como consequência, ocorre a limitação da capacidade de crescimento das empresas por duas razões: por não possuírem acesso a serviços financeiros de acordo com suas necessidades e pelo fato de aquelas empresas que conseguem acesso ao crédito transferirem significativa parcela da sua renda ao setor financeiro na rolagem de suas dívidas, por conta das taxas de juros muito elevadas.

Atualmente as instituições financeiras oferecem serviços eficientes e sofisticados, sendo necessária uma mudança no sentido de focar o fortalecimento do empreendedorismo, buscando ofertar produtos e serviços financeiros que oportunizem o desenvolvimento dos pequenos negócios.

O Banco do Brasil S/A (BB) tem participação importante na disponibilização de linhas de crédito, seguros e poupança para as MPEs. Possui linhas específicas de financiamento para esse segmento e vem buscando ampliar sua participação no mercado, utilizando-se de linhas de crédito simplificadas para financiamento de longo prazo e para capital de giro. Além disso, por considerar que desempenha um importante papel social e de desenvolvimento, desde o final de 2004 passou a atuar nos Arranjos Produtivos Locais (APLs).

Atualmente cerca de 1,5 milhão de pessoas jurídicas são atendidas pelo Banco do Brasil S/A. Entre as MPEs que demandam crédito no BB, 70% necessitam de capital de giro. Os outros 30% buscam crédito para investimentos. No primeiro grupo, o principal produto é o BB Giro Rápido, com R\$ 10,5 bilhões em créditos contratados e R\$ 4,2 bilhões de créditos utilizados. No segundo é o Proger Urbano Empresarial, com saldo em carteira de 2,7 bilhões (BANCO DO BRASIL S/A, 2006).

A escolha do tema deste estudo foi influenciada pelas demandas geradas no atendimento aos clientes de Micro e Pequenas Empresas na instituição financeira em que trabalho – o Banco do Brasil S/A. Por trabalhar no setor de atendimento a este público, muitas vezes percebia, por meio de comentários de colegas e de clientes, que existiam dificuldades no atendimento das mesmas, surgindo então o interesse em pesquisar o assunto.

Diante das considerações apresentadas, o tema da pesquisa ficou assim definido: **a demanda das Micro e Pequenas Empresas e a oferta de produtos e serviços bancários oferecidos pelo Banco do Brasil S/A.**

Com a realização desta pesquisa buscou-se investigar o seguinte problema: **o Banco do Brasil S/A, através dos produtos e serviços ofertados, consegue atender às demandas das Micro e Pequenas Empresas por produtos e serviços bancários? Quais seriam os impedimentos?**

Delimitou-se a realização da investigação, considerando o porte da empresa e a Agência Ijuí do Banco do Brasil S/A.

Assim, este trabalho teve como objetivo principal comparar as percepções das Micro e Pequenas Empresas e dos funcionários do Banco do Brasil S/A em relação à demanda e à oferta de produtos e serviços bancários para este segmento.

Os objetivos específicos da realização deste trabalho são os seguintes:

- realizar uma pesquisa documental sobre os produtos e serviços bancários oferecidos pelo Banco do Brasil S/A para o segmento das MPEs;
- pesquisar junto aos clientes das MPEs do Banco do Brasil S/A, Agência de Ijuí (RS), quais as demandas que possuem em relação a produtos e serviços bancários e se consideram que o banco atende às suas necessidades ou quais seriam os impedimentos;

- pesquisar junto aos funcionários do Banco do Brasil S/A, Agência de Ijuí (RS), como percebem o atendimento prestado às MPEs, se conseguem identificar suas demandas e atendê-las, ou quais seriam os impedimentos;
- a partir da análise dos dados obtidos, propor ações que poderiam ser implementadas na Agência do Banco do Brasil S/A de Ijuí (RS), contribuindo para a melhoria do atendimento prestado ao segmento das MPEs.

A realização deste estudo justifica-se primeiramente pelo fato de que, na condição de funcionária do Banco do Brasil S/A, atualmente gerencio uma carteira de clientes de Micro e Pequenas Empresas. O conhecimento das principais demandas percebidas por estas empresas em relação a produtos e serviços bancários e a verificação de como os produtos e serviços bancários oferecidos pelo Banco do Brasil S/A para este segmento atende às suas necessidades, bem como quais seriam os impedimentos, auxiliará a equipe de funcionários que atende este segmento na busca da melhoria do atendimento prestado aos clientes. Este trabalho também é adequado considerando-se os conhecimentos adquiridos no curso de Especialização em Gestão de Negócios Financeiros e por não se ter conhecimento a respeito da existência de trabalho envolvendo especificamente a questão estudada.

Assim, pelas condições aparentemente viáveis de realização da pesquisa proposta e com o auxílio do referencial teórico exposto a seguir, desenvolveu-se este estudo.

O método utilizado foi uma pesquisa *survey* do tipo descritiva, pois procurou-se coletar informações sobre as percepções de uma determinada população sobre as demandas das MPEs e compará-las com os produtos e serviços bancários oferecidos pelo Banco do Brasil S/A. Para tanto, realizou-se uma coleta de dados via questionário junto aos clientes e funcionários do Banco do Brasil S/A, Agência de Ijuí (RS), sendo utilizada a definição de amostra por conveniência, sendo os respondentes selecionados em função da facilidade de acesso.

Quanto à estruturação do estudo, inicialmente serão desenvolvidos os principais conceitos relacionados ao tema, trazendo referências da literatura a respeito da caracterização do segmento das Micro e Pequenas Empresas e sua importância no contexto econômico brasileiro. Também serão abordados conceitos de capital de giro e de investimento, bem como administração e acesso ao crédito pelas MPEs.

O capítulo que segue descreve a empresa na qual foi realizada a pesquisa, o Banco do Brasil S/A – Agência de Ijuí (RS), a metodologia adotada e as etapas da realização da pesquisa, enquanto que no capítulo seguinte são apresentados os resultados da pesquisa realizada, as comparações e constatações realizadas a partir da análise dos dados coletados.

E, por fim, no último capítulo constam as contribuições da pesquisa realizada e as conclusões finais sobre o assunto.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para realizar este estudo, considera-se importante e necessário buscar referências na literatura sobre a caracterização do segmento das Micro e Pequenas Empresas e sua importância no contexto econômico brasileiro. Também serão abordados conceitos de capital de giro e de investimento, bem como administração e acesso ao crédito pelas MPEs.

2.1 AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL: CLASSIFICAÇÃO E IMPORTÂNCIA NO CONTEXTO ECONÔMICO BRASILEIRO

Não há unanimidade sobre a delimitação do segmento das micro e pequenas empresas. Observa-se, na prática, uma variedade de critérios para a sua definição e caracterização, tanto por parte da legislação específica, como pelas instituições financeiras, órgãos oficiais e órgãos representativos do setor, ora baseando-se no valor do faturamento, ora no número de pessoas ocupadas, ora em ambos. A utilização de conceitos heterogêneos decorre do fato de que a finalidade e os objetivos das instituições que promovem seu enquadramento são distintos (regulamentação, crédito, estudos, etc.).

Mesmo assim a adoção de critérios para a definição de tamanho da 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 dispõem sobre o tratamento diferenciado ao segmento, e que buscam alcançar objetivos prioritários de política, como aumento das exportações, a geração de emprego e renda, a diminuição da informalidade dos pequenos negócios, entre outras.

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

- **Microempresa** – a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que tiver 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** – a pessoa jurídica e a firma individual que, não enquadrada como microempresa, tiver receita bruta anual superior a R\$ 433.755,14 (quatrocentos e

trinta e três mil, setecentos e cinquenta e cinco reais e quatorze centavos) e igual ou inferior a R\$ 2.133.322,00 (dois milhões, cento e trinta e três mil, trezentos e vinte e dois reais).

O Sebrae utiliza o conceito de pessoas ocupadas nas empresas, principalmente nos estudos e levantamentos sobre a presença da micro e pequena empresa na economia brasileira, os quais são:

- **Microempresa** – na indústria, até 19 pessoas ocupadas; no comércio e serviços, até 9 pessoas ocupadas;
- **Pequena Empresa** – na indústria, 20 a 99 pessoas ocupadas; no comércio e serviços, de 10 a 49 pessoas ocupadas.

Para fins de recolhimento de tributos, a classificação das empresas para enquadramento no Simples considera-se Microempresa (ME) a pessoa jurídica que tiver auferido, no ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 120.000,00, e a Empresa de Pequeno Porte (EPP) aquela que tenha auferido, no ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 120.000,00 e igual ou inferior a R\$ 1.200.000,00. No caso de início de atividades, para fins de opção pelo Simples, a pessoa jurídica deverá observar os limites de receita bruta proporcional ao número de meses de início de suas atividades.

As Micro e Pequenas Empresas são agentes do crescimento econômico nacional, possuem grande capacidade de gerar emprego e renda com baixo investimento, promovendo o crescimento local, contribuindo para a inserção social e melhor distribuição da renda. Também são agentes essenciais da cadeia produtiva das médias e grandes empresas.

Segundo dados do Sebrae (2005), apresentados no Boletim Estatístico de Micro e Pequenas Empresas do primeiro semestre de 2005, em conjunto, as micro e pequenas empresas responderam, em 2002, por 99,2% do número total de empresas formais, por 57,2% dos empregos totais e por 26,0% da massa salarial. Em função do aumento expressivo do número de empregos gerados entre os dois anos nos dois segmentos, a massa salarial apresentou incremento real de 57,3% nas microempresas e 37,9% nas pequenas.

Ainda, segundo o mesmo boletim, as MPEs representaram, em 2002, 99,2% do total de estabelecimentos, responsáveis por 52,8% dos empregos (comparado com 57,2% nos dados do IBGE). Como os dados não incluem os proprietários, sócios e trabalhadores por conta própria, o número total de pessoas ocupadas (20,8 milhões) é menor que nos dados do

IBGE (27,5 milhões, além de distinções metodológicas entre as duas fontes). A diferença reflete-se principalmente no número de pessoas ocupadas nas microempresas, que na RAIS alcança 5,2 milhões e, no IBGE, 9,96 milhões.

Segundo Koteski (2004), diferentes fatores contribuem para a crescente participação desse tipo de empresa na economia brasileira:

- estudo recente elaborado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) mostra que parte da proliferação dos pequenos empreendimentos é resultado da globalização, já que este fenômeno exige que as grandes empresas, ao buscarem uma maior eficiência, terceirizem as atividades de apoio ao negócio principal;
- absorção de mão-de-obra demitida das grandes empresas em decorrência de avanços tecnológicos;
- constatação de gradual redução nas taxas de mortalidade de micro e pequenos estabelecimentos e uma expressiva taxa de natalidade de micronegócios;
- estruturas flexíveis que permitem responder melhor e mais rapidamente às crises econômicas;
- exigência da modernidade, que requer empresas mais enxutas, menores e com maior índice de produtividade;
- espírito empreendedor do brasileiro: o país está em 6º lugar entre os 31 países mais empreendedores do mundo, segundo pesquisa da *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM).

De acordo com estudos do IBGE, estas empresas apresentam baixa dificuldade de barreiras à sua entrada no mercado, mas em contrapartida esbarram numa concorrência muito forte. Possuem também grande dificuldade de sobrevivência, sendo que cerca de 49,4% desaparece em menos de dois anos, conseqüência das inúmeras dificuldades que necessitam enfrentar para se manter no mercado.

O estudo consolidado pelo Sebrae/Fubra (2004), citado por Oliveira e Oliveira (2006) mostra que, na opinião de empresários que encerraram as atividades, estão em primeiro lugar, entre as causas de fracasso, questões relacionadas às falhas gerenciais na condução dos negócios, expressas nas seguintes razões: falta de capital de giro, problemas financeiros, ponto inadequado e falta de conhecimentos gerenciais. Em segundo lugar predominam as causas econômicas e conjunturais, como falta de clientes, maus pagadores e recessão econômica do país. Outra causa indicada, correspondendo a 14% das menções, refere-se à falta de crédito bancário.

Neste contexto de dificuldades, os pequenos negócios ainda não têm recebido tratamento compatível com a sua importância econômica e com a sua inegável capacidade de gerar contrapartidas sociais.

Segundo Koteski (2004), em seu estudo apresentado na *Revista FAE Business*, os programas governamentais brasileiros e a política adotada ainda são insuficientes para atender esse segmento, sendo que um passo importante seria o da garantia do reconhecimento do *status* especial dos pequenos negócios na reforma tributária. Aliás, convém salientar, esse *status* já consta da Constituição Federal (artigos 170 e 179), que cita que as micro e pequenas empresas devem ter tratamento diferenciado e favorecido, com o propósito de estimular o desenvolvimento do setor e da nação.

Percebe-se assim, que apesar da reconhecida importância econômica e social das MPes, este segmento empresarial ainda enfrenta dificuldades representadas principalmente pela falta de preparo dos seus proprietários/administradores para gerenciar o negócio e dos obstáculos existentes para o acesso ao crédito.

2.2 CAPITAL DE GIRO E INVESTIMENTO

2.2.1 Capital de Giro

Capital de giro pode ser entendido como recursos destinados à compra de mercadorias, reposição de estoques, financiamentos a clientes, despesas administrativas, entre outras que corresponde à parte do capital utilizado para o financiamento dos ativos circulantes da empresa.

Assaf Neto e Silva, citados por Felix (2006) afirmam que, em sentido amplo, capital de giro representa o valor total dos recursos demandados pela empresa para financiar seu ciclo operacional, o qual engloba as necessidades circulantes identificadas desde a aquisição da matéria-prima até o recebimento do produto das vendas.

Ainda, sobre capital de giro, Santos (2001, p. 22) traz a seguinte contribuição para definição de capital de giro:

O capital de giro líquido é igual ao ativo circulante menos o passivo circulante. Quando é positivo, corresponde ao volume de fundos de longo prazo (empréstimos e recursos próprios) aplicados no financiamento de estoques e contas a receber. Se for

negativo (passivo circulante maior do que o ativo circulante), significa que a empresa estará financiando seus ativos com recursos financeiros de curto prazo, o que denota um quadro de risco.

O capital de giro precisa de recursos para o seu financiamento, como acontece com o capital permanente representado pelo imóveis e instalações físicas. Dessa forma, quanto maior for o capital de giro, maior será a necessidade de financiamento, seja com recursos próprios, seja com recursos de terceiros.

A quantidade de capital de giro utilizado por uma empresa depende de seu volume de vendas, de sua política de crédito comercial e do nível de estoques que ela precisa manter. Esses três fatores podem variar independentemente uns dos outros.

Mas, qualquer que seja a definição adotada, o conceito de capital de giro está diretamente relacionado com recursos que circulam dentro da empresa em um determinado período, os quais são direcionados a determinadas áreas ao longo do processo produtivo.

2.2.2 Investimento

Investimento é o valor destinado à compra de máquinas e/ou equipamentos, obras civis indispensáveis à implantação, modernização funcionamento ou ampliação da empresa.

Para Santos (2001), os investimentos são financiados com linhas de crédito de longo prazo. Essas fontes de recursos financeiros devem ter um cronograma de pagamento compatível com a geração de caixa dos projetos por ela financiados.

Ainda, segundo o mesmo autor, as fontes de financiamento de longo prazo à disposição das pequenas e médias empresas estão concentradas nos diversos organismos governamentais. As instituições financeiras privadas limitam-se a repassar os financiamentos oriundos da poupança financeira estatizada. Isso acontece porque o sistema financeiro privado não capta recursos com perfil de longo prazo. O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) é a principal fonte de financiamentos de longo prazo no Brasil. Existe uma grande variedade de linhas de crédito com características diferenciadas de prazo, custos financeiros e formas de pagamento.

Para se tomar decisões a respeito de investimentos, é imprescindível uma prévia avaliação econômica pois estes envolvem valores significativos e geralmente têm alcance de longo prazo.

2.2.3 Capital de Giro Associado

O capital de giro associado pode ser definido como o valor destinado a cobrir as despesas que a empresa terá com investimentos realizados. Por exemplo, se a empresa comprar uma máquina, poderá necessitar de matéria-prima para produzir e, neste caso, será financiado o capital de giro, agregado ao investimento.

2.3 SOLUÇÕES EM CRÉDITO PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BANCO DO BRASIL S/A

Também é importante descrever como ocorre o acesso ao crédito para as MPEs no Banco do Brasil S/A.

O primeiro passo é a elaboração do cadastro, para o qual são necessários os seguintes documentos:

- documento de constituição/alterações;
- documentos pessoais sócios/dirigentes;
- CNPJ e Inscrição Estadual;
- comprovante de endereços;
- instrumentos de mandato/procurações.

Segue-se o estabelecimento do Limite de Crédito, que é o limite máximo de endividamento do cliente junto ao Banco. Nesta etapa são solicitados os seguintes documentos:

- comprovantes de bens móveis e imóveis;
- comprovante de faturamento/documentos contábeis.

Estabelecido o Limite de Crédito o cliente está apto a contratar operações de acordo com as necessidades da sua empresa: Capital de Giro ou Financiamentos para Investimentos, sendo que na contratação da operação é realizada a análise das garantias e restrições cadastrais da empresa ou sócios.

2.3.1 Soluções em Capital de Giro e Recebíveis

As principais linhas de crédito disponíveis no Banco do Brasil S/A para Capital de Giro e Recebíveis são:

a) BB Giro Rápido

Nesta linha de crédito são contratados valores que ficam disponíveis para serem utilizados como crédito rotativo, que é o limite do cheque especial da empresa, denominado Cheque Ouro Empresarial e como crédito fixo reutilizável, que é um teto disponível para a empresa utilizar nos momentos em que tiver necessidade, tendo como características:

- taxa de juros prefixada;
- crédito previamente disponibilizado;
- dispensa de garantias reais;
- contrato único com renovações automáticas;
- simulação do empréstimo, no Portal BB;
- reutilização dos valores pagos e renovações automáticas.

b) BB Giro Empresa Flex

O BB Giro Empresa Flex é uma linha de crédito para apoiar a gestão do fluxo de caixa da empresa, atendendo, em uma única operação, as necessidades financeiras de capital de giro e financiamento para aquisição de bens e serviços. O cliente pode optar pela periodicidade de pagamento das parcelas de capital que melhor se encaixe ao orçamento da sua empresa: mensal, bimestral, trimestral, quadrimestral, semestral ou cronograma livre. Esta linha de crédito possui as seguintes características:

- liberações na conta corrente da sua empresa ou diretamente ao fornecedor;
- reutilização dos valores amortizados;
- encargos diferenciados em função do relacionamento do cliente com o Banco;
- pagamento em até 24 parcelas;
- renovação automática.

c) BB Giro Décimo Terceiro Salário

É uma linha de crédito para as empresas que desejam obter recursos para pagar o 13º salário dos seus funcionários, mais os encargos sociais. Possui taxas de juros diferenciadas para empresas que processam a folha de pagamento no Banco do Brasil S/A, sendo o prazo de reposição do crédito de até 13 parcelas mensais.

d) Desconto de Cheques

Proporciona o recebimento antecipado das vendas com cheques pré-datados. É uma forma de aumentar as vendas das empresas oferecendo maior prazo aos clientes, sendo que o Banco do Brasil S/A faz a custódia dos cheques até a quitação da operação.

Além disso, o cliente pode contar com o serviço de depósito eletrônico de cheques (BBCheque) para realizar a custódia dos documentos diretamente da sua empresa, o que proporciona mais segurança. Ou, ainda, pode fazer a custódia dos cheques por meio dos terminais de auto-atendimento do Banco do Brasil S/A ou de qualquer agência do Banco. Podem ser descontados cheques com prazo de até 180 dias e as taxas de juros são negociáveis, de acordo com a parceria comercial do cliente com o Banco, sendo que as garantias geralmente são a fiança ou aval dos sócios ou de terceiros.

e) Desconto de Títulos (Duplicatas)

O Desconto de Títulos possibilita o recebimento antecipado das vendas a prazo mediante o desconto de duplicatas. O limite de crédito é calculado de acordo com as vendas a prazo da empresa. Os títulos podem ser enviados por meio eletrônico, diretamente da empresa, utilizando-se do serviço de cobrança do Banco do Brasil S/A. Podem ser descontados títulos com prazo de até 360 dias e as taxas de juros são negociáveis de acordo com a parceria comercial do cliente com o Banco, sendo que as garantias geralmente são a fiança ou aval dos sócios ou de terceiros.

f) Antecipação de Crédito ao Lojista (ACL)

Com o Antecipação de Crédito ao Lojista, a empresa recebe antecipadamente os valores das vendas com cartões de crédito ou de débito Visa, sendo que operação é garantida

pela Financeira. Para realizar a operação o cliente precisa ter o Banco do Brasil S/A como o seu Banco para o recebimento dos créditos junto à Visanet.

Podem ser antecipados todos os valores agendados pela Visanet com prazo de até 360 dias e a liquidação ocorre automaticamente com os créditos das faturas Visa. As taxas são negociáveis de acordo com o prazo e a garantia é a cessão dos créditos provenientes dos pagamentos das faturas devidas pela Visanet.

g) Recebíveis Cartão a Realizar

O Recebíveis Cartão a Realizar do Banco do Brasil S/A é uma linha de crédito para capital de giro, na qual a empresa antecipa o valor das vendas futuras. O crédito é calculado com base no histórico das vendas dos últimos 12 meses com cartão de crédito Visa. A empresa pode utilizar o crédito de uma só vez ou em parcelas, de acordo com a necessidade do fluxo de caixa da sua empresa. Para realizar a operação o cliente precisa ter o Banco do Brasil S/A como o seu Banco para o recebimento dos créditos junto à Visanet.

As parcelas são amortizadas à medida que os créditos são enviados ao Banco pela Visanet, o que reduz significativamente o valor dos juros pagos. Além disso, a empresa escolhe o melhor dia do mês para pagar as parcelas e, a partir do pagamento da segunda parcela, o crédito pode ser reutilizado e parcelado novamente em cinco meses.

2.3.2 Soluções em Financiamentos para Investimentos

As linhas de Financiamentos para Investimentos oferecidas pelo Banco do Brasil S/A têm como objetivo possibilitar ao cliente investir na empresa sem comprometer seus recursos de capital de giro. Dessa forma, cria condições para a instalação, ampliação ou modernização das empresas. As principais linhas para financiamentos oferecidas pelo Banco do Brasil S/A são descritas sucintamente a seguir:

a) Proger Urbano Empresarial

A finalidade do Proger Urbano Empresarial é o financiamento de investimentos com ou sem capital de giro associado, com recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT).

Atualmente os encargos financeiros são TJLP + 5,15% a.a. (reduzidos em 0,833% a.a. para municípios que aderiram ao Cresce - RS, TJLP = 6,25% a.a. até 30.09.07). As garantias são FAMPE (Fundo de Aval do Sebrae), FUNPROGER (Fundo de Aval do FAT), fiança ou aval dos sócios ou de terceiros, entre outras. O teto para contratação de operações é de até R\$ 400 mil, sendo o valor financiável de até 80% do valor do projeto. O prazo é de até 72 meses, com até 12 meses de carência.

b) Cartão BNDES

Cartão de acesso a financiamento de máquinas e equipamentos industriais, com recursos do BNDES, exclusivamente via Internet no site <<http://www.cartaobndes.gov.br>>.

É destinado às micro, pequenas e médias empresas com faturamento bruto anual de até R\$ 60 milhões. Os encargos financeiros são definidos pelo BNDES, sendo atualmente de 1% ao mês. O limite do cartão é de até R\$ 250 mil e o prazo de pagamento para as operações contratadas é de 12, 18, 24 ou 36 vezes. A garantia é a fiança dos sócios.

c) BNDES Automático

Visa financiar projetos de investimentos nos setores industrial, comercial e de prestação de serviços, com recursos do BNDES. O prazo de pagamento varia em função do empreendimento e da capacidade de pagamento da empresa. Em média o prazo é de 60 meses, com 12 meses de carência. As taxas de juros variam conforme o porte da empresa, local e tipo de empreendimento, sendo atualmente a partir de TJLP + 3,95% a.a.

d) FINAME Empresarial

Linha de crédito disponível para o financiamento de longo prazo para aquisição e produção de máquinas e equipamentos novos, de fabricação nacional, cadastrados na Agência Especial de Financiamento Industrial (FINAME), incluindo veículos de carga. O prazo de pagamento varia em função do empreendimento e da capacidade de pagamento da empresa. Em média o prazo é de 60 meses, com 12 meses de carência. As taxas de juros variam conforme o porte da empresa, local e tipo de empreendimento, sendo atualmente a partir de TJLP + 3,95% a.a.

e) Leasing

O Leasing é o crédito para a empresa adquirir veículos, máquinas, equipamentos e outros bens móveis de origem nacional ou estrangeira, novos ou usados. O arrendamento mercantil é uma modalidade de financiamento que permite a empresa determinar a forma de pagamento das contraprestações e do Valor Residual (VR) que melhor corresponda ao seu fluxo de caixa.

O cliente escolhe o fornecedor, marca e modelo do bem desejado, o qual é adquirido pela BB Leasing e disponibilizado à empresa. De acordo com a vida útil fiscal do bem adquirido, a empresa tem de 24 a 36 meses para pagar o financiamento. No final do prazo contratual, a empresa pode optar pela compra ou devolução do bem ou, ainda, renovação contratual. As principais características do Leasing são:

- financiamento de até 100% do valor do bem novo ou veículo usado e 70% para demais bens usados;
- pagamento ao fornecedor à vista, permitindo que o cliente negocie o melhor preço para sua empresa;
- conservação de capital próprio da empresa;
- possibilidade de dedução das contraprestações para empresas tributadas com base no lucro real, com redução do lucro tributável e, conseqüentemente, do Imposto de Renda e Contribuição Social;
- manutenção dos índices financeiros da empresa, uma vez que a operação de leasing não é registrada como obrigação da arrendatária – a empresa – e a imobilização do bem é efetuada pela arrendadora – BB Leasing;
- encargos prefixados ou pós-fixados, negociados a cada operação;
- não há incidência de IOF.

Através da análise das linhas de crédito para Capital de Giro e Recebíveis e Financiamentos para Investimentos disponibilizados pelo Banco do Brasil S/A, percebe-se, inicialmente, que a instituição está alinhada com as demandas das MPEs por linhas de crédito, oferecendo diversas linhas de crédito, possibilitando às empresas optarem por aquelas que julgarem mais convenientes ao seu tipo de atividade ou fluxo de caixa. Para aprofundar esta análise também é necessário verificarmos a opinião dos proprietários/dirigentes das MPEs e dos funcionários do Banco em relação ao atendimento das demandas das MPEs pelos produtos e serviços oferecidos pelo Banco do Brasil S/A.

2.4 A ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA E O ACESSO AO CRÉDITO NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

2.4.1 Administração Financeira das Micro e Pequenas Empresas

A administração financeira possui importância fundamental nas micro e pequenas empresas, pois de uma boa administração depende a sua sobrevivência.

Santos (2001) relata que o sucesso nesta área depende cada vez mais de práticas financeiras apropriadas. O autor destaca algumas características básicas destas empresas que propiciam maior dificuldade na sua administração, as quais são:

- baixa intensidade de capital;
- forte presença de proprietários, sócios e membros da família como mão-de-obra ocupada nos negócios;
- poder decisório centralizado;
- estreito vínculo entre os proprietários e as empresas, não se distinguindo, principalmente em termos contábeis e financeiros, pessoa física e jurídica;
- registros contábeis pouco adequados;
- utilização de mão-de-obra qualificada ou pouco qualificada;
- baixo investimento em inovação tecnológica;
- maior dificuldade de acesso ao financiamento de capital de giro.

O mesmo autor relata que a maioria dos micro e pequenos empresários, assim como os novos empreendedores, não levam em consideração aspectos importantes como as tendências de mercado, o perfil dos clientes ou o fluxo de caixa. Eles também desconhecem as técnicas de formação de custos de seus produtos e de linhas de crédito que são direcionadas especificamente para suas necessidades.

Importante também a observação de Vos, Keizer e Halman, mencionada por La Rovere, em seu artigo publicado na *Revista de Economia Contemporânea* (2005) de que a baixa capacitação gerencial decorre do fato de as MPEs serem, em sua maioria, familiares. Além disso, o tamanho reduzido das empresas faz com que seus proprietários/administradores tenham um horizonte de planejamento de curto prazo, ficando presos a um círculo vicioso, em que a resolução de problemas diários impede a definição de estratégias de longo prazo e de inovação. Esta baixa capacitação é responsável também pelas dificuldades que as MPEs têm em conquistar novos mercados.

Segundo Antonik (2004), em seu estudo apresentado na *Revista FAE Business*, é consenso geral que as micro e pequenas empresas não se organizam ou se estruturam de maneira eficiente e adequada. No entanto, à medida que se aumenta a força de “alfabetização empresarial”, cresce também a força das micro e pequenas empresas.

Percebe-se que muitas empresas já estão organizando sua estrutura de acordo com sua realidade para competirem no mercado, especialmente aquelas que optaram por investir em sistemas simples de planejamento e de controle.

De fato, com a atual tecnologia, não se faz necessária a utilização de sistemas caros para organizar e estruturar uma pequena empresa. Sistemas baratos e eficazes como as planilhas eletrônicas do tipo Excel, podem auxiliar muito na alocação de dados importantes. No atual contexto do mundo dos negócios, cada vez mais globalizado e competitivo, é fundamental que as empresas de qualquer porte e ramo de atividade tenham como parte de sua cultura a prática do planejamento. Isto implica em buscar o conhecimento profundo do seu negócio, ou seja, conhecer seu público-alvo, seus concorrentes e suas práticas, seus fornecedores, enfim, conhecer seus pontos fracos e fortes e as ameaças e oportunidades do mercado em que estão inseridas.

Na opinião de Lopes, citado por Felix (2006), o planejamento deve ser um processo contínuo e sistematizado. É uma antecipação, com base nos conhecimentos do mercado, dos resultados futuros da empresa, ou seja, define os objetivos a serem alcançados. Permite o acompanhamento dos resultados da empresa (comparação entre o planejado e o efetivamente realizado), levando à tomada de decisão para correção de rumo quando estes estiverem se desviando dos objetivos. Assim, o planejamento é essencial em qualquer área de atuação da empresa, independentemente de seu tamanho, podendo ser efetuado para melhor direcionar seus objetivos e alcançar os resultados esperados, o que pode perfeitamente ser realizado nas micro e pequenas empresas.

Um estudo desenvolvido pelo Sebrae/Fubra, citado por Oliveira e Oliveira (2006), identificou que os fatores de sucesso apontados pelos empresários consolidam-se em três características comuns: habilidades gerenciais, capacidade empreendedora e logística operacional.

As habilidades gerenciais integram o bom conhecimento do mercado onde se atua e uma boa estratégia de vendas. A capacidade empreendedora conduz as características de

aproveitamento das oportunidades de negócios, perseverança e capacidade de liderança. O terceiro fator, logística operacional, ressalta fatores como: escolha de um bom administrador, uso de capital próprio, reinvestimento dos lucros na empresa e acesso a novas tecnologias.

Assim, verifica-se que existem dificuldades na administração das micro e pequenas empresas, sendo necessárias mudanças na forma de administrar os pequenos negócios. É possível que estas empresas tenham uma administração simples e eficaz se buscarem o conhecimento e a assessoria técnica, bem como se utilizarem sistemas adequados às suas necessidades, com custos bastante acessíveis.

2.4.2 Acesso ao Crédito nas Micro e Pequenas Empresas

Na busca por melhores resultados financeiros e procurando ser cada vez mais competitivas, as MPEs assim como as demais, utilizam créditos oriundos do sistema financeiro.

Felix (2006) relata que as micro e pequenas empresas nem sempre buscam créditos direcionados ao seu negócio ou ao tipo de investimento que estão dispostas a fazer. Isso ocorre, muitas vezes, por falta de informação ou de conhecimento ou ainda por não terem acesso às linhas de crédito disponíveis no mercado financeiro. Desta forma, pagam altas taxas de juros em financiamentos que não são destinados a elas.

De acordo com Abramovay e Carvalho (*apud* ARAÚJO *et al.*, 2004, p. 17), “o sistema financeiro brasileiro não atende às necessidades das pequenas e microempresas.” Segundo os autores,

As dificuldades de financiamento na economia brasileira decorrem do custo elevado e das fortes restrições de acesso ao crédito. Essa situação limita a capacidade de crescimento das empresas por duas razões: por não terem acesso a serviços financeiros à altura de suas necessidades e – para aquelas que conseguem estabelecer relação permanente com os bancos – por transferirem significativa parcela de sua renda ao setor financeiro na rolagem de suas dívidas, por conta das taxas de juros muito elevadas.

Ainda, segundo dados de um estudo do Banco Mundial sobre a América Latina, citado por Abramovay e Carvalho (*apud* ARAÚJO *et al.*, 2004), um dos mecanismos pelos quais a concentração de renda dificulta o aproveitamento das energias produtivas da sociedade manifesta-se nos mercados de crédito, em que as capacidades empreendedoras de uma parte importante da sociedade são esterilizadas pela dificuldade em obter os serviços financeiros –

crédito, seguros, conta bancária – que tornem viáveis seus empreendimentos a um custo compatível com a rentabilidade esperada.

Percebe-se assim, que é comum nos estudos referentes ao acesso ao crédito pelas MPEs a conclusão de que existem muitas dificuldades para acesso aos produtos e serviços bancários por estas empresas, sendo os principais obstáculos a falta de conhecimento dos proprietários/administradores das linhas de crédito disponíveis e dos demais produtos e serviços disponíveis, as ainda elevadas taxas de juros e as exigências estabelecidas para a concessão de empréstimos e financiamentos, especialmente quanto à ausência de restrições e às garantias.

Conclui-se, a partir desta breve revisão de literatura, que apesar da sua grande importância para o desenvolvimento econômico e social do país, as MPEs enfrentam muitas dificuldades para sua manutenção e expansão no mercado. As dificuldades identificadas vão desde a falta de conhecimento e planejamento dos proprietários/administradores destas empresas, passando pela falta de atualização tecnológica e chegando às dificuldades de acesso ao crédito, seja pela falta de informação, burocracia ou ausência de garantias. Torna-se então relevante estudarmos como os proprietários e administradores das MPEs do município de Ijuí (RS) percebem-se neste contexto e como visualizam a participação do Banco do Brasil S/A no atendimento das suas demandas, o qual tem buscado aprimorar cada vez mais as linhas de crédito disponíveis para este segmento.

3 METODOLOGIA

Segundo Gil (1999), para que um conhecimento possa ser considerado científico, é necessário determinar o método que possibilitou chegar a esse conhecimento. O método pode ser definido como um caminho para se chegar a determinado fim. Já o método científico é um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se atingir o conhecimento.

Assim, baseado no tema proposto, o trabalho foi desenvolvido norteado pelo seguinte caminho metodológico, realizado com base em literatura apropriada, objetivando atender às necessidades demandadas.

3.1 INTRODUÇÃO

O presente estudo foi realizado no Banco do Brasil S/A, uma grande empresa do setor bancário, próxima de seus 200 anos de história, presente em quase todas as cidades do país, com 15.161 agências e mais de 11 mil pontos de atendimento. Emprega atualmente cerca de 80 mil funcionários, além de milhares de terceirizados e estagiários. Possui, atualmente, cerca de 23 milhões de contas de clientes Pessoa Física e 1,6 milhões de contas de clientes Pessoa Jurídica.

A agência de Ijuí (RS), na qual foi realizada a pesquisa, possui atualmente 36 funcionários e sete estagiários. Tem ainda, aproximadamente 13.000 clientes Pessoa Física e 530 clientes Pessoa Jurídica, dos quais 480 enquadram-se como Micro e Pequenas Empresas.

No setor que atende à Pessoa Jurídica trabalham oito funcionários e um estagiário, sendo que seis funcionários trabalham no atendimento direto aos clientes e dois trabalham no suporte, auxiliando na parte operacional para contratação de operações. Aproximadamente 90% das empresas atendidas pertencem ao segmento das Micro e Pequenas Empresas.

O método utilizado neste estudo foi uma pesquisa *survey* do tipo descritivo, pois procurou-se coletar informações sobre as percepções de uma determinada população sobre as demandas das MPEs e compará-las com os produtos e serviços bancários oferecidos pelo Banco do Brasil S/A. Para tanto, realizou-se uma coleta de dados via questionário junto aos clientes e aos funcionários do Banco do Brasil S/A, Agência de Ijuí (RS), sendo utilizada a definição de amostra por conveniência e os respondentes selecionados em função da facilidade de acesso.

A pesquisa realizada foi predominantemente quantitativa, pois realizou-se um levantamento por amostragem sobre as demandas das MPEs no município de Ijuí (RS), utilizando-se como base da pesquisa dados já existentes na literatura, comparados com os produtos e serviços oferecidos pelo Banco do Brasil S/A para este segmento. Também foi realizada uma abordagem qualitativa, buscando identificar as causas das dificuldades enfrentadas pelas MPEs no atendimento de sua demanda.

3.2 ETAPAS DO TRABALHO

3.2.1 Instrumentos de Pesquisa

No desenvolvimento do presente trabalho foi realizada, inicialmente, uma revisão de literatura em livros, revistas, dissertações sobre o tema e em sites na Internet.

A seguir, visando obter repostas para alcançar os objetivos deste trabalho, foi desenvolvido um questionário estruturado (Anexo 1), constituído de 12 questões fechadas e uma aberta no final, o qual foi aplicado aos clientes das MPEs atendidas pelo Banco do Brasil S/A. Este instrumento de pesquisa teve como objetivo principal realizar um levantamento das demandas que as Micro e Pequenas Empresas possuem em relação a produtos e serviços bancários e se consideram que o Banco do Brasil S/A atende às suas necessidades ou quais seriam os impedimentos.

Também foi elaborado um questionário com cinco questões abertas (Anexo 2), o qual foi respondido por sete funcionários do Banco do Brasil S/A, os quais atendem clientes das MPEs. Este segundo instrumento teve como objetivo pesquisar a forma como os funcionários percebem o atendimento prestado às MPEs, se conseguem identificar suas demandas e atendê-las, ou quais seriam os impedimentos.

3.2.2 Coleta de Dados

3.2.2.1 Seleção de Amostra

Optou-se pela utilização de amostragem não probabilística por conveniência. O questionário com questões fechadas, em sua maioria (Anexo 1), foi aplicado a 104

proprietários ou dirigentes de Micro e Pequenas Empresas que são clientes da Agência Ijuí (RS) do Banco do Brasil S/A, de um total de aproximadamente 480 clientes. Já o roteiro com questões abertas (Anexo 2) foi respondido pelos sete funcionários que trabalham com este segmento das MPEs na Agência Ijuí (RS) do Banco do Brasil S/A.

3.2.2.2 Procedimentos de Coleta

O instrumento de coleta de dados que teve como respondentes os clientes foi aplicado por meio de contato pessoal com cada respondente quando de sua visita à Agência do Banco do Brasil S/A ou em visita realizada às empresas. Para o sucesso da aplicação dos questionários foi fundamental a colaboração dos demais colegas que trabalham com o segmento das MPEs, os quais auxiliaram de forma expressiva na coleta dos dados.

Além disso, realizaram contribuições valiosas nas respostas dadas aos questionários aplicados aos funcionários, os quais também foram entregues pessoalmente a cada um. O período de realização da pesquisa foi de 06 a 24 de agosto de 2007.

3.2.3 Análise e Interpretação de Dados

Os dados coletados junto aos clientes das MPEs foram agrupados de forma quantitativa, por meio de gráficos, representados em percentuais aproximados, a partir de cada questionamento. Os gráficos apresentam os dados coletados de forma detalhada no capítulo 4 deste estudo.

Além de analisar as respostas dos clientes, também foram analisadas e consideradas as opiniões manifestadas pelos funcionários, o que colaborou na interpretação dos dados.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A partir do conhecimento organizado por meio do referencial teórico, de dados obtidos de outros estudos e dos dados resultantes da pesquisa de campo, procurou-se responder aos questionamentos iniciais desta pesquisa.

4.1 COMPARAÇÃO ENTRE A DEMANDA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS E OS PRODUTOS E SERVIÇOS BANCÁRIOS OFERECIDOS PELO BANCO DO BRASIL S/A: NA ÓTICA DOS SUJEITOS DA PESQUISA

A seguir coloca-se a análise da coleta dos dados empíricos obtidos junto aos clientes das MPEs e aos funcionários da Agência Ijuí (RS) do Banco do Brasil S/A, procurando relacionar os resultados obtidos com o referencial teórico.

4.1.1 Visão dos Proprietários/Dirigentes das MPEs Clientes do Banco do Brasil S/A, Agência de Ijuí (RS)

Apresenta-se, a seguir, oito gráficos, em que se pode visualizar os dados primários obtidos junto aos clientes das MPEs do Banco do Brasil S/A, Agência de Ijuí (RS), os quais serviram de importante subsídio para atingir os objetivos propostos nesta pesquisa. Estes dados foram analisados e comparados entre si por meio de comentários a fim de destacar os pontos importantes para este estudo.

Sobre o perfil dos dirigentes/proprietários que responderam ao questionário, aproximadamente 8% eram de empresas que estão com tempo de atividade de até dois anos, 23% de dois a cinco anos, 35% de cinco a 10 anos e 34% das empresas estão em atividade há mais de 10 anos. Quanto ao tempo que as empresas são clientes do Banco do Brasil S/A, 25% das empresas são clientes até dois anos, 29% de dois a cinco anos, 25% de cinco a 10 anos e 21% das empresas são clientes há mais de 10 anos.

De acordo com os dados coletados, a maioria das empresas (62%) utiliza crédito freqüentemente ou permanentemente, o que leva a concluir que existe de fato a demanda por crédito para financiamento das atividades das MPEs, conforme demonstra o Gráfico 1.

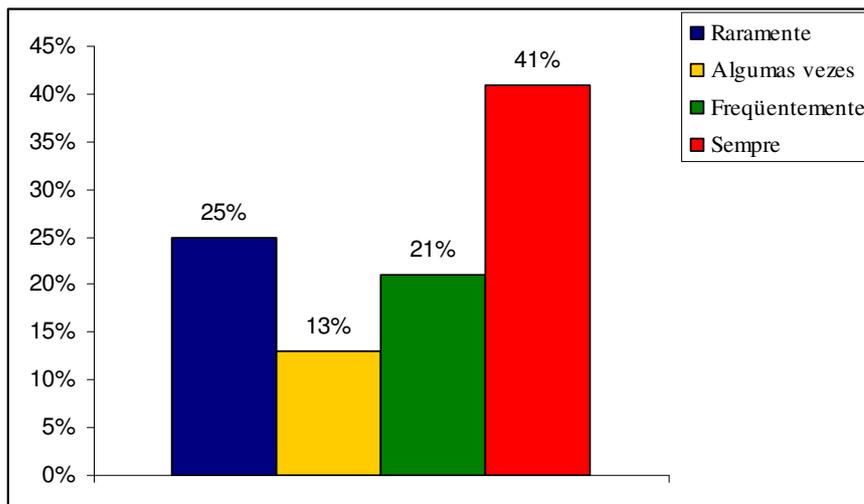


Gráfico 1 – Frequência de utilização das linhas de crédito disponíveis no sistema bancário para financiamento das atividades da empresa.

Fonte: dados da pesquisa (2007).

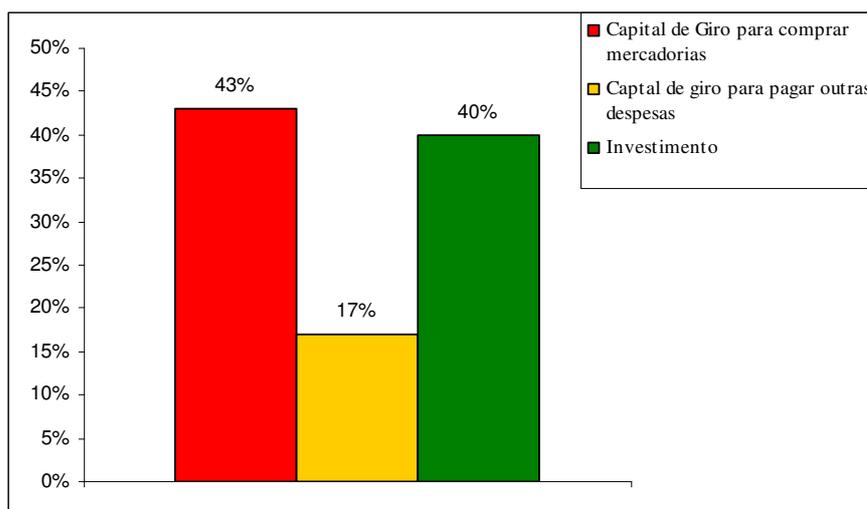


Gráfico 2 – Finalidade da utilização de crédito pelas MPEs.

Fonte: dados da pesquisa (2007).

Analisando o Gráfico 2, percebe-se que a maioria das empresas utilizou o crédito em capital de giro para comprar mercadorias, seguindo-se do crédito para investimento em aquisição de bens, reforma das instalações etc. Além disso, 17% das empresas utilizaram-se de capital de giro para pagar outras despesas administrativas.

Considerando-se conjuntamente a demanda por utilização de crédito pelas MPEs e a finalidade do crédito utilizado, pode-se inferir a falta de planejamento adequado das atividades das empresas, o que gera demanda constante por crédito junto ao sistema bancário, especialmente por capital de giro.

No entanto, apesar de a maioria das empresas utilizarem-se de crédito na rede bancária, estas também possuem o hábito de pesquisar taxas de juros e linhas de financiamento. Os dados demonstrados no Gráfico 3 revelam que 67% das MPEs pesquisam taxas e linhas de crédito quando buscam crédito bancário, sendo que 42% pesquisam em todas as operações contratadas. Porém, 33% das empresas raramente ou nunca pesquisam, o que é preocupante pois significa que podem estar pagando altas taxas de juro ou utilizando-se de linhas de crédito que não são adequadas a sua necessidade, elevando o custo financeiro da manutenção das suas atividades.

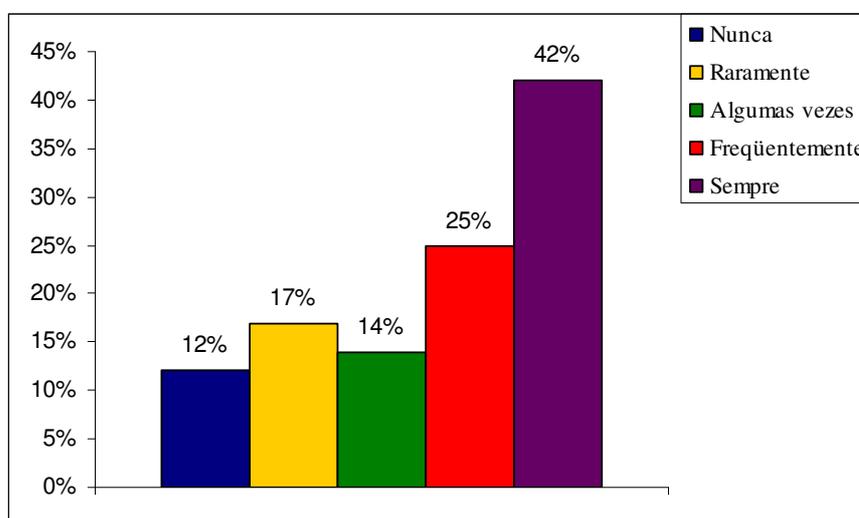


Gráfico 3 – Frequência com que as MPEs realizam pesquisa de taxa de juros e linhas de crédito no momento de buscar financiamento para capital de giro e/ou investimento.

Fonte: dados da pesquisa (2007).

Outro fator importante é que 75% dos entrevistados consideraram ótima ou boa a divulgação das linhas de crédito direcionadas às MPEs. Os principais fatores que podem ter colaborado para esse bom índice são o fato de as instituições bancárias estarem investindo cada vez mais na divulgação de seus produtos e serviços. Isso ocorre devido à concorrência acirrada e à disseminação da Internet, que faz com que as pessoas tenham acesso às informações sem precisarem se deslocar ou contatar pessoalmente com os Bancos. O resultado das respostas a esta questão consta no Gráfico 4.

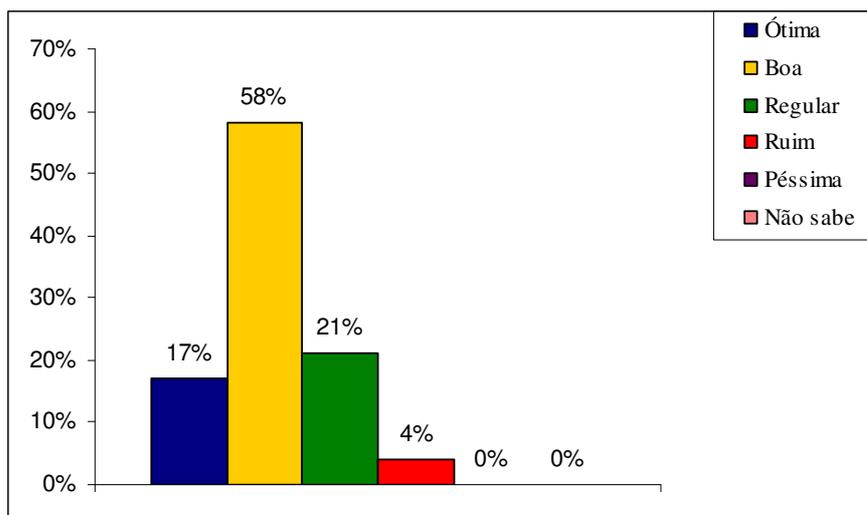


Gráfico 4 – Percepção dos entrevistados sobre a divulgação das linhas de crédito direcionadas para as Micro e Pequenas Empresas pelos bancos.

Fonte: dados da pesquisa (2007).

Quando questionadas sobre as dificuldades que as MPEs encontram na obtenção de crédito na rede bancária, 53% dos entrevistados responderam que consideram que existem poucas dificuldades, 8% afirmam que existem muitas dificuldades e 29% que não existem dificuldades. Na opinião dos que consideram que há dificuldades, conforme se visualiza no Gráfico 5, a maior dificuldade é a burocracia, ou seja, a quantidade de documentos necessários para a contratação de empréstimos ou financiamentos, seguindo-se da falta de garantias, restrições cadastrais da empresa ou sócios, pouco tempo de atividade da empresa e falta de conhecimento sobre os produtos e serviços bancários disponíveis para o segmento, respectivamente.

Talvez o índice dos que consideram que existem muitas dificuldades não tenha sido tão expressivo pelo fato de que todos os entrevistados estão operando com o Banco do Brasil S/A, tendo acesso ao crédito. Mesmo assim, a principal dificuldade apontada pelos respondentes (burocracia) ainda é um fator que prejudica o acesso ao crédito, levando, muitas vezes, os clientes a optarem por operações com taxas de juros mais altas ou de curto prazo por terem contratação mais simplificada, onerando a empresa.

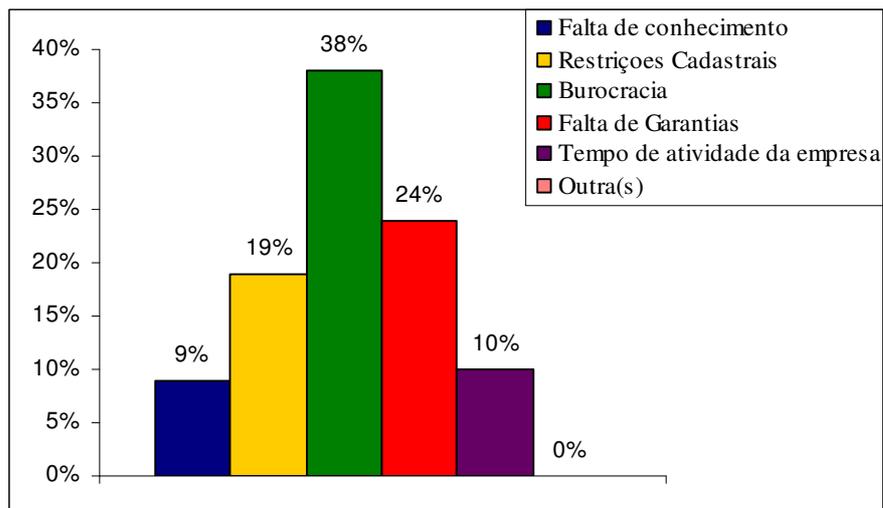


Gráfico 5 – Dificuldades encontradas na obtenção de crédito na rede bancária pelas MPEs, na opinião dos entrevistados.

Fonte: dados da pesquisa (2007).

Nos Gráficos 6 e 7 procura-se avaliar a percepção que os clientes possuem dos produtos e serviços bancários oferecidos pelo Banco do Brasil S/A, comparada às demandas que possuem. Em relação ao fato de os produtos e serviços bancários oferecidos pelo Banco do Brasil S/A atenderem às necessidades das empresas que são clientes da Agência Ijuí (RS), 75% dos entrevistados respondeu que atendem, 21% que atendem parcialmente e 4% que não atendem.

Já sobre os produtos e serviços bancários que os entrevistados consideram que a sua empresa necessita e que não encontram no Banco do Brasil S/A, 13% apontam que não encontram produtos para financiamento de investimentos e 12% de seguros. A indicação de que não encontram produtos para investimentos e seguros no BB revela que pode estar havendo falha na divulgação dos produtos do Banco voltados para estas necessidades, principalmente pelo fato de os entrevistados já serem clientes do Banco do Brasil S/A.

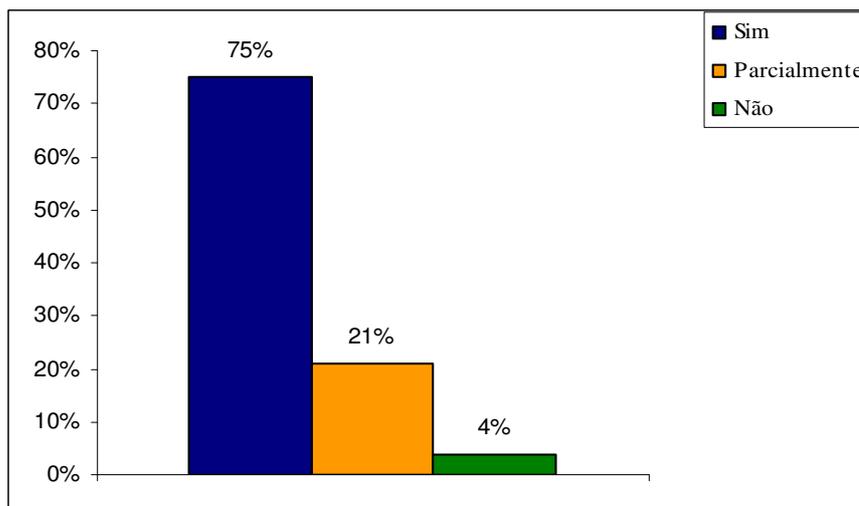


Gráfico 6 – Visão dos clientes de MPEs sobre o atendimento das necessidades das empresas pelos produtos e serviços oferecidos pelo Banco do Brasil S/A.

Fonte: dados da pesquisa (2007).

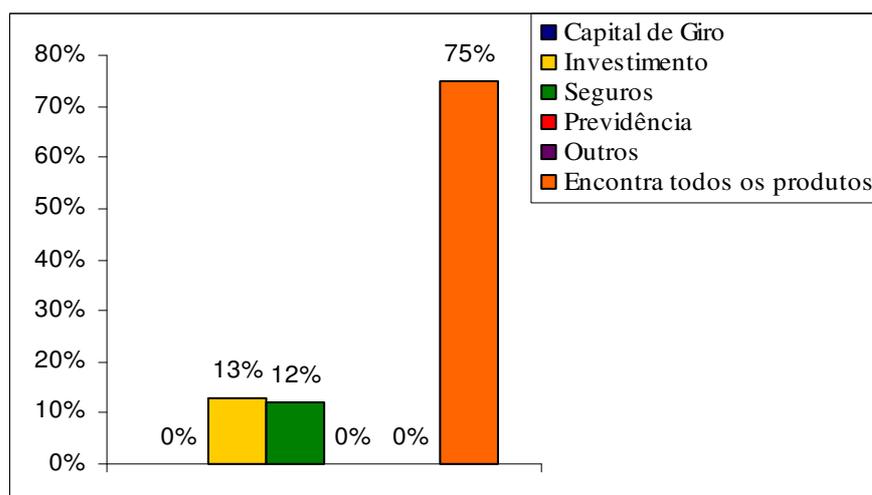


Gráfico 7 – Produtos e serviços bancários que a empresa necessita e não encontra no Banco do Brasil S/A, na visão dos entrevistados.

Fonte: dados da pesquisa (2007).

A partir do levantamento sobre o percentual de clientes de MPEs que se utilizam de produtos e serviços de outros bancos, 46% dos entrevistados afirmaram utilizar-se de mais um outro banco, 17% de mais de um outro banco e 37% utilizam-se somente do Banco do Brasil S/A. Conforme se pode observar no Gráfico 8, dos clientes que utilizam produtos e serviços bancários de outras instituições financeiras, 63% consideram que os produtos e serviços oferecidos pelo Banco do Brasil S/A são iguais aos oferecidos por outros Bancos, 31% superiores e 6% inferiores. Comprova-se assim que existe grande similaridade entre os

produtos e serviços bancários oferecidos atualmente pelas instituições bancárias, sendo que o grande diferencial está no atendimento prestado pelos funcionários, o que pode fidelizar um cliente ou afastá-lo do banco.

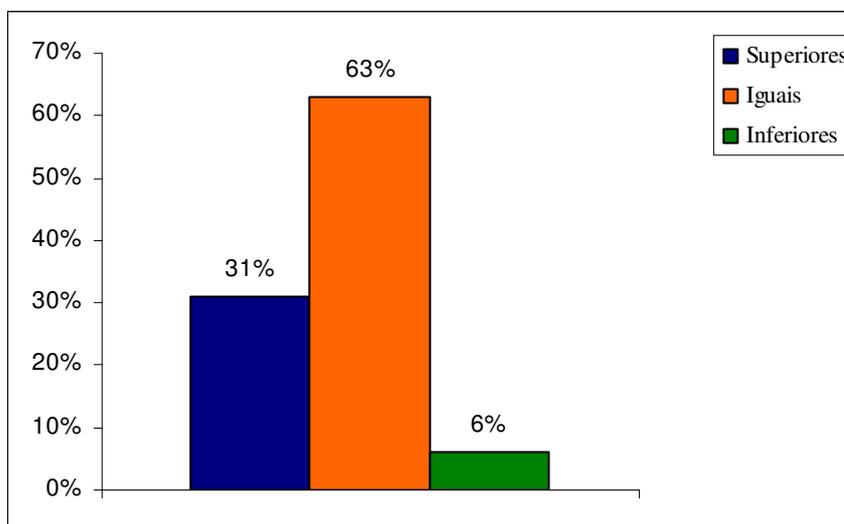


Gráfico 8 – Visão dos clientes sobre os produtos e serviços oferecidos pelo Banco do Brasil S/A se comparados aos oferecidos pelos outros bancos.

Fonte: dados da pesquisa (2007).

Os resultados obtidos por meio da coleta de dados junto aos clientes de MPEs do Banco do Brasil S/A, Agência de Ijuí (RS), trazem uma boa visão sobre a demanda das mesmas por produtos e serviços bancários. Mediante análise dos resultados pode-se concluir que as principais demandas das Micro e Pequenas Empresas são por crédito para capital de giro e financiamento de investimentos. Percebe-se ainda que a grande maioria demanda crédito para capital de giro permanente ou freqüentemente. Isso pode estar relacionado às causas relatadas por Santos (2001), que aponta que a maioria dos micro e pequenos empresários, assim como os novos empreendedores, não levam em consideração aspectos importantes como as tendências de mercado, o perfil dos clientes ou o fluxo de caixa.

Em relação ao atendimento das demandas das MPEs pelos produtos e serviços oferecidos pelo Banco do Brasil S/A, embora a maioria dos empresários considere que o Banco atende às suas necessidades, existe uma parcela que desconhece alguns produtos e serviços que são oferecidos pela instituição financeira para o seu segmento empresarial, o que pode ser atribuído à falha no atendimento prestado a estas empresas.

Também se constatou que, embora em menor grau (devido ao público entrevistado ter acesso ao crédito), existem dificuldades na obtenção de crédito por parte das MPEs, sendo a principal delas a burocracia para a contratação de operações. Também são encontradas dificuldades como falta de garantias, restrições cadastrais da empresa ou sócios, pouco tempo de atividade da empresa e falta de conhecimento sobre os produtos e serviços bancários disponíveis para o segmento, o que está de acordo com os estudos de Abramovay e Carvalho (*apud* ARAÚJO *et al.*, 2004). Estes apontam que as dificuldades de financiamento da economia brasileira decorrem do custo elevado e das fortes restrições de acesso ao crédito, sendo os principais obstáculos justamente aqueles apontados na pesquisa realizada.

Em relação ao custo elevado do crédito disponibilizado para as MPEs, a última questão do instrumento de pesquisa questiona sobre o que o Banco do Brasil S/A poderia mudar para atender melhor as necessidades das empresas. Aproximadamente 67% dos entrevistados responderam que poderia haver redução nas taxas de juros dos empréstimos e financiamentos. Também foram citados outros aspectos como reduzir a quantidade de documentos necessários para a contratação dos empréstimos/financiamentos, ampliar o crédito para as empresas com menos de dois anos de atividades, maior rapidez no atendimento, visitar com mais frequência as empresas e explicar com uma linguagem mais acessível o funcionamento de serviços e produtos oferecidos.

4.1.2 Visão dos Funcionários que Atendem o Segmento das Micro e Pequenas Empresas no Banco do Brasil S/A, Agência de Ijuí (RS)

De acordo com os funcionários entrevistados, a principal demanda percebida em relação aos produtos e serviços do Banco do Brasil S/A é por crédito para capital de giro e financiamento de investimentos, o que significa que estão tendo uma boa percepção das necessidades das empresas, pois o crédito para capital de giro e investimento também foram as principais demandas apontadas pelos dirigentes/proprietários da MPEs.

Segundo os funcionários, a alta demanda por capital de giro decorre do fato de que a maioria dos micro e pequenos empresários não tem conhecimento do fluxo de caixa da empresa, delegando esta tarefa a um profissional terceirizado, geralmente Escritórios de Contabilidade. Dessa forma, demonstram desconhecer a margem de lucro sobre as vendas ou a formação dos custos dos produtos e serviços que comercializam. A falta de conhecimento e

planejamento do fluxo de caixa da empresa interfere diretamente em falhas no planejamento dos gastos, fazendo com que muitos clientes procurem o Banco a fim de socorrer-se com crédito nas linhas de capital de giro, incorrendo em custos financeiros que poderiam ser evitados.

Na visão dos funcionários, as demandas das MPEs são facilmente identificadas, sendo que a maioria delas é atendida pelas linhas de crédito oferecidas pelo Banco para o segmento. Os impedimentos devem-se à falta de documentação solicitada para a contratação de operações, restrições cadastrais da empresa ou dos sócios e limite de crédito estabelecido já utilizado em sua totalidade. Outro importante fator apontado é o excesso de serviços gerados pelas demandas diárias, o que faz com que ocorra demora no atendimento devido à escassez de funcionários. Estes apontamentos também estão de acordo com as conclusões da pesquisa realizada com os clientes.

Em relação às demanda diárias, foi relatado que mesmo o número de funcionários sendo pequeno, ocorre um aumento na demanda devido ao fato de os conhecimentos de informática também serem precários entre a maioria dos micro e pequenos empresários. Esse fato faz com que se utilizem do atendimento pessoal dos funcionários do BB para obter informações que têm à disposição sem precisar se deslocar da empresa até o Banco e que poderiam ser facilmente acessadas através do acesso à Internet, acessando o Gerenciador Financeiro ou a Central de Atendimento do Banco. A utilização destes canais alternativos tornaria o atendimento prestado aos clientes mais ágil, liberando os funcionários da agência para que exerçam a função de consultores, ajudando o cliente a escolher a linha de crédito que melhor atenda às suas necessidades e a compreender o funcionamento dos produtos e serviços de que se utiliza.

Ao realizarem a comparação entre os produtos e serviços oferecidos pelo Banco do Brasil S/A com os produtos e serviços oferecidos pelos bancos concorrentes para o segmento das MPEs, a maioria considerou que são semelhantes, sendo que o diferencial está na forma como o cliente é atendido. Para os entrevistados existem alguns produtos que se destacam pelas taxas de juro e prazos oferecidos, como é o caso do Proger Urbano Empresarial e o BB Giro Rápido. No entanto, alguns citaram que, algumas vezes, a agilidade na contratação de operações é maior em outros bancos, tendo em vista que não exigem alguns documentos que o Banco do Brasil S/A solicita por ser um banco federal, o qual é utilizado pelo governo como instrumento para fiscalização de pagamento dos impostos.

Na opinião dos funcionários, para melhorar o atendimento prestado às MPEs, o Banco do Brasil S/A poderia desburocratizar ainda mais o processo e aumentar o número de funcionários, a fim de atender melhor os clientes e incrementar os negócios, oferecendo linhas adequadas às suas necessidades. Isso é resumido pela resposta de um entrevistado:

O Banco do Brasil poderia facilitar o processo de contratação de operações de crédito, reduzindo o tempo de espera e desonerando o trabalho dos funcionários. Como existem cada vez mais clientes e menos funcionários, a automação e simplificação nos processos se tornam fundamentais.

Dessa forma, conclui-se que há uma sintonia entre as demandas das MPEs apontadas pelos clientes e pelos funcionários, sendo que também concordam em relação ao fato de que os produtos e serviços oferecidos pelo Banco do Brasil S/A atendem ao segmento, embora existam dificuldades no acesso ao crédito, destacando-se a burocracia na contratação de operações, restrições cadastrais das empresas ou sócios e escassez de funcionários.

5 CONTRIBUIÇÕES E CONCLUSÕES

Considerando que o objetivo da realização deste trabalho era comparar as percepções das MPEs e dos funcionários do Banco do Brasil S/A em relação à demanda e à oferta de produtos e serviços bancários para este segmento, acredita-se que o mesmo foi alcançado. Por meio da pesquisa teórica, da coleta de dados e de conversas informais com clientes e funcionários, foi possível sanar dúvidas e embasar algumas suposições iniciais sobre o tema. Também houve o levantamento de ações que podem ser praticadas a fim de melhorar o atendimento a este segmento de clientes na Agência do Banco do Brasil S/A de Ijuí (RS).

Por meio da pesquisa documental realizada sobre os produtos oferecidos pelo Banco do Brasil S/A ao segmento das MPEs, concluiu-se que estes atendem às demandas dos clientes, especialmente no crédito para capital de giro e financiamento de investimentos, o que foi confirmado pelos dados coletados junto aos clientes e funcionários do Banco.

Entretanto, também se constatou que existem alguns dificultadores no atendimento destas demandas, sendo as principais a burocracia na contratação de operações, restrições cadastrais das empresas ou sócios e escassez de funcionários no Banco.

Assim, acredita-se que este trabalho pode contribuir para a melhoria no atendimento aos clientes MPEs da Agência Ijuí (RS) do Banco do Brasil S/A por meio da exposição dos resultados à gerência da Agência e demais funcionários. A partir dos resultados desta pesquisa, procedeu-se a elaboração de um plano de ação para melhoria no atendimento aos clientes por meio da revisão dos processos, verificando-se o que pode ser mudado para que os clientes fiquem ainda mais satisfeitos com o atendimento prestado pelo Banco do Brasil S/A, embora se entenda que as questões da burocracia e restrições cadastrais independem de atitudes que possam ser tomadas pela Agência, pois provêm de escalão decisório superior.

Neste plano de ação, está prevista, inicialmente, a ênfase na divulgação dos canais alternativos de atendimento para os clientes MPEs, a fim de tornar mais ágil o atendimento e liberar funcionários para prestarem um atendimento mais qualificado para aquelas demandas em que este é necessário, exercendo a função de consultores, auxiliando os clientes na escolha das linhas de crédito mais adequadas às suas necessidades e enfatizando a necessidade de conhecerem o fluxo de caixa da empresa, os custos dos produtos e serviços vendidos, enfim, a buscarem maior eficiência no gerenciamento da sua empresa. Um maior conhecimento da

área contábil da empresa pelos seus proprietário/dirigentes também auxiliará na questão da burocracia para a contratação de operações, já que estarão aptos a fornecer dados solicitados sem precisar reportar-se ao profissional que presta serviços de contabilidade para obter as informações, como ocorre atualmente.

Outra ação prevista é o aumento no número de visitas realizadas às MPEs pelos funcionários do Banco do Brasil S/A, a fim de conhecer de perto a realidade da empresa, buscando subsídios para melhor atendê-las.

Dessa forma, apesar de não se poder solucionar em curto prazo alguns dos problemas apontados, certamente o conhecimento de que estes problemas existem colaborará para a compreensão das dificuldades enfrentadas pelos clientes MPEs da Agência, fazendo com que os funcionários tenham maior facilidade em auxiliar na solução dos mesmos, sendo que se espera obter resultados positivos com a implantação do plano de ação relatado acima.

Os resultados deste trabalho ficam limitados à Agência Ijuí (RS) do Banco do Brasil S/A, considerando-se o tipo de amostra para a coleta de dados, a qual faz com que os resultados obtidos não possam ser extrapolados para toda a população. Esta limitação prende-se ao fato de que os sujeitos que integraram as amostras terem sido selecionados em função da facilidade de acesso pelo pesquisador devido ao pouco tempo disponível para a elaboração deste trabalho. No entanto, se através da implantação do plano de ação elaborado forem obtidos resultados satisfatórios, as ações realizadas poderão ser sugeridas para outras agências que possuem o mesmo perfil de clientes.

REFERÊNCIAS

ANTONIK, Luiz Roberto. A administração financeira das pequenas e médias empresas. **Revista FAE Business**. São Paulo, 2004. Disponível em: <http://www.sfrancisco.edu.br/publ_principal.asp>. Acesso em: 26 fev. 2007.

ARAÚJO, Alexandre Guerra de *et al.* (Org.). **Sistema financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas**. Brasília: Sebrae, 2004.

BANCO DO BRASIL S/A. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/mpe>>. Acesso em: 10 ago. 2007 e 31 ago. 2007.

_____. **LIC – Livro de Instruções Codificadas do Banco do Brasil S/A**. Livro 19: Leasing. Brasília: Intranet, 2007.

_____. **LIC – Livro de Instruções Codificadas do Banco do Brasil S/A**. Livro 20: Operações Comerciais. Brasília: Intranet, 2007.

_____. **LIC – Livro de Instruções Codificadas do Banco do Brasil S/A**. Livro 172: Operações com Recursos do BNDES. Brasília: Intranet, 2007.

_____. **LIC – Livro de Instruções Codificadas do Banco do Brasil S/A**. Livro 173: Operações com Recursos do FINAME. Brasília: Intranet, 2007.

_____. **Revista bb.com.você**. Ano 7, nº 40, set./out. 2006.

FELIX, Elaine Corsino. **As dificuldades para obtenção de crédito direcionado às micro e pequenas empresas do setor do comércio na cidade de Cruz Alta**. Ijuí: Unijuí, Monografia de Pós-Graduação *Lato Sensu* em Gestão Financeira, 2006.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

KOTESKI, Marcos Antonio. As micro e pequenas empresas no contexto econômico brasileiro. **Revista FAE Business**. São Paulo, 2004. Disponível em: <http://www.sfrancisco.edu.br/publ_principal.asp>. Acesso em: 27 fev. 2007.

LA ROVERE, Renata Lebre. Perspectivas das micro, pequenas e médias empresas no Brasil. **Revista de Economia Contemporânea**. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: <http://www.ie.ufrj.br/revista/lng/pt/artigos_publicados.php>. Acesso em: 10 abr. 2007.

LOPES, Jose Ferreira. **Administração financeira em empresas de varejo**. São Paulo: Sebrae, 2005. Disponível em: <<http://www.sebraesp.com.br>>. Acesso em: 10 abr. 2007.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

OLIVEIRA, Antonio Gonçalves de; OLIVEIRA Gilson Batista de. **Um estudo sobre a contribuição das micro e pequenas empresas na geração de emprego e renda brasileira**.

São Paulo, 2006. Disponível em: <http://www.sfrancisco.edu.br/publ_principal.asp>. Acesso em: 10 abr. 2007.

SANTOS, Edno Oliveira. **Administração financeira da pequena e média empresa**. São Paulo: Atlas, 2001.

SEBRAE. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 27. set. 2006.

_____. **Boletim estatístico de micro e pequenas empresas**. São Paulo, 2005. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em: 14 mar. 2007.

ANEXO 1

FORMULÁRIO DE COLETA DE DADOS APLICADO AOS CLIENTES DAS MPEs

UFRGS – UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL EA – ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO

Caro (a) Empresário (a),

Esta pesquisa subsidiará trabalho acadêmico de especialização em Gestão de Negócios Financeiros no qual será realizada uma comparação entre as necessidades das Micro e Pequenas Empresas e os produtos e serviços bancários oferecidos pelo Banco do Brasil S/A. As questões são rápidas de serem respondidas e são de caráter confidencial. Colabore, sua opinião é muito importante.

Desde já agradeço.

Mariléia Pieniz Bazzan

- 1) A empresa da qual é proprietário/administrador está em atividade há quantos anos?
 até 02 anos de 02 a 05 anos de 05 a 10 anos mais de 10 anos

- 2) A empresa é cliente do Banco do Brasil S/A há quanto tempo?
 até 02 anos de 02 a 05 anos de 05 a 10 anos mais de 10 anos

- 3) Já se utilizou das linhas de crédito disponíveis no sistema bancário para financiamento das atividades da empresa?
 Raramente (até 02 vezes por ano)
 Algumas vezes (de 03 a 04 por ano)
 Frequentemente (de 05 a 12 vezes no ano)
 Sempre (utiliza crédito permanentemente)

- 4) O crédito utilizado foi destinado a que tipo de operação?
 Capital de giro para comprar mercadorias
 Capital de giro para pagar outras despesas da empresa como salários, água, luz, etc.
 Investimento (aquisição de bens, reforma das instalações, etc.).
 Outra(s). Qual(is)? _____

- 5) É feita alguma pesquisa de taxa de juros e linhas de financiamento por parte da empresa no momento de buscar financiamento para capital de giro e/ou investimento?
 Nunca.
 Raramente (pesquisa para menos de 50% das operações contratadas).
 Algumas vezes (50% das vezes pesquisa, 50% das vezes não pesquisa).
 Frequentemente (pesquisa para mais de 50% das operações contratadas).
 Sempre (pesquisa para todas as operações contratadas).

6) Em sua opinião, a divulgação das linhas de crédito direcionadas para as Micro e Pequenas Empresas pelos bancos é:

Ótima Boa Regular Ruim Péssima Não sabe

7) Em sua opinião, há dificuldades em se obter crédito na rede bancária?

nenhuma dificuldade pouca dificuldade muita dificuldade

8) Se em sua opinião há dificuldades, qual seria a maior delas?

Falta de conhecimento sobre os produtos e serviços bancários disponíveis às empresas.

Restrições cadastrais da empresa ou de seus sócios-proprietários.

Burocracia, ou seja, a quantidade de documentos necessários para contratação dos empréstimos ou financiamentos.

Falta de garantias para oferecer na contratação de empréstimos ou financiamentos

Pouco tempo de atividade da empresa.

Outra(s). Qual(is)? _____

9) Os produtos e serviços bancários oferecidos pelo Banco do Brasil S/A atendem às necessidades da sua empresa?

Sim Parcialmente Não

10) Quais produtos ou serviços que a sua empresa necessita e não encontra no Banco do Brasil S/A?

Capital de Giro Investimento Seguros Previdência

Outros. Quais? _____

Encontra todos os produtos e serviços que necessita.

11) A empresa utiliza produtos e serviços de outro(s) Banco(s)?

Sim, de 01 outro banco Sim, de mais de 01 outro banco Não utilizo

12) Se a empresa utiliza produtos e serviços de outro(s) Bancos(s), qual a sua percepção comparando o BB com outro(s) banco(s) com quem trabalha?

Os produtos e serviços oferecidos pelo Banco do Brasil S/A são superiores aos oferecidos por outros bancos.

Os produtos e serviços oferecidos pelo Banco do Brasil S/A são iguais aos oferecidos por outros bancos.

Os produtos e serviços oferecidos pelo Banco do Brasil S/A são inferiores aos oferecidos por outros bancos.

13) Em sua opinião, o que o Banco do Brasil S/A poderia mudar para atender melhor as necessidades das empresas?

ANEXO 2
FORMULÁRIO DE COLETA DE DADOS APLICADO AOS
FUNCIONÁRIOS DO BB

UFRGS – UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
EA – ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO

Caro (a) Colega,

Esta pesquisa subsidiará trabalho acadêmico de especialização em Gestão de Negócios Financeiros no qual será realizada uma comparação entre a demanda das Micro e Pequenas Empresas e os produtos e serviços bancários oferecidos pelo Banco do Brasil S/A. As questões são rápidas de serem respondidas e são de caráter confidencial. Colabore, sua opinião é muito importante.

Desde já agradeço.

Mariléia Pieniz Bazzan

1) Ao atender os clientes Micro e Pequenas Empresas (MPEs), quais as principais demandas que você percebe em relação a produtos e serviços do Banco do Brasil S/A?

2) Você consegue identificar facilmente as demandas da MPEs que atende? Se não consegue, quais são os motivos?

3) Ao identificar as demandas das MPEs você, na condição de representante do Banco do Brasil S/A, consegue atendê-las? Quais são os impedimentos mais frequentes?

4) Comparando os produtos e serviços oferecidos pelo Banco do Brasil S/A com os produtos e serviços oferecidos pelos bancos concorrentes para o segmento das MPEs, qual a sua percepção (são iguais, superiores ou inferiores)? Por quê?

5) Em sua opinião, o que o Banco do Brasil S/A poderia mudar para melhor atender às necessidades das MPEs?
