

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

**EFEITOS DA CRISE MUNDIAL NA PROCURA DE
FINANCIAMENTOS DE VEÍCULOS JUNTO À CARTEIRA DE
CLIENTES EXCLUSIVO – PESSOAS FÍSICAS – NA AGÊNCIA DE
VILA DA QUINTA (RIO GRANDE, RS) DO BANCO DO BRASIL S.A.**

MARCILIO MARIANO ABRITA

Porto Alegre, 2009

MARCILIO MARIANO ABRITA

**EFEITOS DA CRISE MUNDIAL NA PROCURA DE
FINANCIAMENTOS DE VEÍCULOS JUNTO À CARTEIRA DE
CLIENTES EXCLUSIVO – PESSOAS FÍSICAS –NA AGÊNCIA DE
VILA DA QUINTA (RIO GRANDE, RS) DO BANCO DO BRASIL S.A**

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

Orientador: Ivan Pinheiro

Porto Alegre, 2009

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

EFEITOS DA CRISE MUNDIAL NA PROCURA DE FINANCIAMENTOS DE
VEÍCULOS JUNTO À CARTEIRA DE CLIENTES EXCLUSIVO – PESSOAS
FÍSICAS – NA AGÊNCIA DE VILA DA QUINTA (RIO GRANDE, RS) DO
BANCO DO BRASIL S.A.

Elaborada por: MARCILIO MARIANO ABRITA

Data: ____/____/2009.

Nota Final:

Banca Examinadora:

Prof. Dr.(a) – Nome: _____

Assinatura: _____

Prof. Dr.(a) – Nome: _____

Assinatura: _____

Prof. Dr.(a) – Nome: _____

Assinatura: _____

Porto Alegre, 2009

RESUMO

O presente trabalho tem a finalidade de efetuar um estudo sobre a redução da procura por financiamentos de veículos junto aos clientes da carteira Exclusivo-PF, da agência Vila da Quinta, do Banco do Brasil. Além disso, descreve os financiamentos de veículos disponíveis no Banco do Brasil e informa conceitos características e vantagens das formas de contratação CDC e Leasing. A metodologia empregada é o estudo de caso, de caráter exploratório e qualitativo, dentro de uma pequena amostra de casos, utilizando na coleta de dados, entrevistas em profundidade. Com relação aos resultados, se destaca a credibilidade da instituição junto aos clientes. Também destacamos a falta de possibilidade de pagamento via boleto bancário das prestações dos financiamentos. Destacamos a percepção dos clientes que taxas atrativas contribuem para o retorno dos clientes a busca por financiamentos. A partir do aprofundamento do estudo conclui-se que, o temor, prudência e percepção negativa dos clientes com relação à crise mundial, serem o principal motivo da redução da demanda por financiamentos de veículos no referido caso.

Palavras-chave: Leasing, CDC, Banco do Brasil, Financiamentos.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	06
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	08
2.1 FINANCIAMENTOS DE VEÍCULOS NO BANCO DO BRASIL.....	08
2.2 CDC.....	09
2.3 LEASING.....	10
3 METODOLOGIA.....	11
3.1 ESTUDO DE CASO.....	11
3.2 ESTRUTURAÇÕES DO INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	12
3.3 SELEÇÃO DA AMOSTRA.....	12
3.4 COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	13
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	14
4.1 PERCEPÇÃO POSITIVA SOBRE FINANCIAMENTOS DE VEÍCULOS NO BB.....	14
4.2 PERCEPÇÃO NEGATIVA SOBRE FINANCIAMENTOS DE VEÍCULOS NO BB.....	15
4.3 MOTIVAÇÃO DA AUSÊNCIA DO CONSUMO DE FINANCIAMENTOS DE VEÍCULOS.....	16
4.4 AÇÕES SUGERIDAS PARA RETORNO AO CONSUMO DE FINANCIAMENTO DE VEÍCULOS.....	17
4.5 INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS OBTIDOS.....	17
5 CONCLUSÕES.....	20
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	22
7 ANEXO – QUESTIONÁRIO/ENTREVISTA.....	23

1 INTRODUÇÃO

Muitos são os produtos oferecidos pelos Bancos aos seus clientes. Dentre eles se destaca o financiamento de veículos para pessoas físicas, um dos propulsores da indústria automobilística nacional.

Conforme dados divulgados pela Associação Nacional das Empresas Financeiras das Montadoras (ANEF, 2009), o saldo do crédito bancário brasileiro alcançou em dezembro de 2008, o valor de R\$ 1,227 trilhão, com elevação de 31,1% em doze meses. O estoque total de empréstimos passou a representar 41,3% do PIB, tendo registrado um crescimento de 7,1% frente a dezembro de 2007.

O saldo de crédito para aquisição de veículos para pessoas físicas, nestes últimos doze meses, teve um incremento de 23,7%, passando de R\$ 111,6 bilhões em dezembro de 2007, para R\$ 138,1 bilhões em dezembro de 2008. Em consequência, este saldo passou a representar 4,6% do PIB, contra 4%, representado pelo saldo do período anterior, considerando um PIB estimado em R\$ 2,970 trilhões em dezembro de 2008 (ANEF, 2009).

Porém, a partir do último trimestre de 2008, ocorreu uma queda nas vendas de veículos novos, fato este confirmado pela informação divulgada pelo site UOL (2008), onde aponta relatório de 19 de novembro 2008, no qual a Fenabrave (Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores) anunciou que a venda de veículos de passeio e comerciais leves caiu 20,17% na primeira quinzena de novembro/2008, em relação ao mesmo período do mês anterior.

Tal fato coincide com o agravamento da crise financeira internacional, em setembro de 2008, que teve como fonte principal o mercado imobiliário dos Estados Unidos, mas com origens e reflexos no mercado financeiro e de crédito mundial.

Conforme o site Folha Online (2008), a crise financeira começou a mais de um ano nos Estados Unidos, como uma crise nos pagamentos das hipotecas imobiliárias e se alastrou para todo o setor financeiro, contaminando o sistema americano e mundial. Vários bancos americanos apresentaram perdas bilionárias e outros chegaram a quebrar. Com isso houve redução drástica na circulação de recursos, em função da chamada “crise de confiança”. Então, houve repercussões negativas em todo o sistema financeiro mundial e por toda a economia em geral.

Nesse cenário, houve retração na oferta de crédito para veículos, com redução de prazos, elevação de taxas e novas condicionantes para contratação dos negócios.

Diante do agravamento da crise internacional, o governo federal anunciou em 11 de dezembro 2008 (GLOBO, 2008), redução do Imposto Sobre Produtos Industrializados (IPI), na compra de automóveis, medida adotada para reverter a queda nas vendas de veículos novos.

Em outubro de 2008, foi constatada uma queda na procura por financiamentos de veículos, na Agência Vila da Quinta/Rio Grande (RS), do Banco do Brasil S.A., mais especificamente na carteira de clientes Exclusivo-PF, vindo a coincidir com o cenário de queda nas vendas de veículos novos.

A carteira de clientes Exclusivo-PF é composta por 460 clientes, e faz parte das carteiras negociais do Banco do Brasil, que agrupam clientes com potencial de negócios.

Nesse contexto, surge a necessidade de buscar respostas sobre o motivo pelo qual os clientes reduziram a procura por financiamento de veículos, a partir do quarto trimestre de 2008. Portanto, a questão que norteou a presente pesquisa é: Por que os clientes da carteira Exclusivo-PF reduziram a procura por financiamento de veículos na agência Vila da Quinta - RS do Banco do Brasil?

Então o objetivo geral da pesquisa deste trabalho é verificar o porquê dos clientes Exclusivos-PF terem reduzido a procura por financiamentos de veículos na agência Vila da Quinta- RS, do Banco do Brasil.

São objetivos específicos:

- a) Identificar os pontos positivos e negativos percebidos pelos clientes da carteira Exclusivo-PF sobre o financiamento de veículos junto ao Banco do Brasil;
- b) Verificar os motivos pelos quais os clientes da carteira Exclusivo-PF não financiam mais seus veículos junto ao Banco do Brasil;
- c) Sugerir ações para que os clientes da carteira Exclusivo-PF voltem a financiar seus veículos junto ao Banco do Brasil.

Este trabalho é justificado em função da queda da procura de financiamentos de veículos na agência Vila da Quinta do Banco do Brasil e na necessária busca da motivação de tal queda.

Na conjuntura atual, torna-se de vital importância conhecer os anseios dos clientes, para que, a partir daí surjam ações para recuperar a demanda de financiamentos de veículos, num processo colaborativo para superação da crise atual.

O método aplicado no estudo é o estudo de caso, de caráter exploratório e qualitativo, dentro de uma pequena amostra de casos, utilizando na coleta de dados, entrevistas em profundidade.

Na estrutura de trabalho, será abordada inicialmente, a fundamentação teórica, onde se descreve os financiamentos de veículos no Banco do Brasil e também suas formas CDC e Leasing.

Logo a seguir, o estudo mostrará a metodologia empregada, delineamento e estruturação do instrumento de pesquisa, seleção da amostra, coleta de dados por intermédio de entrevistas com questões estruturadas e técnica de análise.

Então, será relatada a análise do conteúdo obtido nas entrevistas em profundidade.

Por fim, serão expostas conclusões e sugestões com relação ao tema objeto do presente trabalho.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Em função dos veículos serem produtos caros e complexos, e conforme Churchill & Peter (2000), exigirem uma tomada de decisão extensiva por parte do consumidor, e sabendo que o crédito é amplamente utilizado para concretizar a aquisição de tais bens são instigantes as formas adotadas pelos financiadores, no presente estudo o Banco do Brasil, na busca da conquista do mercado.

Como embasamento teórico será apresentado o modo de atuação do Banco do Brasil em financiamentos de veículos para pessoas físicas. Logo após serão descritas as duas formas de crédito em questão, o CDC e suas características e o Leasing e suas particularidades.

2.1 FINANCIAMENTOS DE VEÍCULOS NO BANCO DO BRASIL

O Banco do Brasil atua no segmento de financiamento de veículos para pessoas físicas de forma direta, por meio de sua rede de agências espalhadas por todo o território brasileiro. Para tanto, conforme informa o site do Banco do Brasil (2009), são exigidos que o pretendente possua conta-corrente, limite de crédito com margem suficiente para amparar a operação e ter contrato de adesão a produtos e serviços assinado.

No caso de CDC, o cliente deverá conferir o limite disponível no extrato de sua conta, simular o financiamento e registrar a proposta em um terminal de auto-atendimento, no portal BB pela internet ou em uma agência do Banco. Após deverá apresentar a Nota Fiscal ou documento de transferência do veículo em qualquer agência para liberação do financiamento, contendo a expressão “Alienado Fiduciariamente ao Banco do Brasil S.A.”

Em se tratando de Leasing, o cliente deve comparecer em uma agência do Banco, para efetivar o arrendamento, apresentando a Nota Fiscal do veículo ou original do CRV, se veículo usado, em nome da BB Leasing, até dez dias após a solicitação do arrendamento.

2.2 CDC

Segundo Ortolani (2000), o Crédito Direto ao Consumidor - (CDC) é uma modalidade de financiamento direcionada a aquisição de bens de consumo duráveis, que possam ser alienados fiduciariamente, pacotes turísticos, incluindo passagens e estadias e créditos pessoais.

Os financiamentos podem ser realizados independentemente de o financiado ser previamente cliente da instituição credora. Muitas operações são encaminhadas por lojistas, que vendem bens de consumo duráveis, bem como por revendas e concessionárias de veículos. Se os potenciais compradores, encaminhados pelos vendedores, enquadrarem-se nos padrões de crédito do credor, o financiamento poderá realizar-se. Por outro lado, a pessoa física, interessada na compra de um bem, poderá solicitar o financiamento diretamente ao banco no qual mantém conta-corrente(Ortolani, 2000).

As variáveis de prazos, percentuais financiáveis e custo de aquisição são definidos por regras do Banco Central, em conjunto com políticas governamentais de crédito e, ainda, por políticas internas da instituição financeira, onde serão sopesados aspectos relativos a riscos e disponibilidades de recursos (Ortolani, 2000).

É importante destacar que, conforme ensina Ortolani (2000, p.110):

“As taxas de juros cobradas são as usuais de mercado, podendo ser pré ou pós-fixas. Em períodos de instabilidade econômica e incertezas com relação à inflação e ao comportamento das taxas de juros, as instituições financeiras reduzem substancialmente a oferta do produto e, quando operam, fazem-no com encargos pós-fixados e/ou taxas repactuadas.”

O CDC tem como vantagens, a possibilidade de pagamento antecipado de prestações, com a dedução dos juros incorporados - (financiamentos pré-fixados), e também, principalmente no caso de veículos, o adquirente tem o bem registrado em seu nome, facilitando liquidações antecipadas e a substituição do veículo objeto do financiamento.

Por outro lado, para o financiador, as vantagens são representadas pela diluição do risco, em função de se tratar de crédito pulverizado, e principalmente no caso de veículos, com garantia real. Também se destaca as facilidades de administração do produto, possibilidade de contratação de seguro e pela receita da operação (Ortolani, 2000).

2.3 LEASING

Conforme Ortolani (2000), Leasing é o aluguel de um bem por determinado período, após o qual o usuário poderá ou não adquirir a propriedade desse bem, por preço para o exercício da opção de compra livremente pactuado, podendo ser, inclusive, o valor de mercado do bem arrendado. O conceito está vinculado à idéia de que o valor do bem está associado ao seu uso econômico e não a sua propriedade.

O conceito de leasing surgiu durante a Segunda Guerra Mundial. Nesse período, os Estados Unidos emprestavam equipamentos bélicos aos países aliados com a condição de que, finda a guerra, os equipamentos fossem comprados por esses países ou devolvidos aos Estados Unidos. Posteriormente o conceito foi ampliado e divulgado, e introduzido no Brasil em 1967 por meio de empresas não ligadas a instituições financeiras. Com a absorção da idéia pelos grandes conglomerados financeiros, o produto sofisticou-se, tornando-se hoje uma alternativa para financiamento de longo prazo (Ortolani, 2000).

Di Agustini (1995), explica que, no Leasing, a propriedade do ativo é da empresa de leasing (arrendadora), que concede à empresa arrendatária o direito de uso do bem por prazo determinado e sob condições contratuais específicas, mediante o pagamento de prestações.

Ao contrário do CDC, no Leasing o bem permanece em nome da empresa de leasing, só podendo passar para o cliente após a quitação da dívida. Também não são permitidas amortizações antecipadas de prestações, exceto para quitação da operação.

Ortolani (2000) destaca como vantagens para a arrendadora, o estabelecimento de relacionamento de longo prazo com o cliente do conglomerado, a negociação de produtos complementares como seguro e os spreads atraentes. Para o cliente é destacado o financiamento de longo prazo, além de aspectos tributários, já que no leasing não há

incidência de IOF, além de outras vantagens mais específicas para pessoas jurídicas, que não são objeto deste trabalho.

3 METODOLOGIA

O presente trabalho tem como objeto de estudo os clientes da carteira exclusivo-PF, da agência Vila da Quinta, do Banco do Brasil.

Então, torna-se necessário apresentar a instituição, a agência e a carteira envolvidas.

O Banco do Brasil possui 24,6 milhões de clientes correntistas, 15,1 mil pontos de atendimento em 3,1 mil cidades e 22 países. É uma das maiores instituições financeiras do País, atendendo a todos os segmentos do mercado financeiro. Em 200 anos de existência, foi o primeiro banco a operar no Brasil e o pioneiro na bolsa de valores. Hoje é líder em ativos, depósitos totais, câmbio exportação, carteira de crédito, base de correntistas, rede própria de atendimento no país, entre outros. (fonte www.bb.com.br – acesso em 12.03.2009)

A agência Vila da Quinta se localiza na BR 392, Km 38, estrada Rio Grande-Pelotas. Fica distante 20 km do centro de Rio Grande-RS e 35 km da cidade de Pelotas-RS. Tem atendimento diversificado, atuando com pessoas físicas e jurídicas.

Dentre os segmentos atendidos na agência está a carteira de clientes exclusivo-PF, onde se agrupam 460 clientes, diferenciados por nível de renda e potencial de negócios. A escolha de tal grupo se deu em função do pesquisador ser o responsável pelo gerenciamento da referida carteira.

3.1 ESTUDO DE CASO

Com relação ao procedimento técnico utilizado, no presente trabalho foi utilizado o Estudo de Caso, considerado adequado para delinear a presente pesquisa.

Tal procedimento é justificado tendo em vista o caráter qualitativo e exploratório da pesquisa, que conforme Gil (1991), busca o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Ou seja, buscar as razões do problema relatado no objetivo geral da pesquisa.

Também foi oportuno utilizar tal técnica em função das vantagens descritas por Gil (1991), onde se destaca a simplicidade dos procedimentos utilizando linguagem mais acessível do que outros procedimentos de pesquisa.

3.2 ESTRUTURAÇÃO DO INSTRUMENTO DE PESQUISA

No presente trabalho foi utilizado como instrumento de pesquisa, entrevistas em profundidade com questões semi-estruturadas. Tal instrumento está informado no anexo do presente trabalho.

No instrumento são colocadas quatro questões, provenientes dos objetivos propostos para o trabalho. Duas questões buscam aspectos positivos e negativos nos financiamentos de veículos. Outra questão aborda a ausência do entrevistado nos financiamentos de veículos no Banco do Brasil. A última questão solicita possíveis ações que o Banco do Brasil faria para ter o cliente novamente financiando seu veículo na instituição.

3.3 SELEÇÃO DA AMOSTRA

De uma população de 460 clientes da carteira exclusivo-PF, foi selecionada uma amostra de 10 clientes.

Conforme informa Kotler (2000), foi usada uma amostra não-probabilística de conveniência, pois foram buscados membros acessíveis da população, que tem freqüentes contatos com o pesquisador.

Ao mesmo tempo, segundo ensina Gil (1991), tal amostra se baseou em casos típicos, partindo da informação prévia de que todos os entrevistados, na ocasião de sua seleção, não possuem financiamentos de veículos ativos.

Malhotra, (2001), corrobora o pequeno número de amostras no contexto da pesquisa qualitativa e exploratória visando alcançar uma compreensão qualitativa das razões e motivações subjacentes.

3.4 COLETA E ANÁLISE DE DADOS

As entrevistas com questões semi-estruturadas, instrumento de pesquisa do estudo atual, foram realizadas num período de quinze dias, de forma pessoal e também por telefone.

Para análise de dados, o pesquisador utilizou a técnica de análise de conteúdo, desenvolvida a partir das transcrições das entrevistas.

Conforme ensina Puglish; Franco (2005), na análise de conteúdo o ponto de partida é a mensagem, mas devem ser consideradas as condições contextuais de seus produtores e assenta-se na concepção crítica e dinâmica da linguagem.

Tal técnica empregada busca evitar duas situações desfavoráveis colocadas por Gil (1991, p.123).

“... A primeira consiste em finalizar a pesquisa com a simples apresentação dos dados coletados. A segunda consiste em partir dos dados diretamente para a interpretação, ou seja, para a procura dos mais amplos significados que os dados possam ter. Esta última situação é bastante problemática, pois no estudo de caso é freqüente o pesquisador chegar a uma falsa sensação de certeza de suas conclusões.”

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

É meta desta etapa do trabalho descrever os instrumentos coletados, agrupados em função dos objetivos específicos, além de interpretar os resultados obtidos, sem perder o foco no objetivo geral da pesquisa.

São nove homens e uma mulher, sendo 04 empresários, 02 clientes do ramo do agromercado, 01 profissional liberal, 01 bancário, 01 industrial e 01 aposentado, conforme tabela a baixo:

Clientes	Sexo		Profissão	Faixa Idade		
	Masc.	Fem.		Até 40 anos	Até 60 anos	+ de 60 anos
1		X	Empresário Urbano	X		
2	X		Empresário Urbano		X	
3	X		Empresário Urbano		X	
4	X		Empresário Urbano		X	
5	X		Empresário Rural		X	
6	X		Empresário Rural	X		
7	X		Profissional Liberal		X	
8	X		Aposentado			X
9	X		Bancário	X		
10	X		Industrial	X		

4.1 PERCEPÇÃO POSITIVA SOBRE FINANCIAMENTOS DE VEÍCULOS NO BB

O prazo longo, geralmente utilizado nos financiamentos de veículos, foi citado por quatro clientes. O Banco do Brasil oferece financiamentos com até 04 anos de prazo, tanto nas operações de leasing, bem como operações de CDC.

A facilidade de negociação e a rapidez na contratação obtiveram três indicações cada. Normalmente os clientes encarteirados possuem limite de crédito vigente e margem disponível, trazendo agilidade ao processo.

Foi ressaltada por três clientes, a credibilidade das operações e a marca BB, que traz segurança e confiabilidade.

A utilização de taxas competitivas foi destacada por dois entrevistados.

Também teve informação positiva, a possibilidade de quitação imediata do financiamento com redução proporcional de juros e liberação rápida do veículo, os juros fixos praticados nas operações da espécie, a compra do veículo sem a utilização de recursos próprios e o atendimento excelente do BB.

Um entrevistado citou a possibilidade de contratação com juros fixos.

4.2 PERCEPÇÃO NEGATIVA SOBRE FINANCIAMENTOS DE VEÍCULOS NO BB

Sob o aspecto negativo, quatro inquiridos relataram a exigência de seguro do veículo em algumas opções de financiamento.

Três entrevistados têm a percepção da prática de juros mais altos que a concorrência.

Para dois clientes, não existir a possibilidade de pagamento das prestações via boleto bancário é um aspecto negativo que envolve os financiamentos de veículos pelo BB.

A demora na concessão do financiamento foi percebida por um dos respondentes.

Para um cliente, foi destaque negativo a redução dos prazos ofertados para os veículos usados.

Outro aspecto informado foi o não ressarcimento do IOF (Imposto sobre Operações Financeiras), nos casos de quitação antecipada do contrato. Nos casos de quitação antecipada de CDC, existe a redução proporcional dos juros, não incidindo tal desconto sobre o IOF, uma vez que é imposto federal.

Também foi citado que em função da facilidade da aquisição e o grande valor geralmente financiado, é preciso analisar muito bem, no momento do fechamento do negócio (financiamento de veículo). Tal impressão não é necessariamente negativa, mas está relatada como resposta ao questionamento.

4.3 MOTIVAÇÃO DA AUSÊNCIA DO CONSUMO DE FINANCIAMENTOS DE VEÍCULOS

Para um dos clientes a facilidade do crédito, inclusive com linhas diferenciadas aos bons pagadores, em outras operadoras, motiva a ausência do financiamento de veículos no BB.

Outro entrevistado relata fez seu último financiamento em outra instituição em função da taxa praticada no BB estar mais elevada que a concorrência. Nessa mesma linha, outro cliente afirma que existem taxas melhores no mercado.

Um dos respondentes relatou que nos últimos anos renova seu veículo anualmente, dando seu carro usado como entrada e o restante com capital próprio, sem a necessidade de financiamento bancário. Tal cliente possui vantagens e descontos na aquisição de veículos em função de ser empresário do agro-negócio.

Um dos entrevistados afirmou que seu próximo financiamento será efetuado no BB.

Por outro lado, também foi informado por outro inquirido que atualmente não possui automóvel, não sabendo quando voltará a adquirir um veículo.

Na visão de quatro clientes, preponderou o temor da crise internacional como resposta a ausência de tais clientes na procura por financiamentos de veículos. Um dos referidos informou que troca de carro de dois em dois anos, e pretendia comprar um carro novo em 2008, mas diante da turbulência na economia resolveu aguardar mais um pouco. Outro pretende aguardar o desenrolar da situação econômica em geral, para, possivelmente, adquirir um novo veículo no segundo semestre de 2009. Um terceiro entrevistado diz ter receio da crise mundial e sua repercussão em sua cidade e na empresa onde é um dos proprietários. Por fim, um quarto cliente informa que atua no ramo do agro-negócio e no momento não estava efetuando nenhum investimento fora de sua atividade. Diz ainda que provavelmente faça novos negócios com veículos em 2010. Destaca que deve ter cautela e aguardar novos sinais positivos do mercado.

Um dos clientes que aguarda um melhor momento tem esperança numa retomada mais forte das atividades, em Rio Grande, pois está prevista para 2009, a construção de plataforma de petróleo no porto local, onde serão criados muitos empregos diretos e indiretos.

4.4 AÇÕES SUGERIDAS PARA RETORNO AO CONSUMO DE FINANCIAMENTO DE VEÍCULOS

Como uma das ações sugeridas pelos clientes, informamos que para um dos entrevistados é necessário ofertar e ofertar, para gerar “necessidade” de compra junto ao cliente.

Para outro entrevistado o BB deve sempre oferecer taxas atrativas, uma vez que para o IOF (imposto), não há solução pela iniciativa privada.

Outro respondente diz que é preciso manter a agilidade e taxas boas. No mesmo sentido, um segundo cliente fala que o BB deve manter-se sempre com taxas de juros que acompanhem as melhores do mercado e, principalmente, agilizar o processo de concessão/aprovação de financiamentos. Diz ter conhecimento de que em muitas financeiras que atuam neste segmento a aprovação se dá em poucos minutos, sendo que já financiou em outras instituições. Um terceiro também diz que taxas atraentes e menos “burocracia”, são ações necessárias o retorno ao consumo.

Quatro entrevistados seguem o mesmo tom, solicitando redução nas taxas de financiamentos, oferecimento de taxas atrativas, ter a melhor taxa de juros do mercado e equiparar os juros do BB, com os praticados pelos concorrentes.

Por fim, na visão de um cliente, no momento atual, nem uma significativa redução nas taxas de juros, o incentivaria a financiar um veículo.

4.5 INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS OBTIDOS

O primeiro objetivo específico deste estudo é identificar aspectos positivos percebidos pelos clientes da carteira exclusivo-PF, sobre o financiamento de veículos junto ao Banco do Brasil.

Sob esse parâmetro emergem dos resultados da pesquisa alguns pontos de destaque: O prazo estendido, em tais operações foi o quesito mais citado pelos respondentes; também foi relevante a facilidade de negociação e rapidez na contratação; da mesma forma a credibilidade e a confiança na marca Banco do Brasil se destacou na pesquisa. Com relação ao prazo, pensamos ser característica geral desse tipo de financiamento, não influenciando na singularidade do estudo atual. Entretanto, a agilidade na operacionalização dos negócios, provavelmente reflete uma tendência de simplificação e rapidez, percebida pelo pesquisador,

principalmente a partir do ano de 2008, nos processos de contratação das operações. Já com relação à credibilidade e confiança da marca BB, acreditamos ser um forte diferencial da instituição em relação aos concorrentes.

O segundo objetivo específico deste trabalho é identificar aspectos negativos percebidos pelos clientes da carteira exclusivo-PF, sobre o financiamento de veículos junto ao Banco do Brasil.

Sob essa ótica resultam os seguintes fatores: a exigência de seguro do veículo em algumas opções de financiamento, ponto mais citado pelos respondentes; também foi relevante a percepção de prática de juros mais altos que a concorrência; e por fim, falta da opção de pagamento dos financiamentos via boleto bancário. No que tange a exigência de seguro citada por quatro entrevistados, é preciso esclarecer que o Banco do Brasil exige seguro total do veículo em caso de Leasing. Tal procedimento também é necessário em alguns casos de CDC. Na prática diária, somos informados, pelo contato com diversos clientes, que a concorrência é menos prudente, com mais liberalidade na dispensa de tal acessório. Muitas vezes, também com relação à precificação dos juros, se revela correta tal percepção dos clientes. A falta de opção de pagamento das prestações via boleto bancário é importante retorno oferecido pela amostra e se torna possível recomendação posterior.

O terceiro objetivo específico deste trabalho é verificar os motivos pelos quais os clientes da carteira exclusivo-PF, não financiam mais seus veículos junto ao Banco do Brasil. É importante lembrar que a amostra foi selecionada entre clientes que não possuíam, no momento, de financiamentos de veículos.

Para dois clientes, a menor taxa de juros da concorrência foi fator determinante para a ausência desse tipo de consumo no Banco do Brasil. Com relação a esse fator, o pesquisador não se mostra apto a inferir julgamentos, uma vez que tal variável é determinada por decisões estratégicas do conglomerado. Mesmo assim, tal percepção nos liga a fundamentação teórica onde ensina Ortolani (2000), que em tempos de instabilidade econômica e ao comportamento da taxa de juros, as instituições financeiras reduzem a oferta do produto e quando operam usam taxas repactuadas.

Destacamos a visão de quatro clientes, onde preponderou a percepção pessimista da crise global e sua consequência na retração da procura e efetivação dos financiamentos de veículos. Tal percepção vem ao encontro do que foi notado pelo pesquisador, em contatos com diversos interlocutores, mesmo fora do ambiente negocial da agência bancária.

Com isso, o pesquisador chega à provável resposta do objetivo geral deste trabalho, ou seja, verificar o porquê dos clientes exclusivos-PF terem reduzido a procura por

financiamentos de veículos na agência Vila da Quinta-RS, do Banco do Brasil. Se nota uma conexão entre o ambiente econômico mundial, de temores e incertezas, com a visão cautelosa dos entrevistados.

O quarto objetivo específico deste estudo é sugerir ações da instituição para que os clientes da carteira exclusivo-PF voltem a financiar seus veículos junto ao Banco do Brasil.

Sob esse aspecto, o maior destaque feito pelos entrevistados foi à manutenção de taxas atrativas ou mesmo a redução das referidas taxas. O pesquisador percebe ser ponto de importante percepção junto aos clientes em geral, o fator encargos financeiros.

5 CONCLUSÕES

Chegando ao final deste trabalho pensamos ter abordado de forma prática o problema proposto e os objetivos da pesquisa, chegando a um resultado satisfatório.

Foi objetivo geral da pesquisa verificar o porquê dos clientes Exclusivos-PF terem reduzido a procura por financiamentos de veículos na agência Vila da Quinta - RS, do Banco do Brasil.

Foram objetivos específicos deste estudo: identificar os pontos positivos e negativos percebidos pelos clientes da carteira Exclusivo-PF sobre o financiamento de veículos junto ao Banco do Brasil; verificar os motivos pelos quais os clientes não financiam mais seus veículos junto ao Banco; sugerir ações para que os clientes da referida carteira voltem a financiar seus veículos junto ao Banco do Brasil.

Com relação aos aspectos negativos, a exigência de seguro do veículo em alguns casos, foi destacada nos resultados da pesquisa. Pensamos que o Banco do Brasil tem nesse ponto, prudência em suas operações, o que é perfeitamente válido, ainda mais na conjuntura atual. Outro aspecto negativo que destacamos, é a falta de opção de pagamento das prestações por boleto bancário. Deixamos como sugestão para o conglomerado, que estude junto ao setor tecnológico, a possibilidade de oferecer aos clientes, tal alternativa de pagamento, que seria oferecida de forma simultânea e alternativa ao débito em conta das prestações.

Destacamos como aspectos positivos no Banco do Brasil, a credibilidade da marca que traz a confiança dos clientes nas operações da espécie. Também destacamos a percebida melhora na agilidade da contratação dos financiamentos em geral.

Dentre as ações sugeridas pelos clientes para atração do consumo dos financiamentos, se destaca a manutenção e oferecimento de taxas atrativas, em sintonia com a concorrência, o que tem influência na decisão dos entrevistados.

Na busca de respostas sobre a redução da procura por financiamentos de veículos, na agência onde o pesquisador atua, mais especificamente na carteira de clientes Exclusivo-PF, destacamos os efeitos da crise mundial na percepção de consumo de muitos entrevistados, que deixaram de buscar novos financiamentos em função do temor da crise ou mesmo num aspecto de prudência em relação turbulência global. Pensamos ser este o principal motivo da retração da demanda, e que aos poucos, com a oferta ativa por parte da instituição e com condicionantes acessíveis, serão retomados os níveis de procura anteriores a crise econômica internacional. Com isso, acreditamos ter chegado ao resultado do objetivo geral do trabalho,

onde se constata uma conexão entre o ambiente econômico mundial, cercado de incertezas, com a visão cautelosa dos entrevistados.

Por fim, pensamos que é certo que não foi exaurido tão vasto tema, que o estudo teve limitações, principalmente em função da falta de tempo disponível do pesquisador. Também a pesquisa, em função da amostra pequena, não pode ser generalizável para toda a população em destaque. Então, recomendamos para novas pesquisas, uma amostra mais significativa dos envolvidos, além de uma fundamentação teórica mais abrangente.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS EMPRESAS FINANCEIRAS DAS MONTADORAS – ANEF. **Relatório anual de 2008**. Disponível em: <http://www.anef.com.br>> Acesso em: 24 fev.2009.

BANCO DO BRASIL. Disponível em: <http://www.bb.com.br>> Acesso em: 07 mar.2009

BANCO DO BRASIL. Disponível em: <http://www.bb.com.br>> Acesso em: 12 mar.2009

CHURCHILL, Jr., Gilbert A. & PETER, J. Paul. Marketing: **Criando valor para os clientes**. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2000.

DI AGUSTINI, Carlos Alberto. **Leasing**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 1995.

FEDERAÇÃO NACIONAL DA DISTRIBUIÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES – FENABRAVE. **Relatório de 19 de novembro de 2008**. Disponível em: <http://www.carros.uol.com.br>> Acesso em: 24 fev.2009.

FOLHA ON LINE. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u450701.shtml>> Acesso em: 08 mar.2009.

FRANCO, Maria Laura Puglisi Barbosa. **Análise de conteúdo**. 2 ed. Brasília: Líber Livro, 2005.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

GLOBO.COM. **notícia publicada em 11 de dezembro de 2008**. Disponível em: <http://www.g1.globo.com/Noticias/Carros>> Acesso em: 24 fev.2009.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. 10. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2000.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada**. 3. Ed. São Paulo: Bookman, 2001.

ORTOLANI, Edna Mendes. **Operações de Crédito no Mercado Financeiro**. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

7 ANEXO - QUESTIONÁRIO/ENTREVISTA

Prezado cliente,

Esta entrevista destina-se a pesquisa para elaborar monografia de conclusão de pós-graduação à distância pela UFRGS em convênio com o Banco do Brasil S.A.

Sua participação é fundamental e se você tiver interesse em saber o resultado da pesquisa, entre em contato através do e-mail: marciliomar@brturbo.com.br.

Com relação a financiamentos de veículos, pelo Banco do Brasil S.A., pedimos responder as seguintes questões:

- 1) Quais os pontos positivos que você enxerga nesse tipo de financiamento?
- 2) Quais os pontos negativos que você enxerga nesse tipo de financiamento?
- 3) Por que você não financia mais seu veículo com o BB?
- 4) O que o BB pode fazer para você voltar a financiar seu veículo com o BB?