

# **Análise do perfil financeiro dos clientes empresariais de uma instituição bancária do município de Taquara/RS**

Viviane Ribeiro Baséggio<sup>1</sup> | José Eduardo Zdanowicz<sup>2</sup>

---

## **Resumo**

O sistema financeiro viabiliza o fluxo de recursos entre os agentes econômicos, garantindo a segurança das transações. As organizações e as pessoas são agentes econômicos e podem estar em posição superavitária ou deficitária, recorrendo às instituições financeiras para financiar sua atividade ou rentabilizar seu excesso de caixa. Dessa forma, a relação entre as empresas e os bancos pode ser traduzida em parceria de negócios, significando muito mais que apenas a guarda do dinheiro. Para demonstrar como a instituição bancária está inserida na gestão financeira das empresas, foi realizada uma pesquisa com os clientes empresariais de um banco sediado no município de Taquara/RS, identificando suas atividades, tempo de funcionamento, preferências e utilização em termos de produtos e serviços. Aplicou-se uma pesquisa exploratória e descritiva. O procedimento adotado foi o levantamento, por meio de um questionário fechado. Os resultados demonstram detalhes da parceria banco-empresa, na qual se constatou que as instituições bancárias disponibilizam ferramentas que facilitam as tarefas do administrador financeiro.

**Palavras-chave:** Administração financeira. Controle. Planejamento. Sistema financeiro.

## **Abstract**

*The system enables the flow of financial resources among economic agents, ensuring the security of transactions. Organizations and people are economic agents, and maybe in surplus or deficit position, resorting to financial institutions to finance its activity or monetize its excess cash. In this way, the relationship between the companies and banks can be translated into business partnership, meaning much more than just keep the money. To demonstrate how the bank is entered in the financial management of enterprises, was conducted a survey of business customers of a bank based in the municipality of Taquara/RS, identifying its activities, operating time, preferences and use in terms of products and services. We used a descriptive and exploratory research, and the procedure adopted was the survey, through a closed questionnaire, applied to the companies. The results show details of this partnership bank-enterprise, in which it is noted that banking institutions provide tools that facilitate some financial administrator tasks.*

**Keywords:** Control. Financial administration. Financial system. Planning.

---

<sup>1</sup> Graduada em Administração das Faculdades Integradas de Taquara - Faccat - Taquara/RS. [vivianebaseggio@yahoo.com.br](mailto:vivianebaseggio@yahoo.com.br)

<sup>2</sup> Professor das Faculdades Integradas de Taquara - Faccat - Taquara/RS. Orientador do trabalho. [profeduardoz@hotmail.com](mailto:profeduardoz@hotmail.com) - <http://lattes.cnpq.br/116869707459699>

## 1 Introdução

As organizações são fundamentais para o desenvolvimento de qualquer sociedade, pois elas produzem e tornam disponíveis às pessoas os bens e serviços dos quais estas necessitam para sua subsistência. A Administração estuda os melhores meios para que as organizações atinjam os objetivos com maior eficácia e eficiência, otimizando a aplicação dos recursos disponíveis, sejam eles humanos, materiais ou naturais. Já a administração financeira preocupa-se com a correta gestão dos recursos financeiros do qual a empresa dispõe ou precisa para o seu negócio.

É importante o estudo da atividade empresarial sob uma visão ampla, mas é, igualmente, necessário o aprimoramento das áreas específicas da organização. Isso é fundamental para o desenvolvimento tanto da Administração, como das próprias empresas. O sucesso de um negócio depende de cada elemento integrante, os quais devem ser aperfeiçoados tanto quanto possível.

A área financeira está presente em qualquer organização, visto que as entradas e saídas de recursos financeiros são inerentes à atividade empresarial. Ao se considerar a área financeira como crucial na gestão do negócio, por estar diretamente relacionada a todas as áreas da empresa, o estudo da sua prática merece atenção, em especial, na sua relação com as instituições bancárias, pois ali se concentram grande parte dos seus negócios, como, por exemplo, a disponibilidade dos diversos meios de pagamento (cartão de crédito, cobrança bancária), e, principalmente, por serem os bancos importantes provedores de recursos de curto e médio prazo para as empresas, bem como rentabilizam os recursos, no caso de excedentes, remunerando o capital aplicado.

Para um melhor entendimento de como é o relacionamento entre o mercado financeiro e a administração empresarial, foi necessário estudar como estão inseridos os produtos e serviços bancários na gestão financeira das empresas, visto serem os bancos os intermediários que atuam diretamente junto aos agentes econômicos, devido a sua capilaridade e a diversidade dos serviços oferecidos.

Assim, para que se possa visualizar como a instituição bancária está inserida no contexto da administração financeira das empresas, é preciso conhecer como as organizações vêm utilizando os serviços e produtos oferecidos pelo banco.

O problema foi delimitado de acordo com os meios disponíveis para investigação, considerando que a facilidade de acesso ao universo a ser pesquisado é importante para que se obtenha um resultado confiável.

Para a instituição bancária, a pesquisa foi útil, por oferecer uma visão sobre o perfil e a preferência dos seus clientes empresariais, indicando quais são os produtos e serviços mais demandados, informando quais são os pontos fortes da instituição e os pontos que merecem um trabalho de *Marketing* ou adequação ao perfil do cliente. Para os profissionais e estudantes de Administração, a pesquisa traz resultados sobre as empresas da região, nos aspectos atividade, tempo de funcionamento, perfil e preferências, podendo servir de amostra sobre como se comportam as empresas do município de Taquara/RS em relação ao dinheiro. O tema da pesquisa poderá, em pesquisas posteriores, ser ampliado para outras regiões do Estado ou do país, a fim de que se conheça outra realidade local, ou pode, ainda, ser aplicado com maior profundidade, visando identifi-

car quais são os fatores que explicam o perfil destes clientes empresariais.

A pesquisa tem como objetivo geral estudar o perfil financeiro dos clientes empresariais de uma instituição bancária da cidade de Taquara-RS; especificamente, identificar se as empresas são aplicadoras ou tomadoras de recursos, e diagnosticando os produtos mais utilizados por elas, no que diz respeito à captação de recursos junto ao mercado financeiro. Também pretende apresentar quais são as aplicações financeiras mais procuradas junto ao banco.

O artigo apresenta os resultados de uma análise do perfil financeiro dos clientes empresariais de uma instituição bancária na cidade de Taquara/RS, na qual se busca identificar sua atividade principal, seu tempo de funcionamento, se são aplicadoras ou tomadoras de recursos, suas preferências em termos de investimentos, quais as linhas de crédito utilizadas pelos clientes e quais são serviços e produtos bancários utilizados.

A instituição financeira foi criada em 1928, atuando no Sul do Brasil, e possui 485 agências no Rio Grande do Sul, representando 26% do total de agências bancárias do Estado. A sua capilaridade também é reconhecida em nível nacional. O Banco Central do Brasil divulga em seu *site* um *ranking* com as maiores instituições financeiras do país e, segundo a última atualização, em junho de 2014, a referida instituição bancária ocupa a 8ª posição dos maiores bancos do país.

A análise realizada foi exploratória e descritiva. Segundo Jung (2004, p. 153), “descrever significa dizer como foi feito ou está sendo feito, como detalhadamente está se comportando o sistema”. Para Vergara (2003, p. 47), as pesquisas descritivas não têm por objetivo explicar os fenômenos ou fatos observados, embora possam servir de base para sua explicação. Já as pesquisas exploratórias, de acordo com a autora, são realizadas em áreas onde não há conhecimento acumulado ou sistematizado, de forma que o pesquisador não tem como formular hipóteses, embora estas possam vir a surgir durante o estudo.

Não havendo hipóteses a serem testadas, optou-se por uma abordagem indutiva. De acordo com Lakatos e Marconi (2009, p. 86), indução é “um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou universal, não contida nas partes examinadas”. Em conformidade com as autoras, a abordagem indutiva pode apresentar uma realidade desconhecida, por meio da observação dos indícios percebidos.

As metodologias utilizadas para a construção do artigo foram a pesquisa bibliográfica e o levantamento, o qual é muito útil no estudo de opiniões e atitudes (GIL, 2010, p. 37), e a forma de abordagem foi tanto qualitativa como quantitativa.

A técnica escolhida para aplicação do levantamento proposto pelo estudo foi o da modalidade de observação direta extensiva, por meio de um questionário estruturado, com 12 questões fechadas. Na visão de Lakatos e Marconi (2009, p. 203), as principais vantagens dessa técnica são a possibilidade de obter respostas rápidas e precisas, maior liberdade nas respostas (em razão do anonimato) e menos risco de distorção, pela não influência do pesquisador. Quanto às desvantagens do questionário, as autoras citam o grande número de perguntas sem respostas, a impossibilidade de ajudar o informante em questões mal compreendidas e a exigência de um universo mais homogêneo.

Para determinar o tamanho da amostra, optou-se pela amostragem não proba-

bilística, uma vez que, em primeiro momento, não seria possível determinar quantas empresas estariam dispostas a responder o questionário. No entender de Vergara (2003, p. 51), esse tipo de amostragem não obedece a nenhum procedimento estatístico, mas seleciona elementos pela facilidade de acesso a eles.

A definição do tamanho do universo a ser pesquisado levou em conta a base de clientes empresariais, da qual se optou por considerar apenas empresas que tivessem finalidade comercial, industrial ou de prestação de serviços, excluídos os órgãos públicos da administração direta ou indireta das esferas municipal, estadual e federal, bem como dos seus órgãos auxiliares, de instituições de assistência social, associações, entidades de classe e outros tipos de organizações que usualmente não estão contemplados pela política de crédito da instituição bancária. Portanto, não utilizam crédito ou muitas vezes possuem uma forma de gestão muito atrelada à legislação. Dessa forma, foram encontradas aproximadamente 420 empresas, que compõem o universo da pesquisa e a amostra compõe-se de 45 empresas que responderam ao questionário.

Nesses termos, a pesquisa busca responder: *qual é o perfil financeiro dos clientes empresariais de uma instituição financeira do município de Taquara/RS?*

## **2 Fundamentação teórica**

### **2.1 O Sistema Financeiro Nacional**

O crescente número de agentes econômicos (empresas, governos e pessoas) requer um sistema financeiro que torne possível o fluxo de recursos entre quem precisa e quem tem em excesso, para que se viabilizem os projetos de ambas as partes.

Para Melaggi Filho e Ishikawa (2003, p. 17), o conceito de sistema financeiro é: “o conjunto de instituições e operações que realizam o fluxo de recursos monetários entre os agentes econômicos”.

Assaf Neto (2009, p. 46) define o Sistema Financeiro Nacional como: “[...] conjunto de instituições financeiras e instrumentos financeiros que visam, em última análise, transferir recursos dos agentes econômicos (pessoas, empresas, governo) superavitários para os deficitários”.

Sobre a importância do sistema financeiro no desenvolvimento da economia, Assaf Neto (2009, p. 46) afirma:

O desenvolvimento econômico do mundo moderno exige a formação de uma poupança (definida como a parcela da renda que não foi consumida) voltada a financiar os investimentos necessários em setores produtivos da economia. É diante desse processo de intermediação e distribuição de recursos no mercado que se destaca a importância social e econômica do Sistema Financeiro Nacional.

Assaf Neto (2006, p. 46) e Mellagi Filho e Ishikawa (2003, p. 116) contribuem para a discussão ao afirmar que adotam como estrutura do Sistema Financeiro Nacional aquela que envolve dois subsistemas: o normativo e o de intermediação financeira (ou

operacional). O subsistema normativo é composto pelas instituições que estabelecem as diretrizes de atuação e controlam o mercado, como, por exemplo, o Conselho Monetário Nacional e o Banco Central do Brasil.

Conforme os autores, os agentes superavitários (aqueles que têm recursos em excesso), e os deficitários (aqueles que precisam de recursos), não se relacionam diretamente mas por meios de intermediários financeiros, viabilizando que uma numerosa quantidade de agentes transacione de forma segura e organizada.

O subsistema de intermediação financeira ou operacional, por sua vez é composto pelas instituições com as quais os agentes econômicos transacionam diretamente os seus ativos, monetários e não monetários, exemplificados principalmente por bancos e bolsas de valores.

O Conselho Monetário Nacional (CMN) é o principal órgão normativo do Sistema Financeiro Nacional. Criado pela Lei nº 4.595, de 31 de dezembro de 1964, é composto pelo Ministro da Fazenda (que é seu Presidente), pelo Ministro do Planejamento, Orçamento e Gestão e pelo Presidente do Banco Central do Brasil. Possui diversas funções de caráter normativo, que dão suporte aos seus objetivos. O Conselho foi criado pela mesma Lei que criou o Sistema Financeiro Nacional.

Outra instituição fundamental do Sistema Financeiro Nacional é o Banco Central do Brasil, que, conforme Assaf Neto (2008), é o agente fiscalizador e disciplinador do mercado financeiro, pois define as regras e as penalidades as quais as instituições financeiras a ele vinculadas estão obrigadas a seguir. É através dele que o Governo executa sua política monetária, visto que o Banco Central do Brasil controla os meios de pagamento. Esse banco exerce o controle de todo o mercado de crédito do país.

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM), autarquia federal criada pela Lei nº 6.385 de 7 de dezembro de 1976, é uma instituição importante do Sistema Financeiro Nacional. As atribuições são: “a normatização, regulamentação, desenvolvimento, controle e fiscalização do mercado de valores mobiliários do país” (MELAGGI FILHO E ISHIKAWA, 2003, p. 121).

Já o subsistema operativo, para Galvão *et al.* (2006, p. 62): “[...] abrange um conjunto de instituições financeiras e não financeiras”, atuando dentro de atribuições próprias para garantir esta transferência de recursos dos poupadores para os tomadores.

Nos dizeres de Melaggi Filho e Ishikawa (2003), existem dezoito agentes operativos diferentes, que podem ser divididos em quatro segmentos:

- a) *instituições bancárias*: intermediam recursos e podem receber depósitos a vista;
- b) *instituições não bancárias*: intermediam recursos, mas não podem receber depósitos a vista, destacando-se os bancos de investimento e bancos de desenvolvimento;
- c) *sistema distribuidor de títulos e valores mobiliários*: podem negociar títulos, valores mobiliários e moeda estrangeira;
- d) *agentes especiais*: instituições financeiras que atuam como banco de fomento, e podem, em alguns casos, criar moeda (receber depósito à vista).

Galvão *et al.* (2006) argumentam que a função exercida pelos intermediários traz diversos benefícios para o sistema econômico, dentre as quais:

- *maior capacidade dos intermediários financeiros em analisar crédito, tornando o sistema econômico seguro, já que estarão dispostos a emprestar apenas àqueles que demonstrem capacidade de pagamento;*
- *extensas redes de relacionamento e maior capacidade de obter informações;*
- *capacidade de criar produtos e soluções financeiras que atendam a necessidades específicas, tanto de quem empresta como de quem aplica recursos.*

Para o autor (2006, p. 12), as instituições financeiras bancárias são as mais relevantes nesse sistema, “[...] dada a sua capilaridade e, principalmente, sua capacidade de originar transações e prestar serviços”.

Os bancos estão presentes na maioria dos municípios brasileiros. Portanto, as instituições financeiras são de acesso fácil para o cidadão e para as empresas. Os agentes econômicos, sejam eles pessoas, empresas ou governos necessitam otimizar o seu tempo. É cada vez mais comum recorrer a instituições que oferecem diversos serviços e produtos. Nesse contexto, as instituições bancárias oferecem praticidade, ao permitir que o usuário tenha grande parte das suas necessidades financeiras atendidas em um mesmo local, ou até mesmo remotamente, no conforto da sua casa ou escritório.

## 2.2 As instituições bancárias

Assaf Neto (2006, p. 51) apresenta que as instituições financeiras bancárias: “[...] são constituídas, obrigatoriamente, como sociedades anônimas e compreendem os bancos comerciais, os bancos múltiplos e as caixas econômicas”.

Os bancos comerciais, segundo Galvão *et al.* (2006, p. 35): “[...] têm por objetivo principal proporcionar o suprimento oportuno e adequado dos recursos necessários para financiar, a curto e médio prazos”. É atividade típica desse tipo de banco, a captação de depósitos a vista. Ainda, na visão de Assaf Neto (2006), por executarem as operações de curto prazo, os bancos comerciais podem suprir as necessidades de capital de giro das empresas.

Os bancos múltiplos, prossegue Assaf Neto (2006), surgiram da evolução dos bancos comerciais e do crescimento do mercado. São bancos que possuem, no mínimo, duas carteiras, sendo uma, obrigatoriamente, comercial ou de investimentos.

A Caixa Econômica Federal, sob o entendimento de Melaggi Filho e Ishikawa (2003), é muito semelhante a bancos comerciais, porque pode captar depósitos à vista. Pode realizar operações diversas, como financiamento de bens empréstimos, dentre outros, em geral para pessoas físicas. É permitido à Caixa Econômica Federal vender bilhetes de loteria, o que não é permitido para outros bancos.

### 2.2.1 Os principais produtos e serviços bancários

De acordo com as tendências dos bancos com as múltiplas carteiras, cresce tam-

bém a quantidade de produtos e serviços que podem ser oferecidos por um banco ao seu cliente.

Os autores estudados, Assaf Neto (2006) e Melaggi Filho e Ishikawa (2003), citam os produtos mais tradicionais oferecidos pelos bancos, que são:

- a) *Certificados de Depósito Bancário (CDB)* - são títulos de renda fixa, que lastreiam operações de capital de giro para os bancos. A rentabilidade pode ser pré-fixada junto à instituição bancária no momento do depósito, ou pode estar atrelada a algum indicador do mercado, em geral o DI (Depósito Interfinanceiro);
- b) *Recibos de Depósito Bancário (RDB)* - semelhantes ao CDB, porém não podem ser transferidos a outros investidores, portanto não podem ser negociados entre instituições financeiras ou na bolsa de valores;
- c) *Hot Money* - são operações de curtíssimo prazo, de poucos dias, que as empresas utilizam para suprir necessidades de capital de giro imediatas;
- d) *Desconto de duplicatas ou cheques* - a instituição financeira compra o título da empresa e passa a ser o credor, descontando sobre o título uma taxa de juros sobre os dias contados entre o vencimento do título e seu desconto junto ao banco, além do Imposto sobre Operações Financeiras (IOF) e exige uma Taxa de Abertura de Crédito (TAC). Para o desconto de cheques, o procedimento é o mesmo;
- e) *Vendor* - é uma operação em que a empresa recebe o adiantamento de suas vendas e a instituição financeira assume todo o processo financeiro. Na prática, é muito parecida com o desconto. A diferença é que no vendor, o banco financia o cliente comprador e não a empresa que está fazendo a venda. Ou seja, a empresa vende a vista para seu cliente, mas este paga a prazo para a instituição financeira;
- f) *Comprar* - semelhante ao vendor, porém nesse tipo de crédito temos a figura do fornecedor, que recebe do banco o valor da compra a vista, e o seu cliente é quem paga para o banco, a prazo. É vantagem para a empresa quando o fornecedor oferece um desconto significativo para o pagamento à vista, e quando o banco oferece uma taxa de juros onde o custo efetivo total seja menor do que o desconto oferecido pelo fornecedor;
- g) *Cheque especial* - abertura de crédito em conta corrente. É um limite rotativo, no qual o cliente só paga juros se utilizar o valor e a conta ficar devedora. Em geral, os juros são superiores a outras linhas de crédito;
- h) *Conta garantida* - limite de crédito rotativo, no qual o cliente transfere valores dessa conta para sua conta movimento. Sobre o saldo devedor dessa conta o cliente paga uma taxa de juros sobre os dias de utilização. A diferença entre esse produto e o cheque especial é que na conta garantida existem garantias para o crédito, que podem ser por aval, penhor mercantil, alienação fiduciária e outros, a critério da instituição bancária. Por haver uma garantia, que

diminuiria o risco de crédito para a instituição bancária, a taxa de juros dessa modalidade é menor do que a do cheque especial.

De acordo com novas necessidades e com os novos hábitos de consumo que surgem, produtos são criados para atender a essas demandas. É o caso do uso dos cartões de crédito. Os bancos hoje disponibilizam linhas de crédito às empresas que vendem nessa forma, utilizando como garantia os recebíveis das vendas, através da securitização dos recebíveis junto à credenciadora adquirente.

Outro produto é o Cartão BNDES, disponibilizado para as empresas de alguns segmentos, que é, na prática, um cartão de crédito com juros inferiores ao cartão de crédito tradicional. O cliente compra com o cartão BNDES somente em fornecedores credenciados, não pode efetuar saques, mas pode parcelar em até 48 vezes, que serão pagos através da fatura mensal do cartão de crédito.

Já os serviços bancários oferecidos pelas instituições bancárias são, em geral, os mesmos em qualquer banco e estão relacionados à movimentação da conta, sendo os mais tradicionais os cheques, a transferência eletrônica de fundos, a custódia de títulos, a cobrança de títulos, a automação do pagamento de fornecedores, o recolhimento de numerário e a folha de pagamento dos funcionários.

### 2.3 A administração financeira

As finanças são o estudo da movimentação financeira entre indivíduos, governos e empresas que têm recursos em excesso ou que deles necessitam, pois conforme afirma Machado (2004, p. 2): “[...] é a ciência que estuda a movimentação de recursos financeiros entre os agentes econômicos”. No caso das empresas, administrar as necessidades ou os excessos de recursos requer a tomada de decisões com fundamentação e domínio, uma vez que a gestão financeira atinge todas as áreas da empresa.

De acordo com os relatos de Gitman (2004, p. 4), a administração financeira preocupa-se com as tarefas do gestor da área de finanças da empresa. As funções desempenhadas pelo administrador são tarefas como “planejamento, concessão de crédito a clientes, avaliação de projetos de investimento e captação de fundos para financiar as operações da empresa”.

As organizações, conforme seu tamanho e segmento podem ter diversas formas de administrar suas finanças. Nas empresas de menor porte, muitas vezes, é o proprietário que acaba por exercer o papel de administrador financeiro. Em empresas de maior porte, podem existir setores destinados exclusivamente ao gerenciamento financeiro e as funções são compartilhadas por diversas pessoas, que atuam como administradores financeiros, cada um com suas atribuições definidas.

O administrador financeiro, prossegue o autor, teria importância, sobretudo, na tomada de decisões: “Além de seu envolvimento permanente com atividades de análise e planejamento financeiros, o administrador financeiro preocupa-se com a tomada de decisões de investimento e financiamento (GITMAN, 2004, p. 11).

Contribuindo, Assaf Neto (2009) comenta que as principais decisões financeiras das empresas são: decisão de investimento (aplicações de recursos) e decisão de finan-



ciamento (captações de recursos junto ao mercado financeiro). Segundo o mesmo autor (2009, p. 3): “[...] administrar é decidir e a continuidade de qualquer negócio depende da qualidade das decisões tomadas por seus administradores nos vários níveis organizacionais”. Dessa forma, a gestão financeira é essencial para o sucesso da empresa.

De acordo com Machado (2004), as funções desempenhadas pelo administrador financeiro podem determinar o sucesso ou o fracasso do empreendimento. Para o autor, o administrador financeiro deve usar princípios da Economia para a tomada de decisões. Precisa conhecer sobre oferta, demanda, preços de mercado e outros conceitos, para que consiga gerenciar de forma eficaz as finanças da empresa. Deve ainda, prestar atenção à conjuntura econômica e às mudanças que possam afetar as atividades da empresa.

Zdanowicz (2012) cita que o sucesso na gestão financeira requer planejamento, que deve ser feito da forma correta e com acompanhamento contínuo, de forma a eliminar surpresas. No entendimento do autor, independentemente do porte da empresa e do tipo de atividade no mercado, a empresa deve utilizar no seu planejamento e controle o fluxo de caixa, já que esse vai permitir a otimização da aplicação de capitais próprios e de terceiros. Dessa forma, o administrador poderá tomar decisões de forma mais segura e eficiente.

Percebe-se que o administrador financeiro deve, além de conhecer os fundamentos e ferramentas da Administração Financeira, compreender o meio que o cerca, entendendo o mercado financeiro, como funcionam seus produtos e serviços, a fim que esses sejam úteis às necessidades da empresa.

### **3 Análise dos resultados**

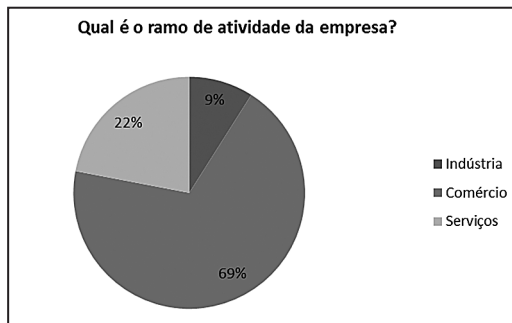
O universo pesquisado foram os clientes empresariais de uma instituição bancária do município de Taquara/RS e o questionário foi aplicado entre os dias 1 de maio de 2014 e 5 de julho de 2014. Para garantir o sigilo das informações, tanto do banco como dos clientes, optou-se por manter o anonimato dos pesquisados e da instituição.

Os administradores ou responsáveis pelas contas foram contatados pessoalmente ou por telefone e convidados a responder a um questionário com 12 questões objetivas. Foi-lhes informado da finalidade da pesquisa, da sua não vinculação com a instituição bancária e da não obrigatoriedade de respondê-la, bem como da liberdade para não responder quaisquer questões que lhes causasse qualquer tipo de constrangimento ou desconforto.

Os resultados apresentados no artigo refletem as respostas obtidas nos questionários, que contou com uma amostra de 45 empresas.

Perguntou-se aos clientes sobre o ramo de atividade da empresa. No Gráfico 1, observam-se os resultados obtidos:

## Gráfico 1 – Ramo de atividade das empresas



Fonte: Dados da pesquisa (2014).

Verificou-se que a maioria das empresas declarou-se comerciante, contra apenas 9% industrial. Esse resultado contraria a concepção regional de que o município de Taquara é um polo calçadista. De fato, historicamente, a região do Vale do Paranhana já concentrou uma considerável quantidade de indústrias de calçados, mas com a emancipação dos outros municípios do Vale do Paranhana, que antes integravam Taquara (Parobé, Riozinho, Rolante, Três Coroas e Igrejinha), grande parte das indústrias não mais pertencem ao município. Além disso, a referida cidade possui rica diversificação, tanto no comércio como na prestação de serviços, sendo um polo regional, inclusive no ensino.

Atualmente, o município de Taquara possui um comércio desenvolvido, com supermercados, lojas de franquias e grandes redes, constituindo-se em centro comercial na região, uma vez que esse tipo de estabelecimento costuma se instalar nas cidades onde o fluxo de pessoas e o comércio proporcionem retornos que justifiquem o investimento.

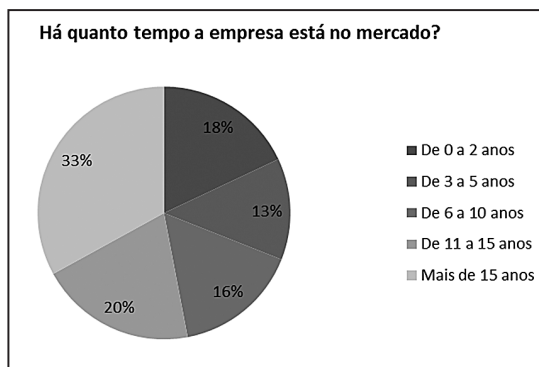
Outro aspecto das empresas do município levantado pela pergunta foi diversas empresas dedicarem-se a mais de uma atividade. Nesses casos, considerou-se a atividade principal da empresa aquela que consta como principal no CNPJ da mesma.

Em relação ao ramo de atividade das empresas, a pesquisa revela forte parceria entre a instituição bancária e as empresas do ramo do comércio. Outro indício dessa observação se dá na resposta de outra pergunta do questionário, na qual se verificou que 80% dos pesquisados afirmam possuir em seu estabelecimento a máquina de cartão de crédito do banco.

Perguntados sobre o tempo de atuação junto ao mercado, veja-se o Gráfico 2.

Percebe-se que a maioria (33%) possui mais de 15 anos de existência, sendo que foram verificadas durante a análise, empresas com mais de 30 anos e até mesmo mais de 60 anos de atividade. Portanto, diversas organizações que já estariam na sua segunda ou terceira geração, especialmente, em relação a empresas familiares. Isso demonstra habilidade e experiência por parte da administração do empresariado taquarense, se considerarmos as mudanças ocorridas no mercado nos últimos 50 anos, em relação à tecnologia, novos hábitos de consumo, planos econômicos, legislação e diversos outros fatores que impactam sobre as atividades de empresa, o que requer conhecimento e dinamismo do Administrador para adaptar-se a essas mudanças ou enfrentar as eventuais crises.

## Gráfico 2 - Tempo de atuação no mercado



Fonte: Dados da pesquisa (2014).

Ao considerarmos o percentual de empresas com mais de 10 anos junto ao mercado, temos mais da metade dos pesquisados, ou seja, 53% das empresas. Essa informação pode revelar uma dificuldade enfrentada por novos entrantes, pois se subentende haver na cidade de Taquara grande quantidade de organizações já consolidadas em seus ramos de atuação, com marca reconhecida e clientela formada, o que demandaria um investimento inicial maior em *Marketing* ou no desenvolvimento de um produto ou serviço diferenciado.

Por outro lado, pode sinalizar o surgimento e a possível rotatividade de novas empresas, sobretudo as de menor porte, que poderiam encontrar dificuldades financeiras já que não teriam a mesma economia de escala, nem o poder de barganha junto aos fornecedores e bancos que as mais antigas e estabelecidas. As empresas de maior porte, que compram mais, possuem facilidades de negociar preços e taxas junto ao mercado, enquanto as empresas menores sujeitam-se à política do fornecedor.

Quanto às empresas possuírem aplicações financeiras no banco, os dados obtidos mostram que 40% declararam possuir valores aplicados, o que vai ao encontro da informação do tempo de atividade obtida pela pesquisa, na qual se verificou que mais da metade está atuando há mais de 10 anos junto ao mercado. Dessa forma, já recuperado o investimento inicial, a empresa possui uma situação positiva de caixa, buscando rentabilidade junto à instituição bancária. Outra possível interpretação desse dado seria a decisão de empresa de, no momento atual, manter reservas financeiras, ao invés de investir em expansão ou outros projetos de crescimento, o que pode também indicar certo receio em relação ao mercado, no sentido de precaver-se de uma eventual dificuldade financeira no cenário econômico futuro, ou mesmo, como precaução.

Em relação às preferências dentro dos produtos de aplicação financeira mais populares junto ao banco, verificou-se que o CDB é o tipo de aplicação mais utilizado pelos clientes empresariais, já que 30% declararam utilizar, ocasionalmente, 15% utilizam com frequência e 11% utilizam com muita frequência, contra 44% que raramente ou nunca utilizam o CDB como aplicação financeira.

Sobre a poupança, 54% dos participantes declararam que pouco ou nunca utili-

zaram, contra 46% que utilizaram, ainda que ocasionalmente. Uma possível interpretação dessa informação é a indissociabilidade entre a figura do administrador financeiro empresarial e o indivíduo pessoa física. Na visão de Bitencourt (2005), as organizações são compostas por pessoas que tomam as decisões da empresa, influenciadas na sua educação, hábitos e experiências individuais.

Segundo pesquisa do Ibope Inteligência, divulgada pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (ANBIMA), de maio de 2011, intitulada “Radiografia do Investidor”, realizada com pessoas físicas, 44% dessas declararam possuir recursos em poupança, sendo essa modalidade, conforme o estudo, a que possui maior quantidade de aplicadores.

É possível admitir que as experiências pessoais com finanças influenciem as decisões de investimentos financeiros das empresas pesquisadas. Em termos de rentabilidade, a poupança para pessoas jurídicas (que remunera 1,50% ao trimestre, além da Taxa Referencial (TR) é inferior a outros tipos de aplicação, mas a segurança é a mesma de um CDB, posto que, atualmente, ambos estão cobertos pelo Fundo Garantidor de Créditos (FGC) na quantia de até R\$250.000,00 por titular contra instituição financeira ou conglomerado financeiro. A análise leva a entender ser o administrador de Taquara conservador (busca segurança e possui aversão ao risco) ou ainda careça de mais conhecimento sobre o portfólio de investimentos do mercado financeiro.

Em terceiro lugar na preferência do cliente empresarial ficaram os fundos de investimentos, no qual 34% declararam utilizar, ainda que eventualmente, contra 64% que raramente ou nunca utilizaram. Já sobre o investimento em ações, 88% declarou não utilizar ou nunca ter utilizado.

Para as instituições bancárias, as aplicações em CDB são vantajosas, por serem instrumentos de captação de recursos junto ao público investidor, que poderão ser emprestados sob a forma de empréstimos junto aos tomadores de crédito. A diferença entre o CDB e a poupança, para a instituição bancária, é que na poupança 65% do valor depositado deve ser canalizado obrigatoriamente para financiamento habitacional, enquanto CDB pode ser utilizado em outras linhas de crédito. Quanto às aplicações em fundos de investimento, os bancos auferem apenas a taxa de administração, uma vez que os recursos são aplicados em ativos diversos, conforme a política de investimento de cada fundo. Isso posto, pode-se entender que a tendência de alguns bancos em migrar as poupanças para aplicações em CDB estaria relacionada ao propósito de aumentar a oferta de crédito e expandir sua carteira comercial, emprestando mais dinheiro.

Indagou-se aos clientes se tinham algum empréstimo junto ao banco. Cabe salientar que, eventualmente, uma empresa pode ser tanto aplicadora como tomadora de recursos junto ao banco. De mesma forma, pode a empresa apenas utilizar serviços e não ser aplicadora nem tomadora de recursos junto à instituição. Por essa razão, é compreensível que possa haver diferenças em comparação e os resultados desta questão não sejam exatamente o contrário de quando perguntados se possuem aplicações financeiras no banco.

Essa questão refere-se ao estado atual da empresa, na qual se verificou que pouco menos da metade (49% dos pesquisados) trabalha com recursos próprios para financiar suas atividades, ou ainda trabalha com outras instituições bancárias.

A resposta dessa questão pode ser um reflexo do tempo de atividade da empresa, ou seja, empresas com mais tempo de atividade que já teriam recuperado o investimento inicial, e se organizado financeiramente, conseguindo financiar sua atividade com recursos próprios.

Também pode ser reflexo da atividade comercial, da qual 69% das empresas declararam ser sua principal atividade. As indústrias precisam constantemente investir em imobilizado, equipamentos, matérias-primas, mão de obra, para garantir que a sua produção atenda à demanda do mercado, em termos de quantidade e qualidade. Já no comércio, os investimentos são pontuais e, geralmente, estão relacionados à propaganda, à ampliação dos estoques, à modernização das instalações físicas ou mesmo abertura de novas filiais. Portanto, o comércio aparentemente planeja mais o seu crescimento e o quanto isso pode impactar sobre o caixa da empresa, enquanto a indústria, algumas vezes, busca aproveitar a demanda sem planejar-se financeiramente, utilizando todos os seus recursos próprios, e busca mais junto ao mercado financeiro.

Sobre as linhas de crédito mais adotadas junto ao banco, foi perguntado às empresas se utilizavam ou haviam contratado recentemente alguma modalidade de crédito.

Conforme os dados obtidos, o cheque especial ou conta garantida (de acordo com as garantias vinculadas a operação) é a linha mais utilizada, pois 28 das empresas pesquisadas, ou seja, 62% do total dos pesquisados, declararam utilizar-se desse crédito eventualmente. O segundo lugar ocupado nas preferências de crédito são o giro parcelado (considerados os empréstimos parcelados) e a antecipação de recebíveis dos cartões de crédito (na qual foram consideradas também as operações caucionadas ou rotativas com garantias dessas vendas), ambas com utilização de 31% dos pesquisados.

Nesta pergunta, 24% das empresas pesquisadas declararam não ter utilizado nenhuma linha de crédito, ou seja, estão utilizando recursos próprios para seu gerenciamento financeiro.

Merece destaque o Cartão BNDES, pois segundo os dados apresentados, 20% dos pesquisados declararam fazer uso desta linha. Se considerarmos que é um produto recente no mercado financeiro – criado em 2002 – sua expansão é considerável e nas empresas pesquisadas, supera outras linhas de crédito mais tradicionais, como o Crédito Direto ao Consumidor (CDC) e financiamentos de longo prazo. Isso demonstra, por parte dos administradores de Taquara, um bom conhecimento do mercado, pois buscam opções menos onerosas para a empresa, pois o Cartão BNDES possui juros inferiores a todas as outras linhas de crédito (em torno de 1,00% ao mês). Por outro lado, demonstra, por parte das instituições bancárias, um apoio à sustentabilidade das empresas, visto que ao disponibilizarem o cartão à empresa, estariam abrindo mão de juros maiores cobrados em outras linhas de crédito. Assim, o mercado financeiro atua junto às empresas como agente da política de desenvolvimento do país.

A pesquisa também investigou quais são as opções utilizadas para a aquisição de um bem (máquina ou equipamento) e revelou que 44% das empresas organizam-se com recursos próprios para a este desembolso. Em relação à utilização de recursos da instituição bancária para aquisição de bens para a empresa, o Cartão BNDES ocupou o primeiro lugar na preferência da clientela empresarial, com pouco mais de 24% que declararam utilizar essa linha, superando o tradicional Crédito Direto ao Consumidor

e outros financiamentos parcelados, que ficaram em segundo lugar no estudo, ambos com pouco mais de 15% cada um.

Também ficou evidente na questão a experiência dos administradores financeiros pesquisados, pois um pequeno percentual (24%) afirmou utilizar antecipação das vendas dos recebíveis com cartão de crédito para financiar a compra de um bem e nenhum deles declarou que utiliza desconto de duplicatas ou cheques para tal finalidade. Em geral, os recebíveis das vendas, sejam eles cartões, duplicatas ou cheques, são os valores a receber de clientes e financiam o giro das empresas. Portanto, não devem ser comprometidos com obrigações financeiras de maior prazo, mas sim com o financiamento da própria atividade empresarial.

Outra questão levada pela pesquisa aos clientes empresariais foi sobre quais são os produtos e serviços utilizados junto ao banco, onde 36 dos clientes empresariais declarou utilizar a máquina de cartão de crédito do banco, que possui uma bandeira própria de cartão de crédito. Esse percentual, de 80%, sinaliza o que pode ser um ponto forte da instituição, um serviço bem aceito, ou ainda, um serviço que traz clientes para o banco. A bandeira própria da instituição está bem estabelecida na região Sul do país e só pode ser aceita por correntistas, por meio da máquina de cartão de crédito da própria instituição. A partir do ano de 2012, o equipamento começou a capturar transações das principais bandeiras do mercado, Visa e Mastercard, trazendo competitividade para o banco e também a opção do lojista centralizar seus negócios em uma única instituição bancária, diminuindo os custos com manutenção de conta em vários bancos e com diversas máquinas de cartão de crédito.

Uma grande vantagem para os estabelecimentos que vendem com máquinas de cartão de crédito é a diminuição do risco de crédito (que é o risco de não receber do cliente o valor emprestado ou vendido). Considerando que as transações são garantidas pela emissora do cartão de crédito do cliente, eliminam-se os custos que a empresa teria com a cobrança dos devedores, despesas cartorárias ou judiciais, e até mesmo reduz as perdas com inadimplência. Para a gestão financeira das organizações, reduz custos com a tarefa de análise de crédito, posto que os clientes que têm cartão de crédito já tiveram essa concessão feita pelo banco, que lhes avaliou a renda e disponibilizou um cartão conforme suas possibilidades de pagamento.

Outro aspecto a ser considerado é a mudança ocorrida em relação à tecnologia dos meios de pagamento, ou seja, grande quantidade de máquinas de cartão de crédito pressupõe uma demanda desse serviço. O mercado pede formas de pagamento modernas. Conforme se verifica, a diminuição da utilização das linhas de crédito com garantia de cobrança (duplicatas) e cheques sinaliza o desuso desses instrumentos como meios de pagamento. Ademais, a bancarização do consumidor varejista traz modernidade para o sistema financeiro.

O segundo serviço mais utilizado pelos clientes empresariais, de acordo com a pesquisa foi o *remote banking*, considerando que 67% dos clientes empresariais declararam utilizar os canais eletrônicos do banco para efetuar pagamentos diversos.

Em terceiro lugar nos serviços utilizados, ficou a cobrança de títulos, da qual 35,5% das empresas da cidade de Taquara informaram na pesquisa.

## Conclusões

Por meio da pesquisa realizada, foi possível identificar qual é o perfil financeiro dos clientes empresariais de uma instituição financeira do município de Taquara, que evidenciou também que os clientes empresariais dessa cidade não utilizam o banco apenas para guardar o seu dinheiro, ou para tomar crédito. Centralizam no banco grande parte do caixa da sua empresa, como as contas a receber (cobrança bancária e cartões de crédito), as contas a pagar (agendamentos e pagamentos pela internet), o próprio saldo de caixa (aplicações), bem como captam recursos para financiar suas atividades.

Pode-se afirmar que os administradores (ou empresários), clientes da instituição bancária de Taquara são orientados para o comércio; desses, grande parte são experientes, com mais de 10 anos de atividades junto ao mercado. Além disso, atualizam-se e buscam utilizar as tecnologias e novidades disponíveis para melhor gerir a sua empresa.

Enquanto investidores, as empresas pesquisadas apresentaram perfil conservador, com aversão ao risco, preferindo opções mais tradicionais como a poupança e o CDB.

Em relação ao crédito, conclui-se que utilizam as opções que estão mais a sua disposição, como o cheque especial, o giro parcelado e a antecipação dos recebíveis. Apesar disso, pode-se afirmar que é um tomador que busca as melhores opções de crédito, com menores taxas, considerando o Cartão BNDES, que apresentou 4º lugar na utilização do crédito. Assim sendo, é um administrador que busca acompanhar o mercado e também informar-se a respeito das opções financeiras mais vantajosas para sua empresa.

Uma das possíveis interferências nos resultados da pesquisa advém da possibilidade da confusão entre a gestão dos recursos financeiros da empresa e dos próprios recursos pessoais por parte dos administradores entrevistados, em especial, nas empresas menores e com gestão financeira feita pelo próprio empresário. Esse aspecto foi observado, considerando-se as respostas obtidas nos questionários, onde algumas empresas declararam aplicar em poupança, o que nem sempre se verifica nas empresas.

Outra consideração a destacar é a eventualidade do entrevistado considerar, ao responder o questionário, o seu relacionamento com outros bancos, de produtos ou serviços que utiliza em outras instituições financeiras.

O município de Taquara possui 7 instituições bancárias, praticamente com os mesmos tipos de produtos e serviços. Neste cenário de competitividade, o cliente tem a sua disposição diversas vantagens e o poder de pesquisar e negociar taxas e tarifas, porém deve avaliar a relação custo-benefício que mais será proveitosa para sua si ou sua empresa. Assim, a empresa deve conhecer o mercado financeiro e saber como funcionam os produtos e serviços oferecidos, para que possa utilizá-los com o melhor aproveitamento na sua gestão.

O banco, da mesma forma, deve conhecer o cliente, identificar o seu perfil, suas necessidades e preparar-se para atendê-las. Para comunicar-se de forma eficaz e fidelizar o cliente, a instituição financeira deve oferecer produtos adequados ao seu perfil, suas expectativas e preferências. Deve ainda, orientar o cliente, apresentando-lhe opções rentáveis para os seus recursos, oferecer os diversos serviços de que a instituição

financeira dispõe para que o cliente possa executar o tanto quanto possível sua gestão e, ainda, disponibilizar linhas de crédito diversas, de acordo com a sua necessidade e de forma sustentável, conforme a sua capacidade de pagamento.

A pesquisa forneceu informações importantes para as instituições bancárias do município, de quem as empresas são clientes e sobre como elas utilizam o banco. Portanto, existe um perfil a ser considerado na prospecção de novos negócios e novos clientes.

Para o mercado em geral, o estudo trouxe informações sobre os estabelecimentos já instalados, ou seja, empresas com mais tempo de funcionamento e experiência na gestão. Assim, um mercado cuja entrada pode ser difícil, mas que, por outro lado, pode revelar uma ótima oportunidade no longo prazo.

## Referências

ASSAF NETO, Alexandre. *Mercado financeiro*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

\_\_\_\_\_. *Finanças corporativas e valor*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. *Estrutura e composição do Sistema Financeiro Nacional*. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/?SFNCOMP>>. Acesso em: 21 mar. 2014.

\_\_\_\_\_. *50 maiores bancos e o consolidado do Sistema Financeiro Nacional*. Disponível em: <<https://www3.bcb.gov.br/informes/?wicket:interface=:0:1:::>>. Acesso em: 27 out. 2014.

\_\_\_\_\_. *FAQ – Fundo Garantidor de Créditos (FGC)*. Disponível em: <[http://www.bcb.gov.br/pre/bc\\_atende/port/fgc.asp?idpai=portalbcb](http://www.bcb.gov.br/pre/bc_atende/port/fgc.asp?idpai=portalbcb)>. Acesso em: 5 jul. 2014.

BITENCOURT, Cleusa Marli Gollo. *Finanças pessoais versus finanças empresariais*. 2005. 85 f. Dissertação (Mestrado em Controladoria na modalidade Profissional). Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2005.

BRASIL. *Lei nº 4.595*, DE 31 de dezembro de 1964. Dispõe sobre a Política e as Instituições Monetárias, Bancárias e Creditícias, cria o Conselho Monetário Nacional e dá outras providências. *Diário Oficial da União*. Brasília, DF, 31 dez. 1964.

GALVÃO, Alexandre *et al.* *Mercado financeiro: uma abordagem prática dos principais produtos e serviços*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GITMAN, Lawrence Jeffrey. *Princípios de administração financeira*. 10. ed. Tradução técnica Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2004.

IBOPE INTELIGÊNCIA. *Radiografia do Investidor*. Disponível em: <http://www.ibope.com.br/ptbr/conhecimento/relatoriospesquisas/Lists/RelatoriosPesquisaEleitoral/JOB%20101935%20A%20NBIMA%20Radiografia%20do%20Investidor.pdf>. Acesso em: 5 jul. 2014.



JUNG, Carlos Fernando. *Metodologia para pesquisa e desenvolvimento aplicada a novas tecnologias, produtos e processos*. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2004.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Fundamentos de metodologia científica*. 6. ed. 7. Reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

MACHADO, José Roberto. *Administração de Finanças Empresariais*. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

MELAGGI FILHO, Armando; ISHIKAWA, Sérgio. *Mercado financeiro e de capitais*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

VERGARA, Sylvia Constant. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

ZDANOWICZ, José Eduardo. *Finanças aplicadas para empresas de sucesso*. São Paulo: Atlas, 2012.