

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA**

**MURILO REBELLO HOFFMANN**

**O CRÉDITO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: PERCEPÇÕES DO CLIENTE  
FINANCIADO PELO PROGER URBANO EMPRESARIAL**

**FLORIANÓPOLIS**

**2007**

**MURILO REBELLO HOFFMANN**

**O CRÉDITO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: PERCEPÇÕES DO CLIENTE  
FINANCIADO PELO PROGER URBANO EMPRESARIAL**

Trabalho de Conclusão de Estágio apresentado à disciplina Estágio Supervisionado – CAD 5236, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, área de concentração em Administração Financeira.

Professor orientador: Alexandre Marino Costa, Dr.

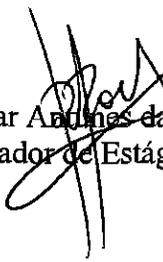
**FLORIANÓPOLIS**

**2007**

**MURILO REBELLO HOFFMANN**

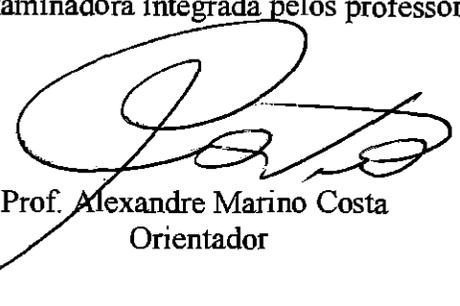
**O CRÉDITO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS: PERCEPÇÕES DO CLIENTE  
FINANCIADO PELO PROGER URBANO EMPRESARIAL**

Este Trabalho de Conclusão de Estágio foi julgado adequado e aprovado em sua forma final pela Coordenadoria de Estágios do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, em 03 de julho de 2007.



Prof. Rudimar Antônio da Rocha  
Coordenador de Estágios

Apresentada à Banca Examinadora integrada pelos professores:



Prof. Alexandre Marino Costa  
Orientador

Profª. Ivoneti da Silva Ramos  
Membro

Prof. Valter Saurin  
Membro

Dedico este trabalho aos meus dois grandes  
amores: Nívia e Sofia.

**Agradecimentos:**

Aos meus pais, pelo apoio incondicional mesmo nos momentos mais difíceis.

Ao Prof. Alexandre Marino, por sua orientação e disponibilidade.

Aos colegas da Agência Palhoça (SC), em especial ao Gilmar e à Rosiane.

Aos colegas de curso, que sempre demonstraram coleguismo e união em todos os momentos.

*“Ele supõe saber alguma coisa e não sabe, enquanto eu, se não sei, tampouco suponho saber. Parece que sou um pouco mais sábio que ele exatamente por não supor que saiba o que não sei”.*

**(Sócrates)**

## RESUMO

HOFFMANN, Murilo Rebello. **O crédito às micro e pequenas empresas: percepções do cliente financiado pelo Proger Urbano Empresarial.** 2007. 106 f. Trabalho de Conclusão de Estágio (Graduação em Administração). Curso de Administração, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

O presente trabalho tem como objetivo verificar, a partir das percepções do cliente, as contribuições do Proger Urbano Empresarial à sua empresa. Para tanto, foi realizada uma pesquisa junto às organizações que contrataram a linha de crédito por meio da Agência Palhoça (SC) do Banco do Brasil S.A. Com a finalidade de atender ao objetivo proposto, empreende-se levantamento do histórico do Banco do Brasil, identificando suas três fases, bem como são apresentadas suas características gerais, contextualizando sua função híbrida de banco múltiplo tradicional e de banco oficial. A análise de crédito é atividade prévia à oferta de qualquer linha crédito ao cliente, sendo sua função estabelecer o portfólio de negócios de modo a determinar as linhas de crédito e os valores que a empresa pode operar com o banco. O Proger Urbano Empresarial, mantido pelo Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT), é uma linha de crédito destinada a financiar investimentos em atividades empresariais com o objetivo de fomentar a geração de emprego e de renda às micro e pequenas empresas, com faturamento bruto anual de até R\$ 5 milhões, localizadas na área urbana. A pesquisa foi realizada junto às 34 empresas financiadas pelo Proger Urbano Empresarial através da Agência Palhoça (SC), com operações em andamento e adimplente, levando-se em consideração o mês de maio de 2007. Pode-se constatar que dentre as empresas pesquisadas, 83,33 % atuam no ramo do comércio, aproximadamente a metade (46,66 %) foram equipadas com máquinas específicas ao processo produtivo da empresa ou com móveis e demais utensílios necessários à sua atividade, além de observar que 40 % das respondentes obtiveram financiamentos de até R\$ 9.999,99. A maioria das empresas tomaram conhecimento da linha de crédito por meio de conversa com funcionário / gerente do Banco do Brasil, além de terem optado por contratar o financiamento devido à atratividade de suas taxas. No que diz respeito ao impacto no número de funcionários, mais de 70 % das empresas obtiveram o incremento de pelo menos um funcionário em seu quadro após a contratação da linha de crédito. Verificou-se, ainda, que a maior parte dos dirigentes pesquisados declararam ter observado melhoras nos resultados financeiros de suas empresas, nas suas vendas ou nas prestações de serviços, no processo de produção e no relacionamento entre a empresa e seus clientes. Quanto ao relacionamento entre os funcionários da empresa, pouco menos da metade das organizações pesquisadas observaram melhora nesse item. Assume-se, portanto, que o Proger Urbano Empresarial, a partir das percepções dos micro e pequenos empresários pesquisados, contribui de forma positiva à geração de emprego e de renda a suas empresas. Nesse contexto, é proposto um plano de ação com o intuito de divulgar a linha de crédito entre empresas cujo perfil seja adequado ao público-alvo da linha de crédito.

Palavras-chave: Micro e pequenas empresas. Financiamento de investimento. Proger Urbano Empresarial.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Principais Leis do Sistema Financeiro Nacional.....	22
Quadro 02: Número de empresas formais, por porte e setor / 1996-2002 .....	31
Quadro 03: Número de pessoas ocupadas nas empresas formais, por porte e setor / 1996-2002.....	32
Quadro 04: Lucro dos bancos brasileiros em 2005 e 2006 .....	38
Quadro 05: Método de aplicação dos questionários.....	50
Quadro 06: Histórico do Banco do Brasil .....	53
Quadro 07: Composição acionária do Banco do Brasil .....	55
Quadro 08: Composição acionária do Banco do Brasil, por faixas de ações.....	55
Quadro 09: Quadro funcional agência da Palhoça (SC).....	58
Quadro 10: Classificação do risco do cliente .....	60
Quadro 11: Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa – PCLD .....	61
Quadro 12: Valor previsto e financiado .....	65
Quadro 13: Itens financiáveis pelo Proger Urbano Empresarial.....	67
Quadro 14: Itens não financiáveis pelo Proger Urbano Empresarial .....	67
Quadro 15: Estrutura empresarial de Palhoça (SC), em 2004.....	87
Quadro 16: Plano de ações proposto para divulgação do Proger Urbano Empresarial.....	92
Quadro 17: Viabilidade do plano de ações proposto para divulgação do Proger Urbano Empresarial.....	93

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 01: Organograma do Sistema Financeiro Nacional .....	24
Figura 02: Estrutura interna do Banco do Brasil.....	57

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Proporção de MPEs que utilizaram empréstimos em banco, entre 2000 e 2004.....	34
Gráfico 02: Evolução Crédito x PIB .....	38
Gráfico 03: Setor econômico em que a empresa atua .....	68
Gráfico 04: Ano de contratação da operação de Proger Urbano Empresarial mais recente	69
Gráfico 05: Máquina / equipamento adquirido pelo Proger Urbano Empresarial mais recentemente.....	70
Gráfico 06: Valor financiado pelo Proger Urbano Empresarial.....	71
Gráfico 07: Prazo de pagamento do Proger Urbano Empresarial .....	72
Gráfico 08: Como tomou conhecimento do Proger Urbano Empresarial .....	73
Gráfico 09: Principal motivo que levou a optar pelo Proger Urbano Empresarial .....	74
Gráfico 10: Impacto da contratação do Proger Urbano Empresarial no número de funcionários da empresa.....	75
Gráfico 11: Observou melhora nos resultados financeiros da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.....	76
Gráfico 12: Observou melhora nas vendas ou na prestação de serviço da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.....	78
Gráfico 13: Observou melhora no processo de produção ou de prestação de serviços da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.....	79
Gráfico 14: Observou melhora no relacionamento entre os funcionários da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.....	80
Gráfico 15: Observou melhora no relacionamento entre a empresa e seus clientes após contratação do Proger Urbano Empresarial.....	82
Gráfico 16: Consideram o Proger Urbano Empresarial uma boa opção de financiamento .	83
Gráfico 17: Vantagens do Proger Urbano Empresarial.....	84
Gráfico 18: Desvantagens do Proger Urbano Empresarial .....	85
Gráfico 19: Contrataria novamente o Proger Urbano Empresarial .....	86

## LISTA DE TABELAS

Tabela 01: Setor econômico em que a empresa atua.....	68
Tabela 02: Ano de contratação da operação de Proger Urbano Empresarial mais recente..	69
Tabela 03: Máquina / equipamento adquirido pelo Proger Urbano Empresarial mais recentemente.....	70
Tabela 04: Valor financiado pelo Proger Urbano Empresarial .....	71
Tabela 05: Prazo de pagamento do Proger Urbano Empresarial.....	72
Tabela 06: Como tomou conhecimento do Proger Urbano Empresarial.....	72
Tabela 07: Principal motivo que levou a optar pelo Proger Urbano Empresarial.....	73
Tabela 08: Impacto da contratação do Proger Urbano Empresarial no número de funcionários da empresa.....	75
Tabela 09: Observou melhora nos resultados financeiros da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.....	76
Tabela 10: De que forma observou melhora nos resultados financeiros da empresa após a contratação do Proger Urbano Empresarial.....	77
Tabela 11: Observou melhora nas vendas ou na prestação de serviço da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.....	77
Tabela 12: De que forma observou melhora nas vendas ou na prestação de serviço da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.....	78
Tabela 13: Observou melhora no processo de produção ou de prestação de serviços da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.....	79
Tabela 14: De que forma observou melhora no processo de produção ou de prestação de serviços da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.....	79
Tabela 15: Observou melhora no relacionamento entre os funcionários da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.....	80
Tabela 16: De que forma observou melhora no relacionamento entre os funcionários da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.....	81
Tabela 17: Observou melhora no relacionamento entre a empresa e seus clientes após contratação do Proger Urbano Empresarial.....	81
Tabela 18: De que forma observou melhora no relacionamento entre a empresa e seus clientes após a contratação do Proger Urbano Empresarial.....	82
Tabela 19: Consideram o Proger Urbano Empresarial uma boa opção de financiamento...	83

Tabela 20: Vantagens do Proger Urbano Empresarial .....	84
Tabela 21: Desvantagens do Proger Urbano Empresarial.....	85
Tabela 22: Contratária novamente o Proger Urbano Empresarial .....	86
Tabela 23: Por que contratária novamente o Proger Urbano Empresarial.....	87

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>1.1 Tema problema .....</b>	<b>15</b>
<b>1.2 Objetivos.....</b>	<b>16</b>
<b>1.3 Justificativas.....</b>	<b>16</b>
<b>1.4 Estrutura do trabalho .....</b>	<b>17</b>
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 O Sistema Financeiro Nacional.....</b>	<b>19</b>
2.1.1 O sistema financeiro e a intermediação financeira.....	19
2.1.2 Histórico e evolução do Sistema Financeiro Nacional.....	21
2.1.3 O modelo bancário brasileiro .....	25
<b>2.2 Desenvolvimento econômico.....</b>	<b>28</b>
2.2.1 Principais indicadores de crescimento e de desenvolvimento econômico.....	29
<b>2.3 O contexto das micro e pequenas empresas brasileiras.....</b>	<b>31</b>
<b>2.4 A perspectiva estatal .....</b>	<b>34</b>
<b>2.5 A perspectiva privada .....</b>	<b>37</b>
<b>2.6 Gestão financeira.....</b>	<b>39</b>
2.6.1 Análise de crédito.....	40
2.6.2 Financiamento e custo de capital.....	43
<b>3 METODOLOGIA DA PESQUISA.....</b>	<b>47</b>
<b>3.1 Natureza da pesquisa .....</b>	<b>47</b>
<b>3.2 Delineamento da pesquisa.....</b>	<b>48</b>
<b>3.3 Delimitação da pesquisa.....</b>	<b>49</b>
<b>3.4 Análise e tratamento dos dados.....</b>	<b>49</b>
<b>3.5 Limitações da pesquisa .....</b>	<b>50</b>
<b>4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS .....</b>	<b>52</b>
<b>4.1 A organização em estudo .....</b>	<b>52</b>
4.1.2 Dados acerca do Banco do Brasil.....	55
4.1.3 A agência do Banco do Brasil de Palhoça (SC).....	58
<b>4.2 O estudo de crédito e o Proger Urbano Empresarial.....</b>	<b>59</b>
4.2.1 A análise de crédito do cliente Pessoa Jurídica.....	59

4.2.2 Operações de investimento.....	61
4.2.3 O Proger Urbano Empresarial.....	62
4.2.3.1 <i>Garantias</i> .....	63
4.2.3.2 <i>Limites, itens financiáveis e demais aspectos</i> .....	65
<b>4.3 Resultados da pesquisa</b> .....	<b>68</b>
<b>4.4 Considerações sobre os resultados da pesquisa</b> .....	<b>87</b>
<b>4.5 Plano de ação proposto</b> .....	<b>91</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>94</b>
5.1 <b>Conclusões</b> .....	<b>94</b>
5.2 <b>Recomendações</b> .....	<b>95</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>97</b>
<b>APÊNDICE</b> .....	<b>101</b>
<b>ANEXO A</b> .....	<b>104</b>
<b>ANEXO B</b> .....	<b>105</b>
<b>ANEXO C</b> .....	<b>106</b>

## 1 INTRODUÇÃO

As organizações necessitam de recursos financeiros. Eles são necessários para que as empresas os aloquem, seja no processo produtivo de bens ou de serviços ou em outros tipos de aplicações disponíveis no mercado, de modo a lhes gerar retorno.

A realidade econômica brasileira, onde imperam os altos juros e o elevado custo do capital, é considerada por administradores e por empresários como dificultadora da atividade empresarial no país. Em contrapartida, o sucesso e o bom desempenho das organizações é fator determinante para o seu desenvolvimento econômico.

Frente a essa situação, a questão que se faz presente relaciona-se à maneira como financiar as atividades produtivas das empresas, incluindo as que atuam nos ramos industrial, comercial e de prestação de serviços. Gitman (2004) aborda duas formas básicas de investimentos em uma organização: por meio de capital próprio (proveniente de seus dirigentes ou acionistas) ou através de capital de terceiros.

Em muitos casos, é necessário optar pela segunda alternativa e, para tanto, recorre-se ao sistema financeiro. O Sistema Financeiro Nacional, como destacam Carvalho e Abranovay (2004), apresenta uma combinação paradoxal entre o fato de ser um sistema bastante sólido e sofisticado e o de existir uma grande demanda por crédito que não é atendida.

As micro e pequenas empresas são as organizações que mais sofrem com a carência de crédito, fato que contribui para o elevado índice de mortalidade desses empreendimentos. De acordo com Sebrae (2005), metade das empresas encerram suas atividades com menos dois anos de existência.

Os bancos e as demais instituições financeiras são os agentes, dentro do sistema financeiro nacional, que disponibilizam recursos financeiros às pessoas físicas e jurídicas. A forma mais comum de se dispor desse recurso é por meio do crédito, de forma que o recurso monetário é entregue à entidade tomadora no momento presente, com a promessa de devolução do montante, acrescido de juros e de outros fatores pré-estabelecidos, em uma data futura.

## 1.1 Tema problema

Nesse contexto, o tema deste trabalho é a concessão de crédito, em particular, o destinado a financiar investimentos em atividades empresariais de micro e pequenas empresas.

O Governo Federal, com o intuito de amenizar o problema relativo ao não atendimento da demanda por crédito das micro e pequenas empresas, subsidia linhas de financiamento específicas a esse público-alvo. Para tanto, utiliza-se de bancos e de instituições oficiais.

O Programa de Geração de Emprego e Renda - PROGER, instituído pelo Ministério do Trabalho e Emprego e mantido com recursos do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT), é um exemplo de programa do Governo Federal destinado ao incremento da economia por meio da concessão de crédito para pessoas físicas e jurídicas investirem em atividades produtivas.

Por sua vez, o Banco do Brasil, o Banco do Nordeste, a Caixa Econômica Federal, o Banco da Amazônia e o BNDES são as instituições oficialmente encarregadas de disponibilizar o PROGER à população.

Uma das modalidades do PROGER é o Proger Urbano Empresarial, que é objeto de estudo deste trabalho. Sua função social é oferecer crédito às microempresas e empresas de pequeno porte, de modo a financiar seus investimentos em máquinas e equipamentos, com o objetivo de incrementar seus negócios e, com isso, gerar emprego e renda.

O Governo Federal, dessa maneira, auxilia as empresas de menor porte, com faturamento bruto anual de até R\$ 5 milhões, a investirem nos seus negócios e, conseqüentemente, a se desenvolverem.

O fato de a linha ser subsidiada por recursos federais, no caso provenientes FAT, faz com que ela se torne uma opção acessível às micro e pequenas empresas. Além disso, a operação é garantida através do Fundo de Aval para a Geração de Emprego e Renda - FUNPROGER, destinado a facilitar a oferta de garantias por parte da empresa financiada, além de ter a função de proporcionar reserva, proporcionando solidez e liquidez à linha.

Diante disso, a proposta do presente trabalho é estudar a operação do Proger Urbano Empresarial oferecida pelo Banco do Brasil S.A, especificamente por meio da Agência Palhoça (SC). Para tanto, faz-se necessário realizar uma pesquisa com o intuito de responder ao seguinte problema:

**Qual o impacto do Proger Urbano Empresarial e quais suas contribuições para as empresas o contrataram, segundo as percepções dos dirigentes das organizações financiadas pela linha?**

## **1.2 Objetivos**

Para que o problema proposto seja devidamente respondido, este trabalho procura atender ao seguinte objetivo geral: **“verificar o impacto do Proger Urbano Empresarial e suas contribuições para as empresas que o contrataram, segundo as percepções dos dirigentes das organizações financiadas pela linha”**.

Sendo assim, para o atingimento do objetivo geral exposto, os seguintes objetivos específicos devem ser atendidos:

- a) descrever o Proger Urbano Empresarial;
- b) identificar as empresas que contrataram o Proger Urbano Empresarial, verificando como tomaram conhecimento da linha de crédito e qual o principal motivo que as levaram a optar por contratá-la;
- c) verificar o impacto no número de funcionários da empresa após a contratação do Proger Urbano Empresarial;
- d) identificar as contribuições do Proger Urbano Empresarial às áreas financeira, de vendas, de produção e de recursos humanos da empresa;
- e) propor um plano de ação ao banco a fim de melhor divulgar o Proger Urbano Empresarial.

## **1.3 Justificativa**

A elaboração do presente trabalho apresenta fundamental importância de cunho acadêmico, devido à oportunidade de confrontar aspectos descritos na teoria com suas práticas nas organizações. Em especial, para o autor, que trabalha na organização fornecedora do crédito, é uma alternativa para verificar em seu ambiente profissional os conceitos estudados na academia.

Além disso, a Agência Palhoça (SC) não conta com qualquer tipo de estudo acerca da percepção de seus clientes sobre o Proger Urbano Empresarial. Assim, tanto a organização

quanto o autor possuiem total interesse em conhecer os resultados obtidos com a pesquisa constante nesse trabalho.

Também é notada a importância da elaboração desse trabalho no que tange à proposta do mesmo: o estudo de uma linha de crédito acessível e que tem por objetivo incrementar os negócios de micro e pequenas empresas, de forma a gerar emprego e renda na economia como um todo.

A partir do quesito viabilidade, a elaboração dessa pesquisa se faz possível a partir do momento em que a literatura acerca do tema proposto é acessível. Além disso, o acesso aos dados necessários ao objeto de estudo possibilitam o seu desenvolvimento, de modo que informações sobre o Proger Urbano Empresarial podem ser obtidas em documentos disponibilizados pelo Banco do Brasil S.A. e pela Internet, através dos portais dos bancos e instituições disponibilizadoras do crédito.

Por fim, seguindo o critério oportunidade, o mercado brasileiro atual é marcado pelas altas taxas de juros e pela escassez de empregos formais. Sendo assim, o Proger Urbano Empresarial se mostra uma opção interessante de crédito para as micro e pequenas empresas, posto que se constitui em um recurso subsidiado e é destinado à aquisição de máquinas e de equipamentos com o fim de incrementar sua atividade produtiva e, com isso, gerar emprego e renda.

#### **1.4 Estrutura do trabalho**

O presente trabalho é composto por cinco capítulos. No primeiro, é abordada a introdução, em que é tratado o tema problema, bem como os objetivos geral e específicos, a justificativa e a estrutura do trabalho.

O segundo capítulo destina-se à fundamentação teórica do trabalho, composta por conceitos e contribuições de diversos autores acerca do Sistema Financeiro Nacional, do modelo bancário brasileiro, do desenvolvimento econômico, do contexto das micro e pequenas empresas no Brasil e das perspectivas privada / estatal.

A metodologia da pesquisa é apresentada no terceiro capítulo e possui a função de caracterizar a pesquisa, abordando sua natureza, seu delineamento, sua delimitação e suas limitações.

O quarto capítulo é destinado à apresentação e às considerações dos resultados obtidos por meio da pesquisa realizada. Neste capítulo, é abordada a caracterização da empresa e da

linha de crédito estudada, evidenciando as garantias exigidas, os itens financiados e demais aspectos. Apresenta-se, ainda, a proposta de um plano de ação destinado à divulgação do Proger Urbano Empresarial.

No quinto capítulo são apresentadas a conclusão e as recomendações. Por fim, seguem as referências, o apêndice e os anexos.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Para fundamentar a proposta do presente trabalho, faz-se necessário apresentar um referencial teórico acerca do tema proposto. Para tanto, no primeiro momento deste capítulo, são abordados itens relativos ao Sistema Financeiro Nacional, evidenciando sua evolução e o modelo bancário brasileiro.

Outrossim, são apresentados conceitos relativos ao desenvolvimento econômico, bem como são contextualizadas as micro e pequenas empresas brasileiras, além dos principais programas oficiais de crédito ao desenvolvimento empresarial. Por fim, abordam-se conceitos inerentes à Administração Financeira, como áreas de decisão financeira, risco, análise de crédito e financiamento.

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

Com a finalidade de contextualizar o Sistema Financeiro Nacional, há que evidenciar o seu papel no cenário econômico brasileiro e demonstrar sua evolução, que se sofisticou a partir de um modelo extremamente simples.

#### **2.1.1 O sistema financeiro e a intermediação financeira**

Segundo Rosa (2004), um sistema financeiro surge a partir do momento em que fica caracterizada a necessidade de intermediação do fluxo de recursos de agentes superavitários para agentes deficitários. Em um sistema primitivo, um agente A dispunha de excedentes desejados por outro agente B, assim como o agente B dispunha de excedentes desejados por A. O processo de troca entre os excedentes era efetuado por meio do escambo, não envolvendo instrumentos monetários.

De modo semelhante, existem em uma economia indivíduos que dispõem de recursos em excesso e outros que os detêm deficitariamente. Dessa forma, Fortuna (2005) conceitua o sistema financeiro como um conjunto de instituições financeiras que propiciam condições satisfatórias ao fluxo de recursos entre poupadores e investidores.

O sistema financeiro é definido como o “[...] conjunto de mercados financeiros existentes em uma dada economia, pelas instituições financeiras participantes e suas inter-

Entretanto, segundo Carvalho et al (2000), ao mesmo tempo em que o Plano Real estabilizou o nível geral dos preços, ele aumentou a vulnerabilidade externa da economia brasileira. Assim, o Banco Central se viu obrigado a apelar para drásticas elevações dos juros, o que aumentou os riscos das aplicações junto ao setor privado. Dessa maneira, os bancos, ao invés de suprirem crédito ao setor privado, passaram, pelo menos temporariamente, a priorizar o financiamento do governo, atraídos pela boa remuneração e pelo baixo risco dos títulos públicos.

Mendonça de Barros e Almeida Júnior (apud ROSA, 2004) estabelecem três fases de modificações, pelas quais o Sistema Financeiro Nacional vem passando desde a estabilização monetária.

Na primeira fase, foram implantados o Programa de Estímulo à Reestruturação e ao Fortalecimento do Sistema Financeiro Nacional (PROER) e o Programa de Incentivo à Redução da Participação do Setor Público Estadual (PROES). Esses programas fizeram com que fosse diminuído o número de instituições financeiras na economia em virtude da liquidação, incorporação, fusão e transferência de controle acionário de inúmeras instituições bancárias brasileiras. O Banco Central, desde então, estabelece na legislação prudencial novas exigibilidades de capital, de modo a tornar o patrimônio da instituição compatível com o grau de risco de seu portfólio. O objetivo é diminuir o risco das instituições financeiras atuantes no Sistema Financeiro Nacional.

A segunda fase teve início em 1996 e foi marcada pela entrada dos bancos estrangeiros no Sistema Financeiro Nacional. Isso fez com que o setor se tornasse mais competitivo, ao mesmo tempo em que o risco de todo o sistema financeiro se tornasse mais diluído.

Durante a terceira fase, devido à estabilização dos níveis dos preços e dos índices inflacionários, foi observada a mudança da composição de receitas obtidas pelos bancos. “Os ganhos resultantes da remuneração nos passivos dos bancos de saldos não remunerados (receita inflacionária) foram paulatinamente substituídos pela cobrança de tarifas e pelas rendas provenientes da aplicação em títulos e valores mobiliários” (ROSA, 2004, p. 27).

Diante desse cenário, observa-se a grande transformação pela qual passou o Sistema Financeiro Nacional desde a década de 1960 até os dias atuais. Toda uma conjuntura econômica e política fez com que o sistema financeiro do Brasil evoluísse de um sistema com baixo grau de complexidade, focado no curto prazo, conforme observou Galvêas (1985), para um sistema tido como dos mais complexos quando comparado com o de países de igual ou superior nível de desenvolvimento econômico, de acordo com Carvalho et al (2000).

Faz-se prudente, então, demonstrar a disposição e organização do Sistema Financeiro Nacional atual, representado pelo seguinte organograma.

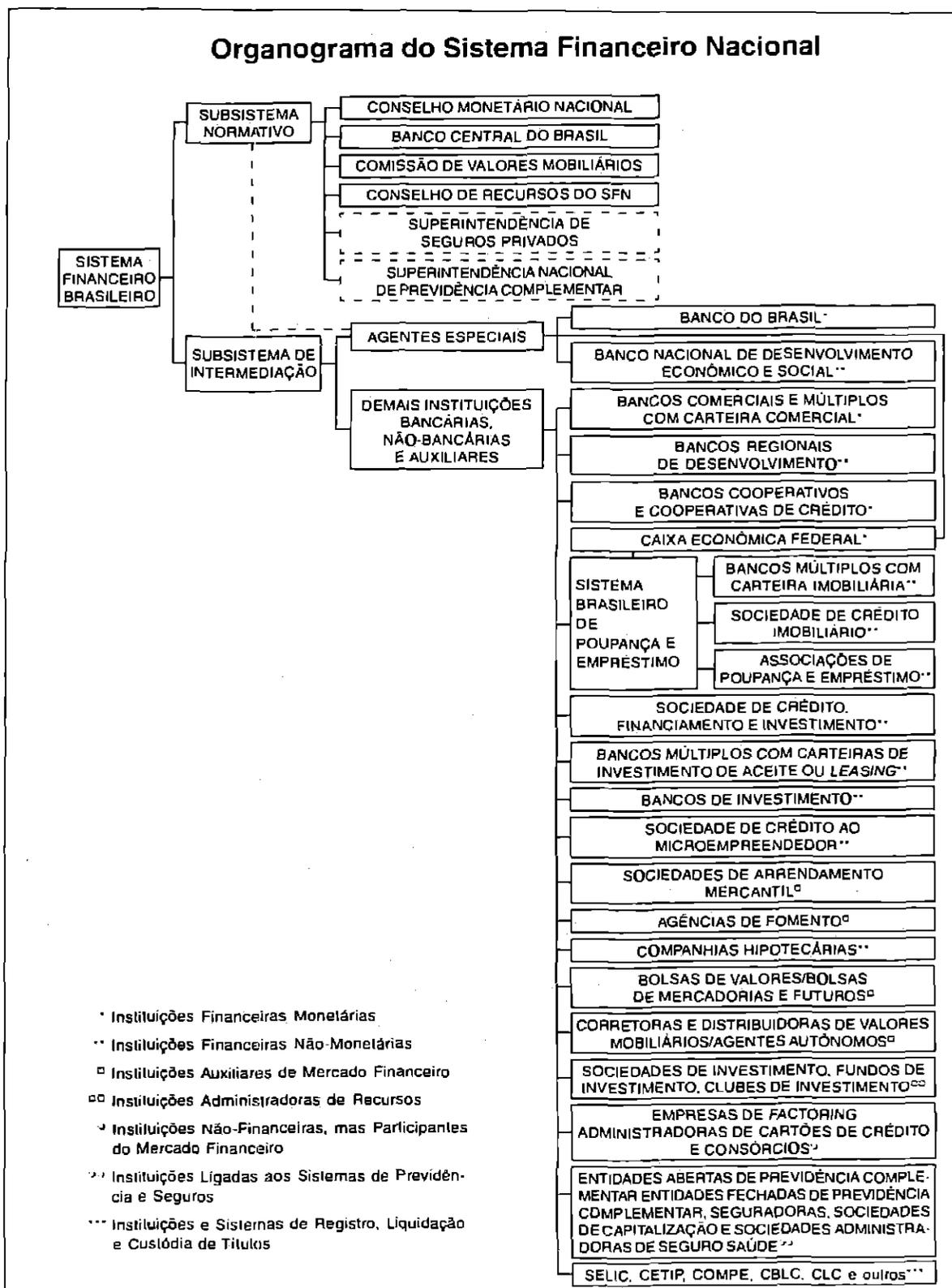


Figura 01: Organograma do Sistema Financeiro Nacional.  
Fonte: Fortuna (2005).

Para melhor situar o funcionamento do Sistema Financeiro Nacional, faz-se prudente apresentar sucintamente, ao menos, a função de seus subsistemas normativos.

O Conselho Monetário Nacional (CMN) é um órgão normativo, responsável por fixar diretrizes acerca da política monetária, creditícia e cambial do país. É composto pelo Ministro da Fazenda (presidente), pelo Ministro de Planejamento, Orçamento e Gestão e pelo Presidente do Banco Central (FORTUNA, 2005).

De acordo com o autor supracitado, o Banco Central do Brasil (BACEN) tem como função atuar no papel de órgão executivo central do sistema financeiro, de modo a cumprir e a fazer cumprir as disposições normatizadas pelo CMN. É por meio do BACEN que o Estado intervém na economia, sendo algumas de suas funções: emissão do papel-moeda e moeda metálica, receber os recolhimentos compulsórios dos bancos e exercer o controle de crédito sob suas formas.

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) possui a atribuição de regular e fiscalizar o mercado de capitais, em especial no que diz respeito às sociedades de capital aberto. Seu foco é desenvolver e disciplinar o mercado de valores mobiliários não emitidos pelo sistema financeiro e pelo Tesouro Nacional (FORTUNA, 2005).

O Conselho de Recursos do Sistema Financeiro Nacional (CRSFN) é “[...] órgão integrante do Ministério da Fazenda [...] com a atribuição de julgar, em segunda e última instância, os recursos e interpostos das decisões relativas à aplicação de penalidades administrativas pelo Banco Central do Brasil e Comissão de Valores Mobiliários” (FORTUNA, 2005, p. 26).

### 2.1.3 O modelo bancário brasileiro

Brealey & Myers (2006) afirmam que as instituições financeiras são fornecedoras de recursos financeiros a empresas, sendo que os bancos são um de seus principais representantes. Tais instituições captam dinheiro de muitos indivíduos e os reinvestem no mercado financeiro, ou, no caso dos bancos, emprestam a empresas e pessoas físicas mediante o pagamento de juros, com o objetivo de cobrir seus custos e compensar seus depositantes e investidores.

Uma definição geral de banco é citada por Carvalho et al (2000, p. 253), em que “[...] o sistema bancário é normalmente tomado como compreendendo os intermediários

O Sebrae (2007) utiliza ainda o critério quantidade de pessoas ocupadas nas empresas, principalmente nos estudos e levantamentos sobre a presença das micro e pequenas empresas na economia brasileira. Esta metodologia classifica como microempresa aquela ocupada por até 19 pessoas, para as atuantes na indústria e no ramo de construção, e por até 09 pessoas no caso das comerciárias e nas prestadoras de serviço. As pequenas empresas, no caso das construtoras e das indústrias, são aquelas ocupadas por entre 20 e 99 pessoas e, para organizações atuantes nos ramos de comércio e serviço, são as ocupadas por entre 10 e 49 pessoas.

É importante ressaltar que o número de pessoas ocupadas inclui também os proprietários, pois a idéia dessa classificação não é apenas identificar o número de empregados nas organizações, mas também o número de pessoas que se beneficiam dos rendimentos gerados por elas.

Apesar da grande representatividade das micro e pequenas empresas no cenário econômico brasileiro, é preocupante o índice de mortalidade dessas organizações. Quase metade, 49,9%, das empresas encerraram suas atividades com até 2 anos de existência; 56,4%, com até 3 anos; e 59,9% com até 4 anos (SEBRAE, 2005).

A escassez de crédito às micro e pequenas empresas, adequado à sua realidade, é uma das principais causas do alto nível de extinção precoce das empresas. Para Bedê (2004), o seu baixo grau de organização, de mobilização e de consciência faz com que seja gerada uma escassa representação desse grupo junto aos grandes processos de tomada de decisão.

Em decorrência disso, parte do aparato legal e dos serviços públicos e / ou ações de apoio governamentais às atividades produtivas não chega a esses empreendimentos porque, ao serem criados, não foram moldados às características desses negócios. Isso ocorre, por exemplo, no âmbito do financiamento das empresas (BEDÊ, 2004, p. 46).

Carvalho e Abramovay (2004) corroboram a idéia do autor anterior afirmando que o sistema financeiro brasileiro não atende às necessidades das pequenas e das microempresas. O crédito bancário é muito caro e de difícil acesso, segundo Anjali (apud CARVALHO; ABRAMOVAY, 2004), estima-se que 43 % dos brasileiros não possuem conta bancária, o que significa que milhares de pessoas e de empresas não são beneficiadas pelos serviços financeiros básicos, inviabilizando sua atuação em uma economia de mercado.

Os autores supracitados complementam que as dificuldades de acesso ao crédito reforçam as desigualdades e que, de acordo com World Bank (apud CARVALHO; ABRAMOVAY, 2004), a desigualdade é um dos obstáculos ao crescimento da economia e, conseqüentemente, ao desenvolvimento econômico.

O gráfico a seguir demonstra a proporção de micro e pequenas empresas que tomaram empréstimos em banco entre os anos de 2000 e 2004.

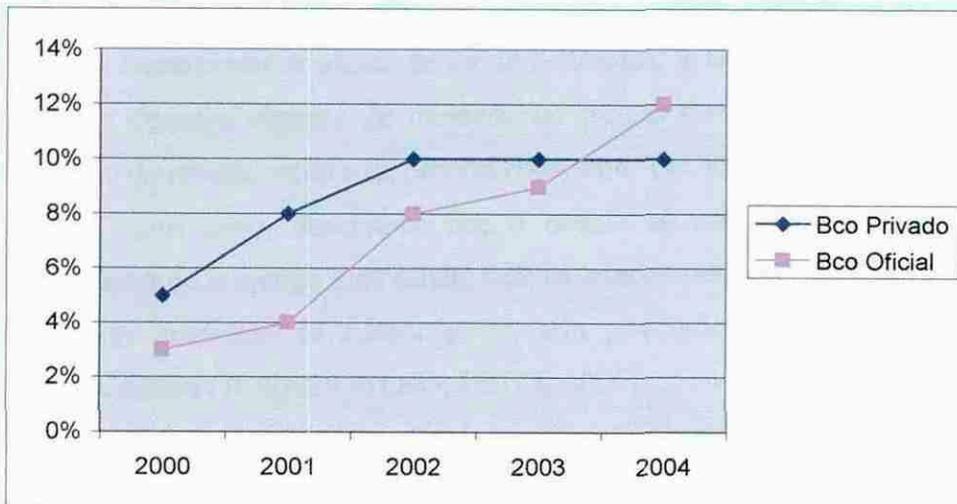


Gráfico 01: Proporção de MPEs que utilizaram empréstimos em banco, entre 2000 e 2004. Fonte: adaptado de Sebrae (apud CARVALHO; ABRAMOVAY, 2004).

Observa-se que, em 2004, 12 % das empresas pesquisadas obtiveram empréstimos junto aos bancos oficiais e 10 % através de bancos privados. Esses dados demonstram que aproximadamente 80 % das organizações não fizeram uso de qualquer tipo de empréstimos por meio de bancos, o que evidencia a dificuldade em contratá-los.

Todavia, ficou evidenciada a crescente participação dos bancos oficiais na concessão de empréstimos às micro e pequenas empresas. Segundo Koteski (2004), através do segmento das micro e pequenas empresas, o governo tem buscado oferecer um amplo espectro de oportunidades com o intuito de reduzir o desemprego e as injustiças sociais. Instituições oficiais como o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), a Caixa Econômica Federal e o Banco do Brasil oferecem linhas de financiamento subsidiadas e específicas ao pequeno negócio.

## 2.4 A perspectiva estatal

De acordo com Torres Filho (2006), a relação entre o crédito bancário e o crescimento econômico tem sido objeto de investigação teórica e empírica. Entretanto, existe um consenso de que a relação dessas duas variáveis é positiva.

Existem ainda programas desenvolvidos pelo Ministério do Trabalho e Emprego por meio do FAT – Fundo de Amparo ao Trabalhador. Segundo Ministério do Trabalho e Emprego (2007a), o FAT é um fundo especial, de natureza contábil-financeira, destinado ao custeio do Programa do Seguro-Desemprego, do Abono Salarial e ao financiamento de programas de desenvolvimento econômico.

O FAT, juntamente com seu conselho gestor, o Conselho Deliberativo do Fundo de Amparo ao Trabalhador – CODEFAT, foi instituído por meio da Lei nº 7.998 de 11 de janeiro de 1990. Sua principal fonte de recursos é composta por contribuições para o Programa de Integração Social – PIS e para o Programa de Formação do Patrimônio do Serviço Público – PASEP (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2007a).

As principais ações de emprego financiadas com recursos do FAT estão estruturadas em torno de dois programas: o Programa do Seguro-Desemprego (com as ações de pagamento do benefício do seguro-desemprego, de qualificação e requalificação profissional e de orientação e intermediação do emprego) e os Programas de Geração de Emprego e Renda, cujos recursos são alocados por meio dos depósitos especiais criados pela Lei nº 8.352, de 28 de dezembro de 1991 (incorporando, entre outros, o próprio Programa de Geração de Emprego e Renda - PROGER, nas modalidades Urbano e Rural e o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF) (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2007a).

De acordo com Ministério do Trabalho e Emprego (2007b), o Programa de Geração de Emprego e Renda – PROGER possui como agentes financeiros o Banco do Brasil, o Banco do Nordeste, a Caixa Econômica Federal, o Banco da Amazônia e o BNDES (através de agentes financeiros credenciados). O programa é destinado:

- a) às pessoas que trabalham de maneira informal, em pequenos negócios familiares, como marceneiros, fabricantes de roupas, artesãos etc., aos profissionais recém-formados, aos mini e pequenos produtores rurais, aos pescadores artesanais (com fins comerciais), aos seringueiros que se dediquem à exploração extrativista da seringueira na Região Amazônica, dentre outros;
- b) às pequenas e microempresas;
- c) às cooperativas e associações de produção, formadas por micro ou pequenos empreendedores, urbanos e rurais;
- d) aos professores da rede pública e privada de ensino, para aquisição de equipamento de informática;
- e) às pessoas físicas, para aquisição de material para construção ou para aquisição de unidade habitacional.

O Proger Urbano Empresarial é a modalidade do programa destinado ao financiamento de micro e pequenos produtores urbanos que visam a investir no crescimento de seu negócio ou a obter recursos para o custeio de sua atividade. A linha oferece recursos a serem aplicados em investimento e em capital de giro às empresas com faturamento anual bruto de até R\$ 5 milhões (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2007b).

Seu objetivo é oferecer financiamento com a finalidade de proporcionar a manutenção de postos de trabalho, bem como reduzir a mortalidade das micro e pequenas empresas e, como consequência, diminuir a rotatividade de mão-de-obra na economia (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2007b).

## **2.5 A perspectiva privada**

As afirmações de autores como Carvalho e Abramovay (2004), Bedê (2004) e Torres Filho (2006) enfatizam a importância da concessão do crédito, especialmente por parte dos bancos, para o crescimento econômico brasileiro.

Faz-se, então, interessante contextualizar a situação do crédito concedido por instituições bancárias brasileiras durante o ano de 2006. A FEBRABAN (2006), por meio de seu Relatório Social, presta informações à sociedade acerca desse tema.

O Relatório Social 2006 apresenta dados sobre a participação e o envolvimento do setor bancário no atendimento às demandas da sociedade. O relatório de 2006 consolidou informações de 28 bancos que representam 85,4 % dos ativos totais do sistema financeiro.

No ano de 2006, foram expandidas as operações de crédito no Brasil, o volume total de empréstimos do sistema financeiro evoluiu de R\$ 607 bilhões, em dezembro de 2005, para R\$ 732,6 bilhões em dezembro de 2006, o que representa um crescimento de 20,7 %.

A proporção do crédito em relação ao Produto Interno Bruto (PIB) também cresceu, conforme o gráfico a seguir.

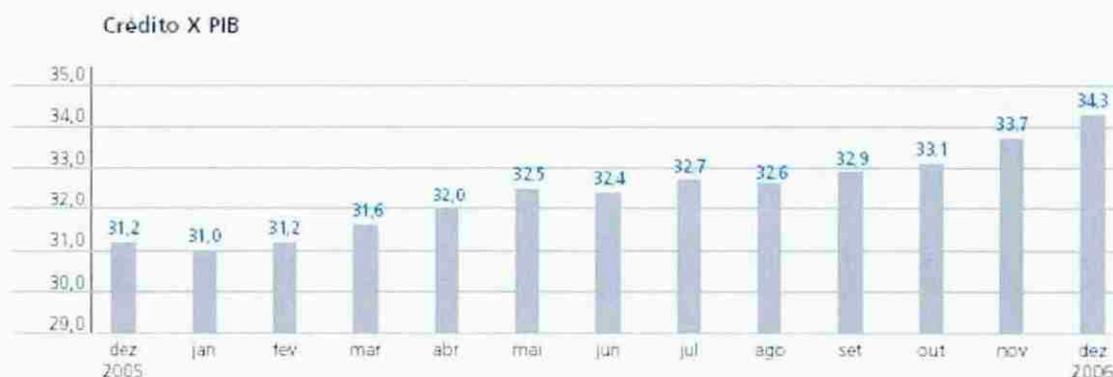


Gráfico 02: Evolução Crédito x PIB.

Fonte: Banco Central do Brasil (apud FEBRABAN, 2006).

Percebe-se, através do gráfico, que a proporção Crédito x PIB também evoluiu de dezembro de 2005, com 31,2 %, para dezembro de 2007, atingindo um índice de 34,3 %. Esse fato evidencia a crescente participação do crédito na economia brasileira (FEBRABAN, 2006).

Mas, se levado em consideração o Gráfico 01, apresentado por Carvalho e Abramovay (2004), que demonstra que apenas 22 % das empresas brasileiras utilizaram-se do crédito bancário no ano de 2004, conclui-se que, apesar do seu incremento, sua participação e seu acesso ainda é restrito.

O aumento da concessão do crédito é reflexo também do aumento da participação das instituições financeiras no cenário econômico brasileiro, como se observa no quadro a seguir com informações acerca dos lucros obtidos pelos bancos.

Lucro dos bancos em 2005	Lucro dos bancos em 2006
Bradesco: R\$ 5,514 bilhões	Bradesco: R\$ 6,649 bilhões
Itaú: R\$ 5,251 bilhões	Itaú: R\$ 6,48 bilhões
BB: R\$ 4,154 bilhões	BB: R\$ 6,044 bilhões
Caixa: R\$ 2,07 bilhão	Caixa: R\$ 2,39 bilhão
Unibanco: R\$ 1,838 bilhão	Unibanco: R\$ 2,210 bilhão
HSBC: R\$ 850	ABN: R\$ 2 bilhões

Quadro 04: Lucro dos bancos brasileiros em 2005 e 2006.

Fonte: adaptado de Sindicato dos Bancários do Maranhão (2007).

Os lucros obtidos pelos bancos nos anos de 2005 e de 2006 demonstram o vigor e sua importante participação no mercado brasileiro.

## 2.6 Gestão financeira

A Administração Financeira das organizações tem importante papel na sua sobrevivência e no sucesso de sua atuação no mercado. Administrar bem os recursos financeiros disponíveis às organizações é fator crítico de sucesso para as mesmas, e isso é válido tanto para aquelas que os dispõem em excesso quanto para as que os possuem em escassez.

Ross et al (1998) colocam que para se definir Administração Financeira, deve-se responder a três questões:

- a) que investimentos de longo prazo serão feitos, em que atividade a empresa atuará e que espécies de máquinas e equipamentos serão necessários;
- b) onde será obtido o financiamento de longo prazo necessários para viabilizar tais investimentos, captar-se-á recursos por meio da entrada de sócios ou será preciso tomar empréstimos; e
- c) como serão geridas as atividades cotidianas da empresa, por exemplo, como seus clientes serão cobrados e como os fornecedores serão pagos.

A área de Administração Financeira trabalha com as finanças, que Gitman (2004, p. 4) define como “[...] a arte e a ciência da gestão do dinheiro [...] a área de finanças preocupa-se com os processos, as instituições, os mercados e os instrumentos associados à transferência de dinheiro entre indivíduos, empresas e órgão governamentais”.

As finanças são divididas em duas grandes áreas: serviços financeiros e administração financeira. Os primeiros estão relacionados à prestação e ao desenvolvimento de serviços de assessoramento financeiro a indivíduos, empresas e órgão governamentais; enquanto que os segundos preocupam-se com a administração financeira propriamente dita de determinada empresa (GITMAN, 2004).

Em relação à administração financeira, Sanvicente (1987) afirma que as atribuições de um gestor financeiro e, conseqüentemente, da administração financeira da empresa podem ser generalizadas em duas frentes: a obtenção de recursos monetários com fins de viabilizar o desenvolvimento das atividades da organização e, se desejável, investir em sua expansão; e a análise da maneira mais eficiente de utilização desses recursos obtidos, de modo a maximizá-los.

Para Assaf Neto (2003), a administração financeira está associada a um campo de estudos práticos e teóricos que possui como finalidade, dentro do contexto empresarial, captar e alocar os recursos de capital de forma eficiente.

De acordo com Ross et al (1998, p. 33), a administração financeira tem como objetivo “maximizar o valor de mercado do capital dos proprietários existentes”. Os autores afirmam que as boas decisões financeiras fazem com que o valor de mercado dos proprietários da empresa aumente e, nesse sentido, as más decisões o diminuam.

Brealey & Myers (2006), por sua vez, tratam da questão acerca das decisões financeiras, que podem ser traduzidas por duas questões chaves bastante decorrentes no universo empresarial: quais investimentos a empresa deve fazer e como ela deve fazer para pagar por eles. A primeira questão envolve o gasto do dinheiro, enquanto a segunda diz respeito ao modo de devolvê-lo.

Essas questões são fundamentais para o processo de gestão financeira da empresa, que, como abordam Sanvicente (1987), Ross et al (1998) e Assaf Neto (2003), envolve a preocupação em captar recursos financeiros para o desenvolvimento de suas atividades.

### 2.6.1 Análise de crédito

As organizações que pretendem expandir seus negócios e aumentar sua participação no mercado passam pela importante decisão de investir. Resta à empresa verificar se ela o fará com recursos próprios ou se será necessário buscar recursos junto a terceiros, como bancos ou demais instituições financeiras.

A necessidade de crédito é imperativa no mercado atual. Em uma conjuntura marcada pela estabilidade econômica, a concessão de crédito torna-se uma alternativa viável de se incrementar as vendas e a prestação de serviços pelas empresas. Sanvicente (1987) aborda o conceito de política de crédito, que está associada às diretrizes adotadas pelas empresas com relação a procedimentos de seleção de clientes, de cobrança e de descontos.

A oferta de crédito auxilia na consecução dos objetivos de venda, além de ser um fator diferenciador competitivo, pois é um instrumento de atração e de procura para o que a empresa oferece no mercado (SANVICENTE, 1987). O crédito, por conseguinte, pode ser uma venda de um produto ou prestação de serviço mediante pagamento futuro; ou pode ser um produto, ofertado por instituição financeira ou banco, que disponibiliza o recurso no

momento presente mediante a promessa de pagamento futuro, conforme prazo e condições pré-estabelecidas.

Schrickel (1997, p. 25) traz uma definição de crédito:

[...] todo o ato de vontade ou disposição de alguém de destacar ou ceder, temporariamente, parte do seu patrimônio a um terceiro, com a expectativa de que esta parcela volta a sua posse integralmente, após decorrido o tempo estipulado.

Silva (1997) aborda o crédito como a disponibilização de determinado valor presente mediante promessa de pagamento futuro.

O risco é fator inerente a qualquer oferta de crédito e este é assumido pela instituição que o concedeu. Para Gitman (2004), o risco está associado à possibilidade de que o resultado obtido de determinada operação seja diferente do esperado, ou, resumidamente, leve a uma perda financeira.

Silva (1997) afirma que toda vez que um banco concede um empréstimo ou um financiamento, ele fica sujeito ao não cumprimento, por parte do cliente, da promessa de pagamento. A razão da inadimplência do cliente pode estar relacionada ao seu caráter, à sua capacidade de gerir um negócio, ou a fatores externos adversos.

Sanvicente (1987) traz uma distinção entre dois tipos de risco: o risco econômico e o risco financeiro. O primeiro está associado à incerteza do setor de atividade da empresa que está tomando o crédito, enquanto o segundo diz respeito ao risco das operações da empresa tomadora em si.

Gitman (2004) cita as fontes de risco mais comuns aos administradores financeiros de empresas. O risco operacional está relacionado à possibilidade de a empresa não conseguir cobrir seus custos operacionais (custos fixos e variáveis); e o risco financeiro está associado à possibilidade de a empresa não conseguir cumprir com suas obrigações financeiras (fluxos de caixa, encargos). Outros riscos que também devem ser levados em consideração dizem respeito:

- a) ao risco de evento: é a possibilidade de um evento inesperado influenciar o desempenho da empresa;
- b) ao risco de câmbio: associado à influência das flutuações das taxas de câmbio
- c) ao risco de poder aquisitivo: relativo à influência exercida pela variação de índices de inflação e de deflação; e
- d) ao risco de tributação, que leva em consideração os efeitos causados por mudanças na legislação tributária.

Como é possível observar, os conceitos envolvendo risco são bastante abrangentes e gerais e cada autor traz diferentes definições e conceitos acerca do tema. Sendo assim, assume-se que o conceito de risco está associado à possibilidade de o crédito concedido por uma instituição não ser recebido nos valores ou nos prazos acordados.

Com a finalidade de reduzir o risco de uma determinada operação de crédito, vem à tona a necessidade da execução de uma eficiente análise de crédito. Schrickel (1997) cita como objetivos de uma análise de crédito: identificar os riscos de determinada operação de crédito, conhecer a capacidade de pagamento do tomador e constatar o tipo de empréstimo a conceder.

O autor coloca, ainda, três etapas constantes no processo de concessão de empréstimo, a saber: a análise retrospectiva, que visa a identificar o histórico do potencial tomador, com a finalidade de embasar a decisão de crédito; a análise de tendências, com o objetivo de concluir acerca da capacidade futura do tomador, levando em consideração a concessão do empréstimo e o cenário onde o tomador atua; e a capacidade creditícia, que se preocupa com as duas etapas supracitadas associadas, de forma a evitar perdas ou reduzir ao máximo o risco (SCHRICKEL, 1997).

Weston & Brigham (apud SANVICENT, 1987), complementando a idéia recém-abordada, estabelecem os cinco C's do crédito, conceito bastante difundido entre as organizações, que visam a estabelecer fatores e critérios a serem levados em consideração com a finalidade de dar embasamento a decisões relativas à concessão de crédito. Segundo os autores, os cinco C's do crédito são:

- a) o caráter: é a intenção de o tomador cumprir com a obrigação acordada de acordo com os prazos e condições estabelecidos;
- b) a capacidade: é o desempenho operacional e financeiro do tomador que possibilitará o pagamento;
- c) o capital: é a posse, por parte do tomador, de bens que possam vir a cobrir a operação, em caso de inadimplência;
- d) o colateral: são as garantias apresentadas pelo tomador para a consecução da operação;
- e) as condições: são possíveis acontecimentos externos que podem vir a comprometer a capacidade de pagamento do tomador e, com isso, prejudicar a operação.

Portanto, a análise de crédito gera subsídios para a decisão relativa à concessão de empréstimos ou de financiamentos por parte das instituições financeiras. Seu objetivo é

identificar, a partir do cruzamento e da análise de informações obtidas, o tomador visando a reduzir o risco geral da operação.

### 2.6.2 Financiamento e custo de capital

Para Sanvicente (1987), a administração financeira de uma empresa se preocupa com três áreas de decisão financeira. A área de investimento preocupa-se em aplicar os recursos disponíveis à empresa em suas atividades normais, criando uma estrutura ideal de ativos, fixos e corrente, com a finalidade de se obter o melhor resultado possível, dado o interesse de seus proprietários e o risco o quais estes pretendem correr.

A área de financiamento, por outro lado, está associada às fontes de recursos da empresa. A administração financeira deve buscar uma estrutura de fontes de recursos com menores custos possíveis. “A melhor estrutura financeira [...] pode ser caracterizada como aquela em que o custo médio ponderado das fontes utilizadas é o mais baixo possível” (SANVICENTE, 1987, p. 16).

A terceira área de decisão proposta por Sanvicente (1987) é a utilização (destinação) do lucro líquido, também conhecida por política de dividendos, que estabelece a forma de aplicação ou destinação dos recursos financeiros gerados através das atividades operacionais e extra-operacionais da empresa. Esta área se preocupa em estabelecer, por exemplo, o destino a ser dado a um lucro obtido em determinado exercício, este pode ser reinvestido na empresa ou pode ser distribuído entre os acionistas.

A área de decisão da administração financeira proposta pelo autor que melhor se enquadra ao tema do presente trabalho é a segunda, a área de financiamento. Isso porque o problema em estudo envolve uma operação de crédito destinada ao financiamento de atividades produtivas empresariais.

A análise da viabilidade de implementação de determinado projeto - como a compra de maquinário ou a ampliação de seu parque fabril, por exemplo - é de fundamental importância para que a empresa possa ter uma noção de sua viabilidade.

Gitman (2004) traz algumas técnicas de orçamento de capital que podem ser utilizadas para se analisar a viabilidade de projetos. Os enfoques mais comuns utilizam o cálculo do dinheiro no tempo, devido ao fato de que o valor monetário é diferente se levado em consideração o tempo de análise, comparando os fluxos de entradas e saídas de caixa no decorrer do período, com o objetivo de aumentar a riqueza dos proprietários da empresa. Mas

existem também técnicas mais simples, que não levam em consideração o valor do dinheiro no tempo.

O período de *payback* é bastante utilizado nas avaliações de investimentos, ele calcula o tempo necessário para que a empresa recupere seu investimento inicial em um dado projeto. Esta técnica é bastante utilizada devido a sua facilidade de cálculo, mas apresenta deficiências decorrentes do fato de utilizar critérios subjetivos e por não considerar integralmente o valor do dinheiro no tempo (GITMAN, 2004).

Ross et al (1998) complementam que talvez o maior problema da utilização do período de *payback* seja obter um período-limite que estabeleça a viabilidade de um projeto. Isso porque não existe um critério claro para definir esse limite, conseqüentemente, acaba-se por utilizar um número arbitrariamente escolhido.

Sanvicente (1987), por sua vez, destaca que o método do *payback*, além de apresentar as deficiências já abordadas, não se interessa pelo cálculo dos fluxos que acontecem após a recuperação do investimento inicial, prejudicando a análise do projeto como um todo.

O valor presente líquido (VPL), por sua vez, leva em conta o valor do dinheiro no tempo, ele é obtido através da subtração do investimento inicial do projeto com o valor presente das entradas de caixa, descontadas a uma taxa igual ao custo de capital da empresa. Caso o VPL seja maior que zero, o projeto deverá ser aceito; sendo menor que zero, o mesmo deverá ser rejeitado (GITMAN, 2004).

Ross et al (1998, p. 169), por sua vez, afirmam que “[...] estimar o VPL é uma forma de julgar um investimento proposto”.

Sanvicente (1987) alerta para a utilização do VPL na comparação de projetos diferentes, envolvendo escalas incompatíveis ou prazos distintos. Nesses casos, deve-se ajustar essas divergências de modo a possibilitar sua comparação. Os cálculos do índice de rentabilidade e do custo período uniforme são alternativas para a padronização dos dados a serem calculados a fim de se obter o VPL.

A taxa interna de retorno (TIR) é uma técnica mais sofisticada de orçamento de capital. Trata-se de uma taxa de desconto que iguala o VPL de determinado projeto a zero, “é a taxa composta de retorno anual que a empresa obterá se concretizasse o projeto e recebesse as entradas de caixa previstas” (GITMAN, 2004, p. 344); se a TIR for maior que o custo de capital, o projeto deverá ser aceito, caso contrário, deverá ser rejeitado.

Ross et al (1998) evidenciam o relacionamento da TIR com o VPL. Para os autores, na prática a TIR é mais popular que o VPL, os motivos são:

- a) a TIR estabelece uma taxa de retorno, muito mais fácil de se tratar do que um valor monetário, caso do VPL;
- b) de mesmo modo, transmitir uma proposta de investimento através de um dado percentual tende a facilitar sua comunicação; e
- c) diferentemente do VPL, é possível estimar a TIR sem se estabelecer um custo de capital, que em alguns casos é difícil de ser calculado.

Outro aspecto relevante para a análise da empresa é sua estrutura de capital, que, para Ross et al (1998), pode ser formada por capital próprio ou por capital de terceiro, segundo decisão de sua gerência financeira. Tal decisão refletirá o retorno exigido dos ativos da empresa. Caso a empresa opte por utilizar tanto o capital próprio quanto o de terceiros em seu investimento, o retorno esperado deverá ser suficiente para remunerar tanto os acionistas da empresa quanto os seus credores.

O custo de capital [...] é obtido por uma *média* das taxas de custo das diversas modalidades usadas, após o Imposto sobre a Renda, *ponderada* pela participação relativa das várias modalidades no total, que denominamos *estrutura financeira da empresa*. (SANVICENTE, 1987, p. 83).

Para Gitman (2004), o estabelecimento de uma estrutura ótima de capital, com uma combinação adequada de utilização de capital próprio e de terceiros, é um problema bastante complexo. Uma combinação mal feita de capital próprio e de terceiros pode elevar seus custos demasiadamente e tornar um projeto de investimento inviável.

O custo de capital de terceiros é tido como inferior ao custo de capital próprio. Isso porque os credores possuem preferência sobre o lucro ou disponibilidade de ativos para o pagamento de determinado compromisso. Além disso, os credores podem exercer maior pressão legal contra a empresa, em busca do pagamento, do que os acionistas ou proprietários da empresa. E, por fim, existe, para a empresa tomadora, a possibilidade de deduzir no imposto de renda o valor pago em juros decorrentes de operações de utilização de capital de terceiros (GITMAN, 2004).

Gitman (2004) complementa a idéia anterior afirmando que o que torna maior o custo do capital próprio é, também, o fato de ele ser de prazo indefinidamente longo.

Mas, como foi tratado anteriormente, a decisão acerca do estabelecimento de uma estrutura de capital é bastante complexa. À primeira vista, devido ao seu custo inferior, a utilização de somente capital de terceiros seria uma alternativa melhor para a estrutura de capital da empresa.

Entretanto, o uso demasiado de capital de terceiros pode não ser uma opção viável, devido ao conceito de alavancagem financeira. Segundo Ross et al (1998), a alavancagem financeira está associada à intensidade com que a empresa utiliza capital de terceiros. “A alavancagem financeira [...] empurra para cima o risco das ações ordinárias e eleva os acionistas a exigir um retorno correspondentemente mais alto” (BREALEY & MYERS, p. 194, 2006).

A alavancagem financeira está associada ao grau de endividamento da empresa. O analista financeiro dá especial atenção ao endividamento da empresa para com terceiros, principalmente às operações de longo prazo, que comprometem sua capacidade de pagamento por vários anos. A necessidade de saldar as obrigações junto a credores antes de distribuir o lucro entre seus proprietários ou acionistas é um fator que merece especial atenção daqueles que se interessam pelo endividamento da empresa (GITMAN, 2004).

Portanto, a utilização de capital de terceiros é interessante até determinado nível ou proporção em relação ao capital próprio, pois o alto uso daquele tende a aumentar o risco da empresa e, conseqüentemente, o retorno necessário para viabilizar um projeto.

### 3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Para que os objetivos do presente trabalho fossem devidamente respondidos, fez-se necessário utilizar métodos de pesquisa que viabilizassem a obtenção de informações, possibilitando assim o seu desenvolvimento, e a obtenção de respostas ao tema problema de pesquisa.

Para tanto, neste item, são abordadas a natureza da pesquisa realizada, as técnicas de coleta de dados, a delimitação da pesquisa, bem como suas limitações e a análise dos dados obtidos.

#### 3.1 Natureza da pesquisa

Kirk & Miller (apud MATTAR, 2005) definem a pesquisa qualitativa como aquela que se interessa em identificar a presença ou ausência de algo; a quantitativa, por sua vez, procura quantificar ou medir o grau que algo está presente. Sendo assim, assume-se que o presente trabalho foi predominantemente de natureza qualitativa, uma vez que teve por objetivo verificar as impressões de empresários acerca de uma determinada linha de crédito.

Além disso, a pesquisa foi descritiva, pois, como declara Gil (1999), teve por objetivo identificar as opiniões, atitudes e crenças de um dado público, ou seja, seu foco foi a descrição das características de determinada população, bem como a opinião desta acerca de um dado fenômeno.

Outra forma de caracterizar a pesquisa é por meio do tipo adotado de estratégia de pesquisa com dados existentes, seguindo a classificação de Laville & Dionne (1999). Destarte, constatou-se o caráter de estudo de caso da pesquisa, devido ao fato de ter apresentado enfoque sobre um caso particular.

No caso, o foco constituiu numa determinada linha de crédito, o Proger Urbano Empresarial, concedida a clientes do Banco do Brasil da Agência Palhoça (SC). Mattar (2005, p. 82) enfatiza o fato de o estudo de caso ser profundo, mas não amplo, uma vez que “procura conhecer profundamente apenas um ou poucos elementos da população sobre um grande número de aspectos e suas inter-relações”.

### 3.2 Delineamento da pesquisa

Para a obtenção dos dados da pesquisa, foram utilizadas tanto fontes primárias quanto fontes secundárias. As fontes primárias são relacionadas aos dados que não foram antes coletados e que são obtidos junto aos pesquisados, com a finalidade de atender aos objetivos específicos da pesquisa; por sua vez, as fontes secundárias estão associadas aos dados já coletados, tabulados e ordenados que contribuam aos propósitos da pesquisa (MATTAR, 2005).

Como fontes de dados secundários, recorreu-se à revisão bibliográfica. Nela, o pesquisador procura na literatura e em meios de comunicação disponíveis trabalhos que possam servir em sua pesquisa. Dessa forma, pode-se “alimentar seus conhecimentos, afinar suas perspectivas teóricas, precisar e objetivar seu aparelho conceitual” (LAVILLE & DIONNE, p. 112, 1999).

A utilização da bibliografia disponível foi fundamental para elaborar a fundamentação teórica do trabalho, na qual foram contemplados temas acerca do Sistema Financeiro Nacional e do modelo bancário brasileiro, bem como dos conceitos relacionados ao desenvolvimento econômico e à administração financeira.

Relatórios disponibilizados por instituições como Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, Banco Central do Brasil – BACEN e Federação Brasileira de Bancos - FEBRABAN foram utilizados no desenvolvimento dos itens contexto das micro e pequenas empresas brasileiras e perspectivas estatal / privada.

Documentos internos, assim como informações constantes na internet acerca da organização, foram fundamentais para caracterizar e contextualizar tanto a empresa disponibilizadora quanto a linha de crédito disponibilizada.

No que diz respeito ao método de coleta dos dados primários, conforme a classificação de Mattar (2005), foi escolhido o da comunicação, que consiste no questionamento, verbal ou por escrito, do respondente para fins de obtenção dos dados desejados. Para tanto, foi utilizado o questionário (vide APÊNDICE) como instrumento de obtenção dos dados, que caracteriza-se pelo fato de o próprio respondente preencher o instrumento de pesquisa.

Para ter respostas precisas e, ao mesmo tempo, obter contribuições mais substanciais dos respondentes, optou-se por elaborar questões tanto fechadas, quanto abertas e com as duas modalidades. De acordo com Gil (1999), nas perguntas fechadas, todas as opções de respostas são fixadas de antemão; nas abertas, o interrogado responde com suas próprias palavras; e nas

duplas, que reúnem as perguntas fechadas com as abertas, normalmente a pergunta aberta serve para complementar a fechada.

### **3.3 Delimitação da pesquisa**

Castro (apud MATTAR, 2005) destaca a importância da viabilidade da pesquisa, que leva em consideração os recursos financeiros disponíveis para a consecução do trabalho, o prazo, a disponibilidade de informações e a competência dos autores. Assim, a pesquisa foi realizada a partir da coleta de dados junto a clientes do Banco do Brasil S.A., que contrataram a operação de Proger Urbano Empresarial através da Agência Palhoça (SC).

Como critério de seleção de empresas que responderam ao questionário, optou-se por aquelas que ainda possuem a operação de Proger Urbano Empresarial em andamento, ou seja, ainda estão com parcelas de amortização em aberto, e que estão adimplentes, levando-se em consideração o mês de maio de 2007.

A opção de seleção desse público-alvo se justifica pelo fato de o autor da pesquisa trabalhar na organização que disponibilizou a linha de crédito. Isso facilitou o acesso às informações, tanto pelo conhecimento do tema proposto quanto pela facilidade de aplicação do questionário.

### **3.4 Análise e tratamento dos dados**

O pré-teste, que possui a finalidade de verificar como se comporta o instrumento de pesquisa em uma situação real de coleta de dados (MATTAR, 2005), foi realizado com quatro empresas entre os dias 02 e 04 de maio de 2007, sendo que nenhuma alteração foi necessária ao questionário. O restante dos dados foram coletados entre os dias 07 e 18 de maio de 2007.

As fontes primárias da pesquisa foram obtidas junto às 34 empresas que contrataram a operação de Proger Urbano Empresarial, por meio do Banco do Brasil S.A. da Agência Palhoça (SC).

Dentre as 34 empresas, 30 responderam ao questionário, correspondendo a 88,24 % do total.

O quadro a seguir demonstra como foram aplicados os questionários junto às empresas clientes do Banco do Brasil S.A., Agência Palhoça (SC), financiadas pelo Proger Urbano Empresarial.

Forma de aplicação do questionário	Nº de empresas respondentes	Percentual
Preenchido pelo respondente por escrito	10	33,33 %
Preenchido pelo respondente por meio eletrônico (e-mail)	16	53,33 %
Aplicado por telefone	4	13,34 %

Quadro 05: Método de aplicação dos questionários.

Fonte: elaborado pelo autor.

A maioria das empresas pesquisadas (53,33 %), respondeu ao questionário através de meio eletrônico (e-mail), pois foi um modo rápido e fácil de comunicação entre o pesquisador e os pesquisados. Vale destacar que, em todos os casos, antes da aplicação do questionário, houve contato prévio, pessoal ou por telefone, entre o pesquisador e as empresas pesquisadas.

Em seguida, 33,33 % das empresas responderam ao questionário por escrito, através de formulário impresso. E apenas quatro empresas, 13,34 % do total, responderam às questões por meio do telefone. Tratava-se de dirigentes que não tinham acesso à internet, tampouco disponibilidade de encontro com o pesquisador. Logo, observou-se que o telefone era o modo mais fácil e viável de se obterem os dados.

Os dados obtidos foram tabulados através do *software* Microsoft Excel e apresentados por meio de tabelas e gráficos de barra. A análise foi realizada com o intuito de responder aos objetivos geral e específicos e, conseqüentemente, ao problema de pesquisa.

### 3.5 Limitações da pesquisa

O estudo de caso, como afirma Gil (1999), apresenta a desvantagem de dificultar a generalização dos resultados obtidos. O presente trabalho coletou dados junto a empresas clientes da Agência Palhoça (SC) do Banco do Brasil S.A.. Sua intenção, portanto, é verificar a impressão desses clientes acerca do Proger Urbano Empresarial, ainda que sem a pretensão de assegurar generalizações dos resultados para outros bancos ou mesmo para outras agências que disponibilizam a linha de crédito.

Além disso, é importante ressaltar que das 34 empresas que contrataram o Proger Urbano Empresarial, 04 não responderam ao questionário, fato que pode ser fonte de viés.

Cabe ainda citar que 04 dos 30 questionários obtidos foram respondidos por telefone, haja vista que foi a forma mais rápida e fácil de se obter informações junto aos respondentes. Isso vai de encontro à concepção de questionário proposta por Gil (1999), que, segundo o autor, deve ser preenchido pelo próprio respondente. A presença do pesquisador, durante a aplicação do questionário, pode ser fonte de viés às respostas do pesquisado.

## 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Este capítulo é destinado à caracterização da organização em estudo, evidenciando seu histórico, citando dados gerais e situando a Agência Palhoça (SC). Também é abordado o Proger Urbano Empresarial, demonstrando suas características e aspectos referentes à sua operacionalização. Em seguida, são apresentados os resultados da pesquisa, bem como considerações acerca dos mesmos. E, finalmente, é proposto um plano de ação para a divulgação da linha de crédito.

### 4.1 A organização em estudo

A chegada da família imperial portuguesa, fugindo das tropas francesas que invadiam seu país durante o início do século XIX, ao Brasil fez com que o país passasse a ser sede da Coroa Portuguesa, tornando-se necessária a criação de um banco que auxiliasse na administração pública e no desenvolvimento nacional. A chegada de D. João viabilizou a criação da imprensa, a abertura de portos e, em 12 de outubro de 1808, através de um alvará, foi criado o Banco do Brasil.

De acordo com Rossa (2003), a história do Banco do Brasil se confunde com a própria história do país, o banco passou por crises e transformação ao longo dos anos, funcionando como agente do tesouro, fomentando a agricultura, a indústria e o comércio e atendendo a pessoas físicas em diversas operações de crédito. Nos últimos anos, mudou sensivelmente sua estrutura face às exigências da era da informação e da tecnologia e atua nos mais diferentes segmentos de negócios.

O histórico do Banco do Brasil pode ser dividido em três fases, caracterizando três momentos distintos de atuação do banco, conforme quadro a seguir.

<p><b>O Primeiro Banco do Brasil</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Iniciou suas atividades a partir da captação de recursos privados.</li> <li>- Financiava sua expansão por intermédio da captação de recursos junto a grandes negociantes e a pessoas abastadas.</li> <li>- D. João VI, ao voltar para Portugal em 1821, leva consigo parte das reservas metálicas do banco, contribuindo para sua deficiência financeira.</li> <li>- Em 1828, o Banco do Brasil estava contabilmente falido, sendo estabelecida sua liquidação gradual por meio da Lei de 23 de setembro de 1829.</li> </ul>
<p><b>O Segundo Banco do Brasil</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Criado pela Lei nº 638, de 5 de julho de 1853, a partir da fusão entre o Banco do Brasil, denominação da instituição fundada pelo Barão de Mauá, e o Comercial do Rio de Janeiro.</li> <li>- Com a finalidade de recuperar sua liderança no mercado, perdida devido à fusão do Banco Nacional do Brasil com o Banco dos Estados Unidos do Brasil, o Banco do Brasil se aliou ao Banco da República passando a se denominar Banco da República do Brasil.</li> <li>- A crise bancária de 1900 quase destruiu o Banco da República do Brasil, fruto de uma nova política monetária orientada a manter a relação entre o papel-moeda e o ouro, definida por lei estabelecida em 1846.</li> </ul>
<p><b>O Banco do Brasil Atual</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Em 1905, surge o Banco do Brasil atual, quando o Tesouro Federal interveio com fins de salvar seu antecessor, o Banco da República do Brasil, da falência.</li> <li>- A nova Lei das Sociedades Anônimas fez com que o Banco do Brasil, em 10 de março de 1942, reformulasse seus estatutos. A partir daí, ficou clara a participação do banco em duas áreas: no papel de autoridade monetária e como banco comercial comum.</li> <li>- A partir da criação da Superintendência da Moeda e do Crédito (Sumoc), o Banco do Brasil perdeu algumas atribuições administrativas, como a fiscalização dos bancos. Além disso, passaram a ser atribuições da Sumoc a emissão de papel-moeda do Tesouro Nacional, a exclusividade dos recebimentos dos depósitos de bancos, o controle das taxas de juros, entre outros.</li> </ul>

Quadro 06: Histórico do Banco do Brasil.

Fonte: adaptado de Banco do Brasil (2007a).

Com a reforma bancária de 1964, foi extinta a Superintendência da Moeda e do Crédito (Sumoc) e, em seu lugar, foram criados o Banco Central do Brasil (BACEN) e o Conselho Monetário Nacional (CMN). Ao BACEN foram atribuídas funções que até então eram de responsabilidade da Sumoc e do Banco do Brasil, como: emissão de moeda, controle do redesconto e dos depósitos de reservas obrigatórias, regulação das atividades bancárias, financeiras e dos capitais estrangeiros.

Em janeiro de 1986, como parte da implementação do Plano Cruzado, o Governo decidiu extinguir a conta movimento, que o Banco Central mantinha junto ao Banco do Brasil para contabilizar operações de interesse do Governo Federal. Além disso, o banco perdeu, ainda, os recursos originários do fluxo de caixa do orçamento do Tesouro Nacional.

Em contrapartida, o Banco foi autorizado a atuar em todos os segmentos de mercado franqueados às demais instituições financeiras. Em 15 de maio de 1986, o Banco constituiu a BB Distribuidora de Títulos e Valores Mobiliários S.A. Inicia-se, assim, a transformação do Banco em conglomerado financeiro (BANCO DO BRASIL, 2007a).

A partir da classificação de Banco Central do Brasil (2007), enquadra-se o Banco do Brasil como um banco múltiplo, por atuar com as diversas carteiras citadas pelo autor,

inclusive a de desenvolvimento. É importante ressaltar que a partir de 2007, o Banco do Brasil passou também a trabalhar com a carteira de crédito imobiliário.

Segundo Fortuna (2005), o Banco do Brasil é hoje um conglomerado financeiro de ponta, que, apesar de atuar como um banco múltiplo tradicional, ainda opera em alguns casos como agente do Governo Federal. A seguir, o autor expõe algumas funções não típicas de um banco tradicional, mas de parceiro do Governo Federal:

- a) administrar a Câmara de Compensação de Cheques e outros papéis;
- b) efetuar os pagamentos e suprimentos necessários à execução do Orçamento Geral da União;
- c) a aquisição e o financiamento dos estoques de produção exportável;
- d) agenciamento dos pagamentos e recebimentos fora o país;
- e) a operação dos fundos de investimento setorial como pesca e reflorestamento;
- f) a captação de depósito de poupança direcionados ao crédito rural e a operação do Fundo Constitucional do Centro-Oeste – FCO;
- g) a execução da política de preços mínimos dos produtos agropastoris;
- h) execução do serviço da dívida pública consolidada;
- i) a realização, por conta própria, de operações de compra e venda de moeda estrangeira e, por conta do Banco Central do Brasil, nas condições estabelecidas pelo Conselho Monetário Nacional; e
- j) como principal executor dos serviços bancários de interesse do Governo Federal, inclusive suas autarquias, receber em depósito, com exclusividade, as disponibilidades de quaisquer entidades federais, compreendendo as repartições de todos os ministérios civis e militares, instituições de previdência e outras autarquias, comissões, departamentos, entidades em regime especial de administração e quaisquer pessoas físicas ou jurídicas responsáveis por adiantamentos.

Percebe-se que o caráter híbrido do banco de Brasil, atuante tanto como banco oficial do Governo quanto como banco múltiplo tradicional, vem, no decorrer dos últimos anos, pendendo cada vez mais para a função de banco múltiplo. Mas o caráter de agente da União ainda persiste, designando ao banco importante função de agente do Sistema Financeiro Nacional.

#### 4.1.2 Dados acerca do Banco do Brasil

A missão do Banco do Brasil, segundo Banco do Brasil (2007b), é “ser a solução em serviços e intermediação financeira, atender às expectativas de clientes e acionistas, fortalecer o compromisso entre os funcionários e a Empresa e contribuir para o desenvolvimento do País”.

O caráter híbrido do banco pode ser constatado na declaração de sua missão, pois demonstra preocupação em atender satisfatoriamente aos interesses dos clientes e dos acionistas, ao mesmo tempo em que expõe o foco da organização no desenvolvimento do País.

No que diz respeito à sua composição societária, o Banco do Brasil segue a seguinte distribuição acionária, levando-se em consideração o período de dezembro de 2006.

Acionistas	%
Tesouro Nacional	68,7
Previ	11,4
BNDESpar	5,0
Ações em Tesouraria	--
<b>Free Float</b>	<b>14,8</b>
Pessoas Físicas	4,2
Pessoas Jurídicas	3,4
Capital Estrangeiro	7,2
<b>Total</b>	<b>100</b>

Quadro 07: Composição acionária do Banco do Brasil.  
Fonte: Banco do Brasil (2007c).

Faixa de Ações Possuídas	Nº Acionistas	% Acionistas	Qtde. Ações	% Qtde.
1 a 10 ações	174.333	57,5	618.807	0,1
11 a 50 ações	69.850	23,0	1.700.447	0,2
51 a 100 ações	17.267	5,7	1.264.199	0,2
101 a 1000 ações	35.617	11,8	10.004.004	1,2
Acima de 1000 ações	6.052	2,0	811.728.966	98,4
<b>Total</b>	<b>303.119</b>	<b>100</b>	<b>825.316.423</b>	<b>100</b>

Quadro 08: Composição acionária do Banco do Brasil, por faixas de ações.  
Fonte: Banco do Brasil (2007c).

Constata-se com o quadro que o Banco do Brasil é caracterizado como uma sociedade de economia mista que, de acordo com a definição de Führer e Führer (2000, p. 26 e 27), “[...] é uma empresa de capital público e particular, com direção estatal e personalidade jurídica do

direito privado. Deve ter forma de sociedade anônima, com maioria de ações votantes nas mãos do poder público”. O fato de o Tesouro Nacional ser detentor de 68,7 % das ações corrobora a definição dos autores.

De acordo com Banco do Brasil (2007d), o Banco do Brasil, levando-se em consideração o mês de março de 2007, dispõe de 82.468 funcionários e 10.112 estagiários. O banco conta com aproximadamente 22.993.000 de clientes Pessoa Física e 1.581.000 de clientes Pessoa Jurídica. No que diz respeito à sua rede de distribuição, são 3.974 agências no Brasil e 16 agências no exterior, além de 39.765 terminais de auto-atendimento.

A estrutura interna do Banco do Brasil é representada pela figura a seguir.

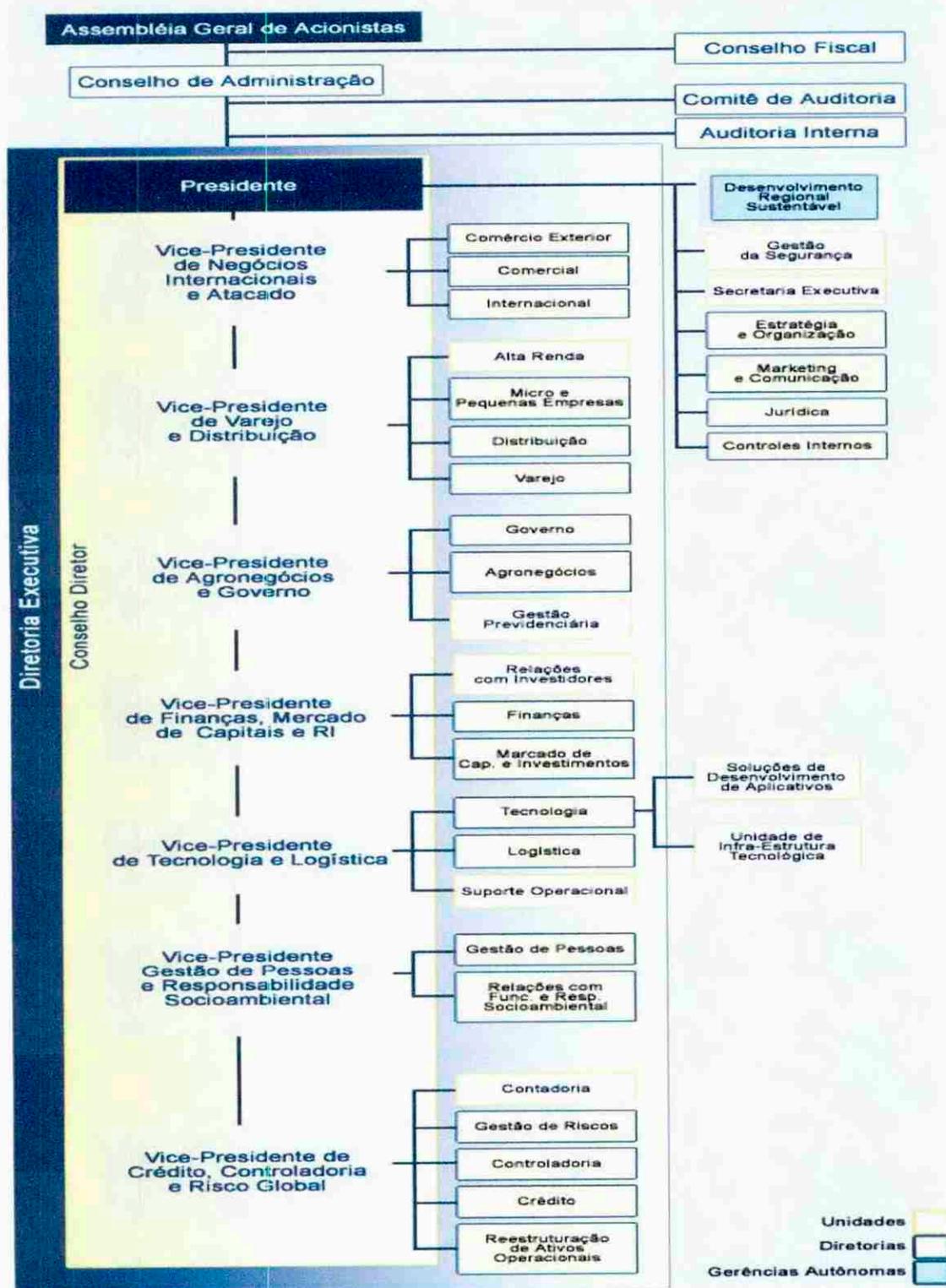


Figura 02: Estrutura interna do Banco do Brasil.  
 Fonte: Banco do Brasil (2007e).

Constata-se que o Banco do Brasil segue a estrutura típica de uma Sociedade Anônima, com sua Direção Executiva atuante segundo as diretrizes estabelecidas por uma Assembleia de Acionistas e sob o controle do Conselho de Administração, do Conselho Fiscal

e do Comitê de Auditoria. Importante ainda é ressaltar o papel do Governo Federal na gestão do Banco Brasil, por aquele ser seu principal acionista, detentor de 68,7 % de suas ações.

#### 4.1.3 A agência do Banco do Brasil de Palhoça (SC)

O município de Palhoça, localizado no estado de Santa Catarina, apresenta, levando-se em consideração o mês de julho de 2006, população estimada de 128.102 habitantes, em uma área de 395 metros quadrados (CIDADES@, 2007).

Segundo Cidades@ (2007), em relação às instituições financeiras, com dados de 2005, Palhoça possui sete agências bancárias, que movimentaram um total de R\$ 35.413.592,60 em operações de crédito. Além disso, na ano de 2005, foram captados R\$ 570.822,43 em depósitos à vista via governo e R\$ 17.192.886,39 via setor privado; R\$ 57.373.617,08 foram aplicados em poupança e R\$ 6.982.009,53 foram captados através de depósitos a prazo.

A agência Palhoça (SC), de acordo com Rossa (2003), foi fundada em 11 de dezembro de 1982, época de franca expansão dos pontos de atendimento do banco. Suas atividades iniciaram em local próximo ao seu ponto atual, sendo que hoje está situada à rua José Maria da Luz, 2896, no centro da cidade.

São clientes da agência de Palhoça (SC) pessoas físicas, pequenas e médias empresas e o Setor Público.

O quadro funcional da agência é disposto de 13 funcionários de carreira administrativa e está disposto da seguinte maneira, levando-se em consideração o mês de maio de 2007:

Gerente de Agência	01
Gerente de Contas Pessoa Jurídica	01
Gerente de Contas Pessoa Física	02
Gerente de Expediente	01
Assistentes de Negócio	02
Caixas Executivos	03
Postos Efetivos	03

Quadro 09: Quadro funcional agência da Palhoça (SC).

Fonte: elaborado pelo autor.

As operações de Proger Urbano Empresarial, bem como as empresas, são atendidas pelo Setor de Pessoa Jurídica, que conta com um Gerente de Contas, um Assistente de Negócios e dois Postos Efetivos.

A Agência conta ainda com um estagiário, dois adolescentes trabalhadores e dois contratados terceirizados.

## 4.2 O estudo de crédito e o Proger Urbano Empresarial

O processo de contratação do Proger Urbano Empresarial envolve uma etapa prévia de análise de crédito, que visa a identificar a viabilidade de concessão de linhas de crédito, estabelecendo o portfólio de negócios a serem oferecidos ao cliente, bem com os valores máximos disponíveis.

### 4.2.1 A análise de crédito do cliente Pessoa Jurídica

O primeiro passo para a análise e a concessão de crédito ao cliente Pessoa Jurídica é a confecção do seu cadastro. A informação é a matéria-prima para a análise do cliente e a sua qualidade é fundamental para a tomada de decisão de crédito. Assim, um cadastro bem confeccionado, atualizado e rico em informações é instrumento essencial para decisões adequadas de crédito.

Depois de confeccionado o cadastro, é aberta a conta-corrente do cliente, sendo obrigatória a apresentação dos seguintes documentos ao banco:

- a) comprovante de inscrição no CNPJ;
- b) documento de constituição e alterações / consolidações
- c) comprovante de endereço (se diferente do CNPJ ou documentos de Constituição);
- d) proposta / contrato de abertura de conta;
- e) instrumentos de mandato / procurações (se for o caso);
- f) CPF / CNPJ e documentos de identificação / constituição dos sócios, dirigentes, representantes e mandatários (se for o caso).

A análise de crédito, como coloca Schrickel (1997) tem por objetivo identificar os riscos de determinada operação de crédito, conhecer a capacidade de pagamento do tomador e constatar o tipo de empréstimo a conceder.

Para o cálculo das margens de crédito, que determina as linhas de crédito e os valores que a empresa pode operar, é necessário o preenchimento pelo cliente do formulário de coleta

de dados da empresa (vide ANEXO A) e da relação de faturamento (ver ANEXOS B e C). Deve-se, ainda, registrar informações atualizadas sobre vendas, prazo médio de recebimento e percentual de recebíveis para que a análise seja a mais próxima possível da realidade.

Conciliadas as informações e a documentação obtidas, parte-se para o processo de análise e de sugestão do melhor portfólio de negócios à empresa. Nesse sentido, é de fundamental importância que os dados fornecidos guardem perfeita consonância com a realidade da empresa, pois esses darão subsídios à decisão de crédito.

É importante lembrar que, conforme autores como Silva (1997), Gitman (2004) e Schrickel (1997) abordam, o crédito está relacionado à disposição temporária de parte de um patrimônio de alguém a um terceiro, sob expectativa de retorno integral, por parte do terceiro, dentro do valor e do tempo estipulados. Faz-se necessário, portanto, para o sucesso do crédito, a instalação de uma relação de confiança entre o contratante e o contratado do crédito.

O Banco do Brasil sugere aos seus Gerentes que apoiem suas decisões de crédito, sob o aspecto da confiabilidade do cliente, a partir da análise dos cinco C's do crédito: o caráter, a capacidade, o capital, o colateral e a garantia (WESTON & BRIGHAM apud SANVICENT, 1987).

Atualmente, o estudo de crédito é todo realizado de forma eletrônica, de modo que a qualidade das informações se torna uma condição fundamental para uma análise adequada, haja vista que toda a sistemática de avaliação do crédito é feita a partir dos dados impostados do sistema.

Realizada a análise e estabelecidas as margens de crédito, é atribuído ao cliente uma classificação de risco, que, para Gitman (2004), está associado à possibilidade de que o resultado obtido de determinada operação seja diferente do esperado ou, ainda, ocorra uma perda financeira.

O grau de risco de determinado cliente segue a seguinte classificação:

A	Mínimo
B	Aceitável
C	Médio
D	Considerável
E	Alto

Quadro 10: Classificação do risco do cliente.  
Fonte: elaborado pelo autor.

Essa classificação de risco é atribuída ao cliente no momento de sua análise de crédito, quando é definido o portfólio de operações de crédito com que o cliente pode trabalhar com o

banco. O portfólio estabelece as linhas de crédito e os valores máximos que a empresa pode contratar.

Um novo estudo é realizado no momento em que são definidos a operação de crédito e o valor que será disponibilizado ao cliente, de acordo com o portfólio calculado na análise de crédito. Nessa etapa, é estabelecido o *risco da operação*, ou seja, é a probabilidade de o cliente não cumprir com o que foi acordado no momento da formalização da operação de crédito. De acordo com o nível de risco da operação atribuído, um percentual é destinado à reserva financeira, para amparar possíveis perdas em ativos operacionais, é a denominada Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa – PCLD.

Risco	% Provisão
AA	0,00
A	0,50
B	1,00
C	3,00
D	10,00
E	30,00
F	50,00
G	70,00
H	100,00

Quadro 11: Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa – PCLD.

Fonte: elaborado pelo autor.

Essa classificação do grau de risco da operação é de extrema importância para o processo decisão de crédito, haja vista que ela dá subsídios à gerência para a verificação do risco em que o banco está incorrendo ao decidir disponibilizar determinada linha de crédito, com um dado valor, ao cliente. Aliado a isso, existe o fato de que quanto maior o risco da operação, maior é a despesa para a agência, pois maior é o percentual destinado à provisão.

#### 4.2.2 Operações de investimento

Para Ross et al (1998), a estrutura de capital de uma empresa é formada por capital próprio e por capital de terceiro, de acordo com decisão da gerência financeira. Isso significa que a organização pode optar por utilizar o seu capital próprio ou o de terceiros para viabilizar seus investimentos.

As operações de investimento têm por finalidade apoiar a implantação, expansão, realocação, modernização ou reposição de máquinas, equipamentos e veículos de empresas por meio de financiamento de ativos fixos (ativos imobilizado) e / ou financeiros (capital de giro associado).

Esse tipo de operação de crédito busca fortalecer econômica e financeiramente os seus tomadores, bem como incrementar sua produtividade, reduzir ou eliminar a ociosidade de suas instalações e eliminar pontos de estrangulamento no processo de produção ou de comercialização.

#### 4.2.3 O Proger Urbano Empresarial

O Proger Urbano Empresarial, uma das modalidades do PROGER – Programa de Geração de Emprego e Renda, é uma linha de crédito instituída pelo Ministério do Trabalho e Emprego e mantida pelo Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT). Sua finalidade é financiar projetos de investimento ou de investimentos com capital de giro associado, visando a proporcionar geração de emprego e renda a microempresas e a empresas de pequeno porte localizadas na área urbana.

Seu público-alvo consiste em microempresas e empresas de pequeno porte, estabelecidas legalmente na forma de empresário individual ou de pessoa jurídica de direito privado, com faturamento bruto anual de até R\$ 5 milhões. Os atrativos de tal linha estão relacionados à possibilidade de a empresa investir no seu desenvolvimento e em sua modernização através da oferta de recursos financeiros com taxas acessíveis.

O prazo de financiamento do Proger Urbano Empresarial varia segundo a finalidade do empreendimento pretendido, do seu cronograma físico-financeiro e de sua capacidade de pagamento. Os prazos máximos a serem observados são os seguintes:

- a) implantação de gestão empresarial (investimento em capital de giro associado) – até 18 meses, incluído o período de carência de até 6 meses;
- b) capital de giro associado – até 36 meses, com até 12 meses de carência;
- c) equipamentos de informática – até 24 meses, sem carência;
- d) demais investimentos – até 72 meses, incluída a carência de até 2 meses, para veículos automotores financiáveis, e de até 12 meses para os demais casos.

Os encargos financeiros incorrentes em projetos normais (adimplentes) consistem em uma composição entre encargos básicos estabelecidos segundo a Taxa de Juros de Longo Prazo (TJLP), associados a encargos adicionais de juros à taxa nominal de 5,15 % ao ano, correspondentes a 5,27 % efetivos ao ano.

Nos casos de inadimplemento, incidem sobre a parcela faltante, em substituição aos encargos normais, multa de 2 % mais juros de mora de 1 % ao ano.

Quanto à forma de pagamento, esta se dá de forma mensal e sucessiva, em que durante o período de carência, incorrem apenas os encargos básicos. Após o prazo de carência, incorrem o principal, encargos básicos e adicionais calculados de acordo com o Sistema de Amortizações Constantes (SAC).

#### *4.2.3.1 Garantias*

A garantia está relacionada ao item “colateral” dos cinco C’s do crédito propostos por Weston & Brigham (apud SANVICENT, 1987). Uma instituição, ao conceder crédito ao seu cliente, precisa estar segura de que este retornará o montante prometido de acordo com o que foi pré-estabelecido. A garantia é exigida para que o risco do não cumprimento do contrato, por parte do tomador do empréstimo, seja reduzido.

Como garantia, para clientes classificados com risco A, B ou C, é utilizado o próprio bem financiado pelo Proger Urbano Empresarial, mais um fundo de aval (o Fundo de Aval para a Geração de Emprego e Renda - Funproger ou o Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas - Fampe) e fidejussórias dos sócios da empresa que detenham ingerência ou participação societária superior a 10 %, ou, no caso de empresário individual casado, do proprietário e cônjuge (caso o titular seja solteiro, exige-se garantia fidejussória de terceiro).

Os fundos de aval são mecanismos alternativos de garantia que têm a função de facilitar o acesso ao crédito por parte das empresas que não conseguem responder às exigências tradicionais de garantias por parte dos bancos. São considerados garantia fidejussórias de terceiros.

Eles são formados a partir de depósitos dos agentes que compõem o fundo. Caso a operação de crédito se torne inadimplente, o agente financeiro pode solicitar a honra do aval, desde que todas as exigências do gestor do fundo tenham sido cumpridas. A partir do momento em que o aval é honrado, é feito um saque da conta do fundo de aval, e é liquidado ou amortizado o saldo devedor da operação de crédito inadimplida.

É importante ressaltar que os fundos de aval não são seguros de crédito. Isso significa que, caso o aval tenha sido honrado, o mutuário não deixa de ser devedor porque seu débito foi coberto pelo fundo de aval. Na verdade, ele continua devedor, desta vez com dois credores, o agente financeiro e o fundo de aval, que manterão o processo de cobrança administrativa e / ou judicial.

O Fundo de Aval para a Geração de Emprego e Renda - Funproger é um fundo de aval normatizado e fiscalizado pelo Ministério do Trabalho em Emprego (TEM) por intermédio do Conselho Deliberativo do Fundo de Amparo ao Trabalhador (CODEFAT), responsável pela alocação dos recursos. Ao Banco do Brasil cabe a gestão do fundo, responsável por captar e aplicar as disponibilidades financeiras, assim como executar os procedimentos de operacionalização a serem obedecidos por todos os agentes financeiros, além de prestar, junto ao CODEFAT, informações financeiras, gerenciais e contábeis acerca do fundo.

Ele é limitado a 80% do valor financiado e possui como teto o valor de R\$ 160 mil por mutuário (máximo da garantia concedida pelo Funproger). Para as operações cujo valor garantido seja de até R\$ 16 mil, é facultado à agência dispensar o mutuário de apresentar contragarantias de valor suficiente para cobrir a parcela do financiamento garantida pelo fundo, na proporção de 1/1.

A outra opção de fundo de aval é o Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas - Fampe, normatizado e fiscalizado pelo Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Este fundo somente pode ser utilizado por empresas com faturamento bruto anual de até R\$ 2.133.222,00, garantindo em até 80 % do valor financiado para os casos: de empresas com no mínimo 12 meses de faturamento consecutivo e que integrem grupos de empresas, tais quais aglomerados, cadeias e arranjos produtivos locais, limitado em até R\$ 80 mil por mutuário; e para concessão de crédito voltado ao desenvolvimento e inovação tecnológica, com capital de giro associado, limitado em até R\$ 300 mil por mutuário.

No caso de investimentos ou investimentos com capital de giro associado, o Fampe cobre até 50 % do valor financiado, limitado em R\$ 80 mil por mutuário.

No caso das empresas contratadoras do Proger Urbano Empresarial na agência do Banco do Brasil de Palhoça (SC), o fundo de aval utilizado é o Funproger, pois garante maior parte do bem financiado, 80 %, e possui limite superior, de R\$ 160 mil.

Empresas que dispensem o fundo de aval ou com risco de crédito D devem apresentar garantias reais, podendo ser o próprio bem financiado, garantias fidejussórias dos sócios com recursos líquidos compatíveis na proporção 1/1, garantias reais na proporção 2/1 ao valor do financiamento e mecanismos de autoliquidez (como aplicações financeiras, por exemplo).

#### 4.2.3.2 Limites, itens financiáveis e demais aspectos

Os limites financiáveis pelo Proger Urbano Empresarial variam de um piso de R\$ 1 mil até um teto de R\$ 400 mil por financiado. Neste teto, deve estar incluído o saldo devedor de operações de Proger existentes em todos os agentes repassadores dos recursos (Caixa Econômica Federal, Banco do Nordeste, Banco da Amazônia e Banco do Brasil).

Com relação ao valor financiável, este não pode ultrapassar 80 % dos itens financiáveis (para projetos de investimento) e 30 % para capital de giro associado, se houver.

Exemplo:

Valor dos itens financiáveis: R\$ 12 mil, sendo

- Investimento de R\$ 10.000,00;
- Capital de Giro Associado de R\$ 2.000,00.

Limite Financiável Total de 80 % sobre R\$ 12 mil = R\$ 9,6 mil, sendo

- Limite para investimento: 80 % de R\$ 10 mil = R\$ 8 mil;
- Limite para Capital de Giro Associado, o menor valor entre:
  - percentual de 30 % aplicado sobre o Limite para Investimento: (R\$ 8 mil x 0,30 = R\$ 2,4 mil); ou
  - diferença entre o Limite Financiável Total e o Limite para Investimento: (R\$ 9,6 mil – R\$ 8 mil = R\$ 1,6 mil).

Resultado:

	VALOR PREVISTO	VALOR FINANCIÁVEL
Investimento	R\$ 10.000,00	R\$ 8.000,00
Capital de Giro Associado	R\$ 2.000,00	R\$ 1.600,00

Quadro 12: Valor previsto e financiado.

Fonte: elaborado pelo autor.

O Proger Urbano Empresarial não pode ser concedido a empresas, incluindo seus sócios e cônjuges, com registro no Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal – CADIN ou que possa vir a ser desempregadora de mão-de-obra. A exceção se dá no caso de a empresa constante no CADIN apresentar certidão negativa ou certidão positiva com efeito de negativa constante nos seguintes casos: parcelamento ou optante do Programa de Recuperação Fiscal - REFIS (desde que comprovada a regularidade no pagamento das prestações), suspensão por medidas judiciais, depósito judicial ou administrativo do montante integral e impugnação ou recurso.

Ainda, pelo fato de se tratar de um programa oficial do governo, a empresa ou a microempresa não constante no CADIN são passíveis de dispensa da apresentação do Certificado de Regularidade junto ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviços (CRF – FGTS) e da Certidão Negativa de Débito perante o Instituto Nacional do Seguro Social (CND – INSS).

Outros aspectos a serem considerados é a necessidade de identificar o empreendimento financiado através de adesivo(s). Além disso, ressalta-se a necessidade do cumprimento, por parte do cliente, da legislação ambiental em vigor durante a vigência do financiamento.

A seguir, são expostos os itens financiáveis e os não financiáveis pelo Proger Urbano Empresarial.

ITENS FINANCIÁVEIS	
A) TECNOLOGIA	I. Transferência de tecnologia.
	II. Extensões tecnológicas (softwares técnicos, etc.).
	III. Implantação de sistemas de garantia de qualidade.
	IV. Pesquisa de desenvolvimento (protótipo).
	V. Instalação de laboratório de testes.
	VI. Registro de patentes.
B) IMPLANTAÇÃO DE SISTEMAS DE GESTÃO EMPRESARIAL	I. Consultoria, treinamento, aquisição de manuais técnicos, livros, periódicos e softwares administrativos, etc.
	II. Catálogos e folders.
C) OUTROS	I. Construção civil ou reformas como ampliação (edificações comerciais novas).
	II. Reformas sem ampliação em instalações comerciais (elétricas, hidráulicas, depuradoras de resíduo, vitrines, pintura, pisos, etc.).
	III. Móveis e utensílios.
	IV. Veículos automotores com lotação de até 2 passageiros, exclusive o condutor, de produção nacional, modelo básico, novo ou usado com até 5 anos de fabricação, destinado à comprovada utilização nas atividades do empreendimento, compreendendo somente o financiamento das seguintes espécies: motoneta, motocicleta de até 150cc, triciclo e quadriciclo de até 175cc, reboque ou semi-reboque para veículos leves; de Carga: caminhonete (até 3.500 kg de peso bruto total); e Misto: camioneta (até 3.500 kg de peso bruto total).
	V. Máquinas e equipamentos novos ou usados com até 5 anos de uso, inclusive de origem estrangeira, já internalizados.
	VI. Recuperação, manutenção, despesas, com transporte e seguro, aquisição de partes e peças, montagem, engenharia e supervisão de máquinas e equipamentos.
	VII. Computadores e periféricos, copiadoras, calculadoras, fax, etc., novos.
	VIII. Placas, plaquetas identificadoras do alocador de recursos.

	IX. Taxa de franquia.
	X. Luvas ou o direito de uso do ponto de comercial em lojas localizadas em shopping centers, devendo o valor estar contido no capital de giro associado.
	XI. Despesas com elaboração de projetos e prestação de assessoramento gerencial.
	XII. Kit gás veicular para conversão de motores de veículos (somente poderão ser realizadas em oficinas credenciadas pelo INMETRO).
D) ITENS QUE CONTRIBUAM PARA O USO RACIONAL DE ENERGIA	I. Inversores de frequência.
	II. Motores de alta eficiência.
	III. Lâmpadas fluorescentes.
	IV. Sensores de presença.
	V. Minuterias.
	VI. Reatores eletrônicos.
	VII. Capacitores e acessórios.
	VIII. Controladores eletrônicos.
	IX. Calhas flexíveis.
	X. Turbinas hidrocinéticas e micro turbinas.
	XI. Coletores fotovoltaicos e aquecedores solares de água.
	XII. Células fotovoltaicas para iluminação.
	XIII. Sistemas inteligentes de gerenciamento de energia.
	XIV. Serviços decorrentes de instalação.

Quadro 13: Itens financiáveis pelo Proger Urbano Empresarial.

Fonte: elaborado pelo autor.

<b>ITENS NÃO FINANCIÁVEIS</b>
A) Recuperação de capitais investidos.
B) Pagamento de dívidas.
C) Encargos financeiros.
D) Gastos gerais de administração.
E) Aquisição de terrenos ou unidades já construídas ou em construção.
F) Inversões destinadas à produção de açúcar ou de álcool.
G) Capital de giro associado no caso de investimento para implantação de sistemas de gestão empresarial ou para aquisição de veículos.
H) Veículos classificados como reboque ou semi-reboque para veículos pesados, caminhão, ônibus, microônibus, caminhonete cabine dupla, de passeio (inclusive táxis e vans), de aprendizagem (auto-escola), importados, de luxo, aéreos e aquáticos.
I) Construções civis para edificações residenciais.
J) Itens destinados exclusivamente à locação, comodato, etc.
K) Instalação de show-room, estandes, feiras e similares.
L) Empreendimentos destinados à exploração de jogos, inclusive eletrônicos.
M) Motéis.
N) Outros bens e serviços considerados não essenciais à execução do projeto.

Quadro 14: Itens não financiáveis pelo Proger Urbano Empresarial.

Fonte: elaborado pelo autor.

Verifica-se, portanto, que os itens financiados pelo Proger Urbano Empresarial são aqueles que, como aborda Ministério do Trabalho e Emprego (2007b), proporcionam às micro e pequenas empresas incrementar o seu negócio, com a finalidade de propiciar às organizações o aumento de sua renda e a geração de novos postos de trabalho.

### 4.3 Resultados da pesquisa

Nesta etapa do trabalho, são apresentados os dados obtidos por meio da pesquisa. Vale destacar que, conforme abordado na metodologia da pesquisa, é de 30 o número de empresas que responderam ao questionário e, portanto, participaram da pesquisa.

A questão de número “01” visou a identificar o setor econômico em que a empresa atua: indústria, comércio ou serviço.

Tabela 01: Setor econômico em que a empresa atua.

<b>Setor econômico</b>	
Comércio	83,33%
Serviço	13,33%
Indústria	3,34%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: dados primários.

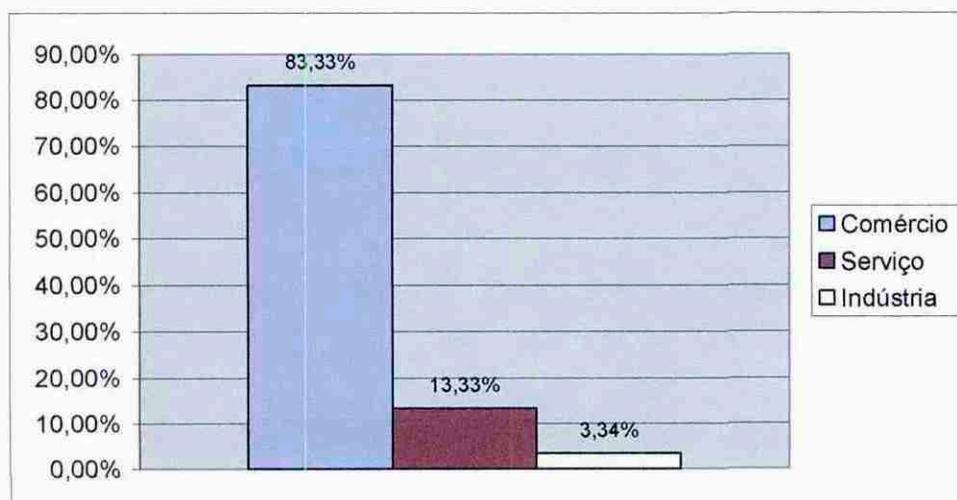


Gráfico 03: Setor econômico em que a empresa atua.

Fonte: dados primários.

A maioria das empresas pesquisadas, 83,33 %, atuam no setor do comércio; seguidas pelas empresas prestadoras de serviço, com 13,33 %; e, por último, estão as indústria com 3,34 %. Percebe-se uma grande predominância de empresas atuantes no setor comerciário.

Na questão “02”, objetivou-se saber o ano em que o Proger Urbano Empresarial foi contratado pela empresa. Para os casos de empresas que possuíam mais de um item financiado pela linha, levou-se em consideração a contratação mais recente.

Tabela 02: Ano de contratação da operação de Proger Urbano Empresarial mais recente.

Ano de contratação	
2005	16,67%
2006	60,00%
2007	23,33%
Total	100,00%

Fonte: dados primários.

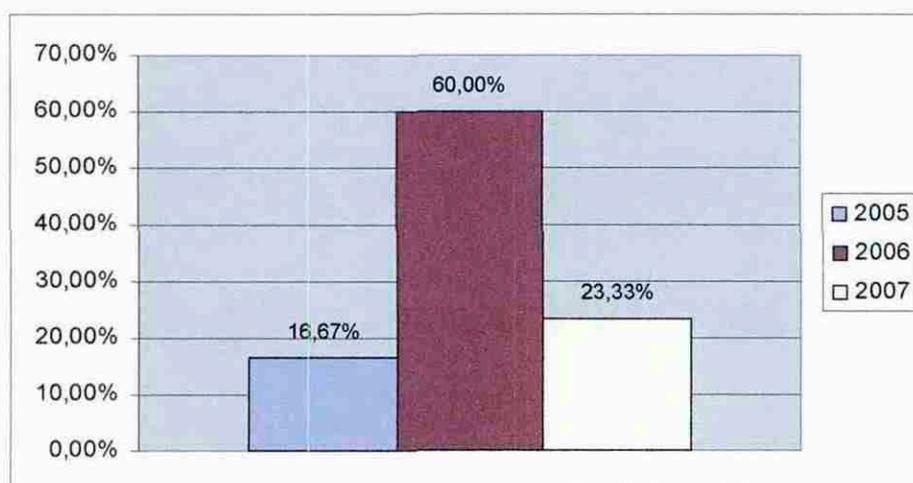


Gráfico 04: Ano de contratação da operação de Proger Urbano Empresarial mais recente.

Fonte: dados primários.

A maioria das operações, 60,00 %, foram contratadas durante o ano de 2006, seguidas pelas adquiridas em 2007, com 23,33 %. As contratadas em 2005 representam 16,67 % do total. Isso mostra que 83,33 % das operações de Proger Urbano Empresarial em vigor foram obtidas pelas empresas a partir de 2006.

A questão “03” procurou identificar a máquina ou o equipamento adquirido por meio do Proger Urbano Empresarial. Também nesse caso, se as empresas possuísem mais de uma operação contratada, deveriam selecionar apenas a adquirida mais recentemente.

Tabela 03: Máquina / equipamento adquirido pelo Proger Urbano Empresarial mais recentemente.

<b>Máquina / equipamento adquirido</b>	
Equipamentos de informática	10,00%
Máquinas específicas ao processo produtivo da empresa	43,33%
Veículo utilitário	10,00%
Reformas de ampliação	10,00%
Móveis e demais utensílios necessários à atividade da empresa	23,33%
Outros	3,34%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: dados primários.

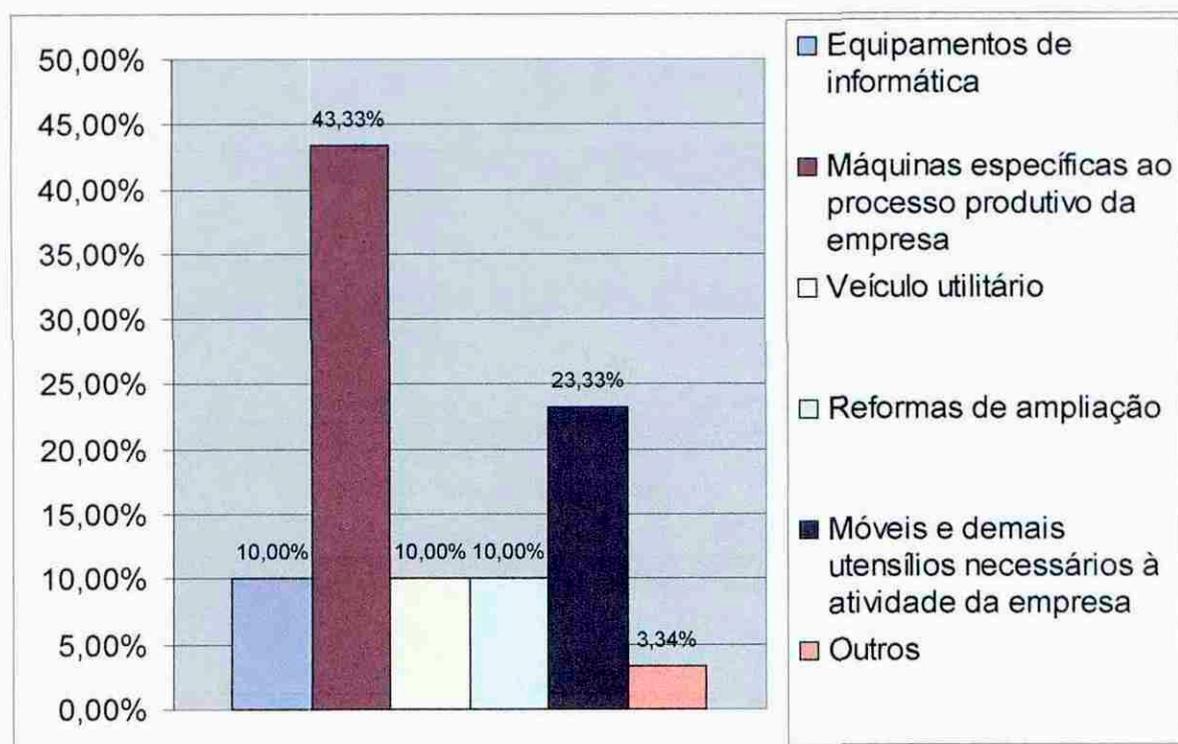


Gráfico 05: Máquina / equipamento adquirido pelo Proger Urbano Empresarial mais recentemente.  
Fonte: dados primários.

Uma considerável parte das aquisições realizadas por meio do Proger Urbano Empresarial foi de máquinas específicas ao processo produtivo da empresa, com 43,33 % do total. Móveis e demais utensílios necessários à atividade da empresa representam 23,33 %. Empatados com 10,00 %, figuram os equipamentos de informática, os veículos utilitários e as reformas de ampliação. Outros tipos de máquinas ou equipamentos representam apenas 3,34 % do total.

O valor financiado pelo Proger Urbano empresarial foi constatado pela questão de número “04”.

Tabela 04: Valor financiado pelo Proger Urbano Empresarial.

<b>Valor financiado</b>	
Entre R\$ 1.000,00 e R\$ 9.999,99	40,00%
Entre R\$ 10.000,00 e R\$ 24.999,99	26,67%
Entre R\$ 25.000,00 e R\$ 49.999,99	26,67%
Entre R\$ 50.000,00 e R\$ 74.999,99	0,00%
Entre R\$ 75.000,00 e R\$ 99.999,99	6,66%
Entre R\$ 100.000,00 e R\$ 199.999,99	0,00%
Entre R\$ 200.000,00 e R\$ 400.000,00	0,00%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: dados primários.

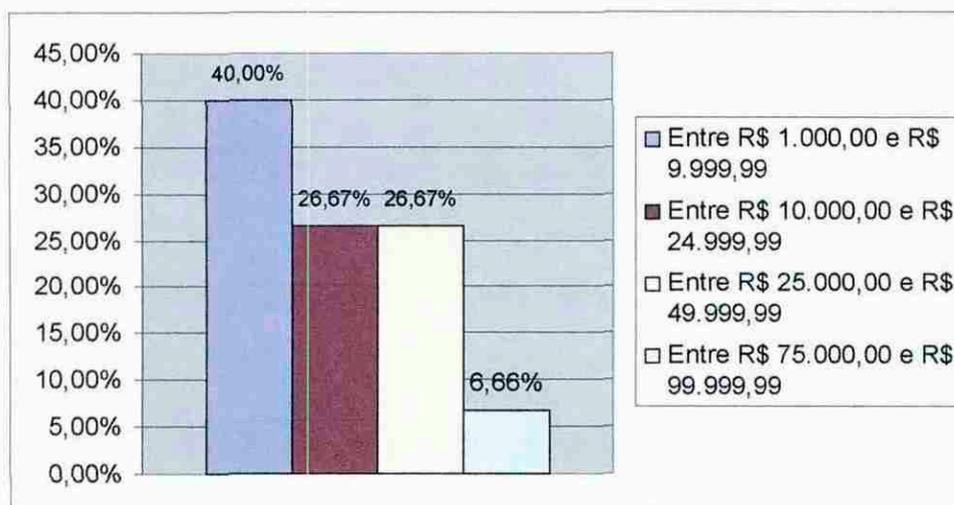


Gráfico 06: Valor financiado pelo Proger Urbano Empresarial.

Fonte: dados primários.

Aproximadamente metade, 40,00 %, dos itens financiados situam na menor faixa de valor, entre R\$ 1.000,00 e R\$ 9.999,99. Os valores entre R\$ 10.000,00 e R\$ 24.999,99 e entre R\$ 25.000,00 e R\$ 49.999,99 mostram o mesmo percentual de contratações, ambos com 26,67 %. E 6,66 % das empresas pesquisadas financiaram entre R\$ 75.000,00 e R\$ 99.999,99. Nenhuma empresa pesquisada financiou valores entre R\$ 50.000,00 e R\$ 74.999,99, ou valores superior a R\$ 100.000,00.

O prazo de pagamento da operação de Proger Urbano empresarial, incluindo a carência, foi identificado na questão “05”:

Tabela 05: Prazo de pagamento do Proger Urbano Empresarial.

<b>Prazo de pagamento</b>	
Até 12 meses	10,00%
Entre 13 e 24 meses	30,00%
Entre 25 e 36 meses	20,00%
Entre 37 e 48 meses	26,67%
Entre 49 e 60 meses	13,33%
Entre 61 e 72 meses	0,00%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: dados primários.

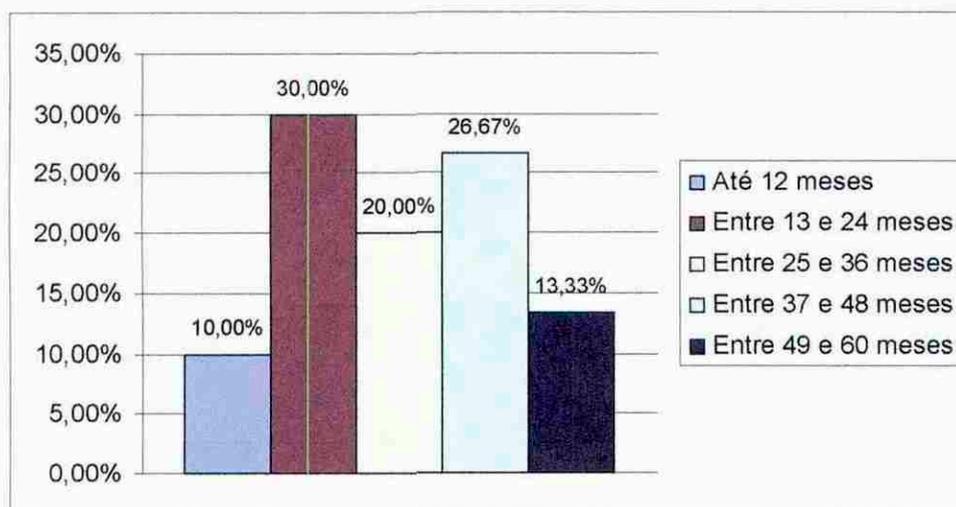


Gráfico 07: Prazo de pagamento do Proger Urbano Empresarial.

Fonte: dados primários.

Apenas 10,00 % das empresas pesquisadas contrataram operações com prazo de pagamento de até 12 meses. O prazo entre 13 e 24 meses foi a opção de 30,00 % das pesquisadas; seguidos pelos prazos na faixa entre 37 e 48 meses, com 26,67 %; entre 25 e 36 meses, com 20,00 %; e entre 49 e 60 meses, com 13,33 %. Nenhuma empresa obteve financiamento com prazo entre 61 e 72 meses.

A questão “06” identificou a maneira como a empresa pesquisada tomou conhecimento do Proger Urbano empresarial.

Tabela 06: Como tomou conhecimento do Proger Urbano Empresarial.

<b>Como tomou conhecimento da operação</b>	
Através de conversa com funcionário / gerente do BB	70,00%
Através de consulta a órgãos de apoio (Sebrae, Conselhos de Classe, outras)	13,33%
Através de propaganda / publicidade	6,67%
Através do site do BB	3,33%
Sugestão de um amigo	6,67%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: dados primários.

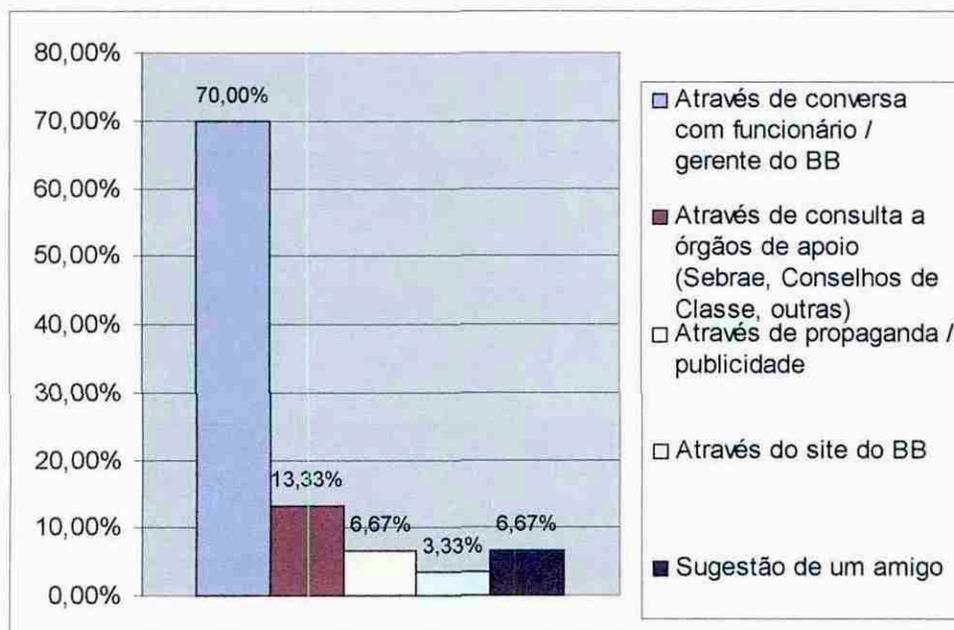


Gráfico 08: Como tomou conhecimento do Proger Urbano Empresarial.  
Fonte: dados primários.

A maioria dos respondentes, 70,00 %, conheceram o Proger Urbano Empresarial por meio de conversa com funcionário ou gerente do Banco do Brasil S.A.. A consulta a órgãos de apoio representa 13,33 % do total; procedida pela propaganda ou publicidade, com 6,67 %; pelo site do Banco do Brasil S.A., com 3,33 %; e por sugestão de amigos ou conhecidos, com 6,67 %.

Por meio da questão de número “07”, constatou-se o principal motivo que levou a empresa a optar pela contratação do Proger Urbano Empresarial.

Tabela 07: Principal motivo que levou a optar pelo Proger Urbano Empresarial.

<b>Principal motivo que levou a optar pelo Proger Urbano Empresarial</b>	
Taxas atraentes	63,33%
Facilidade de pagamento (prazo e carência)	23,33%
Acessibilidade da linha	6,67%
A linha financiava o item de que necessitava	6,67%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: dados primários.

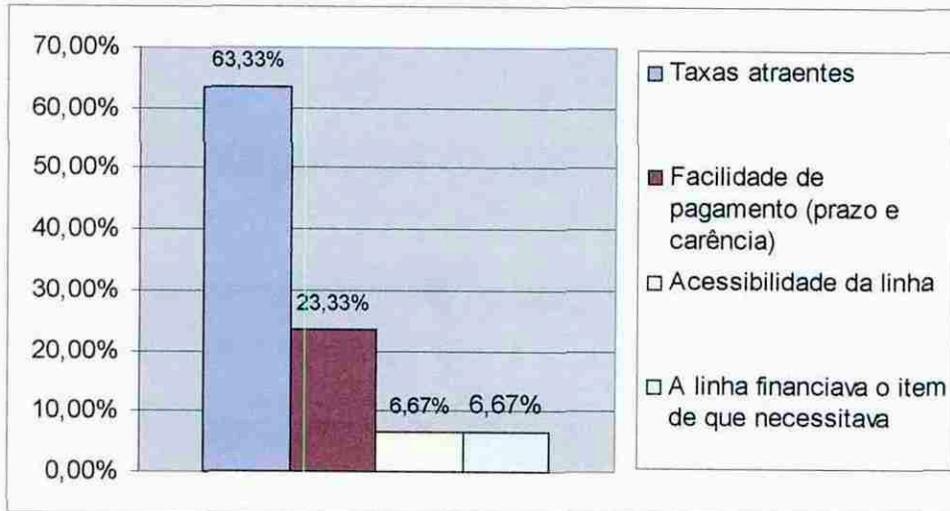


Gráfico 09: Principal motivo que levou a optar pelo Proger Urbano Empresarial.  
Fonte: dados primários.

A opção taxas atraentes foi assinalada pela maior parte, 63,33 %, das empresas pesquisadas. A facilidade de pagamento (prazo e carência) foi a opção de 23,33 % dos respondentes. A acessibilidade da linha e o fato de a linha financiar o item de que a empresa necessitava foram as opções selecionadas, cada uma, por 6,67 % do total.

Para melhor identificação da questão de número “08”, impacto no número de funcionários após a contratação do Proger Urbano Empresarial, optou-se por distribuir a variação, encontrada a partir da diferença na quantidade de funcionários antes a após a operação, em faixas de valor, conforme a seguir.

- a) Diminuíram mais que 2 funcionários;
- b) diminuíram 2 funcionários;
- c) diminuiu 1 funcionário;
- d) manteve o mesmo número de funcionários;
- e) aumentou 1 funcionário;
- f) aumentaram 2 funcionários; e
- g) aumentaram mais que 2 funcionários.

Sendo assim, seguem os resultados obtidos.

Tabela 08: Impacto da contratação do Proger Urbano Empresarial no número de funcionários da empresa.

<b>Impacto no número de funcionários</b>	
Diminuíram mais que 2	3,34%
Manteve	23,33%
Aumentou 1	20,00%
Aumentaram 2	43,33%
Aumentaram mais que 2	10,00%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: dados primários.

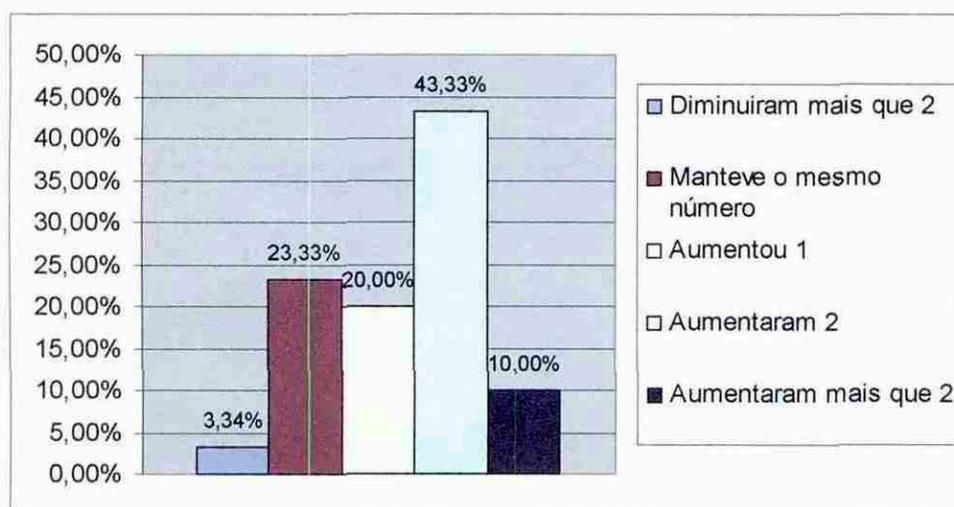


Gráfico 10: Impacto da contratação do Proger Urbano Empresarial no número de funcionários da empresa.

Fonte: dados primários.

Pode-se observar que aproximadamente metade das empresas pesquisadas, 43,33 %, apresentou aumento de dois funcionários após a aquisição do Proger Urbano Empresarial. A contratação de um funcionário foi observada em 20,00 % das empresas e o incremento de mais de dois funcionários foi constatado em 10,00 % das organizações. Mantiveram o mesmo número de empregados 23,33 % das empresas e diminuíram mais do que dois funcionários 3,34 % das respondentes.

O fato que chama a atenção nesta questão é que a maioria, 73,33 %, das empresas pesquisadas obtiveram um incremento em seu quadro de funcionários após a contratação do Proger Urbano Empresarial.

Na questão “09”, verificou-se se o dirigente observou alguma melhora nos resultados financeiros da empresa pesquisada após a contratação do Proger Urbano Empresarial.

Tabela 09: Observou melhora nos resultados financeiros da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.

<b>Observou alguma melhora nos resultados financeiros</b>	
Sim	90,00%
Não	0,00%
Não pude observar	10,00%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: dados primários.

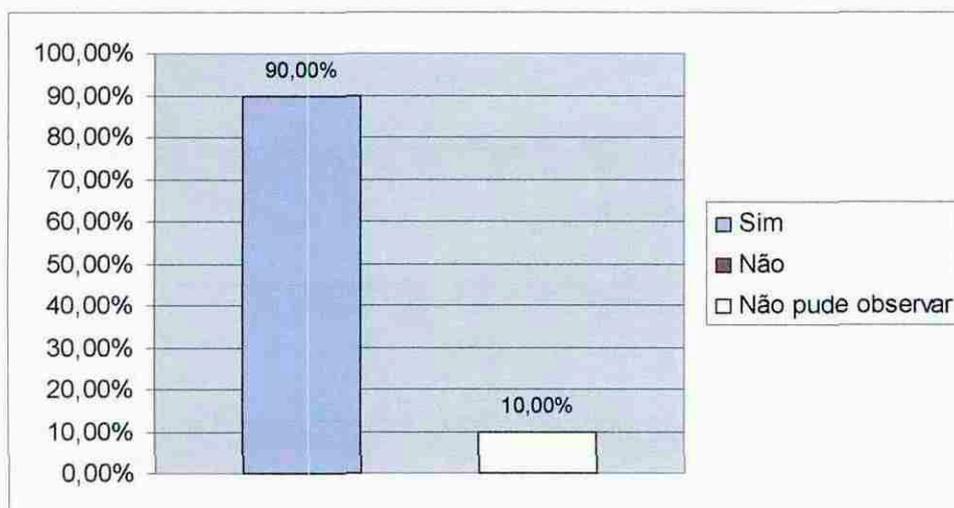


Gráfico 11: Observou melhora nos resultados financeiros da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.

Fonte: dados primários.

É grande a proporção de empresas que observaram uma melhora nos seus resultados financeiros após a contratação do Proger Urbano Empresarial, com 90,00 % dos respondentes. Apenas 10,00 % das empresas pesquisadas assinalaram que não puderam observar qualquer melhora, sendo que nenhuma empresa afirmou não ter havido melhora em seus resultados financeiros.

Coso tenha ocorrido, foi questionado, ainda, de que forma houve a melhora nos resultados financeiros após a contratação do Proger Urbano Empresarial. Seguem, em número de empresas que responderam o item, as constatações observadas.

Tabela 10: De que forma observou melhora nos resultados financeiros da empresa após a contratação do Proger Urbano Empresarial.

<b>De que forma (em números absolutos)</b>	
Viabilização do aumento das vendas	5
Melhora da infra-estrutura	4
Possibilidade de realizar um investimento sem se descapitalizar	3
Aumento dos lucros	2
Aumento no número de clientes	2
Redução dos custos	2
Viabilização de incremento do processo de produção	2
Estabilidade financeira da empresa, mesmo apresentando menos de 2 anos de constituição	1
Maior agilidade no atendimento	1

Fonte: dados primários.

Percebe-se que cinco empresas citaram a melhora dos resultados financeiros através do aumento das vendas. Quatro delas apontaram a melhoria de sua infra-estrutura e instalações. A possibilidade de realizar investimentos sem se descapitalizar foi citada por três empresas. Os aspectos aumento dos lucros, aumento do número de clientes, redução dos custos e aumento da produção foram apontados por duas empresas cada. Uma empresa abordou que apesar de apresentar menos de dois anos de constituição, consegue se manter estável financeiramente, e outra afirmou ter obtido maior agilidade no atendimento, o que favoreceu seus resultados financeiros.

A questão “10” procurou identificar se houve melhora nas vendas ou nas prestações de serviço da empresa após a contratação do Proger Urbano Empresarial.

Tabela 11: Observou melhora nas vendas ou na prestação de serviço da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.

<b>Observou alguma melhora nas vendas ou na prestação de serviços</b>	
Sim	90,00%
Não	3,33%
Não pude observar	6,67%
Total	100,00%

Fonte: dados primários.

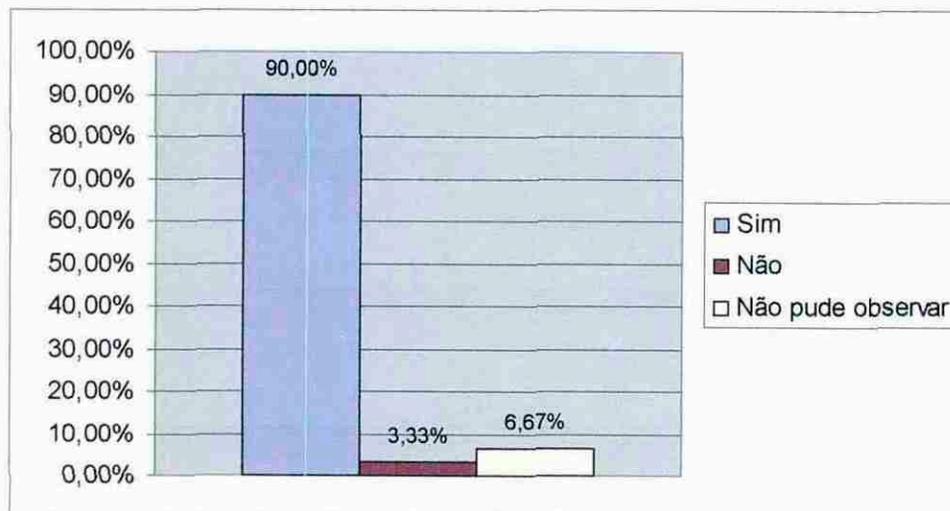


Gráfico 12: Observou melhora nas vendas ou na prestação de serviço da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.

Fonte: dados primários.

Foi observada melhora nas vendas ou na prestação de serviço em 90,00 % das empresas pesquisadas; 3,33 % das respondentes afirmaram não ter observado nenhum tipo de incremento nesse aspecto; e 6,67 % não puderam observar esse item.

Tabela 12: De que forma observou melhora nas vendas ou na prestação de serviço da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.

<b>De que forma (em números absolutos)</b>	
Incremento de vendas através da melhora da infra-estrutura	7
Conquista de novos clientes	5
Melhora nos serviços de entrega	3
Desenvolvimento de novas atividades	2
Novos negócios prospectados com o uso da internet	1

Fonte: dados primários.

No que diz respeito à forma com que os incrementos nas vendas ou prestação de serviço ocorreram, sete empresas apontaram a contribuição da melhoria da infra-estrutura; cinco, a conquista de novos clientes; três, a melhora dos serviços de entrega; dois, o desenvolvimento de novas atividades; e um, o uso da internet na prospecção de novos negócios.

A questão de número “11” objetivou verificar se foi possível observar alguma melhora no processo de produção ou de prestação de serviços da empresa após a contratação do Proger Urbano Empresarial.

Tabela 13: Observou melhora no processo de produção ou de prestação de serviços da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.

<b>Observou alguma melhora no processo de produção ou de prestação de serviços</b>	
Sim	70,00%
Não	10,00%
Não pude observar	20,00%
Total	100,00%

Fonte: dados primários.

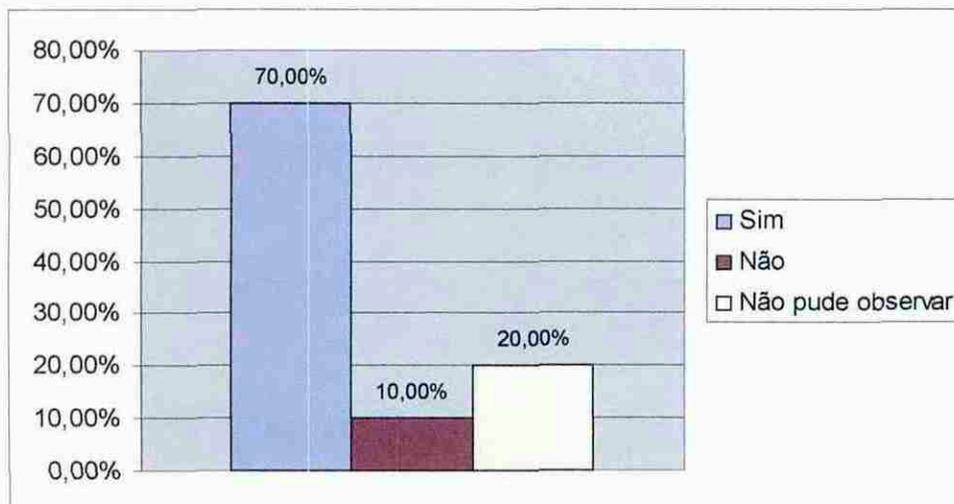


Gráfico 13: Observou melhora no processo de produção ou de prestação de serviços da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.

Fonte: dados primários.

Neste item, foi constatado que 70,00 % das respondentes observaram alguma melhora em seu processo produtivo ou de prestação de serviços; 20,00 % não puderam observar qualquer alteração neste item; e 10,00 % afirmaram que não houve incremento no que diz respeito ao seu processo de produção ou de prestação de serviços.

Tabela 14: De que forma observou melhora no processo de produção ou de prestação de serviços da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.

<b>De que forma (em números absolutos)</b>	
Melhora no nível de produção	8
Melhor aproveitamento do espaço físico	2
Redução do tempo de entrega ajudou no processo produtivo	2
Aumento da padronização	1
Aumento de produção através de funcionários mais satisfeitos	1
Desenvolvimento de novos produtos	1

Fonte: dados primários.

Quanto à forma com que os incrementos no processo de produção ou de prestação de serviços se fizeram presentes nas empresas pesquisadas, oito citaram que houve melhora no seu nível de produção; duas, o melhor aproveitamento do espaço físico; também duas, a

redução do tempo de entrega ter contribuído para o processo produtivo; uma, o aumento da padronização; também uma, o aumento de produção através de funcionários mais satisfeitos; e outra, o desenvolvimento de novos produtos.

A melhora no relacionamento entre os funcionários das empresas pesquisadas foi objeto de identificação da questão “12”.

Tabela 15: Observou melhora no relacionamento entre os funcionários da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.

<b>Observou alguma melhora no relacionamento entre os funcionários</b>	
Sim	46,66%
Não	26,67%
Não pude observar	26,67%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: dados primários.

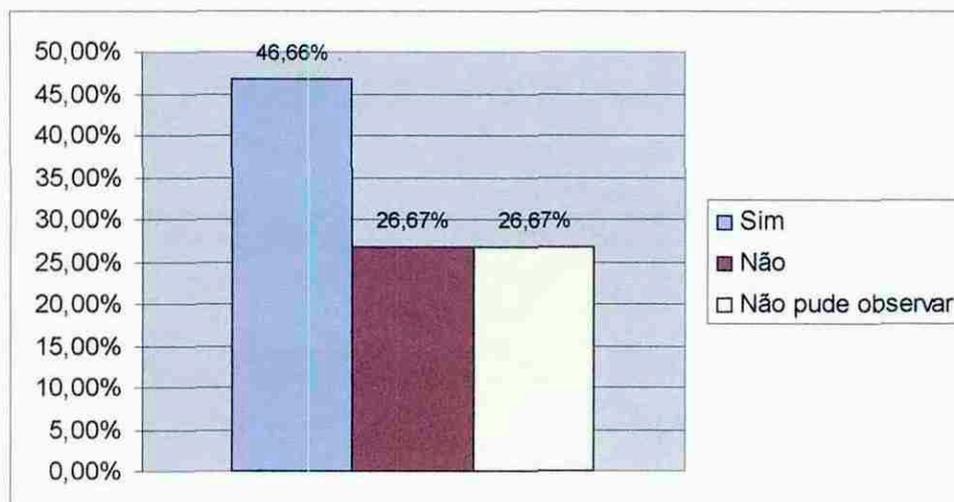


Gráfico 14: Observou melhora no relacionamento entre os funcionários da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.

Fonte: dados primários.

Diante do exposto, percebe-se que aproximadamente metade dos respondentes, 46,66 %, afirmaram ter observado alguma melhora no relacionamento entre os funcionários da organização após a contratação do Proger Urbano Empresarial. As opções não observaram e não puderam observar surgem, cada uma, com 26,67 % das respostas.

Tabela 16: De que forma observou melhora no relacionamento entre os funcionários da empresa após contratação do Proger Urbano Empresarial.

<b>De que forma (em números absolutos)</b>	
Melhor rendimento do trabalho proporcionando maior satisfação dos funcionários	3
Redução das atividades dos funcionários	2
Melhor distribuição das atividades	2
Prestação de serviços mais qualificados por parte dos funcionários	1
Maior participação e motivação dos funcionários, maior integração da equipe	1
Redução de conversas paralelas de funcionários pela atenção exigida pelo maquinário adquirido	1

Fonte: dados primários.

Três organizações que observaram melhora no relacionamento entre os funcionários da empresa citaram que estes passaram a trabalhar melhor e, conseqüentemente, a atender melhor. Duas empresas afirmaram que os funcionários passaram a trabalhar menos, e também duas citaram a melhor distribuição das atividades. Outras constatações dos respondentes foram a prestação, por parte dos funcionários, de um serviço mais qualificado e a maior participação e motivação dos funcionários.

A questão de número “13” teve por objetivo constatar se foi observada alguma melhora no relacionamento entre a empresa e os seus clientes após a opção pelo financiamento do Proger Urbano Empresarial.

Tabela 17: Observou melhora no relacionamento entre a empresa e seus clientes após contratação do Proger Urbano Empresarial.

<b>Observou alguma melhora no relacionamento entre a empresa e seus clientes</b>	
Sim	73,33%
Não	10,00%
Não pude observar	16,67%
Total	100,00%

Fonte: dados primários.

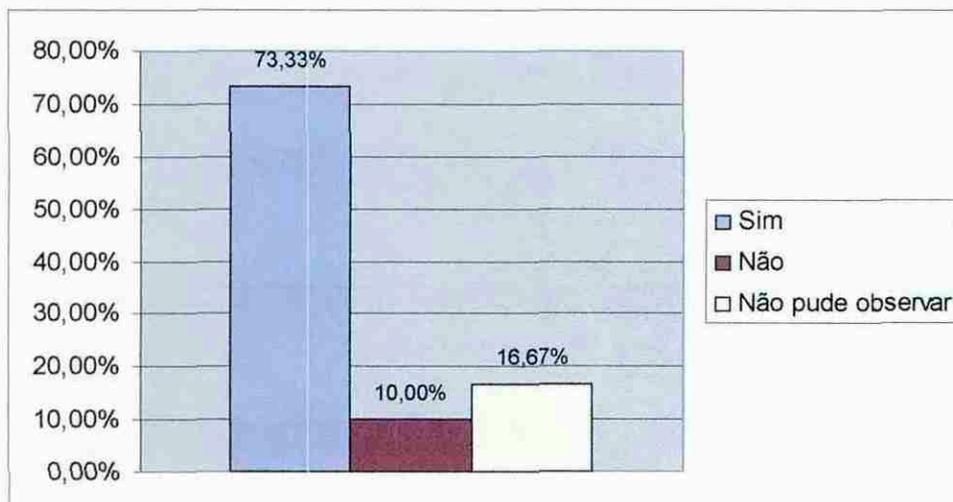


Gráfico 15: Observou melhora no relacionamento entre a empresa e seus clientes após contratação do Proger Urbano Empresarial.

Fonte: dados primários.

Dentre as empresas pesquisadas, 73,33 % assinalaram ter observado melhora no nível de relacionamento entre a organização e seus clientes; 10,00 % não observaram qualquer incremento e 16,67 % não puderam observar este item.

Tabela 18: De que forma observou melhora no relacionamento entre a empresa e seus clientes após a contratação do Proger Urbano Empresarial.

<b>De que forma (em números absolutos)</b>	
Maior agilidade no atendimento	5
Elogios por parte dos clientes, maior satisfação	2
Empatia	2
Maior confiabilidade nos serviços prestados	2
Loja mais atraente desperta atenção do cliente	1
Maior conforto ao cliente	1
Maior satisfação tanto do cliente quanto da empresa	1
Aumento no número de clientes circulando na loja	1

Fonte: dados primários.

Em relação à forma com que as empresas declararam ter observado melhora no seu relacionamento com os clientes após a contratação do Proger Urbano Empresarial, cinco das organizações pesquisadas afirmaram que a maior agilidade no atendimento contribuiu para esse incremento. A demonstração de maior satisfação por parte dos clientes, a empatia e a maior confiabilidade nos serviços prestados foram citadas cada uma por duas empresas. Outras observações apontadas foram o fato de a loja mais atraente atrair a atenção dos clientes, o maior conforto proporcionado ao cliente, a maior satisfação por parte da empresa e do cliente e o aumento do número de clientes circulando dentro da loja.

O próximo item verificado, identificado através da questão “14”, está relacionado à opinião do respondente sobre se ele considera o Proger Urbano Empresarial uma boa opção de financiamento.

Tabela 19: Consideram o Proger Urbano Empresarial uma boa opção de financiamento.

<b>Consideram o Proger Urbano Empresarial uma boa opção de financiamento</b>	
Sim	100,00%
Não	0,00%
Não sei responder	0,00%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: dados primários.

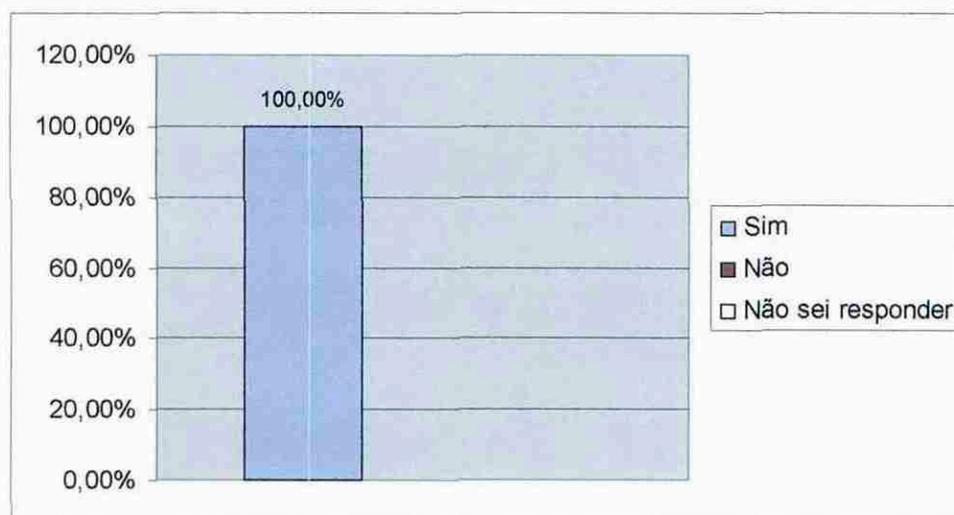


Gráfico 16: Consideram o Proger Urbano Empresarial uma boa opção de financiamento.

Fonte: dados primários.

Esta foi a única questão que chegou a uma unanimidade em suas respostas, pois todas as empresas pesquisadas, 100,00 %, consideram o Proger Urbano Empresarial uma boa opção de financiamento.

A questão “15” procurou identificar entre as organizações pesquisadas quais são as principais vantagens do Proger Urbano Empresarial. A tabela e o gráfico a seguir demonstram, em números absolutos, os itens apontados pelas empresas.

Tabela 20: Vantagens do Proger Urbano Empresarial.

<b>Vantagens do Proger Urbano Empresarial (em números absolutos)</b>	
Juros ou taxas atraentes	18
Prazo adequado	9
Facilidade de pagamento	7
Carência	6
Crédito rápido e fácil	4
Pagamento via débito em conta	2
Contribuição ao crescimento da empresa	1
Possibilidade de pagamento à vista ao fornecedor	1

Fonte: dados primários.

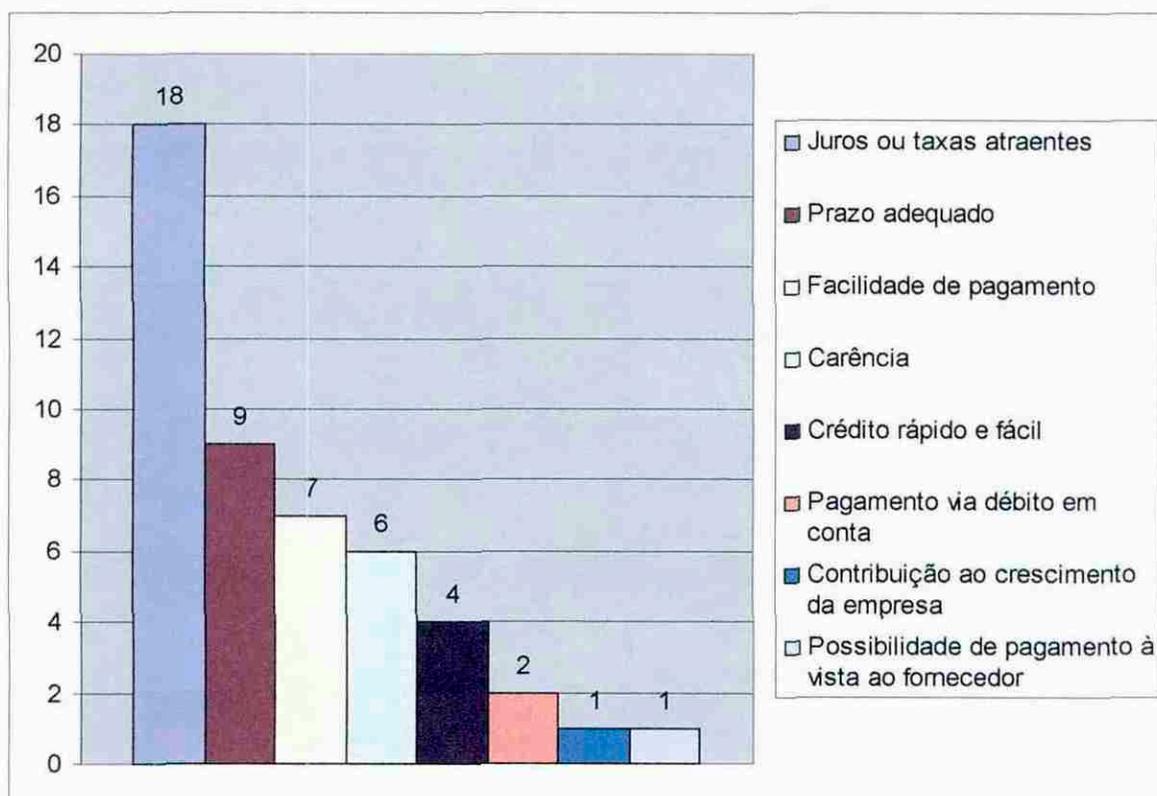


Gráfico 17: Vantagens do Proger Urbano Empresarial.

Fonte: dados primários.

Os juros ou taxas atraentes foram apontados por dezoito empresas; seguidos pelo prazo adequado, com nove respostas; pela facilidade de pagamento, com sete; e pela carência, com seis. A vantagem de ser um crédito rápido e fácil foi citada por quatro empresas; precedida pelo pagamento via débito em conta, com dois; e pelo pagamento à vista ao fornecedor e pelo fato de ter contribuído ao crescimento da empresa, ambos com um.

Na questão “16”, perguntaram-se quais seriam as principais desvantagens do Proger Urbano Empresarial. Estão descritos no gráfico e na tabela a seguir, em números absolutos, os itens apontados pelas organizações pesquisadas.

Tabela 21: Desvantagens do Proger Urbano Empresarial.

<b>Desvantagens do Proger Urbano Empresarial (em números absolutos)</b>	
Excesso de documentação e de exigências para sua formalização	4
Cobrança de taxas adicionais não constantes no contrato	1
Pequeno desconto concedido à quitação	1
Carência para abertura da empresa	1
Baixa divulgação da linha por parte dos bancos	1
Baixo limite disponível para contratação	1
No caso dos veículos, possibilidade de financiar apenas utilitários	1

Fonte: dados primários.

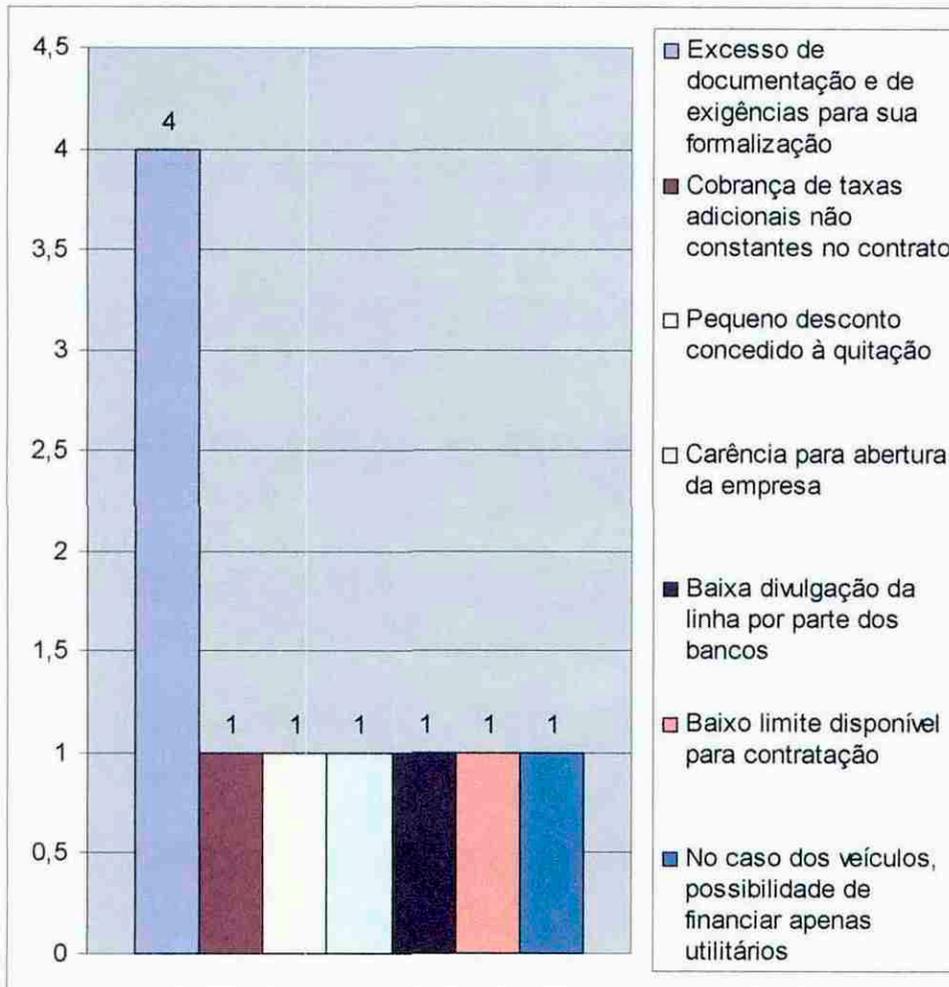


Gráfico 18: Desvantagens do Proger Urbano Empresarial.

Fonte: dados primários.

Percebe-se que o excesso de documentação e de exigências para sua formalização é o fator mais citado pelos respondentes, apontado por quatro empresas, o que representa 13,33 % do total. As demais desvantagens apontadas foram a cobrança de taxas adicionais não constantes no contrato, o pequeno desconto concedido em caso de quitação antecipada, a necessidade de carência no prazo de abertura da empresa, a deficiente divulgação da linha de

crédito por parte dos bancos, o baixo limite de valor disponível para sua contratação e, no caso dos veículos, a possibilidade de financiar apenas utilitários.

E, por fim, a questão de número “17” constatou entre os respondentes se contratariam novamente o Proger Urbano Empresarial.

Tabela 22: Contrataria novamente o Proger Urbano Empresarial.

<b>Contrataria novamente uma operação de Proger Urbano Empresarial</b>	
Sim	96,67%
Não	0,00%
Não sei responder	3,33%
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: dados primários.

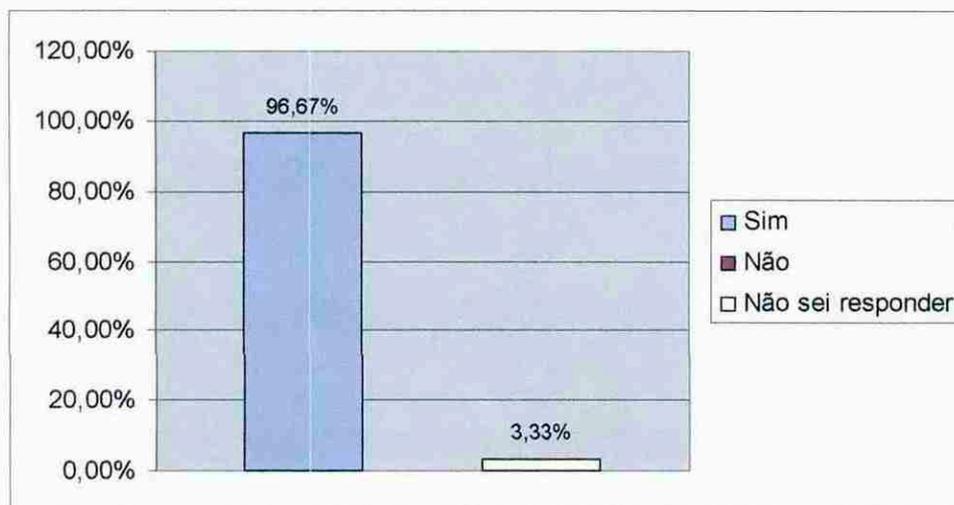


Gráfico 19: Contrataria novamente o Proger Urbano Empresarial.

Fonte: dados primários.

Nota-se que a maioria das empresas pesquisadas, 96,67 %, assinalaram que contratariam novamente o Proger Urbano Empresarial. Não souberam responder 3,33 % do total.

A tabela a seguir mostra o resultado do questionamento complementar da questão “17”, que procurava identificar o motivo pelo qual a empresa contrataria, ou não, a linha novamente. Todos os dirigentes que responderam a esta pergunta financiariam mais algum bem através da linha e, portanto, a utilizaram para justificar sua resposta.

Tabela 23: Por que contrataria novamente o Proger Urbano Empresarial.

<b>Por que contrataria novamente o Proger Urbano Empresarial (em números absolutos)?</b>	
Linha satisfaz as necessidades da empresa	6
Pela facilidade e agilidade de contratação	5
Pela intenção de continuar investindo na ampliação da empresa	4
Pelas suas vantagens e benefícios	3
Pelo auxílio no crescimento da empresa	1
Pela confiabilidade da linha	1

Fonte: dados primários.

Seis empresas afirmaram que contratariam novamente o Proger Urbano Empresarial porque a linha satisfaz suas necessidades. A facilidade e a agilidade na contratação foram citadas por cinco dirigentes. Quatro organizações justificaram um novo financiamento, pois pretendem continuar investindo em sua ampliação. As vantagens e os benefícios proporcionados pela linha foram a resposta de três empresas pesquisadas. Dois motivos foram apresentados por uma empresa cada: o apoio ao crescimento da empresa e a confiabilidade da linha.

#### 4.4 Considerações sobre os resultados da pesquisa

Considerações acerca dos dados coletados por meio da pesquisa se fazem necessárias para que seja possível verificar as contribuições do Proger Urbano Empresarial às micro e pequenas empresas que o contrataram, segundo constatações obtidas junto aos seus dirigentes.

As empresas atuantes no setor comercial possuem grande representatividade dentre as que contrataram a operação de crédito, sendo de 83,33 % sua proporção do total. As empresas prestadoras de serviço vêm a seguir, com 13,33 %, e as industriais com apenas 3,34 %. Fato esse que chama a atenção, mas vai de encontro com a estrutura empresarial do município de Palhoça (SC), conforme quadro a seguir.

Setor Econômico	Unidades Instaladas	%
Serviço*	1515	36,93
Comércio	2074	50,56
Indústria	513	12,51
<b>Total</b>	<b>4102</b>	<b>100</b>

\* Estão incluídas entre as prestadoras de serviço a administração pública e demais órgãos públicos.

Quadro 15: Estrutura empresarial de Palhoça (SC), em 2004.

Fonte: adaptado de Cidades@ (2007).

Percebe-se que, mesmo incluídas as unidades de administração e outros órgãos públicos entre as empresas prestadoras de serviços, as atuantes no comércio são a maioria (50,56 %) no município.

A maior parte das empresas contrataram a operação de Proger Urbano Empresarial a partir de 2006, representando 83,33 % do total. Isso pode ser explicado pelo fato de a Agência Palhoça (SC) ter iniciado um trabalho de maior divulgação da linha de crédito a partir do ano citado, conforme experiência profissional do autor na organização.

Quanto ao bem adquirido por meio da operação, constatou-se que 46,66 % das empresas se equiparam com máquinas específicas ao processo produtivo da empresa ou com móveis e demais utensílios necessários à sua atividade. Isso demonstra que a linha foi bem direcionada às atividades produtivas ou de prestação de serviços das organizações.

Outro aspecto a ser observado é o valor dos financiamentos adquiridos. A maioria absoluta das empresas (93,34 %) contrataram operações de até R\$ 50.000,00, valor considerado irrisório em se tratando de investimentos empresariais. Fato que chama ainda mais atenção é que aproximadamente a metade (40,00 %) das organizações obtiveram financiamentos de até R\$ 9.999,99.

A realidade é que esses investimentos foram feitos por organizações de pequeno porte. O Proger Urbano Empresarial é destinado a micro e pequenas empresas cujo faturamento bruto anual é de até R\$ 5 milhões. Ressalta-se que, de acordo com o Decreto nº 5.028/2004, de 31 de março de 2004, são classificadas como micro e pequenas empresas aquelas que apresentam faturamento anual bruto de até R\$ 2.133.222,00 (SEBRAE, 2007). Nota-se, por conseguinte, que a linha de crédito beneficia também algumas organizações que estão fora da classificação oficial.

Bedê (2004) e Carvalho e Abramovay (2004) são autores que destacam a importância de o sistema financeiro brasileiro atender às necessidades das pequenas e microempresas. O Proger Urbano Empresarial é uma linha de crédito que atende às expectativas dessas organizações e, portanto, oferece crédito para investimentos dentro de seu perfil.

De fato, é um meio de o governo estimular o desenvolvimento econômico por meio da oferta de crédito, utilizando-se de seus bancos e de instituições oficiais, uma vez que os bancos, tradicionalmente, tendem a ser mais relutantes em oferecer crédito às empresas de menor porte, seja por dificuldade operacional ou pelo custo incorrido no monitoramento, como afirmam Torres Filho e Puga (2006).

Em relação à maneira como os clientes tomaram conhecimento do Proger Urbano Empresarial, ficou evidente a importância do papel do funcionário / gerente do Banco do

Brasil. Um total de 70,00 % dos pesquisados declararam ter conhecido a linha de crédito a partir de conversa com os funcionários do banco.

Nesse contexto, percebe-se a necessidade de o banco investir no treinamento e na capacitação de seus funcionários, no sentido de estimulá-los e prepará-los a ofertar a linha de crédito. Além de torná-los aptos a operacionalizar as demandas que venham a surgir.

Verifica-se, ainda, que as taxas atraentes foram o principal motivo (63,33 %) que levou as empresas a contratarem o Proger Urbano empresarial. Esse fato evidencia, mais uma vez, a adequação da linha às necessidades dos micro e pequenos empresários.

O impacto do número de funcionários da empresa após a contratação do financiamento é um dos aspectos que mais chama a atenção. A grande maioria, 73,33 %, das empresas pesquisadas obtiveram o incremento de pelo menos um funcionário em seu quadro após a aquisição da linha de crédito.

Um dos objetivos do Proger Urbano Empresarial é justamente fomentar a geração de emprego na economia (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2007b). No contexto das micro e pequenas empresas que, de acordo com a classificação do Sebrae (2007) é caracterizada por ocupar até 49 pessoas (para os setores comerciais e de prestação de serviço), o incremento de pelo menos um posto de trabalho, mediante a contratação de uma linha de crédito, é fato bastante significativo.

Outra finalidade da linha é a geração de renda (MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO, 2007b), para tanto a pesquisa procurou identificar a contribuição Proger Urbano Empresarial em relação aos resultados financeiros da empresa. Dentre os respondentes, 90 % afirmaram ter percebido uma melhora desse item após a obtenção do financiamento.

É um percentual bastante significativo, sendo que, de forma espontânea, cinco empresas apontaram a contribuição da linha de crédito para o aumento de suas vendas, incrementando, por conseguinte, seus resultados financeiros.

Merecem destaque também as constatações dos pesquisados acerca da melhoria da infra-estrutura da organização e da possibilidade de se realizar um investimento sem se descapitalizar.

A experiência profissional do autor demonstra que em diversos casos de empresas que adquiriram o Proger Urbano Empresarial, o retorno financeiro obtido por meio da aquisição do bem é suficiente para honrar as parcelas de amortização exigidas para o cumprimento do financiamento.

No que diz respeito às vendas e à prestação de serviço, observa-se também um resultado bastante significativo, em que 90 % dos respondentes afirmaram ter observado melhora nesses itens após a aquisição do Proger Urbano Empresarial.

Especial destaque nesse aspecto para a contribuição da linha para a melhora da infraestrutura e para a captação de novos clientes.

Outro aspecto observado na pesquisa foi a contribuição ao processo de produção ou de prestação de serviços da empresa. Novamente, a maioria dos respondentes (70 %) observaram ter ocorrido incremento nesse item. O fato de a linha de crédito ter viabilizado melhoras no nível de produção foi o mais citado pelos respondentes.

Conforme constatado, quase metade das empresas obtiveram o Proger Urbano Empresarial para investir em itens específicos às suas necessidades, o que, conseqüentemente, contribuiu para esse aspecto.

Procurou-se identificar, ainda, se foi observada melhora no relacionamento entre os funcionários da empresa. Aproximadamente metade (46,66 %) dos respondentes afirmaram que sim, houve melhora nesse item. Quanto à forma que isso ocorreu, destaca-se o melhor rendimento do trabalho proporcionando maior motivação aos empregados.

No quesito relacionamento entre a empresa e seus clientes também se observa melhora, pois 73,33 % dos respondentes responderam afirmativamente a essa questão. Dirigentes pesquisados declararam que a maior agilidade obtida com o financiamento favoreceu esse item.

Diante de todas essas observações, destaca-se o questionamento sobre se o Proger Urbano Empresarial é, na visão do respondente, uma boa opção de financiamento. Todos os pesquisados afirmaram considerar a linha uma boa opção de financiamento. Sendo que 96,67 % a contratariam novamente.

Os resultados da pesquisa demonstram, portanto, que a visão dos micro e pequenos empresários que contrataram o Proger Urbano Empresarial, por meio da Agência Palhoça (SC) do Banco do Brasil, acerca da linha de crédito é bastante positiva. O financiamento tem conseguido satisfazer suas necessidades e contribui na geração de emprego e de renda em suas empresas.

Assume-se que o simples ato de obter um financiamento não é condição determinante para a empresa gerar empregos e renda. O sucesso ou o fracasso de uma organização envolve diversos aspectos, como capacidade administrativa dos dirigentes, disponibilidade de recursos, atuação da concorrência, entre outros.

O que se pretende evidenciar é que disponibilizar às organizações de menor porte linhas de crédito, com taxas e exigências dentro de sua realidade, objetivando o investimento em suas atividades produtivas, é fator estimulante à sua atuação no mercado.

A partir do momento em que esse incentivo é disponibilizado a várias micro e pequenas empresas, que representam, segundo o Sebrae (2005), 99,2 % das empresas em atividade no Brasil, a tendência é que sua rentabilidade seja fomentada e, por conseguinte, haja incremento nos postos de trabalho da economia brasileira.

#### **4.5 Plano de ação proposto**

Os resultados obtidos por meio da pesquisa demonstram que o Proger Urbano Empresarial contribuiu para a melhora de diversos aspectos das empresas que o contrataram, segundo dados obtidos junto a seus dirigentes.

Sendo assim, propõe-se um plano de ações com o intuito de a Agência Palhoça (SC) do Banco do Brasil divulgar o Proger Urbano Empresarial entre empresas cujo perfil seja adequado ao público-alvo da linha de crédito. O quadro a seguir demonstra as ações a serem realizadas, bem como seus objetivos, metas e profissionais responsáveis.

	Ação	Objetivo	Como	Responsáveis
I	Divulgar a linha de crédito entre empresas clientes da Agência Palhoça (SC).	Disponibilizar o Proger Urbano Empresarial às empresas de perfil adequado às características da linha.	Palestra com informações sobre a linha de crédito.	Levantamento das empresas com perfil adequado à linha: Gerente de Contas e Assistente de Negócios.  Proferir a palestra: Gerente de Contas.
II	Divulgar a linha entre empresas não clientes da Agência Palhoça (SC).	Fazer com que empresas não clientes da agência tenham conhecimento do Proger Urbano Empresarial e se interessem em contratá-lo, viabilizando, inclusive, outros negócios com o banco.	Através do levantamento de informações sobre as empresas atuantes no Município de Palhoça, são relacionadas empresas cujo perfil seja adequado ao público-alvo do financiamento. A oferta da linha de crédito é realizada por meio de visita às organizações.	Levantamento das empresas com perfil adequado à linha: Gerente de Contas e Assistente de Negócios.  Visita à empresa: Gerente de Contas.
III	Divulgar a linha entre empresas clientes e não clientes da Agência Palhoça (SC) - parceria com escritórios de contabilidade.	Fazer com que empresas clientes dos escritórios de contabilidade parceiros da agência tenham conhecimento do Proger Urbano Empresarial e se interessem em contratá-lo, viabilizando, inclusive, outros negócios com o banco.	Através de parceria entre a agência e os escritórios de contabilidade, divulgar entre os clientes destes os benefícios e vantagens da linha de crédito. A ação pode ser realizada tanto por uma palestra quanto pela divulgação por <i>folders</i> .	Gerente de Contas é responsável pelo contato com os escritórios de contabilidade e por proferir a palestra.
IV	Divulgar a linha entre empresas clientes e não clientes da Agência Palhoça (SC) – parceria com associações.	Fazer com que empresas participantes de associações, como a ACIP <sup>2</sup> e o CDL <sup>3</sup> , tenham conhecimento do Proger Urbano Empresarial e se interessem em contratá-lo, viabilizando, inclusive, outros negócios com o banco.	Através de contato com as associações, promover palestras de divulgação da linha de crédito.	Gerente de Contas é responsável pelo contato com as associações e por proferir a palestra.
V	Treinar funcionários da agência.	Disseminar o conhecimento acerca do Proger Urbano Empresarial entre os funcionários da agência, de modo a estimular a oferta da linha.	Através de treinamentos internos, em que são prestadas informações gerais sobre a linha de crédito, bem como aspectos de sua operacionalização.	Prestam o treinamento: Gerente de Contas e Assistente de Negócios.  Recebem o treinamento: funcionários do Setor de Pessoa Jurídica.
VI	Avaliação da linha de crédito por parte dos clientes.	Obter <i>feedback</i> das empresas que contrataram o Proger Urbano Empresarial, com a finalidade de verificar suas impressões e os resultados obtidos com o financiamento.	Através da aplicação de questionários ou formulários de avaliação semestrais entre as empresas financiadas pela linha.	Elaboração do questionário ou formulário: Gerente de Contas e Assistente de Negócios.  Aplicação do questionário ou do formulário: funcionários do Setor de Pessoa Jurídica.

Quadro 16: Plano de ações proposto para divulgação do Proger Urbano Empresarial.

Fonte: elaborado pelo autor.

O quadro a seguir demonstra a viabilidade das ações propostas pelo plano, através da apresentação da tecnologia e dos recursos humanos e financeiros necessários.

<sup>2</sup> Associação Comercial e Industrial de Palhoça.

<sup>3</sup> Câmara de Dirigentes Logistas.

	<b>Ação</b>	<b>Tecnologia</b>	<b>Recursos Humanos</b>	<b>Recursos Financeiros</b>
I	Divulgar a linha entre empresas clientes da Agência Palhoça (SC).	Através do próprio sistema de informações do banco, levantam-se dados sobre empresas com margens de crédito disponíveis e de perfil adequado.	Gerente de Contas, Assistente de Negócios e Postos Efetivos do Setor de Pessoa Jurídica fazem esse levantamento.	Custo de aluguel do auditório mais coquetel: R\$ 1.200,00.
II	Divulgar a linha entre empresas não clientes da Agência Palhoça (SC).	Levantar informações de empresas em atividade junto ao Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas, à Junta Comercial, aos sindicatos e associações, ou à Prefeitura do Município.	Gerente de Contas, Assistente de Negócios e Postos Efetivos do Setor de Pessoa Jurídica fazem esse levantamento.	Sem custo.
III	Divulgar a linha entre empresas clientes e não clientes da Agência Palhoça (SC) - parceria com escritórios de contabilidade.	Contato com os clientes dos escritórios de contabilidade.	Gerente de Contas negocia com os escritórios de contabilidade.	Para as palestras, custo do auditório mais aluguel: R\$ 1.200,00.
IV	Divulgar a linha entre empresas clientes e não clientes da Agência Palhoça (SC) - parceria com associações.	Contato com as empresas membros de associações como ACIP e CDL.	Gerente de Contas negocia com as associações.	Sem custo, as associações disponibilizam o espaço para palestra de divulgação.
V	Treinar funcionários da agência.	Através dos recursos disponibilizados pelo banco, como <i>folders</i> , apostilas de treinamento, vídeos e normativos internos.	Gerente de Contas e Assistente de Negócios prestarão o treinamento.	Sem custo, são utilizados materiais disponibilizados pelo Banco.
VI	Avaliação da linha de crédito por parte dos clientes.	Por meio de questionários ou formulários de avaliação, o cliente que contratou a linha de crédito descreverá suas impressões sobre o financiamento e os resultados obtidos.	Elaboração do instrumento de coleta de dados pelo Gerente de Contas e pelo Assistente de Negócios; aplicação do instrumento pelos funcionários do Setor de Pessoa Jurídica.	Sem custo.

Quadro 17: Viabilidade do plano de ações proposto para divulgação do Proger Urbano Empresarial.

Fonte: elaborado pelo autor.

Evidencia-se a viabilidade de implantação do plano proposto, haja vista que a agência dispõe das tecnologias e dos recursos necessários para as ações descritas.

Ressalta-se que o plano de ação foi elaborado especificamente para a divulgação do Proger Urbano Empresarial, todavia esse tipo de ferramenta pode servir como piloto para que, posteriormente, outros produtos e serviços oferecidos pelo banco sejam divulgados de forma semelhante.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este item possui o propósito de discorrer sobre as conclusões decorrentes do desenvolvimento deste trabalho. Em seguida, são apresentadas algumas recomendações.

### 5.1 Conclusões

Este trabalho teve como objetivo verificar, a partir das percepções do cliente financiado, as contribuições do Proger Urbano Empresarial à sua empresa. Para tanto, foi realizada uma pesquisa junto às empresas que contrataram a linha de crédito por meio da Agência Palhoça (SC) do Banco do Brasil S.A.

Para o atingimento desse objetivo, foi levantado o histórico do Banco do Brasil, identificando suas três fases, bem como apresentadas suas características gerais e contextualizando sua função híbrida de banco múltiplo tradicional e de banco oficial.

A Agência Palhoça (SC) foi fundada em 11 de dezembro de 1982, dispõe de 13 funcionários de carreira em seu quadro e atende a clientes Pessoas Físicas, pequenas e médias empresas e Setor Público.

A análise de crédito é atividade prévia à oferta de qualquer linha de crédito ao cliente. Ela estabelece o portfólio de negócios que determina as linhas de crédito e os valores que a empresa pode operar com o banco. A informação sobre o cliente é insumo fundamental para a análise e para a decisão de crédito.

O Proger Urbano Empresarial é uma linha de crédito destinada a financiar investimentos em atividades empresariais. Ele é instituído pelo Ministério do Trabalho e Emprego e mantido por meio do Fundo de Amparo ao Trabalhador (FAT), sua função é fomentar a geração de emprego e de renda a microempresas e a empresas de pequeno porte localizadas na área urbana.

Seu público-alvo consiste em microempresas e empresas de pequeno porte, estabelecidas legalmente na forma de empresário individual ou de pessoa jurídica de direito privado, com faturamento bruto anual de até R\$ 5 milhões.

A linha financia até 80 % do valor do item adquirido ou do projeto, tendo como limites o piso de R\$ 1 mil e o teto de R\$ 400 mil. Como garantias, exige-se o próprio bem financiado, mais um fundo de aval (Funproger ou Fampe) e fidejussórias dos sócios da empresa que detenham ingerência ou participação societária superior a 10 %.

A pesquisa foi realizada junto às 34 empresas financiadas pelo Proger Urbano Empresarial, cujas operações estavam ainda em andamento e adimplente, considerando-se o mês de maio de 2007. Os dados foram coletados por meio de um questionário, sendo que 30 empresas responderam ao mesmo.

Dentre as empresas financiadas pelo Proger Urbano Empresarial, 83,33 % atuam no ramo do comércio, aproximadamente a metade (46,66 %) se equiparam com máquinas específicas ao processo produtivo da empresa ou com móveis e demais utensílios necessários à sua atividade e 40 % dos respondentes obtiveram financiamentos de até R\$ 9.999,99.

A maioria das empresas tomaram conhecimento da linha de crédito por meio de conversa com funcionário / gerente do Banco do Brasil, além de terem optado por contratar o financiamento devido às taxas atraentes.

Fato que chamou atenção foi o impacto no número de funcionários da empresa após a contratação do Proger Urbano Empresarial, mais de 70 % das empresas pesquisadas obtiveram o incremento de pelo menos um funcionário em seu quadro, fato significativo em se tratando de micro e pequenas empresas.

Verificou-se, ainda, que a maioria dos respondentes declararam ter observado, após a contratação do Proger Urbano Empresarial, melhoras nos resultados financeiros de suas empresas, nas suas vendas ou nas prestações de serviços, no processo de produção ou de prestação de serviços e no relacionamento entre a empresa e seus clientes.

Quanto ao relacionamento entre os funcionários da empresa, pouco menos da metade das empresas pesquisadas observaram melhora nesse item.

Finalmente, foi proposto um plano de ação com o intuito de divulgar o Proger Urbano Empresarial entre empresas cujo perfil seja adequado ao público-alvo da linha de crédito. Destacou-se a viabilidade do plano de ação uma vez que a Agência Palhoça (SC) dispõe da tecnologia e dos recursos necessários à sua implantação.

## **5.2 Recomendações**

O trabalho foi desenvolvido com a intenção de verificar as contribuições do Proger Urbano Empresarial às empresas, sob a percepção de seus dirigentes, financiadas pela linha de crédito por meio da Agência Palhoça (SC) do Banco do Brasil.

Pelo fato de o público-alvo da pesquisa realizada ser composta por empresas de determinada agência e de um dado banco, torna-se difícil generalizar os resultados obtidos.

Em contrapartida, não há nada que impeça a comparação desses com os decorrentes de pesquisas semelhantes realizadas em agências distintas ou em outros bancos, que também disponibilizem a linha de crédito.

A partir do confronto das informações resultantes de diversas pesquisas, pode-se visualizar com muito mais propriedade o contexto do Proger Urbano Empresarial e suas contribuições às micro e pequenas empresas.

Além disso, recomenda-se a elaboração de pesquisas que procurem identificar, de forma específica, a contribuição da linha de crédito para áreas determinadas da empresa, como por exemplo, a financeira, a de recursos humanos, a de produção, a de vendas, entre outras.

## REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, A. **Finanças corporativas e valor**. São Paulo: Atlas, 2003.

BANCO DO BRASIL. Apresenta informações sobre o histórico do Banco do Brasil. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/appbb/portal/ri/ret/bbHistoria.jsp>>. Acesso em: 20 maio 2007a.

\_\_\_\_\_. Apresenta informações sobre a missão do Banco do Brasil. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/appbb/portal/ri/ret/Missao.jsp>>. Acesso em: 20 maio 2007b.

\_\_\_\_\_. Apresenta informações sobre a composição acionária do Banco do Brasil. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/appbb/portal/ri/ret/CompAcionaria.jsp>>. Acesso em: 20 maio 2007c.

\_\_\_\_\_. Apresenta informações sobre números do Banco do Brasil. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/appbb/portal/ri/ret/SecaoDetInfo.jsp?Periodico.codigo=198&SecaoPeriodico.codigo=5025>>. Acesso em: 20 maio 2007d.

\_\_\_\_\_. Apresenta informações sobre a estrutura interna do Banco do Brasil. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/appbb/portal/ri/ret/Assembleia.jsp>>. Acesso em: 20 maio 2007e.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Apresenta informações sobre as instituições financeiras brasileiras. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/pre/composicao/ifcdv.asp>>. Acesso em: 15 maio 2007.

BEDÊ, M. A. Gargalos no financiamento dos pequenos negócios no Brasil. In: SANTOS, C. A. dos, et al. **Sistema financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas**. Brasília: SEBRAE, 2004.

BNDES. Apresenta informações gerais sobre o BNDES. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/empresa/default.asp>>. Acesso em: 23 maio 2007.

BREALEY & MYERS. **Finanças corporativas: investimento de capital e avaliação**. Tradução de Robert Brian Taylor. Porto Alegre: Bookman, 2006.

CARVALHO, C. E.; ABRAMOVAY, R. O difícil e custoso acesso ao sistema financeiro. In: SANTOS, C. A. dos, et al. **Sistema financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas**. Brasília: SEBRAE, 2004.

CARVALHO, F. J. C. de, et al. **Economia monetária e política: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

CIDADES@. Apresenta informações sobre os municípios do Brasil. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/default.php>>. Acesso em: 20 maio 2007.

ECONOMIANET. PIB ou PNB? Disponível em: <[http://www.economiabr.net/economia/6\\_pib.html](http://www.economiabr.net/economia/6_pib.html)>. Acesso em: 16 jan. 2007.

FEBRABAN. **Relatório social 2006**. São Paulo: Febraban, 2006. Disponível em: <<http://www.febraban.org.br/Arquivo/Servicos/RespSocial/RS%20Febraban2006.pdf>>. Acesso em: 25 maio 2007.

FORTUNA, E. **Mercado financeiro: produtos e serviços**. 16. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

FÜHRER, M. C. A.; FÜHRER, M. R. E. **Resumo de direito administrativo**. 7. ed. São Paulo: Malheiros, 2000.

GALVÊAS, E. **Sistema Financeiro e mercado de capitais**. Rio de Janeiro: IBMEC, 1985.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

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

GREMAUD, A. P., et al. **Economia brasileira contemporânea**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

IBGE. Apresenta informações sobre indicadores de desenvolvimento humano. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/glossario/indicadores\\_desenvolvimento\\_humano.html](http://www.ibge.gov.br/ibgeteen/glossario/indicadores_desenvolvimento_humano.html)>. Acesso em: 15 maio 2007.

\_\_\_\_\_. **As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil 2001**. Rio de Janeiro: IBGE, 2003. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/economia/microempresa/default.shtm>>. Acesso em 22 maio 2007.

KOTESKI, M. A. As micro e pequenas empresas no contexto econômico brasileiro. **Revista Fae Business**. Curitiba, n. 8, p. 16-18, mai. 2004. Disponível em: <[http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista\\_da\\_fae/fae\\_v8\\_n1/rev\\_fae\\_v8\\_n1\\_03\\_koteski.pdf](http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v8_n1/rev_fae_v8_n1_03_koteski.pdf)>. Acesso em: 22 maio 2007.

LAVILLE & DIONNE. **A construção do saber**: manual da metodologia da pesquisa em ciências humanas. Porto Alegre: Artes Médicas Sul Ltda.; Belo Horizonte: UFMG, 1999.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**: metodologia, planejamento. 6. ed. vol. 1. São Paulo: Atlas, 2005.

MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO. Apresenta informações gerais sobre o FAT. Disponível em: <<http://www.mte.gov.br/fat/>>. Acesso em: 24 maio 2007a.

\_\_\_\_\_. Apresenta informações sobre o PROGER. Disponível em: <<http://www.mte.gov.br/proger/default.asp>>. Acesso em: 24 maio 2007b.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. Apresenta informações sobre o índice IDH. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/idh/>>. Acesso em: 15 maio 2007.

PURKOTA, A., et al. **PROGER**: avaliação da geração de emprego e renda em empresas de Curitiba financiadas pelo programa. 2005. 119 f. Monografia (Especialização em Gestão Financeira) - Curso de Pós-Graduação, FAE Business School em parceria com a Universidade Corporativa Banco do Brasil, Curitiba, 2005

ROSA, G. H. da. O sistema financeiro nacional após o Plano Real. 2004. 76 f. Dissertação (Mestrado em Economia modalidade Profissionalizante) - Programa de Pós Graduação em Economia da Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

ROSS, S. A., et al. **Princípios de administração financeira**. Tradução de Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Atlas, 1998.

ROSSA, G. P. A utilização do regime aduaneiro especial de DRAWBACK por empresas clientes do Banco do Brasil no estado de Santa Catarina. 2003. 91 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração com habilitação em Comércio Exterior) - Curso de Administração, Universidade do Vale do Itajaí, São José, 2003.

SANVICENTE, A. Z. **Administração financeira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

SCHRICKEL, W. K. **Análise de crédito: concessão e gerência de empréstimos**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

SEBRAE. Apresenta informações sobre critérios de classificação do porte da empresa. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/estudosepesquisas.asp>>. Acesso em: 22 maio 2007.

\_\_\_\_\_. **Boletim estatístico de micro e pequenas empresas**. Observatório Sebrae, 2005. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/br/mpe%5Fnumeros/>>. Acesso em: 22 maio 2007.

SILVA, J. P. S. **Gestão e Análise do risco de crédito**. São Paulo: Atlas, 1997.

SINDICATO DOS BANCÁRIOS DO MARANHÃO. Lucro dos bancos. Disponível em: <<http://www.seebma.org.br/ExibirPagina.aspx?id=6>>. Acesso em: 26 maio 2007.

SINGER, P. **Aprender economia**. 11. ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SOUZA, N. de J. de. **Desenvolvimento econômico**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

TORRES FILHO, E. T. 2006. Nível do crédito bancário é o mais alto desde 1995. In: TORRES FILHO, E. T., et al. *Visão do desenvolvimento*. Rio de Janeiro: BNDES, 2006. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/publicacoes/catalogo/visao.asp>>. Acesso em: 23 maio 2007.

TORRES FILHO, E. T.; PUGA, F. P. Empresas apoiadas pelo BNDES geram mais emprego e pagam mais. In: TORRES FILHO, E. T., et al. *Visão do desenvolvimento*. Rio de Janeiro: BNDES, 2006. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/publicacoes/catalogo/visao.asp>>. Acesso em: 23 maio 2007.

## APÊNDICE

Este questionário é parte do processo de pesquisa de um Trabalho de Conclusão de Curso a ser defendido junto ao Curso de Graduação de Administração da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC.

Sua proposta é verificar quais as principais contribuições da operação **Proger Urbano Empresarial** e relacionar seus resultados aos objetivos de geração de emprego e renda às empresas que o adquiriram.

O questionário é rápido e simples de ser respondido, e pedimos que seja marcada apenas **uma opção de alternativa** para cada questão.

Empresa: \_\_\_\_\_

1. Setor econômico ao qual pertence a empresa:

- (a) Indústria
- (b) Comércio
- (c) Serviço

2. Ano de contratação da operação de Proger Urbano Empresarial mais recente:

- (a) 2001
- (b) 2002
- (c) 2003
- (d) 2004
- (e) 2005
- (f) 2006
- (g) 2007

3. Máquina / equipamento adquirido através do Proger Urbano Empresarial (se possuir mais de uma operação, selecione **apenas a contratada mais recentemente**):

- (a) Equipamentos de informática
- (b) Máquinas específicas ao processo produtivo da empresa
- (c) Veículo utilitário
- (d) Reformas de ampliação
- (e) Móveis e demais utensílios necessários à atividade da empresa
- (f) Outros \_\_\_\_\_

4. Qual foi o valor financiado?

- (a) Entre R\$ 1.000,00 e R\$ 9.999,99
- (b) Entre R\$ 10.000,00 e R\$ 24.999,99
- (c) Entre R\$ 25.000,00 e R\$ 49.999,99
- (d) Entre R\$ 50.000,00 e R\$ 74.999,99
- (e) Entre R\$ 75.000,00 e R\$ 99.999,99
- (f) Entre R\$ 100.000,00 e R\$ 199.999,99
- (g) Entre R\$ 200.000,00 e R\$ 400.000,00

5. Qual foi o prazo de pagamento da operação (incluindo a carência)?

- (a) Até 12 meses (b) Entre 13 e 24 meses  
 (c) Entre 25 e 36 meses (d) Entre 37 e 48 meses  
 (e) Entre 49 e 60 meses (f) Entre 61 e 72 meses

6. Como tomou conhecimento do Proger Urbano Empresarial?

- (a) Através de conversa com funcionário / gerente do BB  
 (b) Através de consulta a órgãos de apoio (Sebrae, Conselhos de Classe, outras)  
 (c) Através de propaganda / publicidade  
 (d) Através do site do BB  
 (e) Outros \_\_\_\_\_

7. Qual o **principal motivo** que o levou a optar pelo Proger Urbano Empresarial?

- (a) Taxas atraentes (b) Facilidade de pagamento (prazo e carência)  
 (c) Acessibilidade da linha (d) A linha financiava o item de que necessitava  
 (e) Outros \_\_\_\_\_

8. Impacto no número de funcionários na empresa:

**Antes** da contratação do Proger Urbano Empresarial: \_\_\_\_ funcionários

**Após** a contratação do Proger Urbano Empresarial: \_\_\_\_ funcionários

9. Observou alguma melhora nos **resultados financeiros** da empresa após a contratação do Proger Urbano Empresarial?

- (a) Sim (b) Não (c) Não pude observar

9.1 De que forma? \_\_\_\_\_

10. Observou alguma melhora nas **vendas** ou na prestação de serviços de sua empresa após a contratação do Proger Urbano Empresarial?

- (a) Sim (b) Não (c) Não pude observar

10.1 De que forma? \_\_\_\_\_

11. Observou alguma melhora no **processo de produção** ou de prestação de serviços de sua empresa após a contratação do Proger Urbano Empresarial?

- (a) Sim (b) Não (c) Não pude observar

11.1 De que forma? \_\_\_\_\_

12. Observou alguma melhora no nível de **relacionamento** entre os funcionários de sua empresa?

(a) Sim (b) Não (c) Não pude observar

12.1 De que forma? \_\_\_\_\_

13. Observou alguma melhora no nível de **relacionamento** entre a empresa e seus clientes?

(a) Sim (b) Não (c) Não pude observar

13.1 De que forma? \_\_\_\_\_

14. Você considera o Proger Urbano Empresarial uma boa opção de financiamento?

(a) Sim (b) Não (c) Não sei responder

15. Aponte as principais vantagens do Proger Urbano Empresarial.

16. Aponte algumas desvantagens do Proger Urbano Empresarial.

17. Você contrataria novamente uma operação de Proger Urbano Empresarial?

(a) Sim (b) Não (c) Não sei responder

Por quê? \_\_\_\_\_

Agradecemos sua colaboração!

## ANEXO A



## Coleta de Dados da Empresa

Empresa		CNPJ	
Pessoa para contato na Empresa		DDD	Telefone
Franquia			
<input type="checkbox"/> 1 - Sim (*) <input type="checkbox"/> 2 - Não    (*) Caso afirmativo, qual?			
Sede da Empresa		Margem de lucro em relação à receita bruta - %	
<input type="checkbox"/> 1 - Na própria residência <input type="checkbox"/> 3 - Imóvel em nome do(s) sócio(s) - exceto se residência <input type="checkbox"/> 2 - Em imóvel alugado <input type="checkbox"/> 4 - Em imóvel próprio em nome da Empresa			
Principais clientes (marcar apenas uma opção)			
<input type="checkbox"/> 1 - Pessoas físicas <input type="checkbox"/> 3 - Empresas pequenas <input type="checkbox"/> 5 - Bancos e financeiras <input type="checkbox"/> 7 - Governo <input type="checkbox"/> 2 - Profissionais liberais <input type="checkbox"/> 4 - Empresas médias / grandes <input type="checkbox"/> 6 - Parceiros por terceirização		Concentração de vendas nos 5 principais clientes	
		<input type="checkbox"/> 1 - Menos de 20% <input type="checkbox"/> 3 - De 50% a 70% <input type="checkbox"/> 2 - De 20% a 49% <input type="checkbox"/> 4 - De 80% a 100%	

## Cinco principais clientes (considere vendas anuais acima de 10% do faturamento)

Empresa	Contato	DDD	Telefone	% sobre o total

Seguros empresariais		Clientes em outros bancos	
<input type="checkbox"/> 1 - Não <input type="checkbox"/> 3 - Sim, do BB <input type="checkbox"/> 2 - Sim, de outro banco		<input type="checkbox"/> 1 - Não cliente <input type="checkbox"/> 2 - Cliente do banco	
Valor médio da folha de pagamento nos últimos 3 meses - R\$		Total de compras efetuadas nos últimos 3 meses - R\$	

## Maiores fornecedores

Empresa	Contato	DDD	Telefone	% sobre o total

Local e data

---

Assinatura autorizada da Empresa

Nome:

---

## Uso do Banco

Visita à Empresa

1 - Sim     2 - Não

## Responsável(is) pela validação dos dados

Canho e assinatura

Canho e assinatura



**ANEXO C**

Local e data

---

---

  
Assinatura autorizada da empresa

---

  
Assinatura do Contador  
(com registro no CRC)**Os dados abaixo são de preenchimento da agência**

Visita à empresa

 Sim  Não

Validação dos dados (quando for o caso):

---

---

  
Comitê de Crédito da Agência ou Primeiro Gestor

Observações:

---