

ANÁLISE DO PERFIL FINANCEIRO DOS CLIENTES EMPRESARIAIS DE UMA INSTITUIÇÃO BANCÁRIA DO MUNICÍPIO DE TAQUARA/RS

Viviane Ribeiro Baséggio¹
Prof. Dr. José Eduardo Zdanowicz²

RESUMO

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

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

ABSTRACT

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

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

¹ Acadêmica do Curso de Administração das Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT. Taquara/RS. E-mail: vivianebaseggio@yahoo.com.br

² Professor Doutor pela Universidade de León – Espanha, Professor pelas Faculdades Integradas de Taquara – FACCAT – Taquara/RS. E-mail: profeduardoz@hotmail.com

INTRODUÇÃO

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

A definição do tamanho do universo a ser pesquisado levou em conta a base de clientes empresariais, da qual optou-se por considerar apenas empresas que tivessem finalidade comercial, industrial ou de prestação de serviços, excluídos os órgãos públicos da administração direta ou indireta das esferas municipal, estadual e federal, bem como dos seus

órgãos auxiliares, de instituições de assistência social, associações, entidades de classe e outros tipos de organizações que usualmente não estão contemplados pela política de crédito da instituição bancária, e portanto, não utilizam crédito ou muitas vezes possuem uma forma de gestão muito atrelada à legislação. Dessa forma, foram encontradas aproximadamente 420 empresas, que compõem o universo da pesquisa, e a amostra compõe-se de 45 empresas que responderam ao questionário.

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

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

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

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

O autor Assaf Neto (2009) define o Sistema Financeiro Nacional como:

[...] conjunto de instituições financeiras e instrumentos financeiros que visam, em última análise, transferir recursos dos agentes econômicos (pessoas, empresas, governo) superavitários para os deficitários.

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

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

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

Assaf Neto (2006, p. 46) e Mellagi Filho e Ishikawa (2003, p. 116) contribuem para a discussão ao dizer que adotam como estrutura do Sistema Financeiro Nacional aquela que envolve dois subsistemas: o normativo e o de intermediação financeira (ou operacional). O subsistema normativo é composto pelas instituições que estabelecem as diretrizes de atuação e controlam o mercado, como, por exemplo, o Conselho Monetário Nacional e o Banco Central do Brasil.

Já o subsistema de intermediação financeira ou operacional é composto pelas instituições com as quais os agentes econômicos transacionam diretamente os seus ativos, monetários e não monetários, exemplificados principalmente por bancos e bolsas de valores. Existem também as seguradoras, bolsas de câmbio, sociedades de capitalização, entidades de previdência complementar abertas e fechadas e outros tipos de instituições que realizam operações junto às empresas e às pessoas.

A atual estrutura e composição do Sistema Financeiro Nacional brasileiro, de acordo com o Banco Central do Brasil, está disposta na Figura 1:

Figura 1- Estrutura e composição do Sistema Financeiro Nacional

Órgãos normativos	Entidades supervisoras	Operadores			
Conselho Monetário Nacional – CMN	Banco Central do Brasil - BACEN	Instituições financeiras captadoras de depósitos a vista	Demais instituições financeiras	Outros intermediários financeiros e administradores de recursos de terceiros	
	Comissão de Valores Mobiliários - CMV	Bolsas de mercadorias e futuros	Bancos de Câmbio		
Conselho Nacional de Seguros Privados – CNSP	Superintendência de Seguros Privados - SUSEP	Resseguradores	Sociedades seguradoras	Sociedades de capitalização	Entidades abertas de previdência complementar
Conselho Nacional de Previdência Complementar – CNPC	Superintendência Nacional de Previdência Complementar – PREVIC	Entidades fechadas de previdência complementar (fundos de pensão)			

Fonte: Banco Central do Brasil (2014)

O Conselho Monetário Nacional (CMN) é o principal órgão normativo do Sistema Financeiro Nacional. Criado pela Lei nº 4.595, de 31 de dezembro de 1964, é composto pelo Ministro da Fazenda (que é seu Presidente), pelo Ministro do Planejamento, Orçamento e

Gestão e pelo Presidente do Banco Central do Brasil. Possui diversas funções de caráter normativo, que dão suporte aos seus objetivos. O Conselho foi criado pela mesma Lei que criou o Sistema Financeiro Nacional.

Outra instituição fundamental do Sistema Financeiro Nacional é o Banco Central do Brasil, que conforme Assaf Neto (2008, p. 48), é o agente fiscalizador e disciplinador do mercado financeiro, pois define as regras e as penalidades as quais as instituições financeiras a ele vinculadas estão obrigadas a seguir. É através dele que o Governo executa sua política monetária, visto que o Banco Central do Brasil controla os meios de pagamento. Esse banco exerce o controle de todo o mercado de crédito do país.

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

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

Nos dizeres de Melaggi Filho e Ishikawa (2003, p. 122) existem dezoito agentes operativos diferentes, que podem, segundo o autor, ser divididos em quatro segmentos:

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

Galvão *et al.* (2006, p. 12) argumentam que a função exercida pelos intermediários traz diversos benefícios para o sistema econômico, dentre as quais:

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

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

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

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

Os bancos comerciais, segundo Galvão *et al.* (2006, p. 35) “[...] têm por objetivo principal proporcionar o suprimento oportuno e adequado dos recursos necessários para financiar, a curto e médio prazos”. É atividade típica desse tipo de banco, a captação de depósitos a vista. Ainda, na visão de Assaf Neto (2006, p. 51), por executarem as operações de curto prazo, os bancos comerciais podem suprir as necessidades de capital de giro das empresas.

Os bancos múltiplos, prossegue Assaf Neto (2006, p. 52), surgiram da evolução dos bancos comerciais e do crescimento do mercado. São bancos que possuem, no mínimo, duas carteiras, sendo uma, obrigatoriamente, comercial ou de investimentos.

A Caixa Econômica Federal, sob o entendimento de Melaggi Filho e Ishikawa (2003, p. 125), é muito semelhante a bancos comerciais, porque pode captar depósitos à vista. Pode realizar operações diversas, como financiamento de bens empréstimos, dentre outros, em geral para pessoas físicas. É permitido à Caixa Econômica vender bilhetes de loteria, o que não é permitido para outros bancos.

Contemplando as palavras de Melaggi Filho e Ishikawa (2003, p. 125), a principal fonte de recursos da Caixa Econômica são os depósitos em caderneta de poupança. Além disso, o objetivo dessa instituição é o bem-estar social, de forma que o lucro não é o objetivo principal, por isso prioriza a concessão de financiamentos e empréstimos vinculados a programas e projetos nas áreas de saúde, assistência social, educação, trabalho, transporte urbano e esporte.

Pela crescente tendência dos bancos com múltiplas carteiras, cresce também a quantidade de produtos e serviços que podem ser oferecidos por um banco ao seu cliente.

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

a) Certificados de Depósito Bancário (CDB) – são títulos de renda fixa, que lastreiam operações de capital de giro para os bancos. A rentabilidade pode ser pré-fixada junto à instituição bancária no momento do depósito, ou pode estar atrelada a algum indicador do mercado, em geral o DI (Depósito Interfinanceiro);

b) Recibos de Depósito Bancário (RDB) – semelhantes ao CDB, porém não podem ser transferidos a outros investidores, portanto não podem ser negociados entre instituições financeiras ou na bolsa de valores;

c) *Hot Money* - são operações de curtíssimo prazo, de poucos dias, que as empresas

utilizam para suprir necessidades de capital de giro imediatas;

d) Desconto de duplicatas ou cheques – a instituição financeira compra o título da empresa e passa a ser o credor, descontando sobre o título uma taxa de juros sobre os dias contados entre o vencimento do título e seu desconto junto ao banco, além do Imposto sobre Operações Financeiras (IOF) e exige uma Taxa de Abertura de Crédito (TAC). Para o desconto de cheques, o procedimento é o mesmo;

e) *Vendor* - Melaggi Filho e Ishikawa (2003, p. 196) ensinam que “é uma operação em que a empresa recebe o adiantamento de suas vendas e a instituição financeira assume todo o processo financeiro das vendas”. Na prática, é muito parecida com o desconto, a diferença é que no *Vendor*, o banco financia o cliente comprador e não a empresa que está fazendo a venda. Ou seja, a empresa vende à vista para seu cliente, mas este paga a prazo para a instituição financeira;

f) *Compror* – semelhante ao *Vendor*, porém nesse tipo de crédito temos a figura do

fornecedor, que recebe do banco o valor da compra à vista, e o seu cliente é quem paga para o banco, a prazo. É vantagem para a empresa quando o fornecedor oferece um desconto significativo para o pagamento à vista, e quando o banco oferece uma taxa de juros onde o custo efetivo total seja menor do que o desconto oferecido pelo fornecedor;

g) Cheque especial - abertura de crédito em conta corrente. É um limite rotativo, no

qual o cliente só paga juros se utilizar o valor e a conta ficar devedora. Em geral, os juros são superiores a outras linhas de crédito;

h) Conta garantida - limite de crédito rotativo, no qual o cliente transfere valores dessa conta para sua conta movimento. Sobre o saldo devedor dessa conta o cliente paga uma taxa de juros sobre os dias de utilização. A diferença entre esse produto e o cheque especial é que na conta garantida existem garantias para o crédito, que podem ser aval, penhor mercantil, alienação fiduciária e outros, a critério da instituição bancária. Por haver uma garantia, que diminuiria o risco de crédito para a instituição bancária, a taxa de juros dessa modalidade é menor do que a do cheque especial.

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

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

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

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

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

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

O administrador financeiro, prossegue o autor, teria importância, sobretudo, na tomada de decisões:

Além de seu envolvimento permanente com atividades de análise e planejamento financeiros, o administrador financeiro preocupa-se com a tomada de decisões de investimento e financiamento. (GITMAN, 2004, p. 11).

Contribuindo, Assaf Neto (2009, p. 7) comenta que são duas as principais decisões financeiras das empresas: decisão de investimento (aplicações de recursos) e decisão de financiamento (captações de recursos junto ao mercado financeiro). Segundo o mesmo autor (2009, p. 3) “[...] administrar é decidir, e a continuidade de qualquer negócio depende da qualidade das decisões tomadas por seus administradores nos vários níveis organizacionais”. Dessa forma, a gestão financeira é essencial para o sucesso da empresa.

De acordo com Machado (2004, p. 3), as funções desempenhadas pelo administrador financeiro podem determinar o sucesso ou o fracasso do empreendimento. Para o autor, o administrador financeiro deve usar princípios da Economia para a tomada de decisões. Precisa conhecer sobre oferta, demanda, preços de mercado e outros conceitos, para que consiga gerenciar de forma eficaz as finanças da empresa. Deve ainda, prestar atenção à conjuntura econômica e às mudanças que possam afetar as atividades da empresa.

Zdanowicz (2012, p. 150) cita que o sucesso na gestão financeira requer planejamento, que deve ser feito da forma correta e com acompanhamento contínuo, de forma a eliminar surpresas. No entendimento do autor, independentemente do porte da empresa e do tipo de atividade no mercado, a empresa deve utilizar no seu planejamento e controle o fluxo de caixa, já que esse vai permitir a otimização da aplicação de capitais próprios e de terceiros. Dessa forma, o administrador poderá tomar decisões de forma mais segura e eficiente.

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

RESULTADOS

O universo pesquisado foram os clientes empresariais de uma instituição bancária do município de Taquara/RS e o questionário foi aplicado entre os dias 01 de maio de 2014 e 05 de julho de 2014.

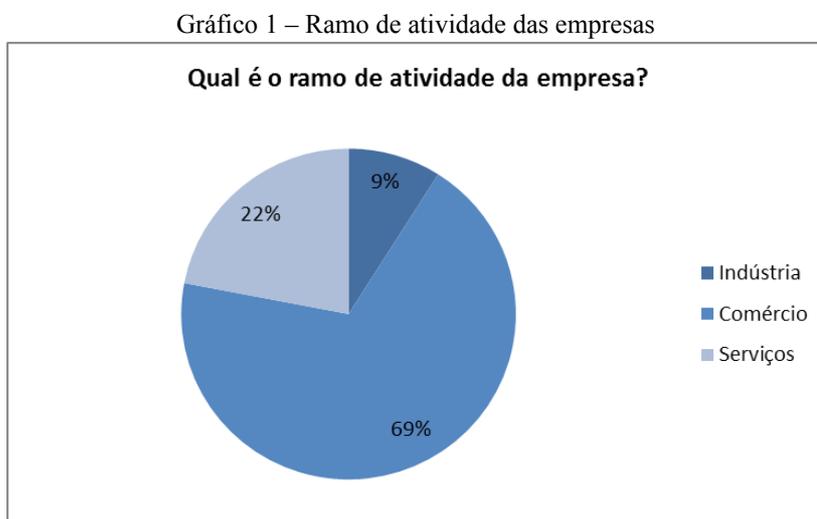
Para garantir o sigilo das informações, tanto da instituição como dos clientes, optou-se por manter o anonimato da instituição bancária, bem como a não identificação das empresas nos questionários.

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

De acordo com os dados obtidos da pesquisa aplicada, foi possível identificar o perfil dos clientes empresariais do banco sediado no município de Taquara/RS, em relação à sua atividade, tempo de funcionamento, preferências de aplicação, de crédito dentro das linhas disponíveis, bem como da sua utilização, e também os produtos e serviços mais procurados por esses clientes junto ao banco.

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

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



Fonte: Dados da pesquisa (2014)

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

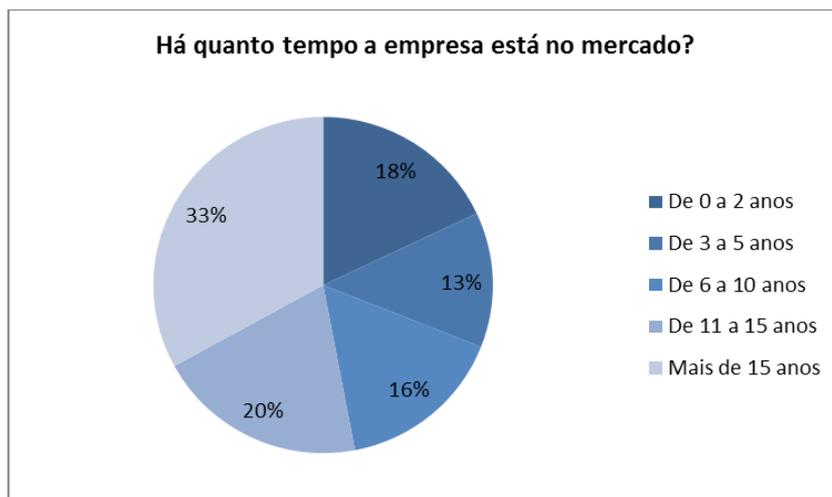
Atualmente, o município de Taquara possui um comércio desenvolvido, com supermercados, lojas de franquias e grandes redes, o que indica ser o centro comercial da região, uma vez que esse tipo de estabelecimento costuma se instalar nas cidades onde o fluxo de pessoas e o comércio proporcionem retornos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

Outro aspecto das empresas do município levantado pela pergunta foi o fato de diversas empresas dedicarem-se a mais de uma atividade, como por exemplo uma oficina mecânica que também comercializa peças automotivas, ou ainda, uma loja de informática que realiza manutenção de computadores e periféricos. Nesses casos, considerou-se a atividade principal da empresa, aquela que consta como principal no CNPJ da mesma.

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

Perguntados sobre o tempo de atuação junto ao mercado, segue no Gráfico 2 a distribuição das respostas:

Gráfico 2 - Tempo de atuação no mercado



Fonte: Dados da pesquisa (2014)

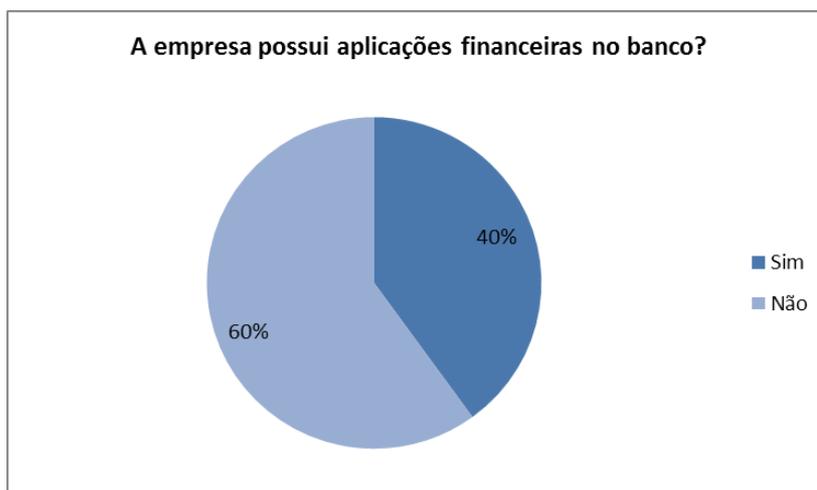
Percebe-se que a maioria (33%) possui mais de 15 anos de existência, sendo que foram verificadas durante a análise, empresas com mais de 30 anos e até mesmo mais de 60 anos de atividade. Ou seja, diversas organizações que já estariam na sua segunda ou terceira geração, especialmente em relação a empresas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

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

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

Em relação ao perfil dos clientes empresariais, o Gráfico 3 informa o percentual que declarou possuir algum tipo de aplicação financeira junto ao banco:

Gráfico 3 - Empresas que possuem aplicações financeiras



Fonte: Dados da pesquisa (2014)

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

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

Sobre a poupança, 54% dos participantes declarou que raramente ou nunca utilizaram, contra 46% que utilizaram, ainda que ocasionalmente. Uma possível interpretação dessa informação é a indissociabilidade entre a figura do administrador financeiro empresarial e o indivíduo pessoa física. Na visão de Bitencourt (2005, p. 33), as organizações são compostas por pessoas que tomam as decisões da empresa, influenciadas na sua educação, hábitos e experiências individuais. Segundo uma pesquisa do Ibope Inteligência, divulgada pela Anbima (Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais), de

maio de 2011, intitulada “Radiografia do Investidor”, realizada com pessoas físicas, 44% dessas declarou possuir recursos em poupança, sendo essa modalidade, conforme o estudo, a que possui maior quantidade de aplicadores.

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

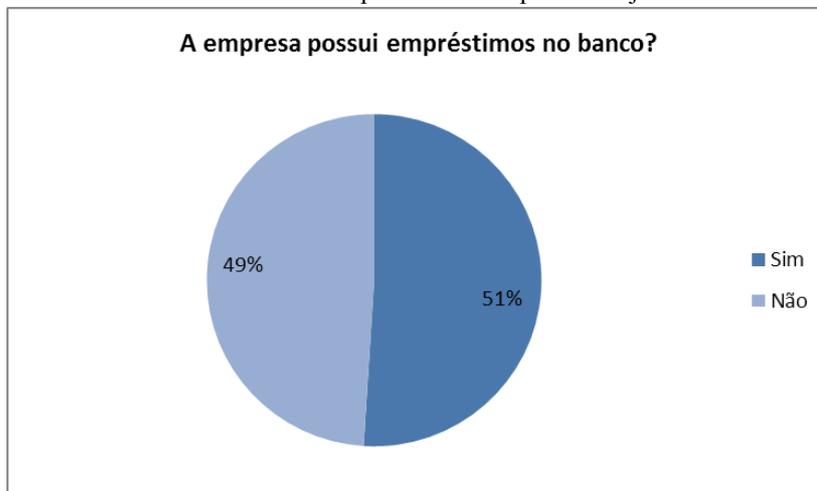
Em terceiro lugar na preferência do cliente empresarial ficaram os fundos de investimentos, no qual 34% declarou utilizar, ainda que eventualmente, contra 64% que raramente ou nunca utilizaram. Já sobre o investimento em ações, 88% declarou não utilizar ou nunca ter utilizado.

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

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

O Gráfico 4, a seguir, demonstra o percentual de empresas que declararam possuir algum tipo de empréstimos junto ao banco.

Gráfico 4 - Percentual das empresas com empréstimos junto ao banco



Fonte: Dados da pesquisa (2014)

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

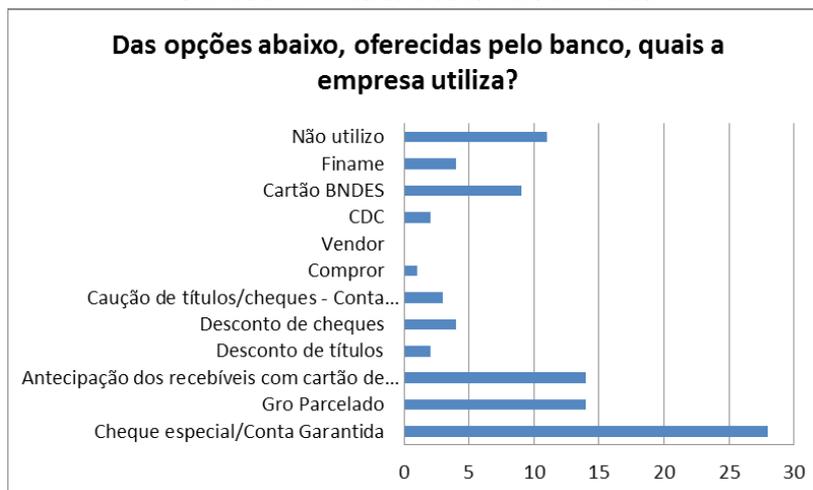
A resposta desta questão pode ser um reflexo do tempo de atividade da empresa, ou seja, empresas com mais tempo de atividade que já teriam recuperado o investimento inicial, e se organizado financeiramente, conseguindo financiar sua atividade com recursos próprios.

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

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

O Gráfico 5 demonstra a distribuição da respostas:

Gráfico 5 - Linhas de crédito mais utilizadas



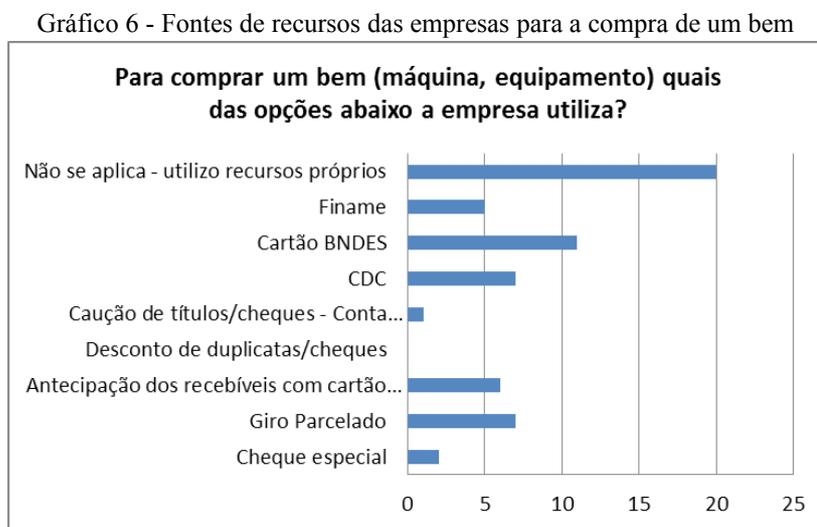
Fonte: Dados da pesquisa (2014)

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

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

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

O Gráfico 6 revela quais são as preferências dos clientes empresariais para a aquisição de um bem (máquina ou equipamento) para a empresa:



Fonte: Dados da pesquisa (2014)

A pesquisa revela que 44% das empresas organizam-se com recursos próprios para a aquisição de um bem. Em relação à utilização de recursos da instituição bancária para aquisição de bens para a empresa, o Cartão BNDES ocupou o primeiro lugar na preferência da clientela empresarial, com pouco mais de 24% que declararam utilizar essa linha, superando o tradicional Crédito Direto ao Consumidor e outros financiamentos parcelados, que ficaram em segundo lugar no estudo, ambos com pouco mais de 15% cada um.

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

Questionados sobre quais os serviços utilizados pela empresa, o Gráfico 7 mostra aqueles que as empresa utilizam junto à instituição bancária:

Gráfico 7 - Serviços utilizados junto ao banco



Fonte: Dados da pesquisa (2014)

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

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

Outro aspecto a ser considerado é a mudança ocorrida em relação à tecnologia dos meios de pagamento, ou seja, grande quantidade de máquinas de cartão de crédito pressupõe uma demanda desse serviço. O mercado pede formas de pagamento mais modernas. Conforme se verifica, a diminuição da utilização das linhas de crédito com garantia de cobrança

(duplicatas) e cheques sinaliza o desuso desses instrumentos como meios de pagamento. Ademais, a bancarização do consumidor varejista traz modernidade para o sistema financeiro.

Ainda, como mostra o Gráfico 7, 67% dos clientes empresariais utilizam a internet do banco para efetuar pagamentos diversos.

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

CONCLUSÕES

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

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

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

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

Uma das possíveis interferências nos resultados da pesquisa advém da possibilidade da confusão entre a gestão dos recursos financeiros da empresa e dos próprios recursos pessoais por parte dos administradores entrevistados, em especial nas empresas menores e com gestão financeira feita pelo próprio empresário (individual). Esse aspecto foi observado

considerando-se as respostas obtidas nos questionários, onde algumas empresas declararam aplicar em poupança, o que nem sempre se verifica nas empresas.

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

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

O banco, da mesma forma, deve conhecer o seu cliente, identificar seu perfil, suas necessidades e preparar-se para atendê-las. Para comunicar-se de forma eficaz e fidelizar o cliente, a instituição financeira deve oferecer produtos adequados ao seu perfil, suas expectativas e suas preferências. Deve ainda, orientar o cliente, apresentando-lhe opções mais rentáveis para os seus recursos, oferecer os diversos serviços de que a instituição financeira dispõe para que o cliente possa facilitar o tanto quanto possível sua gestão, e ainda disponibilizar linhas de crédito diversas, de acordo com a sua necessidade e de forma sustentável, conforme a sua capacidade de pagamento.

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

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

REFERÊNCIAS

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

_____, Alexandre. *Finanças corporativas e valor*. – 4 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

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

_____. *50 maiores bancos e o consolidado do Sistema*

Financeiro Nacional. Disponível em

<<https://www3.bcb.gov.br/informes/?wicket:interface=:0:1:::>>. Acesso em 27 out. 2014.

_____. *FAQ – Fundo Garantidor de Créditos (FGC)*.

Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/pre/bc_atende/port/fgc.asp?idpai=portalbcb>. Acesso em 05 jul. 2014.

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

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

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

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

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

IBOPE INTELIGÊNCIA. *Radiografia do Investidor*. Disponível em:

<http://www.ibope.com.br/ptbr/conhecimento/relatoriospesquisas/Lists/RelatoriosPesquisaEleitoral/JOB%20101935%20A%20NBIMA%20Radiografia%20do%20Investidor.pdf>. Acesso em 05 jul. 2014.

JUNG, Carlos Fernando. *Metodologia para pesquisa e desenvolvimento aplicada a novas tecnologias, produtos e processos*. 1 ed. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2004.

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

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

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

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

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