

MILENA THIEMY SILVEIRA WAKI

**PRÁTICAS DE FINANCIAMENTO UTILIZADAS PELOS
ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS DO TRINDADE
SHOPPING**

**FLORIANÓPOLIS – SC
2010**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA – UFSC
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO – CSE
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

MILENA THIEMY SILVEIRA WAKI

**PRÁTICAS DE FINANCIAMENTO UTILIZADAS PELOS
ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS DO TRINDADE
SHOPPING**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à disciplina Estágio Supervisionado – CAD 5236, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel do Curso de Graduação em Administração, do Centro Sócio-Econômico, da Universidade Federal de Santa Catarina.

Orientador: Prof. Gilberto de Oliveira Moritz, Dr.

**FLORIANÓPOLIS – SC
2010**

MILENA THIEMY SILVEIRA WAKI

**PRÁTICAS DE FINANCIAMENTO UTILIZADAS PELOS
ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS DO TRINDADE
SHOPPING**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado e aprovado pela Coordenadoria de Estágios do Departamento de Ciências de Administração da Universidade Federal de Santa Catarina, e pela banca examinadora, a qual atribuiu a nota 9,0 à acadêmica Milena Thiemy Silveira Waki, em 09 de julho de 2010.

Prof. Sinésio Stefano Dubiela Ostroski, Msc.

Apresentada à Banca Examinadora integrada pelos professores:

Prof. Gilberto de Oliveira Moritz, Dr.

Prof. Valter Saurin, Dr.

Profa. Juliana Tatiana Vital, Msc.

*Dedico este trabalho a meus pais,
pela educação que me deram e por tudo o que já fizeram por mim,
possibilitando que eu me tornasse a pessoa que hoje sou.*

Agradecimentos

Agradeço a toda minha família, em especial a meus pais, pela confiança que depositam em mim e por todo amor e carinho que me deram em todas as etapas da minha vida.

Ao meu pai, Hideo Waki, por sempre me incentivar nos estudos, possibilitando a conclusão da minha graduação. À minha mãe, Lúcia Helena, pelos conselhos e apoio em todas as minhas decisões.

A meus irmãos, Sando Yudi e Letícia Tamie, em especial minha irmã, por estar sempre a meu lado, não importando a distância, e sempre me ensinando aquilo que eu não sei, me auxiliando em minhas dificuldades e me divertindo.

Ao Pedro Henrique, que me auxiliou e contribuiu de forma significativa na elaboração deste trabalho, estando presente em minha vida nos momentos bons e “na dificuldade”.

Ao meu orientador, professor Moritz, por sua orientação e sugestões estratégicas, que foram de grande importância para a realização deste trabalho.

A todos os professores que contribuíram na minha formação, profissional ou pessoal, e a todos que de alguma forma participaram e colaboraram, direta ou indiretamente, de mais esta etapa de minha vida.

*"Errei mais de 9.000 cestas e perdi quase 300 jogos.
Em 26 diferentes finais de partidas fui encarregado de jogar a bola que
venceria o jogo... e falhei. Eu tenho uma história repleta de falhas e
fracassos em minha vida.
E é exatamente por isso que sou um sucesso."*

Michael Jordan

RESUMO

WAKI, Milena Thiemy Silveira. **Práticas de financiamento utilizadas pelos estabelecimentos comerciais do Trindade Shopping**. 2010. 101 p. Trabalho de Conclusão de Estágio (Graduação em Administração). Curso de Administração. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

O presente estudo tem como finalidade investigar quais são as práticas de financiamento que uma empresa pode utilizar, frente às facilidades ou dificuldades do acesso ao crédito no mercado atual. Deste modo, para embasar a pesquisa foi utilizado o referencial teórico no que tange ao ambiente das organizações, área financeira, finanças corporativas e classificação das organizações quanto a seu tamanho. A coleta de dados desta pesquisa foi realizada através da aplicação de um questionário nos estabelecimentos comerciais do Trindade Shopping, considerando a percepção dos gestores de tais estabelecimentos. As atividades exercidas pelos estabelecimentos comerciais em questão foram separadas em grupos, estando basicamente relacionadas ao comércio em geral, serviços ou ramo alimentício. Os resultados apresentados indicam que existe uma deficiência de conhecimento sobre gestão financeira e financiamentos por parte de alguns gestores. Assim, alguns deles não enxergam a importância das ferramentas que auxiliam na gestão financeira, inclusive para que se possa analisar a necessidade ou conveniência de um financiamento; que a principal forma de financiamento utilizada pelos estabelecimentos comerciais é a de empréstimos bancários a curto prazo; e que parte dos empresários encontram dificuldades no que tange a acesso ao crédito.

Palavras-chave: Financiamento. Empréstimo. Capital próprio. Capital de terceiros.

ABSTRACT

WAKI, Milena Thiemy Silveira. **Financing practices used by Trindade Shopping's commercial establishments**. 2010. 101 p. Monograph (Graduation Degree in Administration). Federal University of Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

The present study it has the purpose to investigate which are the financing practices that a company can use, front to the easiness or difficulties of the access to the credit in the current market. In this way, the theoretical referential was used to work as basement of the research and talking about the organizations' environment, financial area, corporative finances and classification of organization's size. This research's data was collected through the application of a questionnaire in the Trindade Shopping's commercial establishments, considering its managers opinion. The activities exerted by those establishments had been separated in groups, which are basically related to commerce in general, services or food business. Presented results indicate that some managers have a deficiency of knowledge on financial management and financings. Thus, some of them do not realize the importance of tools that assist in financial management, so that is going to be possible to analyze the necessity or convenience of a financing; that the main type of financing used in those commercial establishments is banking loans short-term; and that some entrepreneurs have difficulties when it comes to credit access.

Keywords: Financing. Loan. Proper capital. Third's capital.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Atividades financeiras	28
Figura 2 - Diferenças básicas entre capital de terceiros e próprio.....	37
Figura 3 - Fontes de financiamento a curto prazo com recursos de terceiros.....	47
Figura 4 - Questão 1	63
Figura 5 - Questão 2.....	64
Figura 6 - Questão 3.....	66
Figura 7 - Questão 4.....	67
Figura 8 - Questão 5.....	69
Figura 9 - Questão 6.....	70
Figura 10 - Questão 7.....	71
Figura 11 - Questão 8.....	73
Figura 12 - Questão 9.....	74
Figura 13 - Questão 10.....	75
Figura 14 - Questão 11.....	77
Figura 15 - Questão 12.....	78
Figura 16 - Questão 13.....	79
Figura 17 - Questão 14.....	81
Figura 18 - Questão 15.....	82
Figura 19 - Questão 16.....	83
Figura 20 - Questão 17.....	84
Figura 21 - Questão 18.....	85
Figura 22 - Questão 19.....	87
Figura 23 - Questão 20.....	88

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Questão 1	62
Quadro 2 - Questão 2	64
Quadro 3 - Questão 3	65
Quadro 4 - Questão 4	67
Quadro 5 - Questão 5	68
Quadro 6 - Questão 6	70
Quadro 7 - Questão 7	71
Quadro 8 - Questão 8	72
Quadro 9 - Questão 9	74
Quadro 10 - Questão 10	75
Quadro 11 - Questão 11	76
Quadro 12 - Questão 12	78
Quadro 13 - Questão 13	79
Quadro 14 - Questão 14	80
Quadro 15 - Questão 15	82
Quadro 16 - Questão 16	83
Quadro 17 - Questão 17	84
Quadro 18 - Questão 18	85
Quadro 19 - Questão 19	86
Quadro 20 - Questão 20	88

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	23
1.1 PROBLEMA.....	24
1.2 OBJETIVOS.....	24
1.2.1 Objetivo geral.....	25
1.2.2 Objetivos específicos.....	25
1.3 JUSTIFICATIVA.....	25
1.4 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO.....	26
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	27
2.1 AMBIENTE DAS ORGANIZAÇÕES.....	27
2.2 ÁREA FINANCEIRA.....	28
2.3 FINANÇAS CORPORATIVAS.....	31
2.3.1 Finanças corporativas: as parcerias.....	33
2.3.2 Gestão estratégica em Finanças Verdes.....	34
2.3.2.1 Relação entre financiamento e finanças verdes.....	36
2.3.3 Estrutura de capital.....	36
2.3.4 Orçamento de caixa.....	38
2.3.5 Elos entre financiamento a longo e a curto prazo.....	39
2.3.6 Decisões de financiamento de longo prazo.....	40
2.3.6.1 Financiamento de longo prazo com recursos de terceiros.....	40
2.3.6.2 Financiamento de longo prazo com recursos próprios.....	42
2.3.7 Decisões de financiamento de curto prazo.....	45
2.3.7.1 Financiamento de curto prazo com recursos próprios.....	46
2.3.7.2 Financiamento de curto prazo com recursos de terceiros.....	46
2.4 CLASSIFICAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES.....	52
3 METODOLOGIA.....	55
3.1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA.....	55
3.2 OBJETO DE ESTUDO E POPULAÇÃO PESQUISADA.....	56
3.3 COLETA DE DADOS E INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	57
3.4 ANÁLISE DE DADOS.....	58
3.5 LIMITAÇÕES DA PESQUISA.....	58
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....	61
4.1 TRINDADE SHOPPING.....	61
4.2 ANÁLISE DOS DADOS.....	62
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	89
5.1 RECOMENDAÇÕES.....	90
REFERÊNCIAS.....	93

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO NOS ESTABELECIMENTOS COMERCIAIS DO TRINDADE SHOPPING.....	97
---	-----------

1 INTRODUÇÃO

O cenário de mercado atual tem se mostrado bastante favorável aos empreendedores. O número de empreendimentos no Brasil cresce a cada ano. De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBQP) em parceria com o Sebrae (2010a), a taxa de empreendedorismo por oportunidade cresceu gradativamente entre os anos de 2001 e 2009.

Além disto, não só esta taxa de empreendedorismo cresceu, como o índice de mortalidade das micro e pequenas empresas diminuiu. O Sebrae (2007) divulgou que o número de empresas que foram extintas diminuiu significativamente desde o ano 2000, tanto no estado de Santa Catarina como no Brasil como um todo.

Dentre os fatores determinantes do fechamento das empresas, uma pesquisa do Sebrae (2004c) revelou que o principal motivo está ligado a falhas gerenciais, destacando-se problemas como falta de capital de giro (que indica descontrole de fluxo de caixa), problemas financeiros (situação de alto endividamento), falta de planejamento na abertura do negócio, falta de conhecimentos sobre gestão. Nesta mesma pesquisa, o Sebrae (2004c) descobriu que, de acordo com 14% dos empresários consultados, uma causa importante para o fechamento das empresas é a falta de crédito bancário.

Oliveira e Rocha (2005) afirmam que as micro e pequenas empresas têm dificuldades de acesso ao financiamento pois os bancos dão preferência às grandes empresas por elas apresentarem menor risco/retorno e não dispõem de instrumentos eficientes para avaliar as empresas de porte menor. Além disso, muitas empresas têm dificuldade na obtenção de crédito junto aos bancos devido a elevadas taxas de juros cobradas, exigências burocráticas e falta de garantias e documentos (OLIVEIRA; ROCHA, 2005).

Muitas empresas têm dificuldades não só na obtenção do crédito, mas na gestão como um todo. Soares (*apud* OLIVEIRA; ROCHA, 2005) afirma que muitos gestores de pequenas empresas não possuem formação que permita compreender a importância de se fazer um planejamento, e acreditam que suas experiências sejam o suficiente para resolver eventuais problemas.

Para as organizações é importante não só o planejamento como um todo, como também o planejamento financeiro, para que, de acordo com Gitman (2002), se possa estipular quais serão os gastos, o valor, o momento, assim como em relação a obtenção de receitas.

Assim, as atividades do administrador financeiro dentro das empresas é realizar a análise e o planejamento e tomar decisões quanto a investimentos e financiamentos (GITMAN, 2002).

A decisão sobre financiamento, que é o principal ponto abordado neste trabalho, é de grande importância, já que, de acordo com os dados coletados pela pesquisa do Sebrae (2004c), os empresários apresentam dificuldades quanto ao acesso ao crédito.

Como será mostrado neste trabalho, existem diversas formas de acesso ao crédito, através de diferentes fontes de financiamento. Dentre as fontes de financiamento, pode-se optar pela de capital próprio ou pela de capital de terceiros. Existem diferentes fontes de financiamento para empresas de capital fechado e para empresas de capital aberto. No que tangem ao prazo, existe o de curto e o de longo prazo.

Assim, neste trabalho será possível analisar se os estabelecimentos comerciais do Trindade Shopping possuem a dificuldade supracitada do acesso ao crédito, se eles limitam seus financiamentos apenas através dos bancos ou se utilizam também outras fontes, dentre outros aspectos que tangem às práticas de financiamento utilizadas por tais estabelecimentos.

1.1 PROBLEMA

Quais são as práticas de financiamento utilizadas pelos estabelecimentos comerciais localizados no Trindade Shopping, em Florianópolis – SC?

1.2 OBJETIVOS

De acordo com Gil (1989), o objetivo geral de um trabalho é o ponto de partida. Porém, é necessário delimitar tal trabalho, indicando, através dos objetivos específicos, os dados exatos que se pretende obter (GIL, 1989).

Portanto, a seguir serão abordados o objetivo geral e os específicos do presente trabalho.

1.2.1 Objetivo geral

Este trabalho tem como objetivo geral analisar as práticas de financiamento utilizadas pelos estabelecimentos comerciais localizados no Trindade Shopping, em Florianópolis – SC.

1.2.2 Objetivos específicos

Os objetivos específicos deste trabalho são:

- a) Verificar quais são as fontes de financiamento disponíveis às empresas;
- b) Identificar quais são as formas de financiamento mais utilizadas pelos estabelecimentos localizados no Trindade Shopping;
- c) Identificar e analisar a percepção dos logistas em relação às práticas de financiamento; e
- d) Identificar a facilidade ou dificuldade dos logistas de acesso ao crédito.

1.3 JUSTIFICATIVA

Dentro de uma organização, deve-se dedicar bastante atenção à área financeira ou às rotinas financeiras, já que, o dinheiro e sua boa gestão são cruciais para a sobrevivência de uma empresa. Dentro deste âmbito, um dos assuntos pertinentes está relacionado ao financiamento utilizado pelas empresas, tema principal desta pesquisa.

Ao realizar uma pesquisa, para que esta tenha validade, Castro (1977) afirma que deve-se atender a três requisitos, que são a originalidade, a importância e a viabilidade. Porém, os trabalhos de conclusão de curso de graduação apresentam limitações quando o assunto é originalidade.

No que tange à importância, Castro (1977) afirma que a pesquisa deve estar ligada a um assunto que afete significativamente a sociedade. Assim, o presente estudo pode ser considerado como de grande importância, já que muitos empresários possuem dificuldades quando o assunto é financiamento, e devido ao fato de a falta de crédito ser um dos fatores pertinentes relacionados à mortalidade de empresas.

Em relação à viabilidade, Castro (1977) afirma que deve se possuir prazo e recursos financeiros suficientes para a realização da

pesquisa, bem como acesso a informações e conhecimento acerca do assunto. Assim, esta pesquisa é viável, já que não demanda prazos e recursos financeiros significativos, o acesso a informação será realizado diretamente com os lojistas, não tendo que atender às burocracias do shopping e quanto ao conhecimento, as orientações acadêmicas são de grande importância, bem como o acesso aos livros de renomados autores sobre o assunto tratado

1.4 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

O presente estudo tem como proposta analisar as práticas de financiamento utilizadas pelo 46 estabelecimentos localizados do Trindade Shopping. Tais estabelecimentos são lojas de roupas, acessórios, artigos diversos, serviços, lanchonetes, cafeterias, restaurantes.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A pesquisa bibliográfica pode ser realizada como parte de uma pesquisa de campo e tem como um de seus objetivos conhecer as contribuições do passado (CERVIO; BERVIAN, 1977). Assim, a revisão bibliográfica neste trabalho tem como fim embasar o conhecimento para tornar possível a realização da pesquisa sobre as práticas de financiamento utilizadas pelos estabelecimentos comerciais do Trindade Shopping.

2.1 AMBIENTE DAS ORGANIZAÇÕES

O ambiente macro das organizações se refere ao ambiente externo. Para que se possa entender de forma clara, Stoner e Freeman (1999, p. 46) conceituam ambiente externo “como todos os elementos fora de uma organização que são relevantes para sua operação”. Num sentido mais amplo o ambiente é infinito, mas, a fim de restringir o campo de análise, Daft (2003) define que o ambiente organizacional inclui todos os aspectos que existem fora da organização e que podem de alguma forma afetá-la.

O renomado pesquisador e consultor na área de negócios Jim Collins, em uma entrevista à revista Exame (2009), concorda com o fato de que todos os elementos fora da organização são relevantes para a operação, e ainda defende a idéia de que fatores externos como crises obriga as empresas a terem foco, enquanto a prosperidade não. Algumas empresas poderosas quando estão num período de prosperidade entram em declínio por serem arrogantes e acreditarem que todas as suas iniciativas serão infalíveis e, por muitas vezes, sem seguir um foco. Elas investem em negócios que não têm nenhum sentido, somente pelo fato de possuir capital disponível. Por outro lado, em tempos de crise, normalmente as empresas não possuem capital em excesso disponível, e acabam voltando suas ações e decisões a um foco.

De acordo com Collins (2009), para superar as surpresas do ambiente no qual as organizações estão inseridas, é necessário prever o futuro e, conseqüentemente, os movimentos do mercado. Desta forma, as empresas estão preparadas para qualquer adversidade imposta pelo ambiente.

2.2 ÁREA FINANCEIRA

A dimensão e importância da função Administração Financeira dependem do tamanho da empresa em questão (GITMAN, 1997). Porém, de acordo com Gitman (1997), independentemente de seu tamanho e sua divisão departamental, existem decisões financeiras importantes para qualquer empresa.

Não só atualmente como historicamente, o dia-a-dia das empresas é repleto de tomada de decisões, desde as mais simples às mais complexas. Dentro do setor de finanças de uma empresa, as atividades do administrador podem ser relacionadas às demonstrações financeiras básicas da empresa. De acordo com Gitman (2002), suas principais atividades estão relacionadas a análises e planejamento financeiro, ou operações, como classifica Sanvicente (1987), e tomada de decisões de investimento e financiamento (GITMAN, 2002). A figura 1 demonstra como essas atividades se relacionam ao balanço patrimonial da empresa.

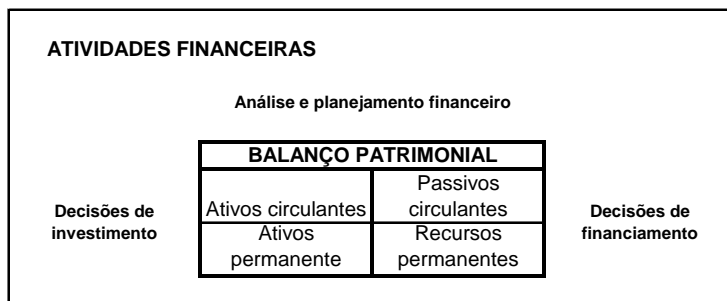


Figura 1 - Atividades financeiras

Fonte: Gitman (1997, p. 14)

Serão abordados a seguir três tipos de decisões: as de investimento, as de financiamento e as de operações. Como parte do sistema empresarial, de acordo com Sanvicente (1991 *apud* SCHENINI, 2005), essas decisões se relacionam entre si e entre as demais áreas de decisões organizacionais.

a) Investimentos

A realização de investimentos é algo que está presente desde o início da existência de uma empresa. Para Galesne *et al.* (1999), fazer um investimento consiste em aplicar o capital, de modo durável e sob

diversas formas, com o intuito de manter ou melhorar a situação econômica de uma empresa.

Toda aposta, todo investimento comporta risco. Assim, por trás de uma decisão de investimento deve haver uma série de estudos, os quais auxiliam a reduzir o campo de incerteza ao se tomar tal decisão. (GALESNE *et al.*, 1999).

Martins e Assaf Neto (1985) fazem um complemento em relação a decisão de investimento, defendendo que esse processo envolve elaborar, avaliar e selecionar propostas de aplicações de capital efetuadas com um certo objetivo – normalmente de médio e longo prazo – de produzir um determinado retorno àqueles a quem pertencem os ativos.

Para que as empresas possam tomar uma decisão de investimento de forma mais assertiva, é necessário que se avalie qual é a taxa de corte, ou retorno mínimo aceitável, do investimento. Se o rendimento do ativo estiver acima da taxa de corte, o investimento trará um retorno positivo; se estiver abaixo, ele provavelmente não trará lucro (DAMODARAN, 2004).

Saindo do campo teórico e levando ao campo da prática, Collins (2009), em entrevista à revista Exame, afirma que ao tomar uma decisão deve-se levar em conta se o investimento trará retorno para a empresa, e não simplesmente realizar investimento pelo simples fato de possuir capital disponível em caixa.

Neste contexto, os executivos têm que administrar as empresas se balizando no longo prazo, em aproximadamente um quarto de século. As organizações têm como função a geração de valor para seus donos, ou seja, o que importa não é o preço das ações – os quais são muito voláteis, mas sim, maximizar o valor das ações e da empresa como um todo (COLLINS, 2009).

b) Financiamento

Frequentemente as empresas, em alguma etapa de sua existência, se deparam com a necessidade de realizar um investimento, sem possuir capital para isso. Assim, uma solução para este problema é a realização de um financiamento para que tal investimento seja feito.

As necessidades de financiamento das empresas podem ser divididas em sazonais e permanentes. As sazonais são necessidades de financiamento para ativos circulantes temporários, que variam ao longo do ano; as permanentes são necessidades de financiamento destinado aos ativos permanentes mais a parcela permanente dos ativos circulantes

da empresa; tais necessidades ficam inalteradas ao longo do ano (GITMAN, 2002).

Lemes Júnior, Rigo e Cherobim (2005, p. 391) acrescentam, afirmando que o ideal é que a empresa utilize capital próprio e financiamento a longo prazo para financiar os ativos permanentes e os ativos circulantes permanentes, e fontes de financiamento a curto prazo para financiar os ativos circulantes temporários. Porém, na prática, normalmente as empresas buscam fontes de empréstimo “de curto prazo para financiar os ativos circulantes permanentes e temporários, utilizando recursos de longo prazo e capitais próprios para financiar ativos permanentes” (LEMES JÚNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2005, p. 391).

Assim, as formas pelas quais as empresas podem fazer um financiamento é através da dívida e através do patrimônio líquido. De acordo com Damodaran (2004), estas formas se distinguem em relação ao compromisso de fazer pagamentos, dedução tributária e grau de controle que cada um exerce sobre as questões da empresa.

Além das diferenças do financiamento com capital próprio ou de terceiros, as formas de financiamento disponíveis para as empresas de capital fechado não são totalmente iguais às disponíveis para empresas de capital aberto. Segundo Damodaran (2004), para aumentar o patrimônio líquido, às empresas de capital fechado, estão disponíveis alternativas que abrangem desde o patrimônio dos proprietários, capital especulativo até o patrimônio líquido privado. Para as empresas de capital aberto, a forma mais comum de aumentar o patrimônio líquido é através da emissão de ações, porém elas também podem utilizar *warrants* e opções de ações.

Já em relação à dívida, Damodaran (2004) expõe que esta pode ocorrer através de dívida bancária, títulos corporativos e *leasing* de ativos como uma alternativa na qual se toma empréstimos e se compra tais ativos.

A partir destas duas formas de financiamento – dívida e patrimônio líquido – a estratégia, conforme explicitado por Gitman (2002), pode ser classificada em duas categorias. Ao utilizar a agressiva, a empresa financia suas necessidades sazonais e, caso possível, uma parcela de suas necessidades permanentes, através da utilização de recursos a curto prazo e o restante de suas necessidades permanentes por meio da utilização de recursos a longo prazo. Utilizando a estratégia conservadora, a empresa financia suas necessidades projetadas com recursos a longo prazo e utiliza o financiamento de curto prazo para eventuais emergências ou desembolsos inesperados.

O ideal é se fazer um *mix* de financiamento a curto e a longo prazo, já que cada um apresenta vantagens e desvantagens. Diferentemente da estratégia agressiva, a estratégia conservadora requer que se pague juros sobre os recursos desnecessários. Sendo assim, o custo mais baixo da estratégia agressiva torna-a mais lucrativa, porém esta estratégia apresenta um risco maior. Uma combinação da estratégia agressiva com a conservadora deve resultar numa posição de financiamento aceitável para grande parte das empresas (GITMAN, 2002).

Independentemente da proporção de financiamento a curto e a longo prazo que a empresa utiliza, ela deve encontrar seu *mix* ótimo de financiamento, conforme os ensinamentos de Gitman (2002), mencionado neste trabalho.

c) Operações

A decisão operacional está relacionada com a destinação a ser dada ao lucro da empresa. Assim, a área de decisão operacional tem como principal objetivo dirigir todas as operações financeiras de modo rentável, utilizando de forma eficiente todos os recursos alocados na organização (SANVICENTE, 1987).

É uma área de decisão que envolve custos, volumes, preços e lucros, pois seu coletivo principal é a utilização dos recursos financeiros dentro de uma política estratégica definida pela empresa. Envolve também a política de utilização dos lucros da empresa, de maneira a otimizá-lo contemplando a remuneração dos proprietários e, ao mesmo tempo, a manutenção da liquidez da empresa, dando subsídio às suas operações. (SANVICENTE, 1991 *apud* SCHENINI, 2005, p. 124).

2.3 FINANÇAS CORPORATIVAS

Finanças corporativas é o estudo das decisões financeiras que todas as empresas têm que tomar. Essas decisões abrangem fatores como investimento, financiamento e política do uso do capital que se obteve como retorno de investimento. Tal assunto diz respeito tanto às empresas de grande porte quanto às de pequeno, de capital fechado ou

aberto, e que sejam engajadas em qualquer tipo de operação, como fabricação, varejo ou serviços (DAMODARAN, 2004).

Ross, Westerfield e Jordan (1998) compartilham com Damodaran (2004) um raciocínio semelhante, de que finanças de empresas envolvem investimentos em ativos, que devem ser contrabalanceados por um montante equivalente em termos de financiamento, o que, conseqüentemente, gerará caixa. Desta forma, esta é a base da criação de valor para a empresa, sendo que a finalidade desta é criar valor para seu proprietário.

É neste âmbito que as Finanças Corporativas mostram-se importantes. Assim como todas as disciplinas têm princípios fundamentais, a disciplina de Finanças Corporativas também os têm. Existem três: o princípio do investimento, o princípio do financiamento e o princípio dos dividendos (DAMODARAN, 2004).

De acordo com o primeiro princípio, os investimentos podem ser realizados tanto através de projetos, visando gerar o aumento da receita e lucros, quanto através de projetos visando à redução dos custos. No primeiro caso, por exemplo, uma livraria pode expandir seu espaço anexando um café, o que provavelmente gerará mais receitas (DAMODARAN, 2004). No segundo caso, como um exemplo de Ferrari (2009), uma empresa pode investir em equipamentos que reduzam os custos, como fez a IBM (International Business Machines Corporation), através do desenvolvimento da TI verde, que visa o ecologicamente correto aliado à redução de custos.

Damodaran (2004) alega que o segundo princípio, o do financiamento, é baseado no fato de que as organizações devem estipular um *mix* de financiamento, definindo a proporção da quantia que irá utilizar de capital próprio e a quantia que utilizará de capital de terceiros. As empresas devem tentar igualar as características do financiamento com as características do ativo financiado, ou seja, ativos de longo prazo devem ser financiados com dívida de longo prazo e ativos de curto prazo devem ser financiados com dívidas de curto prazo. Independentemente do *mix* e das características do financiamento, este deve ser estipulado de forma a maximizar o valor dos investimentos realizados.

Por fim, o autor classifica o último princípio como o dos dividendos, defendendo a idéia de que a empresa tem que recompensar seus proprietários de alguma forma. Uma delas é reinvestir os recursos gerados em novos investimentos; a outra é permitir que os proprietários retirem os recursos da empresa, sendo que isso pode ocorrer através da simples retirada de parte de seus recursos na empresa, nas organizações

de capital fechado, ou através do pagamento de dividendos ou recompra de ações, nas organizações de capital aberto.

De forma geral, o crescimento da teoria de finanças corporativas, segundo Damodaran (2004), pode ser relacionado com a escolha de um objetivo único e com o desenvolvimento de modelos construídos em torno desse mesmo objetivo, que é maximizar o valor da empresa. Isso pode ser feito através da utilização dos princípios básicos citados anteriormente.

2.3.1 Finanças corporativas: as parcerias

De acordo com a classificação idealizada por Stoner e Freman (1999), o ambiente no qual as organizações estão inseridas é composto por duas categorias de *stakeholders*: externos e internos. Os externos que atuam de fora da organização, sendo eles consumidores, fornecedores, governo, grupos de interesses especiais, mídia, sindicatos, instituições financeiras e competidores. Já os internos atuam dentro da organização, sendo eles os empregados e acionistas.

Damodaran (2004) enriquece os ensinamentos de Stoner e Freman (1999), alegando que os acionistas, administradores, credores e a sociedade têm interesses e incentivos que diferem bastante entre si. Desta forma, conflitos de interesses podem surgir entre esses diferentes grupos. No que tange aos interesses dos administradores e acionistas, segundo Ross, Westerfield e Jordan (1998), pode haver uma divergência, pelo fato de que existem situações em que investimentos arriscados podem não ser tão interessantes para os administradores, pois pode não ocorrer um resultado positivo, acarretando em demissões, enquanto que para os acionistas tal investimento pode ser interessante, pois isto pode acarretar no aumento do valor da ação da empresa.

Aprofundando a importância das parcerias dentro das organizações, Kotler (2000) afirma que as empresas devem lutar para satisfazer as expectativas dos acionistas, porém, um negócio só poderá render dividendos suficientes para recompensar estes indivíduos se todos os outros *stakeholders* – consumidores, funcionários, fornecedores, distribuidores – forem atendidos. Ao mesmo tempo em que as empresas devem lutar para satisfazer as expectativas mínimas dos acionistas, ela pode visar à entrega de níveis de satisfação acima do mínimo para os outros *stakeholders*. Assim, ao se criar um alto nível de satisfação dos colaboradores, eles trabalharão de forma a realizar melhorias contínuas e inovações; conseqüentemente os produtos e

serviços terão alta qualidade, o que gerará um alto nível de satisfação dos consumidores. Satisfeitos, os consumidores comprarão mais, o que leva a novas compras de insumos, satisfazendo os fornecedores e distribuidores. Este é um ciclo que leva a crescimento e lucros maiores e proporcionam maior satisfação dos acionistas.

Gitman (2002) complementa o raciocínio de Kotler (2000), defendendo que embora a maximização da riqueza dos acionistas seja o objetivo principal das organizações, muitas empresas têm se preocupado com os interesses dos *stakeholders*. De acordo com o autor, ao preservar a riqueza e interesses destes, neste enfoque considerado como parte da responsabilidade social da empresa, é possível obter benefícios máximos, a longo prazo, aos acionistas. Este bom relacionamento deve minimizar a rotatividade, litígios e conflitos com os *stakeholders*. Assim, a empresa poderá “atingir melhor seu objetivo de maximização da riqueza dos acionistas por meio da cooperação – em lugar do conflito- com seus *stakeholders*” (GITMAN, 2002, p. 19).

2.3.2 Gestão estratégica em Finanças Verdes

O homem, desde as mais antigas civilizações, tem agido como um modificador da natureza que habita, de forma que conforme a sociedade humana evolui, os impactos causados no meio ambiente crescem (SCHENINI, 2005).

Segundo Schenini (2005), o próprio ambiente natural possui seus fenômenos, como terremotos e erupções vulcânicas, porém os impactos que mais prejudicam o meio ambiente são os causados pelo homem.

Apesar de a própria natureza e o homem causarem impactos sobre o meio ambiente, deve-se levar em conta, de acordo com Backer (1995), que o ecossistema industrial, o qual o homem controla, e o ecossistema natural fazem parte de um mesmo ecossistema, o qual possui recursos limitados. Schenini (2005, p. 9) complementa o pensamento de Backer (1995) afirmando que os problemas ambientais não podem ser compreendidos de forma isolada, e que as mudanças na base de valor da organização “vincula seu sucesso ao nível do conhecimento ecológico presente na cultura organizacional”.

Assim, torna-se importante o fato de que, segundo TACHIZAWA (2009, p. 3), há um novo posicionamento por parte dos empresários e executivos em face da expansão da consciência coletiva com relação ao meio ambiente por parte da comunidade.

A opinião da comunidade, e consequentemente dos consumidores, é muito relevante para as organizações, já que um dos efeitos da competição global foi o redirecionamento do poder para as mãos do comprador (TACHIZAWA, 2009).

De acordo com Schenini (2005), existe um segmento significativo do mercado que demanda produtos que não agridam a natureza. Isso foi provado a partir de uma pesquisa da Confederação Nacional da Indústria (CNI) que revelou que 68% dos consumidores brasileiros se propõem a pagar mais caro por produtos que não agredissem o meio ambiente (TACHIZAWA, 2009). A partir disso, pode-se perceber a grande importância de as empresas se adequarem à gestão ambiental.

A gestão ambiental afeta toda a empresa e cria tecnologias gerenciais e operacionais limpas, ou ecologicamente adequadas. Como as demais áreas da empresa, a administração financeira também é afetada por estes sistemas de gestão ambiental, seja em seus investimentos, na obtenção de recursos financeiros, na alavancagem de capital ou na gerência de seus custos, despesas e receitas. (SCHENINI, 2005, p. 114).

Tachizawa (2009), assim como Schenini (2005), afirma que os resultados econômicos passam a depender cada vez mais de decisões empresariais que levem em conta fatores como a não existência de conflito entre a lucratividade e a questão ambiental. Rattner (1992, *apud* SCHENINI, 2005) corrobora esta ideia, afirmando que a relação entre o crescimento econômico e a questão ambiental, ou o desenvolvimento sustentável, deve ser baseada na complementaridade, na qual a melhora na qualidade de vida seria uma consequência do processo de expansão e crescimento econômico.

Com razão, a influência ecológica tem causado efeitos econômicos crescentes, e assim, as organizações que alinharem suas estratégias às questões ambientais conseguirão significativas vantagens competitivas, e possivelmente até redução de custos e incremento nos lucros a médio e longo prazos (TACHIZAWA, 2009).

De forma a tornarem públicas as ações sócio-ambientalmente responsáveis das empresas, pode-se implementar o balanço social como instrumento de gestão para evidenciar o desempenho econômico, ambiental e social, de modo a levar tais informações aos clientes, fornecedores e comunidade em geral.

A gestão ambiental é uma reação das empresas às novas exigências dos clientes, os consumidores verdes e ecologicamente corretos. “A empresa verde é sinônimo de bons negócios e no futuro será a única forma de empreender negócios de forma duradoura e lucrativa” (TACHIZAWA, 2009, p. 6).

2.3.2.1 Relação entre financiamento e finanças verdes

Conforme Stoner e Freman (1999), um dos *stakeholders* que as organizações possuem são as instituições financeiras. A responsabilidade ambiental das organizações pode tornar-se relevante não só nas situações já citadas, mas também ao requerer um empréstimo às instituições bancárias.

Grizzi *et al.* (2003, *apud* BANK; BRAUNER, 2009) defendem a existência da necessidade da instituição do financiamento bancário como um instrumento de controle ambiental, considerando que os bancos são co-responsáveis pelos danos ambientais causados pelas empresas que eles financiam. Isso se deve ao fato que se o banco não emprestar dinheiro a tais empresas, elas não terão tantas condições de poluir o ambiente.

A legislação brasileira defende a responsabilidade solidária e subjetiva daqueles que participam, mesmo que indiretamente, da prática do dano ambiental (BANK; BRAUNER, 2009). Assim, de acordo com Andreola (2008, *apud* BANK; BRAUNER, 2009), os bancos devem ampliar de forma significativa a análise, sob a ótica ambiental, das atividades das empresas as quais financia.

Ainda existem diversas limitações para apurar a responsabilidade das instituições financeiras pelo fato de serem poucas as decisões judiciais sobre a possível responsabilidade desses financiadores (BANK; BRAUNER, 2009). Apesar disso, de acordo com TACHIZAWA (2009), a tendência é que a sociedade como um todo se preocupe cada vez mais com os danos causados ao meio ambiente, o que, por associação, poderá fazer com que aumente a quantidade das decisões judiciais relacionadas com a responsabilidade dos financiadores.

2.3.3 Estrutura de capital

A estrutura de capital de uma empresa consiste na relação entre capital de terceiros e capital próprio que uma empresa possui (ROSS,

1998). Gitman (2002) compartilha o mesmo pensamento, afirmando que estrutura de capital é o *mix* de empréstimos a longo prazo e capital próprio mantido por uma empresa.

Cabe salientar que existe também a estrutura financeira que, diferentemente da estrutura de capital, abrange todo o passivo do balanço patrimonial, que são tanto os recursos de longo quanto os de curto prazo (LEMES JÚNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2005).

O capital de terceiros consiste em todos os empréstimos a longo prazo que uma empresa possui. A vantagem que este tipo de capital apresenta é que seu custo é consideravelmente menor do que qualquer outra forma de financiamento, já que os credores têm direito prioritário sobre os lucros ou ativos existentes para pagamentos, sob o ponto de vista legal podem exercer maior pressão do que os acionistas para receber seus pagamentos, e o pagamento de juros são despesas dedutíveis para fins do imposto de renda. Por outro lado, o capital próprio é aquele fornecido pelos proprietários da empresa, e não tem uma data pré-determinada para reembolso (GITMAN, 2002).

Existem algumas características que diferenciam o capital de terceiros e o próprio, como mostra a figura 2.

DIFERENÇAS BÁSICAS ENTRE CAPITAL DE TERCEIROS E PRÓPRIO		
Características	Tipos de capital	
	De terceiros	Próprio
Voz na administração ^a	Não	Sim
Direitos sobre lucros e ativos	Prioritário ao capital próprio	Subordinado a capital de terceiros
Prazo	Declarado	Nenhum
Tratamento tributário	Dedução de juros	Sem dedução

^aNa falência, os credores e acionistas preferenciais *podem* receber voz na administração; do contrário, somente os acionistas ordinários têm direito a voto.

Figura 2 - Diferenças básicas entre capital de terceiros e próprio

Fonte: Gitman (2002, p. 431).

Assim, empresa deve identificar qual estrutura de capital é mais adequada para seu caso. Porém, Ross (2002, p. 320) afirma que “os administradores devem escolher a estrutura de capital que acreditam poder levar ao maior valor possível para a empresa”, e conseqüentemente para os acionistas, e que as alterações na estrutura somente beneficiarão os acionistas se o valor da empresa aumentar.

Damodaran (2004) corrobora afirmando que a diferença entre dívida e patrimônio líquido está na natureza dos direitos em relação aos fluxos de caixa da empresa. A primeira diferença é que o direito de dívida se refere a um conjunto contratado de fluxos de caixa, enquanto o direito de ações se refere ao fluxo de caixa residual, após todos os

compromissos financeiros serem atendidos. A segunda, é que a dívida tem um direito prévio, ou seja, ela tem preferência de pagamento, mesmo quando há a liquidação da empresa. A terceira, é que a lei tributária é mais amena em relação à cobrança de imposto sobre a dívida do que sobre os fluxos de caixa resultante do patrimônio líquido. A quarta, é que a dívida tem uma data pré-estipulada na qual era será executada, já as ações têm vida infinita. Por fim, os investidores têm um poder de controle mais abrangente e mais ativo sobre a empresa, enquanto os credores possuem um papel mais passivo na administração da empresa.

2.3.4 Orçamento de caixa

O orçamento de caixa, ou projeção de caixa, é “um demonstrativo dos fluxos das entradas e saídas projetadas de caixa da empresa, usado para estimar suas necessidades de caixa a curto prazo” (GITMAN, 1997, p. 590). Ross, Westerfield e Jordan (1998) complementam, afirmando que este orçamento permite ao administrador financeiro identificar não só as necessidades, mas também as oportunidades financeiras, e conseqüentemente obter uma estimativa de superávits ou déficits de caixa. Brealey, Myers e Marcus (2002) acrescentam que a partir desse planejamento, pode-se estabelecer uma estratégia para investir os superávits de caixa ou obter financiamento para qualquer déficit.

O orçamento de caixa, que possui três etapas básicas, inicia-se por fazer uma previsão de vendas e entradas de caixa, como, por exemplo, fazer a previsão para o ano seguinte, por trimestre (ROSS; WESTERFIELD; JORDAN, 1998). Segundo Ross, Westerfield e Jordan (1998), com os dados das previsões de entradas de caixa e vendas, mesmo que as vendas efetivas possam oscilar em relação ao projetado, pode-se estimar os recebimentos projetados da empresa.

A segunda etapa consiste na previsão de saídas de caixa. De acordo com Ross, Westerfield e Jordan (1998), existem quatro categorias básicas de saídas de caixa: o pagamento de fornecedores, que é o pagamento por bens e serviços adquiridos de fornecedores; salários, impostos e outras despesas, que incluem todos os outros custos regulares de operação que exigem desembolso; gastos de capital, que consiste nos pagamentos pela aquisição de ativos permanentes; e despesas de financiamento a longo prazo, que inclui gastos como pagamentos de juros de endividamento a longo prazo e dividendos aos acionistas.

Gitman (1997) complementa que a previsão das saídas de caixa deve incluir todas os desembolsos no período em questão.

A terceira e última etapa se refere ao saldo de caixa. De acordo com Ross, Westerfield e Jordan (1998, p. 349) “a entrada líquida de caixa prevista é a diferença entre os recebimentos e as saídas”. Brealey, Myers e Marcus (2002) afirmam que a maioria dos gerentes financeiros considera um saldo em caixa planejado de zero como algo muito arriscado, sendo ideal se estabelecer um saldo de caixa operacional mínimo para absorver entradas e saídas de caixa inesperadas.

2.3.5 Elos entre financiamento a longo e a curto prazo

O planejamento a longo prazo consiste no desenvolvimento de uma estratégia que permita que a empresa financie seus objetivos e eventuais contratemplos sazonais a longo prazo, enquanto que o planejamento financeiro a curto prazo busca satisfazer as demandas temporárias por caixa (BREALEY; MYERS; MARCUS, 2002).

A necessidade total de capital pode ser conseguida por meio de financiamento de longo e curto prazo. Quando o financiamento de longo prazo não cobre a necessidade total de capital, a empresa precisa captar capital de curto prazo para cobrir a diferença. Quando o financiamento de longo prazo cobre a mais a necessidade total de capital, a empresa tem um superávit de caixa disponível para investimento a curto prazo. Assim, a quantia captada de financiamento de longo prazo, dada a necessidade total de capital, determina se a empresa toma emprestado ou empresta (BREALEY; MYERS; MARCUS, 2002, p. 556).

Grande parte das empresas procura encontrar um meio-termo para financiar todos os ativos fixos e parte dos ativos circulantes com patrimônio e dívida a longo prazo (BREALEY; MYERS; MARCUS, 2002). Desta forma, de acordo com Brealey, Myers e Marcus (2002), as empresas tem a opção de investir os superávits de caixa durante uma parte do ano e pegar empréstimos a curto prazo durante o restante do ano.

2.3.6 Decisões de financiamento de longo prazo

O financiamento a longo prazo, isto é, aquele que têm um prazo de vencimento inicial superior a um ano, possui um custo geralmente maior do que os de curto prazo (GITMAN, 2002).

Este tipo de financiamento, conforme explanado por Damodaran (2004), pode ser realizado através da utilização de capital de terceiros, que consiste na dívida, ou através de capital próprio, que consiste no patrimônio líquido. Estas duas formas de financiamento serão abordadas a seguir.

2.3.6.1 Financiamento de longo prazo com recursos de terceiros

Além do financiamento com recursos próprios, é possível realizar um financiamento com recursos de terceiros, que é feito através de promessas de dívidas. Damodaran (2004) afirma que ao contrair a dívida, a empresa cria uma obrigação fixa de pagamentos de fluxo de caixa, dando direitos prioritários ao financiador em casos de a empresa ter problemas financeiros.

As dívidas podem ocorrer de diversas formas, de acordo com a classificação de Damodaran (2004). São estas:

a) Dívida bancária

Os bancos comerciais, que têm sido a principal fonte de empréstimo tanto para empresas de capital fechado quanto para as de capital aberto, cobram juros sobre a dívida de acordo com o grau de risco atribuído ao tomador do empréstimo (DAMODARAN, 2004).

Dependendo da quantidade de dinheiro que se pretende pegar emprestado, essa pode ser uma boa forma de financiamento. De acordo com Damodaran (2004), para quantias pequenas em dinheiro, a dívida bancária pode ser mais vantajosa do que a emissão de títulos que, apesar de possuírem um custo proporcionalmente mais baixo, é adequado para o financiamento de uma grande quantidade de dinheiro.

b) Títulos

Algumas empresas utilizam a emissão de títulos como uma alternativa à dívida bancária devido a alguns motivos. O primeiro deles é que os títulos possuem termos de financiamento mais favoráveis, já

que o risco é compartilhado por um número maior de investidores. O segundo é que aos títulos podem ser acrescentadas características especiais, ou seja, pode ser convertidos em ações ou ter outras opções anexadas a eles (DAMODARAN, 2004). Gitman (2002) classifica este tipo de título como não-conversível ou privado direto.

c) *Leasing*

De acordo com Gitman (2002, p. 547), o *leasing* financeiro “é um arranjo a longo prazo não cancelável, sob o qual a empresa pode conseguir certos ativos em troca de pagamentos programados” baseado em prazo fixado.

As empresas às vezes pegam dinheiro emprestado para financiar a compra de um ativo necessário para suas operações. Assim, uma alternativa para esta situação é utilizar o *leasing*, que consiste em a empresa utilizar um ativo, se comprometendo a realizar pagamentos fixos ao dono do ativo pelo direito de fazer esse uso (DAMODARAN, 2004).

Existe também o que Damodaran (2004) classifica como títulos híbridos, pois possuem características tanto de patrimônio líquido como de dívida. São eles:

a) Títulos conversíveis

Os títulos conversíveis podem ser convertidos em um número pré-determinado de ações ordinárias. Normalmente vale mais a pena fazer a conversão destes títulos não no momento da compra, mas sim no momento em que os preços das ações sobem (DAMODARAN, 2004).

Ross, Westerfield e Jaffe (2002) classificam este tipo de título como obrigações conversíveis, e afirma que a obrigação dá direito a seu titular de trocá-la por um determinado número de ações somente até a data de vencimento da obrigação.

b) Ações preferenciais

Apesar de as ações preferenciais representarem um tipo de propriedade por parte dos investidores, elas frequentemente são consideradas como quase um recurso de terceiros, pelo fato de elas darem direito aos seus proprietários de um retorno periódico fixo, que são os dividendos (GITMAN, 2002). Em caso de a empresa não ter

caixa para pagar os dividendos, Damodaran (2004) afirma que ele será acumulado e pago em um período no qual haja lucro o suficiente para efetuar tal pagamento.

Em contrapartida, este tipo de ação também apresenta características de patrimônio líquido. Desta forma, Damodaran (2004) defende que as ações preferenciais não têm uma data de vencimento na qual o valor nominal seja devido.

Em relação a este fato de as ações preferenciais serem dívidas ou patrimônio líquido, Ross, Westerfield e Jaffe (2002) complementam que este tipo de ação apresenta dois efeitos fiscais. Um deles age desfavoravelmente à empresa emissora, que não pode deduzir os dividendos do lucro da empresa para calcular o imposto de renda. O outro age favoravelmente à sociedade por ações compradora das ações preferenciais, pois setenta por cento dos dividendos recebidos são isentos de tributação. Nestes dois casos, as ações preferenciais agem como patrimônio líquido e dívida, respectivamente.

2.3.6.2 Financiamento de longo prazo com recursos próprios

O financiamento com recursos próprios ocorre através da utilização do patrimônio líquido. Assim sendo, de acordo com Damodaran (2004), dependendo da constituição da empresa, ou seja, se ela é constituída por capital fechado ou aberto.

De acordo com Damodaran (2004), as empresas de capital fechado possuem opções restritas quanto a formas para realizar financiamento a longo prazo. Para tanto, elas dependem do capital do proprietário ou de uma entidade privada, que forneça capital necessário para suprir as necessidades da empresa e seu crescimento. Assim, as opções de financiamento são duas:

a) Patrimônio líquido do proprietário

Neste tipo de financiamento é necessário que os proprietários forneçam recursos à empresa e ao mesmo tempo reinvesta o lucro na própria empresa. Este recurso fornece a base para o crescimento do negócio. (DAMODARAN, 2004)

De acordo com Damodaran (2004), as principais características deste tipo de financiamento é fato de conceder ao portador – o proprietário – direitos sobre o fluxo de caixa residual; o fluxo de caixa para o investidor em patrimônio líquido não é dedutível do imposto de

renda; os financiadores da empresa têm direito sobre o fluxo de caixa operacional e ativos da empresa; e o portador do patrimônio líquido possui influência na administração da empresa.

b) Capital de risco e patrimônio privado

Conforme as empresas crescem, se cria a necessidade de maiores investimento, porém, por vezes, os proprietários não possuem tais valores. Ao mesmo tempo, muitas dessas empresas não conseguem fazer a transição de capital fechado para aberto. Assim, a alternativa que elas possuem é atrair fundos na forma de capital especulativo ou buscar financiamentos de investidores privados (DAMODARAN, 2004).

Quando um investidor de risco financia uma empresa, ele reivindica uma participação proporcional ao volume de capital com o qual está contribuindo, e assim, seus atuais proprietários perdem participação no negócio. Porém, isto pode apresentar benefícios, pois o investidor de risco pode contribuir com o seu conhecimento e experiência em prol do crescimento da empresa (DAMODARAN, 2004).

Por outro lado, no que tange a financiamentos para empresas de capital aberto, as opções são mais abrangentes (DAMODARAN, 2004). As fontes de financiamento para empresas de capital aberto podem ser comparadas com relação aos direitos de propriedade, prazos de vencimento, tratamento tributário e reivindicações sobre os lucros e ativos (GITMAN, 2002).

De acordo com Gitman (2002), os acionistas comuns frequentemente têm direito a voto, enquanto, no geral, os credores não; como dito anteriormente, o capital próprio é uma forma permanente de financiamento, que não possui uma data de vencimento, e será liquidado somente em processos legais de falência; os pagamentos de dividendos aos acionistas não são dedutíveis do imposto de renda, diferentemente do pagamento de juros aos credores; e após o pagamento dos direitos dos credores da empresa, os detentores de capital próprio possuem direitos sobre os lucros e ativos da empresa.

Considerando essas peculiaridades que o financiamento de empresas de capital aberto possibilita, as formas de se conseguir tal financiamento, de acordo com Damodaran (2004), são:

a) Ações ordinárias

Normalmente a forma de aumentar o patrimônio líquido que as empresas de capital aberto utilizam é a emissão de ações, por várias razões, como o fato de as ações ordinárias se apresentarem simples e fáceis de entender, e que a partir da emissão de ações ordinárias torna-se mais fácil a emissão de outros tipos de títulos, como por exemplo, títulos híbridos – que será abordado mais adiante neste trabalho (DAMODARAN, 2004).

Ao emitir as ações ordinárias, de acordo com Damodaran (2004), as empresas podem classificá-las como ações que dão a mesma parcela proporcional tanto de fluxos de caixa – dividendos – como de direito a voto ou então ações que proporcionem diferentes direitos a voto e fluxo de caixa. Outra opção que as empresas também têm é emitir ações com diferentes pagamentos de dividendos, através da utilização do dinheiro ou de um montante equivalente em ações. Um dos motivos de as empresas fazerem essa diferenciação é pelo fato de que ao privilegiar uma certa classe de ações com melhores dividendos, pode-se privar os detentores dessa classe de ações do direito a voto.

De acordo com Cavalcante *et al.* (2005), esses votos ocorrem na Assembléia dos Acionistas, onde são deliberados assuntos pertinentes relacionados a empresa, como atividades da companhia, destino dos lucros, contas patrimoniais.

b) Warrants

Os *warrants* são uma alternativa de patrimônio líquido que as empresas têm quanto à emissão de ações ordinárias, e consiste na opção de comprar patrimônio líquido no futuro, ao invés da participação no patrimônio líquido na data presente. Desta forma, os *warrants* dão direito a seus portadores de comprar ações da companhia no futuro a um preço fixo, em troca de *warrants* na data presente (DAMODARAN, 2004). Gitman (2002) alega que alguns *warrants* têm vida infinita, porém, normalmente não é superior a dez anos.

Damodaran (2004) destaca uma grande vantagem que os *warrants* possuem sobre as ações ordinários. Quando uma empresa emite *warrants* não há a obrigação de se pagar os fluxos de caixa residuais.

Por fim, cabe salientar a diferenciação entre *warrants* e opção de compra que Ross, Westerfield e Jaffe (2002) fazem, pelo fato de ambos serem parecidos. A principal diferença se encontra no fato de opções de

compra serem lançadas por indivíduos, enquanto *warrants* são lançados por empresas. As opções de compra são negociadas no mercado de capitais, e não exigem novas emissões de ações. Em contrapartida, quando um *warrant* é exercido, a empresa é obrigada a emitir novas ações, ou seja, o número de ações existentes da empresa aumenta.

2.3.7 Decisões de financiamento de curto prazo

Além do financiamento a longo prazo, também existe o financiamento a curto prazo, o qual, segundo Gitman (2002), é aquele que tem um prazo de vencimento inicial inferior a um ano e geralmente possui um custo menor que o financiamento de longo prazo.

Financiamento a curto prazo, de acordo com Ross, Westerfield e Jaffe (2002, p. 599), pode-se dizer que consiste em “uma análise das decisões que afetam os ativos e passivos circulantes, com efeitos sobre a empresa dentro do prazo de um ano”.

Quando o assunto é financiamento a curto prazo, segundo Ross, Westerfield e Jaffe (2002), uma expressão que frequentemente é associada é *capital de giro líquido*, que é a diferença entre o ativo circulante e o passivo circulante de uma empresa.

Existe também o capital de giro – que possui outras denominações, como ativo circulante ou capital circulante – que representa o valor dos recursos aplicados pela empresa para movimentar seu ciclo operacional, o qual vai desde a entrada da matéria-prima no estoque da empresa até a venda dos produtos e respectivo recebimento (LEMES JÚNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2005).

Para Brigham e Houston (1999), o capital de giro é composto por quatro componentes principais, que são o caixa, títulos negociáveis, estoques e contas a receber. Lemes Júnior, Rigo e Cherobim (2005) afirmam que tais componentes citados por Brigham e Houston (1999) fazem parte do ativo circulante e que normalmente quem financia os ativos circulantes permanentes e temporários é o financiamento a curto prazo.

Gitman (2002) acrescenta que, geralmente, quanto maior o capital de giro de uma empresa, ou seja, quanto mais dinheiro em caixa, títulos negociáveis, estoques e contas a receber a empresa tem, menor será sua lucratividade, pois tais recursos estão paralisados, e isso faz com que não se tenha um retorno, um lucro sobre esse capital.

Após a empresa analisar qual o valor do financiamento mais adequado, ela pode decidir entre financiamento com recursos próprios ou recursos de terceiros, conforme mostrado a seguir.

2.3.7.1 Financiamento de curto prazo com recursos próprios

Lemes Júnior, Rigo e Cherobim (2005) afirmam que o financiamento, para ativos circulantes, a curto prazo com recursos próprios, de modo a aumentar o patrimônio líquido, pode ocorrer através da subscrição e integralização de capital social ou através da autogeração de recursos e respectivo reinvestimento.

A integralização de capital social com o fim de financiar ativos circulantes não é comum; ocorre em situações especiais, como com a existência de grande projeto que exija não só investimentos em ativos permanentes, mas também investimentos em capital circulante, ou quando necessita-se sanar dificuldades financeiras (LEMES JÚNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2005).

Por outro lado, a utilização de recursos gerados pela atividade econômica da empresa, ou seja, os lucros, é mais comum (LEMES JÚNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2005).

2.3.7.2 Financiamento de curto prazo com recursos de terceiros

Os capitais de terceiros são representados pelo endividamento da empresa e são utilizados por um período de tempo definido, e por isso deve-se pagar encargos financeiros, que seria uma espécie de aluguel por sua utilização (LEMES JÚNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2005).

De acordo com Gitman (1997), as fontes de financiamento de curto prazo com recursos de terceiros podem ser classificadas conforme a figura 3.

FONTES DE FINANCIAMENTO A CURTO PRAZO COM RECURSOS DE TERCEIROS

FONTES ESPONTÂNEAS

- * Duplicatas a pagar
- * Contas a pagar

FONTES SEM GARANTIA

- * Empréstimos bancários
- * *Commercial paper*
- * Empréstimos internacionais

FONTES COM GARANTIA

- * Uso de duplicatas a receber com garantia
- * Uso de estoque como colateral

Figura 3 - Fontes de financiamento a curto prazo com recursos de terceiros
 Fonte: Elaborado pela autora a partir de adaptação de estudos desenvolvidos por Gitman (1997).

A seguir serão abordadas as formas de financiamento a curto prazo apresentadas na figura acima.

a) Fontes espontâneas

O financiamento espontâneo é aquele que “resulta das operações normais da empresa, do qual destacam-se duplicatas a pagar e as diversas contas referentes às despesas incorridas e ainda não pagas” (GITMAN, 1997, p. 628).

De acordo com Gitman (1997), à medida que as vendas da empresa aumentam ocorrem duas conseqüências: as duplicatas a pagar aumentam, pois aumentam as compras de insumos, e as contas a pagar aumentam, pois a mão-de-obra e os impostos incidentes sobre o lucro aumentam.

Tanto as duplicatas a pagar como as contas a pagar são formas de financiamento a curto prazo não-garantido, pois não se tem como necessária a vinculação de garantias, e normalmente livre de juros (GITMAN, 1997).

As duplicatas a pagar é a principal forma de financiamento a curto prazo não garantido, e resultam das compras de mercadorias a prazo, sem que o comprador precise submeter-se a muitas formalidades

para evidenciar sua dívida com o fornecedor (GITMAN, 1997). Neste caso, a figura de dois participantes é envolvida: a do comprador e a do devedor (DI AGUSTINI, 1999).

O fornecedor, de acordo com Gitman (1997), normalmente estipula nas faturas as condições do crédito. Tais condições envolvem: o período de crédito, que normalmente é de no máximo 120 dias, e consiste no número de dias que decorre até que o pagamento total seja exigido; o desconto financeiro, que é um desconto que o comprador tem caso pague a dívida em um prazo inferior ao período de crédito; o período de desconto financeiro, que é o número de dias após o início do período de crédito durante o qual o desconto financeiro pode ser aproveitado; e o início do período de crédito, que consiste na data que o período de crédito começa a ser contado, o qual normalmente coincide com a data da fatura (GITMAN, 1997).

Já as contas a pagar, que é uma outra fonte espontânea de financiamento a curto prazo, resultam dos serviços recebidos que ainda deverão ser pagos, como impostos e salários (GITMAN, 1997). Conforme afirma Gitman (1997), não é possível obter benefícios no que tange aos impostos, já que não se pode modificar a data de pagamento dos mesmos; já no que tange aos salários, é possível, pois primeiramente os colaboradores prestam o serviço, e somente algum tempo depois a empresa paga seus ordenados. Neste caso, um grande benefício desta fonte de financiamento é o custo zero, já que o empregador não tem que pagar nada a mais ao colaborador por este período entre a prestação do serviço e o pagamento do salário.

b) Fontes sem garantia

Segundo Gitman (1997), as empresas obtêm empréstimos a curto prazo não-garantidos de duas principais fontes, que são os bancos e *commercial papers*.

Os bancos emprestam recursos a curto prazo não-garantido de três formas, de acordo com a classificação de Gitman (1997): através de notas promissórias, linhas de crédito ou acordos de crédito rotativo.

Um empréstimo que tem como base a nota promissória pode ser obtido em um banco comercial por um tomador que tenha crédito e que necessite temporariamente de fundos por um curto período (GITMAN, 1999). Na nota promissória, de acordo com Gitman (1997), deve constar a assinatura do tomador, a data de vencimento de sua única parcela, que normalmente varia entre 30 dias e 9 meses, e a taxa de juros a ser cobrada.

As empresas também podem obter através dos bancos uma linha de crédito, com a qual a empresa fica autorizada a tomar um empréstimo a qualquer momento até um limite estabelecido (BREALEY *et al.*, 2002).

As linhas de crédito, em geral, são revistas anualmente, sendo possível que o banco as cancele caso a credibilidade do cliente seja estremecida (BREALEY *et al.*, 2002).

Para complementar, Ross, Westerfield e Jaffe (2002) afirmam que as linhas de crédito a curto prazo podem ser não comprometidas ou comprometidas. A primeira hipótese é um caso mais informal, no qual as empresas conseguem pegar o dinheiro emprestado sem ter que preparar toda a papelada usual; já a segunda hipótese, que é o que Gitman (1997) chama de crédito rotativo, é um caso mais formal, e normalmente envolve o pagamento de uma taxa de compromisso, de forma a comprar um seguro para garantir que o banco não desista do acordo (ROSS; WESTERFIELD; JORDAN, 2002). Como as linhas de crédito normalmente são revistas a cada ano, podendo os bancos cancelá-las caso a credibilidade do cliente seja estremecida, tal seguro se torna muito importante, de forma a garantir a concessão do empréstimo por parte dos bancos (BREALEY *et al.*, 2002).

Os bancos, ao concederem empréstimos, combinam o tomador com o emprestador, de forma a garantir que o tomador pague o empréstimo feito com o dinheiro do emprestador (BREALEY *et al.*, 2002). Para tanto o banco cobra uma taxa do tomador e paga uma taxa menor ao emprestador.

Uma alternativa para não pagar altas taxas ao banco que as empresas de grande porte e risco reduzido possuem é a emissão de títulos negociáveis, como o *commercial paper*, que nada mais é que uma nota promissória (ROSS; WESTERFIELD; JORDAN, 2002). Assim, segundo Brealey *et al.* (2002), as empresas podem vender tais títulos diretamente a grandes investidores, obtendo uma fonte de financiamento mais barata do que as obtidas nos bancos. Gitman (1997) acrescenta, ainda, que este tipo de financiamento possui prazo de vencimento entre 3 a 270 dias.

Di Agustini (1999) salienta que o *commercial paper* somente pode ser emitido por empresas de capital aberto, é destinado à oferta pública, e não pode ser emitido por instituições financeiras, sociedades corretoras e distribuidoras de valores mobiliários e sociedade de arrendamento mercantil.

De acordo com Brealey *et al.* (2002, p. 569), esta é uma fonte que “não tem garantias, mas as empresas geralmente garantem sua emissão

com uma linha de crédito especial de respaldo com um banco”, tornando-se pequeno o risco de inadimplência.

Uma outra forma fonte de financiamento a curto prazo sem garantia é o empréstimo internacional, para empresas que praticam o comércio exterior, porém esse tipo não difere das operações de financiamento estritamente domésticas quanto ao fato de os fabricantes financiarem a produção e a estocagem das mercadorias à venda, e após, financiarem as duplicatas a receber até efetivamente serem pagas (GITMAN, 1997). Por outro lado, afirma Gitman (1997) que a principal diferença é o fato de no comércio internacional os pagamentos e recebimentos serem feitos frequentemente em moeda estrangeira, o que pode trazer um risco quanto às oscilações cambiais. Outra característica distintiva do comércio internacional são os altos volumes e extensos prazos para o vencimento de operações típicas.

c) Fontes com garantia

Para que os bancos e outras companhias financeiras façam um empréstimo, normalmente as empresas tomadoras têm que fornecer alguma garantia, de forma a reduzir possíveis perdas, podendo ser representada por contas a receber, estoques, ou ambos (ROSS; WESTERFIELD; JAFFE, 2002). Gitman (1997) chama esta garantia de colateral.

Quando um empréstimo é garantido por estoques, de acordo com Brealey (*et al.*, 2002), os bancos são seletivos quanto ao seu tipo: não podem ser perecíveis e tem que ser possível vendê-los caso o tomador fique inadimplente.

Ross, Westerfield e Jaffe (2002) classificam os empréstimos garantidos por estoques em três modalidades básicas: vínculo geral, fideicomisso e guarda em armazém geral. No vínculo geral o credor é protegido por todo o estoque do devedor. No fideicomisso emite-se um recibo evidenciando que o devedor conserva o estoque em nome do credor. E na guarda em armazém geral uma companhia de armazéns gerais (empresa independente especializada na prestação de serviços de armazenagem) supervisiona o estoque em nome do credor.

No caso da armazenagem em armazém geral, à medida que a empresa tomadora vende seus produtos e usa a receita para pagar o empréstimo, o banco pede para o armazém liberar o estoque para a empresa (BREALEY *et al.*, 2002). Caso a empresa não pague a dívida, o banco mantém o estoque e o vende para recuperar a dívida.

Brealey *et al.* (2002) afirma que quando se utiliza as contas a receber como garantia, a empresa cede tais contas para o banco, o qual pode cobrá-las do cliente, porém a empresa continua responsável pela dívida.

Ao invés de contas a receber, Gitman (1997) utiliza o termo duplicatas a receber, e afirma que ao pedir um empréstimo junto a bancos comerciais ou financeiras, pode-se utilizar como garantia um caução de duplicatas, porém o credor irá avaliar quais das duplicatas são aceitáveis como colateral.

No caso de se utilizar duplicatas a receber como garantia, o credor normalmente ajustará o valor dessas duplicatas para devoluções ou outras deduções esperadas, obtendo-se como percentual para representar o principal do empréstimo um valor entre 50 e 90% do valor de face das duplicatas (GITMAN, 1997).

Um procedimento alternativo, chamado *factoring*, que significa fomento mercantil, é vender as contas a receber para uma instituição financeira – conhecida como *factor* –, mas concedendo um desconto. Nesse caso, a empresa vende seu ativo circulante, não sendo mais responsável pela dívida, e a *factor* fica responsável por administrar a cobrança das contas a receber, se responsabilizar pelas dívidas ruins e fornecer o financiamento (BREALEY *et al.*, 2002).

Para que uma operação seja caracterizada como *factoring* é necessário ocorrer a combinação de pelo menos dois dos seguintes serviços, de acordo com Di Agustini (1999): gestão de crédito, administração de contas a receber, cobrança, proteção contra risco de crédito e fornecimento de recursos.

Outra característica que este tipo de financiamento possui, é que o *factoring* pode ser feito dos seguintes títulos de crédito: letra de câmbio, duplicata, conhecimento de transporte, conhecimento de depósito, *warrant*, nota promissória, nota promissória rural e cheque pré-datado (DI AGUSTINI, 1999).

Di Agustini (1999, p. 84) acrescenta que o *factoring* “deveria ser um importante instrumento de terceirização das atividades de gestão de crédito e cobrança das empresas”, pois isso proporcionaria a diminuição com investimentos envolvidos nas vendas a prazo e concentraria os esforços gerenciais na atividade operacional da empresa.

Ross, Westerfield e Jaffe (2002) complementam a divisão das formas de financiamento a curto prazo de Gitman (1997), alegando que existe uma outra fonte – que não se encaixa na divisão acima: o crédito mercantil, o qual consiste na dilação do prazo de pagamento aos

fornecedores. De acordo com Ross, Westerfield e Jaffe (2002), isso é muito utilizado pelas pequenas empresas, porém seu ponto negativo é que é uma fonte de financiamento muito cara, pois acaba-se pagando um preço muito mais elevado pelo que se adquire.

2.4 CLASSIFICAÇÃO DAS ORGANIZAÇÕES

Ao decidir qual a fonte do financiamento que se irá adquirir, as organizações devem levar em conta a realidade na qual estão inseridas (GITMAN, 1997). Por esse motivo, torna-se relevante abordar a classificação das empresas quanto ao tamanho, para que isso possa servir de base para se comparar o tamanho das organizações com seus respectivos financiamentos.

De acordo com a lei nº 123 de 14 de dezembro de 2006 (RECEITA FEDERAL DO BRASIL, 2010) relativa ao Simples Nacional e que institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, tais organizações somente podem ser a sociedade empresária, a sociedade simples ou o empresário que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção de bens ou serviços.

Quanto à classificação, de acordo com o Simples Nacional (RECEITA FEDERAL DO BRASIL, 2010) a microempresa é aquela que auferir em cada ano-calendário receita bruta igual ou inferior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais), enquanto a empresa de pequeno porte é aquela que auferir em cada ano-calendário receita bruta superior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) e inferior a R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais).

Cabe salientar que a classificação do Simples Nacional, segundo o artigo 3º, § 4º, da lei nº 123/2006 (RECEITA FEDERAL DO BRASIL, 2010), não beneficia a pessoa jurídica:

- I – de cujo capital participe outra pessoa jurídica;
- II – que seja filial, sucursal, agência ou representação, no País, de pessoa jurídica com sede no exterior;
- III – de cujo capital participe pessoa física que seja inscrita como empresário ou seja sócia de outra empresa que receba tratamento jurídico diferenciado nos termos desta Lei Complementar [...];

- IV – cujo titula ou sócio participe com mais de 10% (dez por cento) do capital de outra empresa não beneficiada por esta Lei Complementar [...];
- V – cujo sócio ou titular seja administrador ou equiparado de outra pessoa jurídica com fins lucrativos [...];
- VI – constituída sob a forma de cooperativas, salvo as de consumo;
- VII – que participe do capital de outra pessoa jurídica;
- VIII – que exerça atividade de banco comercial, de investimentos [...];
- IX – resultante ou remanescente de cisão ou qualquer outra forma de desmembramento de pessoa jurídica que tenha ocorrido em um dos 5 (cinco) anos-calendário anteriores;
- X – constituída sob a forma de sociedade por ações.

Quanto à receita bruta anual, o SEBRAE do Estado de Santa Catarina (SEBRAE, 2010b) compartilha a mesma classificação da Lei Complementar n° 123/2006 do Simples Nacional. Já em relação ao número de empregados, o SEBRAE/SC (SEBRAE, 2010b) classifica de acordo com o critério do IBGE, que é o seguinte: a indústria que possui até 19 empregados é classificada como micro, de 20 a 99 empregados é classificada como pequena, de 100 a 499 empregados é classificada como média, e mais de 500 empregados é classificada como grande; o comércio e serviço que possui até 9 empregados é classificado como microempresa, de 10 a 49 é classificado como pequena empresa, de 50 a 99 empregados é classificado como média empresa e com mais de 100 empregados é classificado como grande empresa.

3 METODOLOGIA

Uma das principais lições que se aprende no curso de graduação em Administração é a necessidade de se fazer um planejamento para nortear um projeto. De acordo com Chiavenato (2000, p. 195), “planejar é definir objetivos e escolher antecipadamente o melhor curso de ação para alcançá-los”.

Como a presente pesquisa nada mais é que um projeto para estudar as práticas de financiamento utilizadas pelos estabelecimentos do Trindade Shopping, tornou-se relevante a elaboração de um planejamento, com os objetivos já estabelecidos no início do presente trabalho, e com as etapas descritas a seguir.

A primeira etapa consiste no estabelecimento dos objetivos geral e específicos que guiam o estudo.

A segunda etapa se refere à pesquisa bibliográfica para formar a base do conhecimento para este estudo e para possibilitar a elaboração dos questionários.

A terceira etapa consiste na elaboração do segundo questionário e aplicação dos mesmos nos estabelecimentos comerciais do Trindade Shopping.

A quarta etapa se refere à tabulação e análise dos dados.

A quinta etapa consiste na apresentação do Trindade Shopping e seus respectivos estabelecimentos comerciais, baseado em informações coletadas do *site* do shopping e obtidas por meio de observação da pesquisadora.

Por fim, a sexta etapa consiste no fechamento do trabalho, com as principais contribuições e conclusão.

Para esclarecer a metodologia utilizada no presente trabalho, a seguir serão apresentados os seguintes procedimentos metodológicos: características da pesquisa, objeto de estudo e população pesquisada, coleta de dados, análise dos dados e limitações da pesquisa.

3.1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

A presente pesquisa tem como base principal a pesquisa bibliográfica, já que esta, de acordo com Cervo e Bervian (1977) tem como objetivo principal a descrição das características de determinado fenômeno, através das contribuições de diferentes autores sobre um determinado tema.

De acordo com Cervo e Bervian (1977) a pesquisa pode ser definida como uma atividade voltada para a solução de problemas, e tem como objetivo descobrir respostas para determinadas perguntas. Para tanto, segundo Gil (1989), deve-se proceder a partir de procedimentos ordenados de método científico.

As pesquisas podem ser classificadas como descritivas, exploratórias ou explicativas (GIL, 1989). Para Gil (1989), o objetivo primordial da pesquisa descritiva é descrever as características de uma certa população. Rudio (1991, p. 56) corrobora afirmando que “a pesquisa descritiva está interessado em descobrir e observar fenômenos, procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los”. Desta forma, a presente pesquisa pode ser classificada como descritiva, já que seu objetivo é descrever quais são as práticas de financiamento utilizadas pelos estabelecimentos comerciais do Trindade Shopping.

Por fim, as pesquisas podem ser classificadas como qualitativas ou quantitativas. As quantitativas visa a descobrir quantos indivíduos de uma determinada população compartilham uma mesma característica, como opiniões, atitudes, preferências, comportamentos (UNICAMP, 2010). Este tipo de pesquisa é projetado de forma que se possa gerar medidas precisas e posteriormente dados estatísticos (UNICAMP, 2010). Assim, a presente pesquisa pode ser classificada como quantitativa, já que se pretende obter informações sobre as principais práticas de financiamento utilizadas por cada estabelecimento estudado, para que após, seja possível analisar e comparar tais práticas.

3.2 OBJETO DE ESTUDO E POPULAÇÃO PESQUISADA

Para se delimitar um estudo é necessário que se selecione um tópico ou uma parte a ser focalizada (CERVO; BERVIAN 1977). Assim, o objeto de estudo desta pesquisa é conhecer quais as práticas de financiamento que os estabelecimentos comerciais do Trindade Shopping, localizado em Florianópolis – SC, utilizam para financiar seus ativos.

De acordo com Rudio (1991, p. 49), “o termo população designa a totalidade de indivíduos que possuem as mesmas características definidas para um determinado estudo”. Gil (1989) complementa afirmando que quando as informações de todos os integrantes de um universo são recolhidas, tem-se um censo. Deste modo, esta pesquisa é classificada como um censo, já que a proposta é investigar cada estabelecimento comercial do shopping em questão.

3.3 COLETA DE DADOS E INSTRUMENTO DE PESQUISA

Para Rudio (1991), coleta de dados é a fase do método de pesquisa, que se tem como objetivo obter informações da realidade.

A coleta de dados pode ser realizada através da pesquisa de campo que, segundo Cervo e Bervian (1977, p. 40), tem “por finalidade recolher e registrar ordenadamente os dados relativos ao assunto escolhido como objeto de estudo”. Assim, esta pesquisa é classificada como uma pesquisa de campo, pois procura-se investigar quais são as práticas de financiamento utilizadas pela população alvo do estudo.

Para se coletar os dados da pesquisa de campo, faz-se o levantamento. De acordo com Gil (1989, p. 56),

As pesquisas deste tipo caracterizam-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se à solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para, em seguida, mediante análise quantitativa, obterem-se as conclusões correspondentes aos dados coletados.

Tal solicitação de informações deve ser realizada através do instrumento de pesquisa, que é a ferramenta utilizada para coletar os dados (RUDIO, 1991).

De acordo com Rudio (1991), o questionário entregue aos respondentes é feito de perguntas por escrito e deve ser respondido por escrito também. As perguntas utilizadas no questionário para ser aplicado nos estabelecimentos comerciais do shopping abordam questões relacionadas com o perfil das empresas e suas práticas de financiamento.

Desta forma, os dados utilizados neste trabalho podem ser classificados como primários, já que de acordo com Acevedo e Nohara (2004), este tipo de dados podem ser coletados através do questionário, ou seja, são dados que são coletados pela primeira vez pelo pesquisador.

3.4 ANÁLISE DE DADOS

De acordo com Rudio (1991), após a obtenção dos dados, tem-se um amontoado de respostas as quais precisam ser ordenadas e organizadas, para que assim possam ser analisadas e interpretadas.

A análise dos dados “é a decomposição de um todo em suas partes” (CERVO; BERVIAN, 1977, P. 31). Segundo Gil (1989), tal análise envolve procedimentos como codificação das respostas, tabulação dos dados coletados e cálculos estatísticos. Rudio (1991, p. 99) defende a mesma ideia que Gil (1989) em relação a necessidade de os dados serem codificados e tabulados, e afirma que para tanto, deve-se começar pela classificação, que consiste em “dividir o todo em partes, dando ordem às partes e colocando cada uma em seu lugar”.

Assim, para proceder a análise dos dados, os dados obtidos através do questionário foram tabulados, para que pudessem ser interpretados.

A última fase de um levantamento é a apresentação dos dados, a qual somente pode ser efetivada depois que se dispõe de todos os dados devidamente coletados e analisados (GIL, 1989).

Desta forma, os dados deste estudo são apresentados através de quadros e gráficos, para que possa ser proporcionado uma melhor visualização e melhor entendimento dos resultados obtidos.

3.5 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Ao se realizar uma pesquisa, algumas vezes obstáculos serão encontrados, porém é preciso minimizar seus efeitos ao máximo para que se chegue a um resultado o mais próximo da realidade possível.

Existiram alguns obstáculos a presente pesquisa. O primeiro é baseado no fato de o assunto sobre financiamento ser além de extenso, estar interligado a outros diversos assuntos dentro da administração financeira. Desta forma não foi possível abordar minuciosamente financiamento e suas interligações devido ao pouco tempo para se realizar a pesquisa. Além disso, procurou-se fazer um questionário enxuto para que não houvesse o risco de o índice de respondentes ser baixo.

Outra limitação encontrada está ligada ao fato de a proposta da pesquisa ser de um censo, porém houve dificuldades de acesso a alguns lojistas, devido à falta de tempo e disponibilidade dos mesmos para responder ao questionário, ou devido ao fato de alguns poucos

estabelecimentos comerciais fiquem dias seguidos fechados, mesmo em horário comercial e em que o shopping está funcionando.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

A seguir haverá uma breve apresentação do Trindade Shopping, de modo a melhor conhecer o objeto de estudo deste trabalho, e os dados coletados serão apresentados e analisados, buscando convergir com a fundamentação teórica apresentada, para que se possa responder ao problema definido assim como aos objetivos desta pesquisa.

4.1 TRINDADE SHOPPING

O Trindade Shopping, ou como é mais conhecido, Shopping Trindade, está localizado na rua Lauro Linhares, nº 2123, no bairro Trindade, em Florianópolis – SC. Pelo fato de estar muito próximo à Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), este local possui um fluxo de pessoas intenso, o que traz benefícios ao shopping de modo a atrair maior número de visitantes.

De modo a atender as necessidades de seus visitantes e consumidores, encontram-se empresas prestadoras de serviços diversos, comércio em geral e empresas do ramo alimentício, formando um total de 46 estabelecimentos comerciais.

Dentre empresas prestadoras de serviços, localizam-se no shopping as seguintes: Laboratórios Unidos, Salão Gonsati Barbearia, Color System, Ateliê de Reparos, STB – Student Travel Bureau, Campus Viagens e Turismo, Salão Isabela, Evidência Imóveis, Ricardo Consertos e Multi Print.

Dentre as empresas do comércio em geral, estão localizadas no shopping as seguintes: Kock Kids, Kock Calçados, Beatrice Complementos, Someday, Media Tools, Cor di Rosa, Kock Suf Shop, Ótica Especialista, Perfil Moda Íntima, Silvana Jóias, Moleca de Praia, Branca Aviamentos, Mountain Brasil, Aroma e Artes, Maricota Brinquedos e Presentes, Bamboo, Floripa Sex Store, Internet e Eletrônicos, Paola, Vellum e Ipanema Mix.

Dentre as empresas do ramo alimentício, situam-se no shopping as seguintes: Palazzo Cafeteria e Restaurante, Soul Salada, Palácio China, Zuppo's Restaurante, De Grill, Mini Kalzone, Mambo Juice, Na Chapa, Pukurô, Bomboniére, La Boheme Café, Sabore Sorveteria, Sabor Expresso, Rocco e El Eliom.

Para melhor atender a estas pessoas durante sua visita ou compras, o shopping disponibiliza estacionamento rotativo de segunda a

sábado, segurança, ambiente climatizado (SHOPPING TRINDADE, 2010).

O horário de funcionamento das lojas é de segunda a sexta-feira das 9h às 21h e aos sábado das 9h às 19h, enquanto a praça de alimentação funciona de segunda a sexta-feira das 10h às 22h, aos sábado das 10h às 22h e aos domingos das 10h às 18h (SHOPPING TRINDADE, 2010).

4.2 ANÁLISE DOS DADOS

A seguir será apresentada a análise dos dados coletados através do questionário.

A primeira questão aborda a posição no estabelecimento comercial ocupada pelo respondente do questionário, conforme mostrado no quadro 1, que apresenta as respostas em números absolutos, e na figura 4, que apresenta a representatividade de cada resposta em percentual.

Questão 1 - Qual é a posição que você ocupa neste estabelecimento comercial?	
Valor absoluto	
Proprietário (a)	22
Gerente	10
Funcionário (a)	5
Outro	0
TOTAL	37

Quadro 1 - Questão 1

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

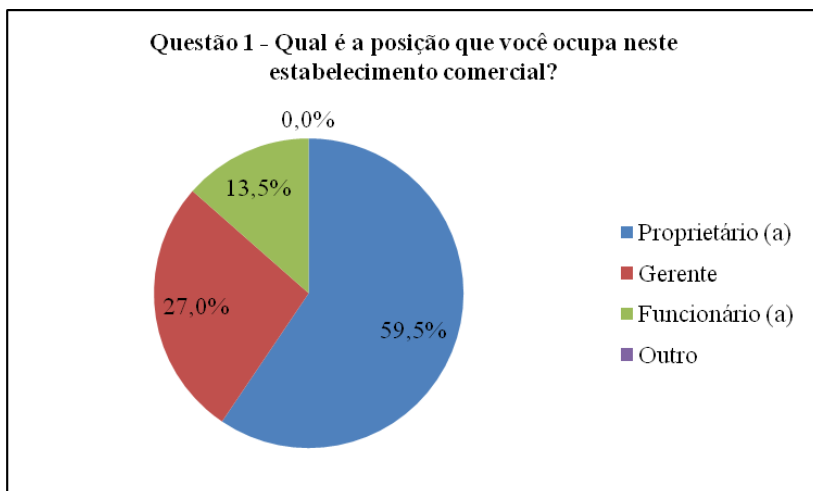


Figura 4 - Questão 1

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

A partir dos dados coletados é possível perceber que na maioria dos estabelecimentos comerciais do shopping, representando 59,5%, o proprietário se mostra presente no dia a dia da empresa, o que poderíamos concluir uma possível centralização nas decisões ou, ao menos, uma possível presença dos sócios proprietários em decisões diversas da empresa. Em 27% dos casos quem respondeu ao questionário foi o gerente, mostrando possível dificuldade de certos assuntos e oportunidades conseguirem ser tratadas pelos proprietários. Com representatividade de 13,5% da amostra, os respondentes foram funcionários.

A segunda questão investiga qual é o ramo do estabelecimento respondente, conforme mostrado no quadro 2 e na figura 5.

Questão 2 - Qual é o ramo de atuação deste estabelecimento?	
Valor absoluto	
Serviços	8
Alimentício	10
Comércio em geral	19
TOTAL	37

Quadro 2 - Questão 2

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

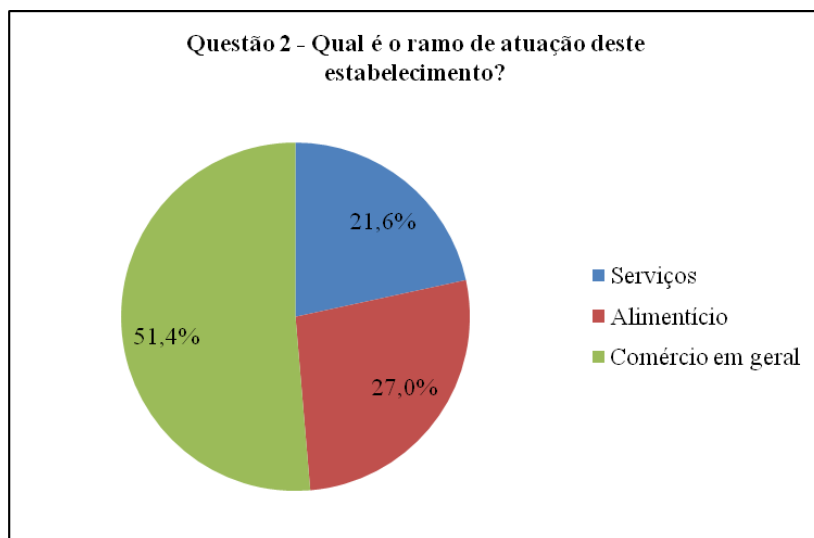


Figura 5 - Questão 2

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

A figura 5 mostra que 51,4% dos estabelecimentos respondentes do questionário pertencem ao ramo do comércio em geral, 27% ao alimentício e 21,6% ao de serviços.

Assim, percebe-se que o maior segmento Trindade Shopping é ligado ao comércio em geral. Isso significa que o shopping possui estabelecimentos que negociam produtos, mercadorias, o que poderá, ao decorrer desta pesquisa mostrar a necessidade de maiores investimentos, seja isso através de capital próprio ou através de financiamento com capital de terceiros.

Por outro lado, 48,6% dos estabelecimentos questionados lidam com a simples venda de serviços ou de produtos alimentícios, podendo acarretar em poucos investimentos e poucas necessidades de financiamentos. Cabe salientar que os produtos alimentícios citados se referem ao consumo preferencialmente instantâneo, já que são estabelecimentos de uma praça de alimentação de um shopping, e não mercados que têm que possuir grandes quantidades em estoques, exigindo, conseqüentemente, maior capital investido.

A terceira questão pergunta a classificação do estabelecimento quanto ao sistema tributário, conforme apresentado no quadro 3 e na figura 6.

Questão 3 - De acordo com o sistema tributário, este estabelecimento é classificado como:	
Valor absoluto	
Microempresa	30
Empresa de pequeno porte	5
Empresa de grande porte	2
TOTAL	37

Quadro 3 - Questão 3

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

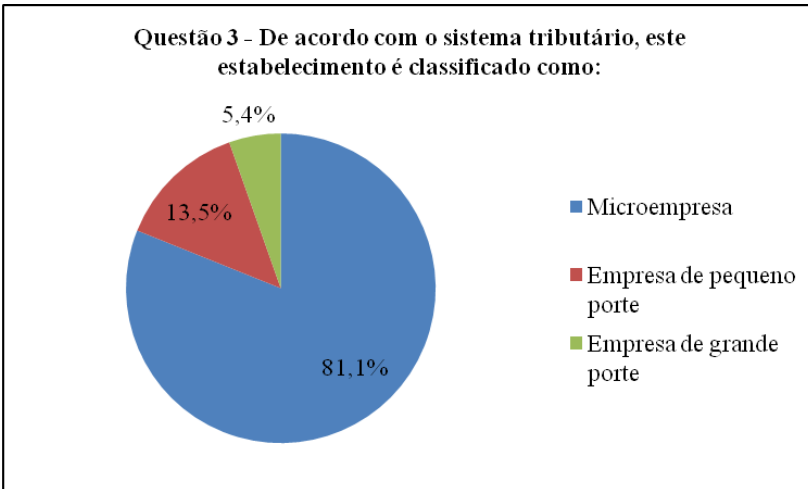


Figura 6 - Questão 3

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Os dados obtidos mostram que 81,1% dos respondentes afirmaram ser microempresa, 13,5% empresa de pequeno porte e 5,4% empresa de grande porte.

Existe a possibilidade de em alguns estabelecimentos ter havido a dificuldade na classificação da empresa, já que dois respondentes afirmaram que o estabelecimento em questão é de grande porte, ou seja, a receita bruta anual auferida é acima de R\$ 2.400.000,00, o que gera um montante de R\$ 200.000,00 mensais, o que não se mostra compatível com a realidade das respostas que seguiram quanto a faixa de renda mensal auferida pela empresa, mostrando as referidas dúvidas de definições dos portes das empresas.

A questão 4, mostrada no quadro 4 e na figura 7, aborda a estrutura de capital utilizada pelos estabelecimentos comerciais do Trindade Shopping.

Questão 4 - Este estabelecimento é gerido com:	
	Valor absoluto
Somente capital próprio	17
Somente capital de terceiros	2
Capital próprio e capital de terceiros	18
TOTAL	37

Quadro 4 - Questão 4

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

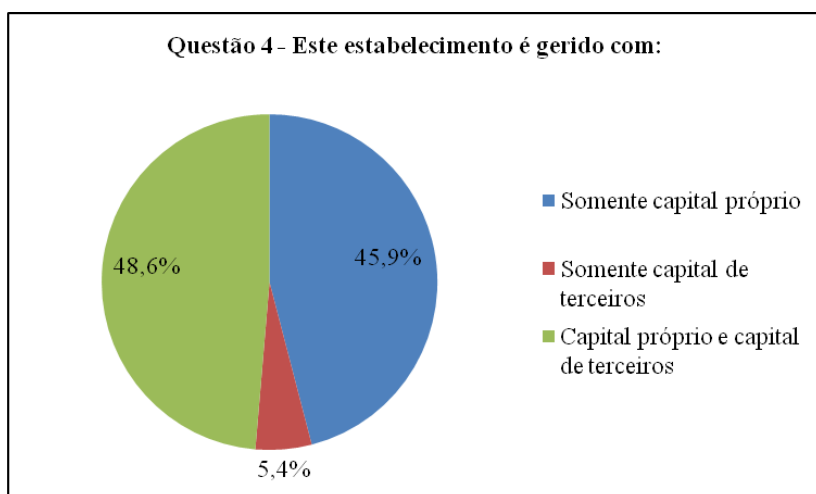


Figura 7 - Questão 4

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Com a finalidade de evidenciar a estrutura de capital dos empreendimentos do shopping a quarta questão segue com o percentual de investimentos próprios, de terceiros e, por fim, investimentos próprios e de terceiros juntos no mesmo empreendimento.

Em 17 empresas, ou 45,9%, os respondentes indicam que existe apenas investimentos próprios em seus estabelecimentos. Isso poderia estar relacionado ao tamanho de investimento, tanto inicial quanto a investimentos para manutenções, os quais, no geral, tendem a ser baixos nos casos do ramo de serviços e alimentício do Trindade Shopping.

Já para o caso de 48,6% dos casos estudados a estrutura de capital é mais complexa, tendo a participação de dispêndios próprios e de

terceiros. Assim, 18 empresas podem evidenciar uma maior necessidade de investimentos iniciais e de manutenções.

Com uma parcela menor dos participantes, 2 empresas, 5,4% da pesquisa, estão diretamente ligadas a capital de terceiros. Essas empresas podem fazer parte de uma rede de marca maior que por sua vez investiu de forma própria através do crescimento orgânico de sua rede. Ou seja, nos casos em questão, o investimento pode ter vindo da matriz (marca) da loja.

Segue a quinta questão de forma a abordar o tamanho das empresas de forma contábil e através de faixas de faturamento em base mensal, como mostra a síntese abaixo, no quadro 5 e na figura 8.

Questão 5 - Dentre os intervalos da média de faturamento (receita bruta) mensal abaixo, este estabelecimento se encaixa em qual? Em hipótese alguma será identificado o estabelecimento respondente deste questionário, mas caso você prefira, deixe a resposta em branco.	
Valor absoluto	
Abaixo de R\$ 10.000	5
De R\$ 10.001 a R\$ 20.000	8
De R\$ 20.001 a R\$ 35.000	2
De R\$ 35.001 a R\$ 50.000	2
De R\$ 50.001 a R\$ 65.000	2
De R\$ 65.001 a R\$ 100.000	0
De R\$ 100.001 a R\$ 200.000	0
Acima de R\$ 200.000	0
Não respondeu	18
TOTAL	37

Quadro 5 - Questão 5

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

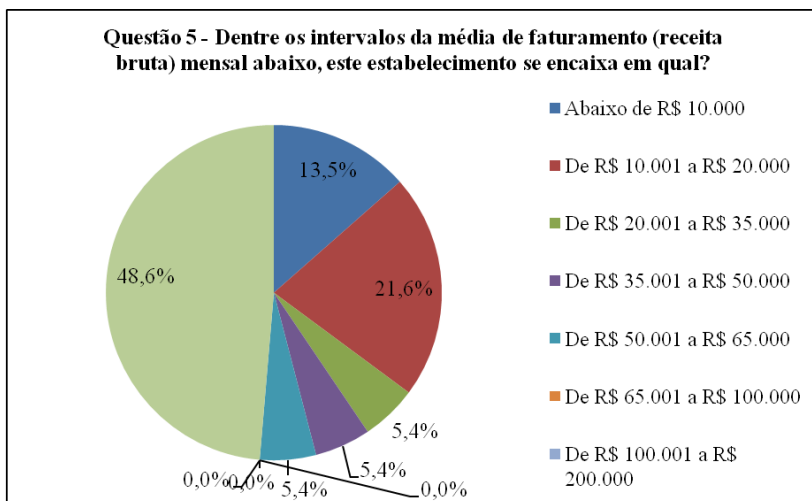


Figura 8 - Questão 5

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

A quinta questão tem o intuito de conhecer o tamanho dos empreendimentos do shopping através de seus resultados. A questão se mostrou difícil para o entendimento comum, pois 48,6% da amostra não respondeu à questão, podendo evidenciar uma possível dificuldade no entendimento contábil do tamanho da empresa ou mesmo a dificuldade no auto julgamento quanto ao faturamento. Cabe salientar que a grande quantidade de respostas em branco poderia indicar o descontrole das empresas quanto a seus retornos, refletindo dúvidas quanto aos seus resultados.

A questão 6 aborda a quantidade de vendas a prazo frente as vendas normais. A questão se mostrou importante, pois evidencia uma possível necessidade de financiamentos, próprios ou de terceiros, por prazos limitados ou ilimitados. Os devidos prazos e necessidades poderiam ser constatados através de percentuais altos nas vendas a prazo e as formas providas dos financiamentos seriam lembradas pela quarta questão, por exemplo, ou seja, pela estrutura de capital encontrada.

Questão 6 - Em qual intervalo se encaixam as vendas a prazo deste estabelecimento, em relação ao total de vendas?	
Valor absoluto	
0%	13
1 a 20%	8
21 a 40%	2
41 a 60%	7
Acima de 61%	7
TOTAL	37

Quadro 6 - Questão 6

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

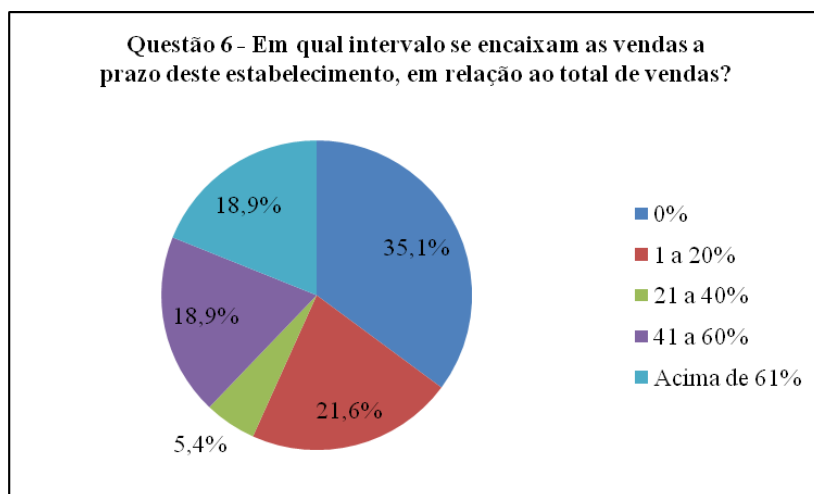


Figura 9 - Questão 6

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

A questão em análise surpreendeu quanto a pulverização das respostas. A faixa percentual de vendas a prazo de 21% a 40% do total de vendas está bem abaixo dos demais percentuais. Quanto a surpresa da questão, trata-se de um alto grau relativo de vendas a prazo por parte do shopping e principalmente, confrontando, a questão atual com questões passadas, como a segunda questão, que aborda o peso dos setores evidenciados no shopping, os dados mostram uma estrapolação de

vendas a prazo acima de uma divisão setorial. Com isso a questão evidencia a presença de vendas a prazo não importando se o estabelecimento está prestando um serviço, vendendo um produto de bens duráveis ou ligado a uma refeição, pois em todos os segmentos se tem uma possível necessidade de ajustes de contas a pagar e a receber mediante a presença de vendas a prazo.

Quanto a sétima questão, depois de conhecer as empresas existentes no shopping, abordar apenas os tomadores de empréstimos, finalidade do estudo. Assim, o quadro 7 investiga a existência de tomadores de recursos.

Questão 7 - Este estabelecimento possui alguma forma de financiamento (empréstimo)?	
Valor absoluto	
Não	18
Sim	19
TOTAL	37

Quadro 7 - Questão 7

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

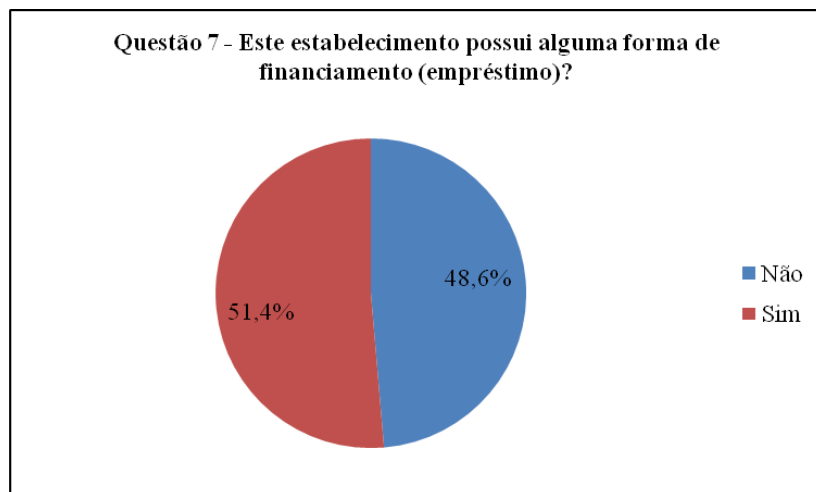


Figura 10 - Questão 7

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

A questão 7 mostra a existência de 19 estabelecimentos que possuem alguma forma de financiamento. Em contra partida, 18 estabelecimentos não buscam financiamentos como forma de sua estrutura.

Quanto aos tomadores de empréstimos, que representam 51,4% dos casos, vale lembrar que poderiam ser os mesmos que responderam “investimentos de terceiros” e investimentos “próprios e de terceiros”, ambas na quarta questão, fato que levaria a uma certeza maior da origem dos recursos denominados de terceiros.

De forma a trabalhar com os motivos de as empresas não possuírem financiamentos, a questão 8 aborda os motivos que levaram a essa decisão, conforme evidenciado pelo quadro 8 e pela figura 11.

Questão 8 - Se não possui nenhuma forma de financiamento, qual o motivo?	
	Valor absoluto
Não tenho necessidades de financiamento	9
Dificuldade de acesso ao crédito.	7
Não possuo conhecimento sobre o assunto.	2
TOTAL	18

Quadro 8 - Questão 8

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

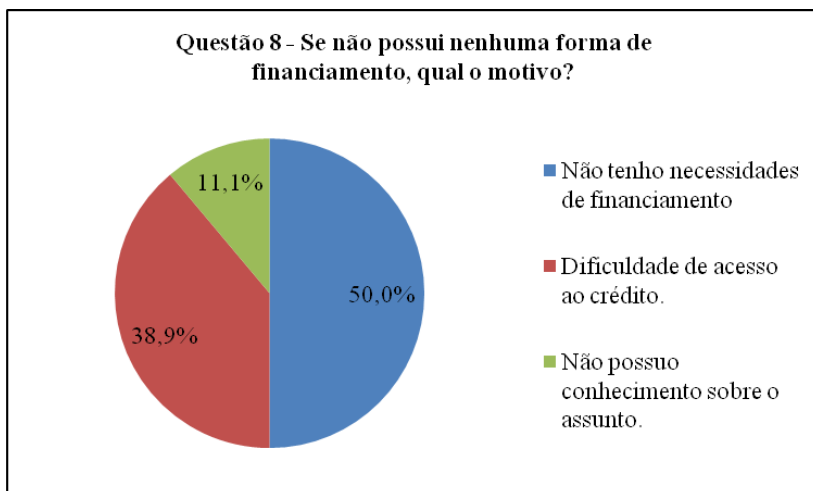


Figura 11 - Questão 8

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Apesar de 50% das respostas serem relacionadas a falta de necessidade de financiamento, podemos constatar que nem todos os respondentes que não aderiram a alguma linha de financiamento foi por falta de necessidade, mas sim, para uma parcela dos respondentes, pela dificuldade de acesso ao crédito ou até mesmo pela falta de conhecimento sobre o assunto.

A presente questão aumenta a certeza da necessidade por trabalhos e por esforços de divulgar conhecimento sobre formas de financiamentos pois partes dos respondentes, caso tivessem conhecimento sobre o assunto, poderiam analisar suas necessidades e impulsionar seus negócios. Em relação à dificuldade de acesso ao crédito, o que foi constatado nesta pesquisa vai ao encontro do que foi constatado na pesquisa do SEBRAE (2004c), ou seja, diversos empresários se queixam sobre a dificuldade de acesso ao crédito.

A partir da nona questão, os respondentes são somente aqueles que possuem alguma forma de financiamento, apurando de forma mais específica os dados de interesse desta pesquisa.

Com a finalidade de mensurar os envolvidos na tomada de decisão e responsáveis pelas formas de uso e adequação por parte da empresa em assuntos de financiamentos, a nona questão pergunta qual é o responsável pelos assuntos de financiamento dentro da empresa. Segue o quadro 9, com as respectivas respostas.

Questão 9 - Quem é o responsável pelos assuntos relacionados a financiamentos?	
Valor absoluto	
Proprietário (a)	17
Gerente	2
Funcionário (a)	0
Outro	0
TOTAL	19

Quadro 9 - Questão 9

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

A questão ressalta a importância do assunto, pois a mesma evidencia a grande participação de sócios/proprietários no envolvimento das decisões quanto a financiamentos.

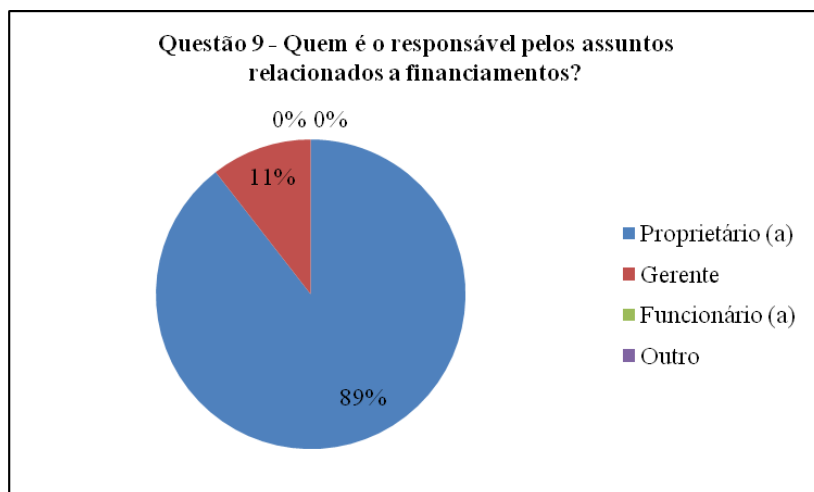


Figura 12 - Questão 9

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

A pequena participação de gerentes na tomada de decisão quanto a financiamentos pode estar diretamente ligada ao tamanho das empresas, pois buscando um paralelo quanto ao número de empresas que citaram a presença do gerente na decisão, poderiam ser as mesmas de porte maior cujo os recursos poderiam vir da marca ou de uma rede

de lojas cabendo ao gerente as decisões quanto aos recursos e uso dos mesmos naquela unidade.

A questão 10, mostrada no quadro 10 e figura 13, aborda a quantidade de linhas de financiamento cada estabelecimento possui, pois existem várias linhas diferentes, podendo um mesmo estabelecimento usufruir de mais de uma.

Questão 10 - Atualmente este estabelecimento possui quantos diferentes financiamentos?	
Valor absoluto	
Um	18
Dois	1
Três ou mais	0
TOTAL	19

Quadro 10 - Questão 10

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

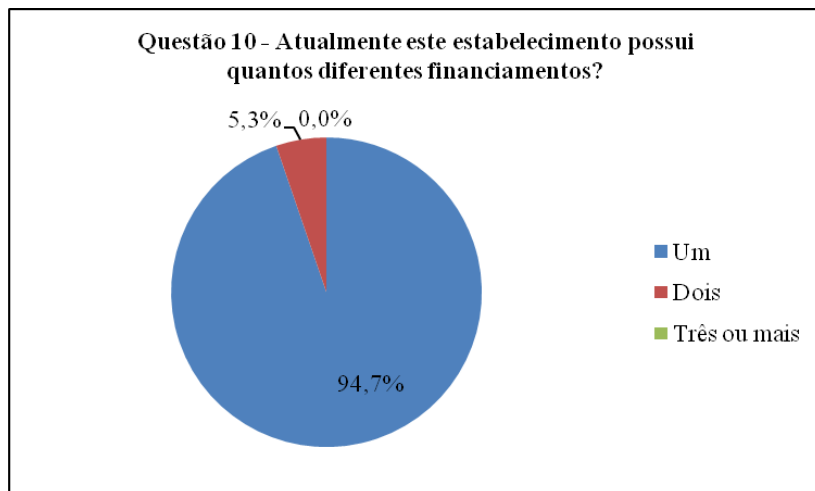


Figura 13 - Questão 10

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

A questão 10 evidencia uma concentração em apenas uma forma de financiamento, porém não necessariamente iguais para todos. Assim,

94,7% dos respondentes possuem apenas uma forma de financiamento e 5,3% possuem duas formas.

A décima primeira questão vem em linha com a finalidade de levantar dados quanto aos financiamentos propriamente ditos. A questão pergunta aos respondentes qual tipo de financiamento o estabelecimento optou por adquirir. Segue quadro 11 e figura 14 com as respostas.

Questão 11 - Qual linha de financiamento a curto prazo com recursos de terceiros este estabelecimento utiliza?	
	Valor absoluto
Não utiliza	1
Empréstimo bancário sem garantia.	6
Empréstimo bancário com garantia.	11
<i>Commercial paper</i>	0
Compras a pagar (contas ainda não pagas)	0
Compras a prazo (duplicatas a pagar)	1
Outro	0
TOTAL	19

Quadro 11 - Questão 11

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

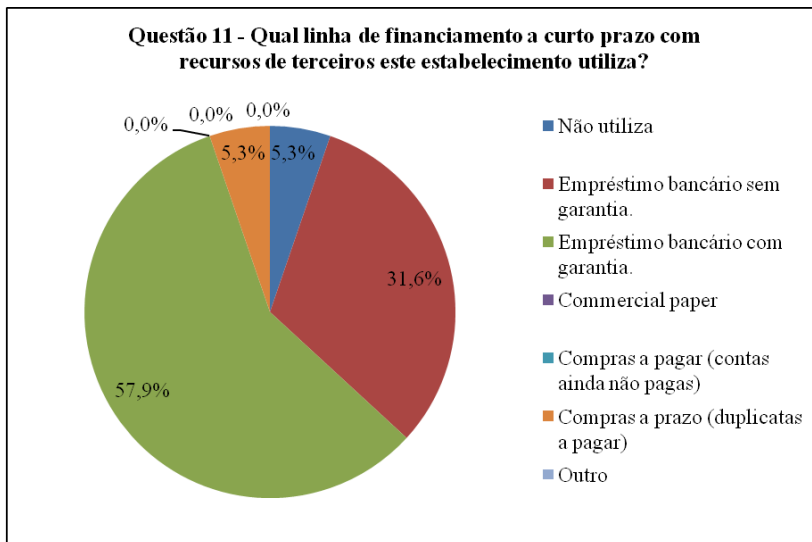


Figura 14 - Questão 11

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

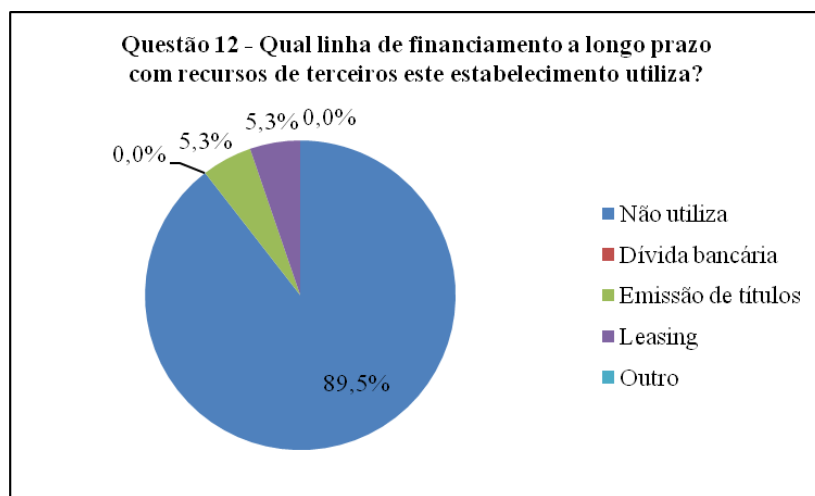
A questão mostra, com 57,9% dos respondentes, que a maior parte dos estabelecimentos adquirem empréstimos bancários, com pedidos de garantias pelo banco, como forma de financiamento. A ocorrência desse tipo de financiamento chega a ser destoada das demais formas, e assim é possível concluir que essa possa ser a forma de acesso mais fácil ou de maior conhecimento dos lojistas. Entretanto, vale salientar que os empréstimos bancários sem garantias também representam um percentual alto das respostas, sendo de 31,6%. Por fim, apenas cerca de 5% dos financiamentos não são vinculados a instituições financeiras, o que, novamente, pode evidenciar a falta de conhecimento por parte dos gestores sobre outras oportunidades e formas de se adequar quanto ao uso de recursos e regularização da estrutura de capital.

Analisadas as formas de financiamentos a curto prazo utilizadas pelos estabelecimentos, o questionário busca, através da décima segunda questão, evidenciar quais os financiamentos de longo prazo que os estabelecimentos utilizam. Segue quadro 12 e figura 15 com as respectivas respostas.

Questão 12 - Qual linha de financiamento a longo prazo com recursos de terceiros este estabelecimento utiliza?	
Valor absoluto	
Não utiliza	17
Dívida bancária	0
Emissão de títulos	1
<i>Leasing</i>	1
Outro	0
TOTAL	19

Quadro 12 - Questão 12

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

**Figura 15 - Questão 12**

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

A questão 12 evidencia uma busca dos estabelecimentos por simples financiamentos, não envolvendo excessos de linhas de financiamentos ou prazos alongados. Deste modo, 89,5% dos respondentes afirmaram não possuir nenhuma forma de financiamento a longo prazo.

Assim, a presente questão possui uma relação com a sexta questão, pois pode-se interpretar que necessidade por financiamentos de

apenas curto prazo está relacionada ao controle do fluxo de caixa. Como a pesquisa evidenciou a existência de vendas a prazo em todos os setores do shopping, os financiamentos de curto prazo podem ser, em sua maioria, para acertos de prazos de modo a manter uma situação financeira equilibrada e, conseqüentemente, sem necessidades de financiamento de longo prazo.

A décima terceira questão aborda qual fator o gestor considerou para a escolha do financiamento, conforme mostrado no quadro 13 e na figura 16.

Questão 13 - Qual o fator mais importante na escolha do financiamento?	
	Valor absoluto
Taxa de juros	16
Prazo	1
Garantias exigidas	1
Burocracia	1
TOTAL	19

Quadro 13 - Questão 13

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

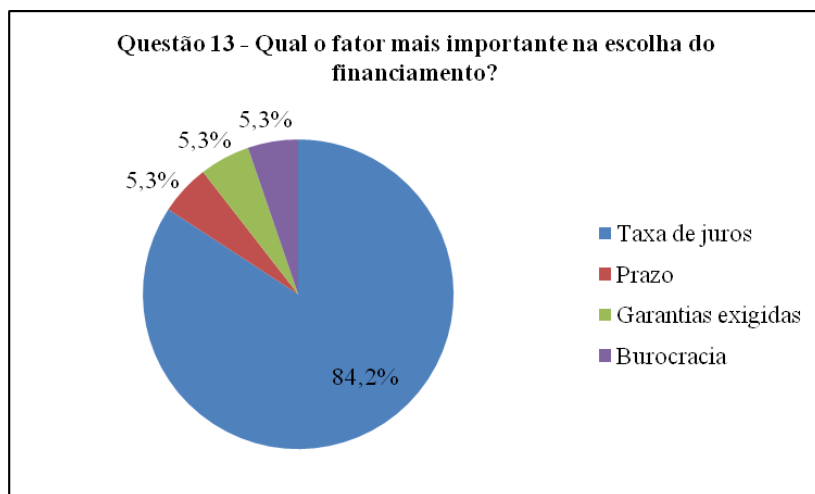


Figura 16 - Questão 13

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

As respostas quanto aos fatores que influenciam na decisão da escolha do financiamento mostraram uma grande concentração no que tange à taxa de juros, representando 84,2% das respostas. Assim, pode-se dizer que a maior preocupação das empresas é quanto elas irão pagar para obter um empréstimo.

A décima quarta questão abordou o motivo que levou os estabelecimentos comerciais a optarem por adquirir um financiamento, como mostrado no quadro 14 e figura 17.

Questão 14 - Qual foi o motivo da decisão de obtenção de financiamento?	
	Valor absoluto
Para capital de giro	14
Para investimentos em infra-estrutura	4
Para ajustar entradas e saídas	1
Outro	0
TOTAL	19

Quadro 14 - Questão 14

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

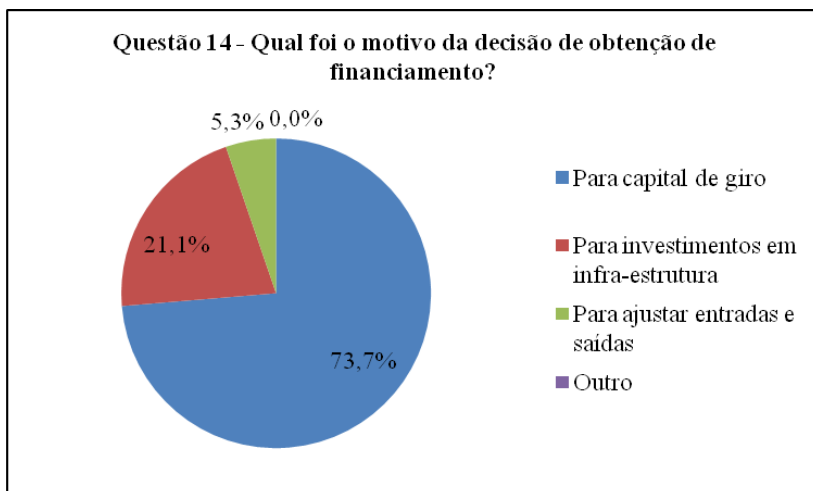


Figura 17 - Questão 14

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

A questão 14 mostra novamente a preferência dos gestores por formas e fatores mais simples de financiamento, assim como foi evidenciado nas questões de 10 a 12. Assim, a décima quarta questão mostra que 73,7% dos respondentes adquirem empréstimos para financiar o capital de giro. O capital de giro é um recurso disponível “instantaneamente” que a empresa pode utilizar para quaisquer eventuais necessidades. Por outro lado, 21% dos respondentes afirmaram que a obtenção de financiamento é destinada a investimentos em infra-estrutura. Por fim, 5,3% dos respondentes afirmaram que os recursos obtidos com o financiamento são destinados a ajustar as entradas e saídas.

A décima quinta questão aborda o conhecimento dos lojistas do Trindade Shopping quanto ao assunto orçamento de caixa. O quadro 15 e a figura 18 mostram as respostas quanto ao uso do orçamento de caixa.

Questão 15 - Você fez o orçamento de caixa (confrontou as entradas e saídas) para verificar a necessidade e o valor do financiamento?	
	Valor absoluto
Sim	2
Não	7
Não, pois não tenho conhecimento.	8
Tenho conhecimento, mas não acho crucial para o meu negócio.	2
TOTAL	19

Quadro 15 - Questão 15

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

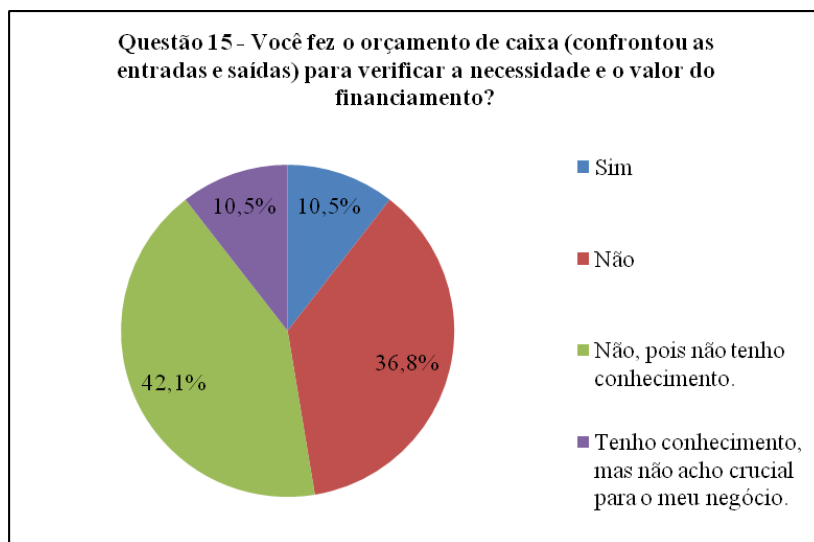


Figura 18 - Questão 15

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Levando em consideração as respostas negativas, entre elas o simples “não” e o “não, pois não tenho conhecimento”, a soma do percentual equivalente a estas respostas negativas em relação ao uso do orçamento de caixa chega a aproximados 78%, o que pode evidenciar uma carência no conhecimento referente a assuntos relevantes a financiamentos. Entretanto 21% dos respondentes têm o conhecimento

sobre o assunto, e 10,5% fizeram projeções antes de adquirirem um financiamento.

A pergunta 16 do questionário está relacionada com a elaboração da abordagem quanto ao fator ambiental, como mostrado no quadro 16 e figura 19.

Questão 16 - Sua empresa é ambientalmente correta?	
Valor absoluto	
Sim	16
Não	3
TOTAL	19

Quadro 16 - Questão 16

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

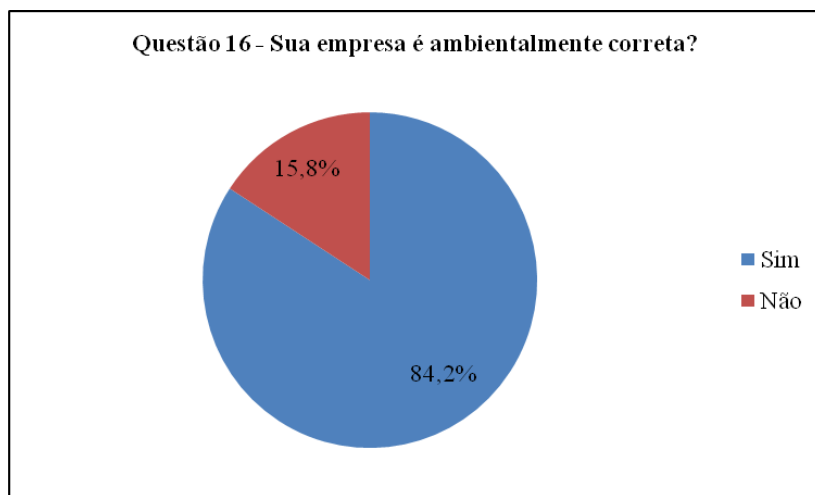


Figura 19 - Questão 16

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Os dados coletados mostram uma grande preocupação e responsabilidade das empresas no que tange ao assunto relacionado ao ambientalmente correto. Cerca de 84% das empresas mostram-se ambientalmente corretas, enquanto que 15,8% afirmam que não são ambientalmente corretas.

A décima sétima questão aborda, os benefícios, no que tange a financiamentos, que uma empresa da esfera do Trindade Shopping tem ao ser ambientalmente correta.

Questão 17 - O fato de a sua empresa ser ou não ambientalmente correta influenciou ao adquirir um financiamento?	
Valor absoluto	
Sim	2
Não	17
TOTAL	19

Quadro 17 - Questão 17

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

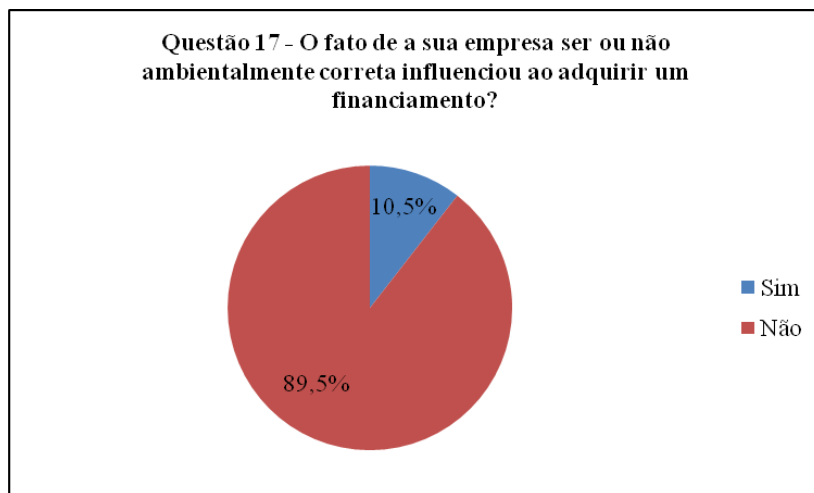


Figura 20 - Questão 17

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Com um índice de 89,5% dos respondentes disseram a questão da empresa ser ambientalmente correta não influenciou ao adquirir um financiamento. Assim, no âmbito dos empreendimentos do shopping, nota-se que as empresas não têm ganhos diretos nos financiamentos por serem ambientalmente corretas. Entretanto 10,5% das empresas

constatam benefícios quanto ao financiamento por serem ambientalmente corretas.

A questão mostra-se interessante, pois evidencia que o fato de a empresa ser ambientalmente correta influencia muito pouco, no âmbito de microempresas predominantemente, ao se adquirir um financiamento.

A décima oitava questão procura saber a situação das empresas após adquirirem uma linha de financiamento. O quadro 18 e a figura 21 sintetiza as respostas.

Questão 18 - Após pegar o financiamento (empréstimo), este estabelecimento passou a ter na maior parte do tempo:	
Valor absoluto	
Superávit (sobra) de caixa	14
Déficit (falta) de caixa	1
Zero de saldo em caixa	4
TOTAL	19

Quadro 18 - Questão 18

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

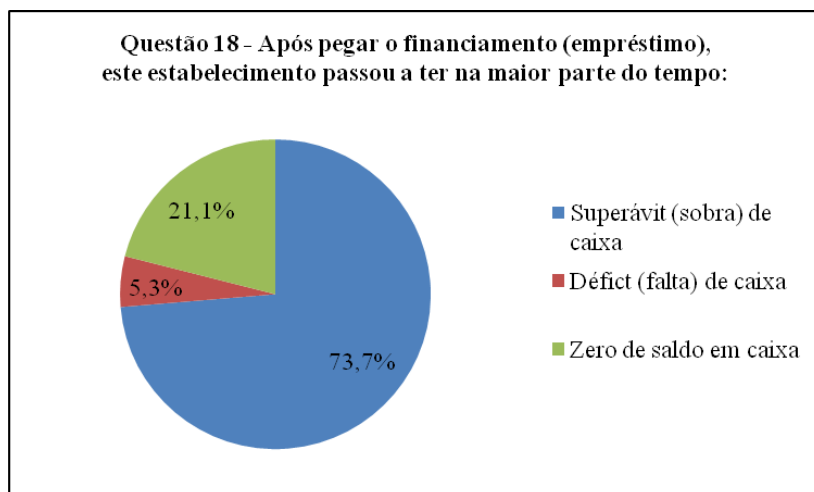


Figura 21 - Questão 18

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Os dados coletados através da décima oitava questão mostram uma melhoria no cenário corporativo do shopping, pois com cerca de 74% das empresas mostram uma estabilidade em caixa, com sobras de recursos após se financiarem. Vale, neste ponto, relembrar as formas de financiamentos escolhidas pelas empresas que, na da décima quarta questão, mostra uma tendência de escolha de financiamento para capital de giro, o que pode, possivelmente, gerar excesso de caixa para estas mesmas empresas. Desta mesma forma, tem-se aproximadamente 21% das empresas com saldo zero em caixa após a tomada do financiamento, o que pode evidenciar uma linha de financiamento adquirida para uso imediato com finalidade específica, podendo, assim, também resgatar a décima quarta questão, que traz empresas tomadoras de empréstimos para uso em infra-estrutura. Por fim, teríamos 5,3% das empresas ainda com saldos negativos em caixa, podendo mostrar uma dificuldade passageira ou mesmo nova necessidade por financiamentos.

Cabe salientar que ao existir superávit de caixa o dinheiro fica parado, deixando-se de investi-lo, e conseqüentemente deixando-se de obter algum retorno sobre tal dinheiro.

A décima nona questão pergunta sobre as dificuldades encontradas pelas empresas do shopping ao buscarem uma linha de financiamento. O quadro 19 e a figura 22 mostram as alternativas e respostas dos participantes.

Questão 19 - Na sua opinião, qual (quais) são as dificuldades para se obter um financiamento?	
Valor absoluto	
Exigência de garantias	1
Prazo de pagamento	6
Taxas de juros	11
Outra	1
TOTAL	19

Quadro 19 - Questão 19

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

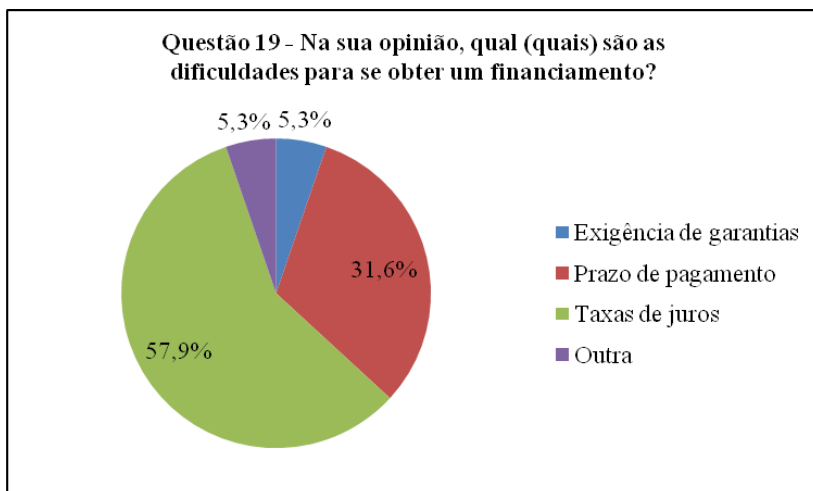


Figura 22 - Questão 19

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

Grande parte dos respondentes, 57,9%, afirmaram que a dificuldade para se adquirir um financiamento está na taxa de juros, tornando essa opção a mais escolhida entre as empresas do shopping. A questão confrontada com a décima terceira questão mostra a taxa de juros como o principal ponto de insatisfação assim como o ponto mais importante para a decisão quanto ao financiamento. De forma a abordar outras dificuldades cabíveis, 31,6% dos respondentes mostraram dificuldades quanto ao prazo de pagamento, 5% dos respondentes comentam em suas dificuldades com garantias e outros 5% possuem outras dificuldades.

Afim de confrontar os mesmos participantes de forma a optarem também por facilidades para se adquirir um financiamento o quadro 20 e a figura 23 mostram as alternativas e respostas das empresas do shopping Trindade.

Questão 20 - Na sua opinião, qual (quais) são as facilidades para se obter um financiamento?	
Valor absoluto	
Exigência de garantias	3
Prazo de pagamento	2
Taxas de juros	1
Outra	13
TOTAL	19

Quadro 20 - Questão 20

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

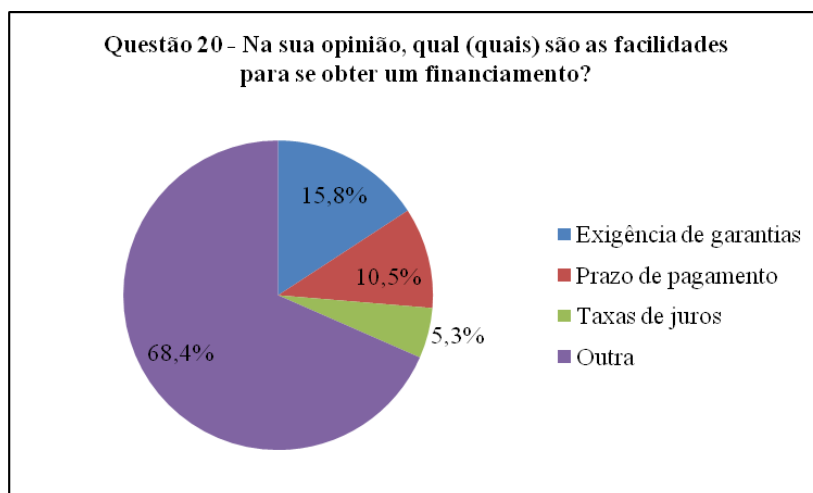


Figura 23 - Questão 20

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

De forma a mostrar as facilidades de financiamento 68,4% das empresas afirmaram existir outras facilidades de financiamento em suas respectivas realidades. Já para 15,8% dos respondentes explicam que suas facilidades foram com garantias, 10,5% dos optantes assumiram como verdade a facilidade dos prazos para pagamentos e outros 5,3% afirmou que a facilidade é a taxa de juros.

Possivelmente, já que existe uma certa dificuldade de acesso ao crédito, alguns dos respondentes que assinalaram a alternativa “outra”, consideram que não existem facilidades no que tange a financiamentos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De forma geral a análise de dados mostrou o desconhecimento dos gestores das empresas em alguns pontos sobre o assunto em questão: financiamento. A experiência em campo mostrou algumas importantes carências no conhecimento dos estabelecimentos do shopping Trindade quando abordadas questões técnicas sobre o assunto. Isso foi evidenciado na abordagem sobre os motivos que levaram algumas empresas a não obter um financiamento, tendo sido possível constatar que alguns estabelecimentos optaram pela não adesão por se julgarem inexperientes ou sem conhecimento. Através da análise dos dados pôde-se evidenciar também o pouco uso de ferramentas de gestão, como por exemplo o orçamento de caixa, um instrumento simples, mas que possui grande importância no que tange à gestão financeira.

Algumas carências de conhecimento, abordadas acima, acabam ofuscando a busca por financiamentos por parte dos lojistas, fato que pode ser observado como uma realidade do shopping.

É possível observar no shopping que diversos estabelecimentos comerciais são utilizados como forma de subsistência, já que não há, nestas lojas em questão, inovações, esforço para cativar o cliente e conseqüentemente aumentar as vendas, cumprimento com o horário de funcionamento do shopping – já que alguns ficam fechados em partes do dia, mesmo em horário de funcionamento do shopping.

Já que, como visto na fundamentação teórica, um dos grandes fatores que levam as empresas a adquirirem um financiamento é a necessidade de investimento (seja na expansão, em infra-estrutura ou outro), assim se explica o fato de quase metade dos estabelecimentos analisados não possuírem nenhuma forma de financiamento.

Um fator que pode influenciar nesta ausência de ações estratégicas de crescimento visíveis aos clientes é o fato de muitos dos gestores das empresas ali instaladas trabalharem na linha de frente das lojas, ficando presos às rotinas da empresa, não tendo tempo para analisar suas empresas com uma visão mais estratégica.

Entretanto, no shopping, existem também estabelecimentos comerciais que visam o lucro cada vez maior, e trabalham com uma visão empreendedora e de crescimento. Existem gestores das empresas ali instaladas que possuem conhecimento sobre financiamentos, gestão estratégica e cultura empreendedora, porém, ficam impossibilitados de colocar em prática tais conhecimentos devido às dificuldades que encontram ao tentar obter acesso ao crédito. Isso é fato que ocorre nos tempos atuais, que também pode ser observado em pesquisas do

SEBRAE (2004c), as quais evidenciaram uma insatisfação dos empresários pela dificuldade que se tem para conseguir um financiamento, e assim, poder fazer suas empresas crescerem.

Por outro lado, pouco mais da metade das empresas questionadas possuem financiamentos, mas grande parte dos gestores de tais empresas afirma que uma das grandes dificuldades no que tange a financiamentos disponíveis no mercado é a taxa de juros.

Foi possível perceber também que a maioria dos financiamentos obtidos pelos estabelecimentos comerciais do Trindade Shopping giram em torno de empréstimos bancários, o que poderia indicar que esta forma de financiamento é a mais simples e acessível, ou que falta conhecimentos por parte de tais gestores sobre outras fontes de financiamentos disponíveis no mercado.

A partir desta análise geral dos resultados obtidos, pode-se afirmar que foi possível atender ao objetivo geral deste trabalho, ou seja, analisar as práticas de financiamento utilizadas pelos estabelecimentos comerciais localizados no Trindade Shopping. Além disso, atendeu-se também aos objetivos específicos, ou seja, verificar quais são as fontes de financiamento disponíveis às empresas; identificar quais são as formas de financiamento mais utilizadas pelos estabelecimentos localizados no Trindade Shopping; identificar e analisar a percepção dos lojistas em relação às práticas de financiamento; e identificar a facilidade ou dificuldade dos lojistas de acesso ao crédito.

5.1 RECOMENDAÇÕES

Como foi analisado, mostra-se importante o maior conhecimento por parte dos empresários sobre gestão financeira e práticas de financiamento.

Deste modo, não só os empresários do Trindade Shopping, mas todos, no geral, devem buscar mais informações de modo a possuir uma gestão voltada ao crescimento de sua empresa.

É possível observar hoje em dia no mercado que muitos empresários não possuem formação em administração ou algum curso técnico de gestão, sendo assim interessante que os mesmos busquem conhecimentos através do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, livros, internet e etc.

Outra recomendação seria que as faculdades de Administração abrissem as portas a esses empresários, de modo a prestar uma assessoria sobre a gestão de empresas. Neste caso, quem prestaria a

assessoria não seriam os professores; pelo menos não diretamente. Os alunos poderiam prestar essa assessoria, com a crucial orientação dos professores. Deste modo, os empresários que estivessem precisando, poderiam ter um auxílio, e os alunos do curso de Administração estariam pondo em prática o que aprendem no curso de graduação, estando definitivamente mais preparados para enfrentar o mercado de trabalho ou tornarem-se empreendedores mais bem preparados.

REFERÊNCIAS

ACEVEDO, Claudia Rosa; NOHARA, Jouliana Jordan. **Monografia no curso de administração**: guia completo de conteúdo e forma : inclui normas atualizadas da ABNT. São Paulo: Atlas, 2004.

BACKER, Paul de. **Gestão ambiental**: a administração verde. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1995.

BLANK, Dionis Mauri Penning; BRAUNER, Maria Cláudia Crespo. A responsabilidade civil ambiental das instituições bancárias pelo risco ambiental produzido por empresas financiadas. In: **Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental**, v. 22, 2009. Disponível em: <<http://www.remea.furg.br/edicoes/vol22/art19v22.pdf>>. Acesso em: 13 abr. 2010.

BREALEY, Richard A.; MYERS, Stewart C.; MARCUS, Allan J.. **Fundamentos da administração financeira**. 3. ed. Rio de Janeiro: McGraw Hill, 2002.

BRIGHAM, Eugene F.; HOUSTON, Joel F. **Fundamentos da moderna administração financeira**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CASTRO, Cláudio de Moura. **A prática da pesquisa**. 1. ed. São Paulo: Mcgraw-Hill do Brasil, 1977.

CAVALCANTE, Francisco; MISUMI, Jorge Yoshio; RUDGE, Luiz Fernando. **Mercado de capitais**: o que é, como funciona. 6. ed. Rio de Janeiro: ELSEVIER, 2005.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**: para uso dos estudantes universitários. 2. ed. São Paulo: Mc Graw Hill do Brasil, 1977.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução a teoria geral da administração**. 6. ed. Rio de Janeiro: Campus; 2000.

DAFT, Richard. **Organizações**: teorias e projetos. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

DAMODARAN, Aswath. **Finanças corporativas: teoria e prática**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

DI AGUSTINI, Carlos Alberto. **Capital de giro: gestão, análise de alternativas, fontes de financiamento, estratégias de negociação, como pagar menos CPMF**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GALESNE, Alain; FENSTERSEIFER, Jaime E.; LAMB, Robert. **Decisões de investimentos da empresa**. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 7. ed. São Paulo: HARBRA, c1997.

GITMAN, Lawrence J. . **Princípios de administração financeira**. 7. ed. São Paulo: Harbra, 2002.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LEMES JÚNIOR, Antônio Barbosa; RIGO, Cláudio Miessa; CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MARTINS, Eliseu; ASSAF NETO, Alexandre. **Administração financeira: as finanças das empresas sob condições inflacionárias**. São Paulo: Atlas, 1985.

O GLOBO. **Mortalidade no primeiro ano das MPEs cai para 27%, revela Sebrae-SP**. Disponível em:
<http://oglobo.globo.com/educacao/mat/2008/10/13/mortalidade_no_primeiro_ano_das_mpes_cai_para_27_revela_sebrae-sp-585921058.asp>. Acesso em: 02 mai. 2010.

OLIVEIRA, Ualison Rébula de; ROCHA, Henrique Martins. **Estudos de redução da mortalidade das micro e pequenas empresas através de um instrumento de crédito específico para esse segmento. II** Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, 2005. Disponível em: <http://inf.aedb.br/seget/artigos05/277_ARTIGO%20MICRO%20E%20PEQUENAS%20EMPRESAS%20-%20REVISADO.pdf>. Acesso em: 02 mai. 2010.

PORTAL EXAME. **A crise obriga as empresas a ter foco. A prosperidade não.** Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br/revista/exame/edicoes/0946/gestao/crise-obriga-empresas-ter-foco-prosperidade-nao-479413.html>>. Acesso em: 01 out. 2009.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. **Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.** Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/LeisComplementares/2006/leicp123.htm>>. Acesso em: 27 abr. 2010.

ROSS, Stephen A; WESTERFIELD, Randolph; JAFFE, Jeffrey F. **Administração financeira.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ROSS, Stephen A; WESTERFIELD, Randolph; JORDAN, Bradford D. **Princípios de administração financeira.** São Paulo: Atlas, 1998.

RUDIO, Franz Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica.** 16. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1991.

SANVICENTE, Antonio Zoratto. **Administração financeira.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

SCHENINI, Pedro Carlos. **Gestão empresarial sócio ambiental.** Florianópolis: [s.n.], 2005.

SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxas de sobrevivência e mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil 2003 – 2005.** Brasília, ago. 2007. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/\\$File/NT00037936.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/8F5BDE79736CB99483257447006CBAD3/$File/NT00037936.pdf)>. Acesso em: 02 mai. 2010.

SEBRAE. **Brasil atinge maior taxa de empreendedorismo por oportunidade.** Disponível em:

<<http://asn.interjornal.com.br/noticia.kmf?canal=207&cod=9764882&indice=0>>. Acesso em: 02 mai. 2010a.

SEBRAE/SC. **CrITÉrios de classificaÇão de empresas – ME – EPP.**

Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154&%5E%5E>>. Acesso em: 26 abr. 2010b.

SEBRAE. **Pesquisa Sebrae revela por que morrem tantas empresas no Brasil.** Disponível em:

<<http://asn.interjornal.com.br/noticia.kmf?noticia=2185061&canal=207>>. Acesso em: 02 mai. 2010c.

SHOPPING TRINDADE. Disponível em:

<<http://www.trindadeshopping.com.br>>. Acesso em: 14 abr. 2010.

STONER, James. A; FREEMAN, R. Edward. **Administração.** 5. ed.

Rio de Janeiro, RJ: LTC, 1999.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa:** estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

UNICAMP. **Aprendendo sobre pesquisas.** Disponível em:

<http://www.ead.unicamp.br/trabalho_pesquisa/Pesq_quantitativa.htm>. Acesso em: 19 abr. 2010.

APÊNDICE A – Questionário aplicado nos estabelecimentos comerciais do Trindade Shopping

Esta ferramenta de pesquisa e coleta de dados faz parte do trabalho de conclusão do curso de Administração da UFSC, para obtenção de nota parcial para conseguir grau de Bacharel. O objetivo desta pesquisa é conhecer as práticas de financiamento utilizadas pelos estabelecimentos comerciais do Trindade Shopping.

Todas as informações obtidas através deste questionário são sigilosas e serão utilizadas apenas para os objetivos da pesquisa. Para garantir isto, os respondentes não devem se identificar ao responder este questionário.

1) Qual é a posição que você ocupa neste estabelecimento comercial?

- Proprietário (a)
- Gerente
- Funcionário (a)
- Outro: _____

2) Qual é o ramo de atuação deste estabelecimento?

- Serviços
- Alimentício
- Comércio em geral

3) De acordo com o sistema tributário, este estabelecimento é classificado como:

- Microempresa
- Empresa de pequeno porte
- Empresa de grande porte

4) Este estabelecimento é gerido com:

- Somente capital próprio
- Somente capital de terceiros
- Capital próprio e capital de terceiros

5) Dentre os intervalos da média de faturamento (receita bruta) mensal abaixo, este estabelecimento se encaixa em qual? Em hipótese alguma será identificado o estabelecimento respondente deste questionário, mas caso você prefira, deixe a resposta em branco.

- Abaixo de R\$ 10.000
- De R\$ 10.001 a R\$ 20.000
- De R\$ 20.001 a R\$ 35.000
- De R\$ 35.001 a R\$ 50.000
- De R\$ 50.001 a R\$ 65.000
- De R\$ 65.001 a R\$ 100.000
- De R\$ 100.001 a R\$ 200.000
- Acima de R\$ 200.000

6) Em qual intervalo se encaixam as vendas a prazo deste estabelecimento, em relação ao total de vendas?

- 0%
- 1 a 20%
- 30 a 40%
- 40 a 60%
- Acima de 61%

7) Este estabelecimento possui alguma forma de financiamento (empréstimo)?

- Não
- Sim

SE VOCÊ RESPONDEU NÃO À QUESTÃO ANTERIOR, RESPONDA À QUESTÃO 9, E O RESTANTE DE QUESTÕES DEIXE EM BRANCO. CASO TENHA RESPONDIDO SIM, NÃO RESPONDA À QUESTÃO 8; RESPONDA DA QUESTÃO 9 EM DIANTE.

8) Se não possui nenhuma forma de financiamento, qual o motivo?

- Não tenho necessidades de financiamento.
- Dificuldade de acesso ao crédito.
- Não possuo conhecimento sobre o assunto.

9) Quem é o responsável pelos assuntos relacionados a financiamentos?

- Proprietário (a)
- Gerente
- Funcionário (a)
- Outro: _____

10) Atualmente este estabelecimento possui quantos diferentes financiamentos?

- Um
- Dois
- Três ou mais

11) Qual linha de financiamento a curto prazo com recursos de terceiros este estabelecimento utiliza? Nesta questão é possível assinalar mais de uma opção.

- Não utiliza
- Empréstimo bancário sem garantia.
- Empréstimo bancário com garantia.
- Commercial paper*
- Compras a pagar (contas ainda não pagas)
- Compras a prazo (duplicatas a pagar)
- Outro: _____

12) Qual linha de financiamento a longo prazo com recursos de terceiros este estabelecimento utiliza? Nesta questão é possível assinalar mais de uma opção.

- Não utiliza
- Dívida bancária
- Emissão de títulos
- Leasing*
- Outro: _____

13) Qual o fator mais importante na escolha do financiamento?

- Taxa de juros
- Prazo
- Garantias exigidas
- Burocracia

14) Qual foi o motivo da decisão de obtenção de financiamento?

- Para capital de giro (caixa , títulos negociáveis, estoques e contas a receber).
- Para investimentos em infra-estrutura.
- Para ajustar entradas e saídas.
- Outro: _____

15) Você fez o orçamento de caixa (confrontou as entradas e saídas) para verificar a necessidade e o valor do financiamento?

- Sim
- Não
- Não, pois não tenho conhecimento.
- Tenho conhecimento, mas não acho crucial para o meu negócio.

16) Sua empresa é ambientalmente correta?

- Sim
- Não

17) O fato de a sua empresa ser ou não ambientalmente correta influenciou ao adquirir um financiamento?

- Sim
- Não

18) Após pegar o financiamento (empréstimo), este estabelecimento passou a ter na maior parte do tempo:

- Superávit (sobra) de caixa
- Déficit (falta) de caixa
- Zero de saldo em caixa

19) Na sua opinião, qual (quais) são as dificuldades para se obter um financiamento?

- Exigência de garantias
- Prazo de pagamento
- Taxas de juros
- Outra (s): _____

20) Na sua opinião, qual (quais) são as facilidades para se obter um financiamento?

- Exigência de garantias
- Prazo de pagamento
- Taxas de juros
- Outra (s): _____

Sua participação é de grande importância para este estudo! Obrigada!

Milena Thiemy Silveira Waki

E-mail: milena_thiemy@hotmail.com