

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS

MBA – CONTROLADORIA E FINANÇAS

MANOELA CASARA DE MELO

RECIPROCIDADES BANCÁRIAS

NEGOCIAÇÃO ENTRE EMPRESAS E INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

Porto Alegre

2017

MANOELA CASARA DE MELO

RECIPROCIDADES BANCÁRIAS

NEGOCIAÇÃO ENTRE EMPRESAS E INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

Projeto apresentado à Universidade do Vale do
Rio dos Sinos como requisito para aprovação
no Curso de MBA – Controladoria e Finanças.

Orientador: Prof. Dr. Jairo Laser Procianoy

Porto Alegre

2017

RESUMO

As instituições financeiras passaram por grandes transformações nos últimos anos, ampliando sua área de atuação, com a oferta de novos produtos e serviços. Seu principal foco passou a ser a diversificação das receitas e a redução do risco. Neste contexto, o presente trabalho busca avaliar a forma de atuação das instituições financeiras, nas negociações dos seus produtos e serviços na condição de reciprocidade. Tema que, muitas vezes, é considerado tabu, mas que se trata de uma prática constante no mercado financeiro. Através de uma pesquisa com profissionais que atuam na área financeira de empresas de médio e grande porte, buscou-se compreender como ocorrem as negociações de operações de crédito e contratação de serviços junto aos bancos e de que forma as empresas avaliam estas transações em relação ao seu custo. Através da análise dos dados coletados na pesquisa, foi possível entender com que frequência ocorrem estas negociações, quais os principais produtos e serviços ofertados, a forma como as empresas avaliam as condições propostas, e quais os custos que foram considerados mais relevantes na análise de contratação de uma operação de crédito.

Palavras-Chave: Reciprocidades bancárias. Custo do capital de giro. Produtos e serviços financeiros.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA	6
1.2 OBJETIVOS	7
1.2.1 Objetivo Geral	7
1.2.2 Objetivos Específicos	7
1.3 JUSTIFICATIVA E ESTRUTURA DO TRABALHO.....	7
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10
2.1 CUSTO DO CAPITAL	10
2.2 FONTES DE CAPITAL.....	11
2.3 CUSTO DE CAPITAL DE TERCEIROS	11
2.3.1 Custo do Capital Próprio – Sob a Forma de Ações Ordinárias	13
2.3.2 Custo dos Lucros Retidos	15
2.4 CUSTO MÉDIO PONDERADO DE CAPITAL	15
2.5 RECIPROCIDADES BANCÁRIAS	16
2.6 PRODUTOS E SERVIÇOS BANCÁRIOS – PRINCIPAIS RECIPROCIDADES	17
2.6.1 Captação de Recursos – Aplicações Financeiras	19
2.6.2 Cartões de Benefícios.....	21
2.6.3 Consórcios	22
2.6.4 Serviço de Contas a Pagar	23
2.6.5 Serviço de Contas a Receber	24
2.6.6 Folha de Pagamento	26
2.6.7 Título de Capitalização	26
2.6.8 Seguros.....	27
2.6.9 Custos das Operações de Crédito.....	28
2.6.10 Taxa de Juros.....	28
2.6.11 IOF	29
2.6.12 TAC, Multa por Liquidação Antecipada e Despesas com Registros	30
3 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS	32
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA.....	32
3.2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS	32
3.3 CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA	34

3.4 LIMITAÇÕES DO MÉTODO	36
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	37
4.1 HIPÓTESES E QUESTIONAMENTOS SOBRE O TEMA	44
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	46
REFERÊNCIAS	48
APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO.....	50

1 INTRODUÇÃO

Vivemos em um contexto de permanente mudança, onde o mercado financeiro passa por transformações constantes, e cabe aos gestores se adaptarem de forma rápida, buscando alternativas inovadoras para que suas empresas permaneçam competitivas.

O sistema bancário passou por diversas fases, desde o banco tradicional, onde a atividade básica consistia em depósitos e empréstimos, sendo que outros serviços inexistiam, até a evolução para o modelo de banco que conhecemos atualmente, que se iniciou a partir da Reforma Bancária de 1964 (Lei 4.595, de 31/12/1964) e a Reforma do Mercado de Capitais (Lei 4.728, de 14/07/1965). Dentre estas mudanças, o início do Plano Real impactou diretamente nas receitas dos bancos, que estavam habituados a auferir ganhos fáceis com o *floating*, oriundo das aplicações de depósito à vista dos correntistas. Além disso, o processo de globalização trouxe ao mercado uma forte concorrência de competidores estrangeiros. Diante deste novo cenário, os bancos precisavam buscar novas fontes de receita, voltando-se para a diversificação de produtos e serviços. (FORTUNA, 2010).

A busca pela diversificação das receitas tem se mostrado constante. De acordo com Alves (2016), os bancos vêm buscando alternativas para ampliar suas receitas frente à retração do crédito. As tarifas oriundas da venda de produtos e serviços têm sido a principal alternativa para diversificar e ampliar as receitas.

De acordo com o estudo publicado pelo Dieese, referente ao desempenho dos bancos em 2015, em média, a receita com a prestação de serviços e tarifas, aumentaram 8% de dezembro de 2014 para dezembro de 2015. Trata-se de uma receita crescente, que cobre entre 99% e 165% das despesas de pessoal dos maiores bancos. (DIEESE, 2015).

Neste contexto de transformação, onde surge um novo foco para os negócios do segmento bancário, buscamos aprofundar como as instituições financeiras estão atuando no mercado financeiro, de que forma ocorrem as negociações entre os bancos e as empresas, com o intuito de agregar outros produtos, como reciprocidades, nas negociações de operações de crédito e serviços.

Além disso, procuramos identificar quais os principais produtos comercializados pelos bancos e ofertados na condição de reciprocidades, e a forma como as empresas avaliam estas propostas, se estão considerando o custo da contratação de produtos como consórcios, seguros, títulos de capitalização, na avaliação do custo das operações de crédito e prestação de serviços.

Mesmo sendo um assunto recorrente e de conhecimento da maioria das empresas, ainda é pouco explorado na área acadêmica, o que despertou maior interesse no assunto.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

De acordo com Gil (2008, p. 33), “...Problema é qualquer questão não solvida, e que é objeto de discussão, em qualquer domínio do conhecimento.”

Ao longo dos últimos anos, os bancos vêm diversificando suas receitas, ou seja, estão comercializando outros produtos e serviços, como, por exemplo, títulos de capitalização, consórcios, serviço de contas a receber, pois possuem menor risco que as operações de crédito e contribuem para ampliar sua lucratividade.

As operações de crédito e alguns serviços bancários, como, por exemplo, a emissão de boletos de cobrança, possuem uma demanda natural por parte das empresas, se tratando de uma necessidade. Os bancos se utilizam desta necessidade que os clientes possuem para estruturarem negociações comerciais, incluindo no pacote outros produtos, a título de reciprocidade, que geram uma margem de lucratividade maior à instituição, mas que são demandados com menor frequência.

Ao invés de obter ganho apenas com o *spread* das operações de crédito, os bancos incluem, no pacote, outros produtos, ofertando uma condição diferenciada para a contratação da operação de crédito ou do serviço demandado, que pode ser um prazo maior para uma operação, uma carência para pagamento de parcelas, uma taxa de juros diferenciada, uma tarifa reduzida, em contrapartida, inclui um produto no qual possui uma margem de lucro maior, como por exemplo, uma carta de consórcio. Numa única negociação, ele está agregando dois produtos diferentes, com riscos e lucratividade distintos.

O objetivo deste estudo é aprofundarmos um pouco mais a forma como ocorrem estas negociações envolvendo reciprocidades, que tipos de produtos são negociados e quais as suas características, como as empresas avaliam estas propostas, quais os custos que são considerados no momento de analisar a tomada de um recurso ou a contratação de um serviço.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Identificar quais as principais reciprocidades solicitadas pelas instituições financeiras nas negociações de produtos e serviços e como as empresas avaliam estas propostas no momento da sua contratação.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar com que frequência as instituições financeiras solicitam reciprocidades às empresas nas negociações de operações de crédito e na contratação de serviços;
- b) identificar quais os principais produtos e serviços que são solicitados como reciprocidades pelas instituições financeiras;
- c) identificar quais os itens mais relevantes que são considerados pelas empresas na análise do custo das operações.

1.3 JUSTIFICATIVA E ESTRUTURA DO TRABALHO

O mercado financeiro, ao longo dos últimos anos, vem se tornando bastante competitivo. O número cada vez mais reduzido de instituições financeiras faz com que a concorrência fique mais acirrada, portanto, os bancos precisam avaliar de maneira criteriosa sua forma de atuação no mercado e seus objetivos, com o intuito de melhorar sua rentabilidade. As negociações realizadas com empresas, por possuírem uma complexidade maior e volume mais representativo, precisam ser bem estruturadas, buscando minimizar os riscos e maximizar o retorno para a instituição financeira.

Da mesma forma como os bancos precisam aprimorar suas negociações, os profissionais que atuam nas empresas estão cada vez mais exigentes e com foco em resultado, portanto as negociações propostas são avaliadas de forma criteriosa. Este cenário faz com que as instituições financeiras proponham condições atrativas, que tragam benefícios para ambas às partes para que possam chegar a um senso comum.

Este estudo se propõe a identificar como o mercado financeiro vem operando, quais as práticas adotadas pelos bancos nas negociações com os clientes, que tipos de produtos e serviços são negociados na condição de reciprocidade, e como as empresas avaliam as condições propostas.

É importante que bancos e clientes compreendam como estas negociações vêm sendo estruturadas, para que possam se posicionar e tomar suas decisões de forma mais acertada.

A solicitação de reciprocidades nas negociações, por parte dos bancos, muitas vezes, é abordada de uma forma pejorativa, indicando que este tipo de negociação se caracteriza como “venda casada”. Entende-se que este tipo de prática abusiva exista e que pode ser utilizada por algumas instituições e profissionais do mercado, mas o intuito deste trabalho é explorar as negociações que de fato ocorrem entre bancos e empresas, onde são avaliados os custos e benefícios envolvidos.

De um lado o cliente precisa atender as suas necessidades, como a captação de um recurso para realizar um investimento ou a contratação de um serviço para agilizar e automatizar um processo interno. A empresa irá buscar no mercado as instituições que possam atender esta demanda, avaliando as condições de custo, agilidade e eficiência na sua execução. Para que possam tomar uma decisão mais acertada é necessário que conheçam as principais práticas adotadas pelos bancos nas negociações.

Por outro lado, as instituições financeiras buscam melhorar suas negociações, agregando outros produtos, porém as condições precisam estar de acordo com o mercado e trazer benefícios para ambas as partes envolvidas no processo.

O presente trabalho se justifica uma vez que o tema atrai o interesse dos bancos e dos clientes, que vivenciam estas negociações no dia a dia, e, por ser pouco explorado, desperta a curiosidade dos profissionais que atuam neste mercado.

Este trabalho foi estruturado em cinco capítulos.

O primeiro capítulo contém a introdução, a definição do problema de pesquisa, o objetivo geral, os objetivos específicos do trabalho e a justificativa da escolha do tema.

O capítulo dois apresenta a revisão da literatura que dá embasamento teórico sobre o assunto.

O terceiro capítulo traz o método de pesquisa, a forma como foi desenvolvida e aplicada, a identificação do público-alvo, os métodos de coleta de dados e sua análise. Além disso, menciona as dificuldades em desenvolver esta pesquisa e as limitações do estudo.

O capítulo quatro contempla a apresentação e análise dos dados obtidos, incluindo um tópico sobre novos questionamentos que surgiram a partir da análise dos resultados e o quinto capítulo abrange as conclusões obtidas com o estudo e as considerações finais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com o intuito de agregar mais conhecimentos sobre o assunto, este capítulo aborda os principais conceitos relacionados ao tema em estudo. Os tópicos apresentados referem-se ao custo de capital, às reciprocidades bancárias e aos produtos e serviços bancários.

2.1 CUSTO DO CAPITAL

“O custo de capital é a taxa de retorno que uma empresa precisa obter nos projetos em que investe, para manter o valor de mercado de sua ação.” (GITMAN, 2010, p. 432).

Segundo Gitman (2010), o custo de capital é uma informação bastante relevante para a tomada de decisão, em relação a um investimento de longo prazo, pois, a partir deste dado, a área financeira consegue avaliar a viabilidade de um projeto, comparando o custo do capital com o retorno previsto para o investimento.

Em um conceito mais amplo, para determinarmos o custo de capital global da empresa, precisamos considerar todas as fontes de recursos utilizadas, pois a empresa toma recursos ao longo de um período, ora se utiliza de financiamentos bancários, ora de capital próprio, como por exemplo, ações ordinárias. Esta combinação de capital de terceiro e capital próprio, chamamos de estrutura de capital ideal. (GITMAN, 2010).

Segundo Vieira (2008), o principal objetivo de uma empresa é criar valor para seu acionista, ou seja, ampliar a riqueza dos proprietários do negócio. Uma das premissas para se atingir este objetivo é fazer uma boa gestão dos recursos disponíveis, realizando investimentos, onde o retorno seja superior ao custo do capital.

De acordo com os conceitos sobre o custo de capital, citados pelos autores acima, fica evidente que determinar, de maneira precisa, o custo de capital de uma empresa, incluindo todos os custos envolvidos em uma operação, é um fator determinante no momento de avaliar e optar por um novo projeto ou investimento, pois, é a partir desta informação que os gestores irão definir se o projeto possui retorno superior ao custo de capital e se estará agregando valor à companhia.

2.2 FONTES DE CAPITAL

Dentre as principais fontes de capital de longo prazo estão as dívidas de longo prazo, ações preferenciais, ações ordinárias e lucros retidos. É através destas fontes que as empresas financiam seu ativo imobilizado. Algumas organizações não se utilizam de todas essas fontes, mas, para esta finalidade de financiamento, é provável que tenham, ao menos, uma delas. (GITMAN, 2010).

No mercado brasileiro, as principais fontes de financiamento de longo prazo estão divididas em dois grupos: o mercado acionário, que trata do capital próprio através da venda de ações, e o mercado de empréstimos e financiamentos, onde são fornecidos recursos oriundos de capital de terceiros. (ASSAF NETO, 2009).

2.3 CUSTO DE CAPITAL DE TERCEIROS

Para Assaf Neto (2009), o custo de capital de terceiros é obtido a partir dos passivos onerosos que foram contratados pelas empresas na forma de empréstimos ou financiamentos. A base para efetuar este cálculo está na taxa de juros cobrada no financiamento. Este custo pode ser reduzido, a partir da dedutibilidade fiscal que é concedida aos encargos financeiros, portanto, quando efetuamos o cálculo dos juros, após a provisão de imposto de renda, a taxa final da operação fica menor. Segue abaixo o cálculo:

$$K^1 \text{ (após IR)} = K^2 \text{ (antes do IR)} \times (1 - \text{IR})$$

Sendo:

K^1 = custo do capital após imposto de renda

K^2 = custo do capital antes do imposto de renda

IR = alíquota de Imposto de Renda

Porém esta regra não se aplica para todas as empresas. Nos casos em que existe o benefício fiscal de isenção de imposto de renda ou para empresas que não auferiram lucro no exercício, o custo do capital se mantém o mesmo. Mesmo que a empresa tenha créditos fiscais de exercícios anteriores, não é aconselhável se utilizar de resultados para análise do custo atual, pois são resultados negativos ou positivos oriundos de outras situações, que irão

influenciar no cálculo do custo de capital atual e podem distorcer a análise. (ASSAF NETO, 2009).

Se compararmos o capital de terceiros com o capital próprio, o primeiro possui um risco financeiro menor para a empresa, pois, quando contratado, são estabelecidas as condições a serem cumpridas, que incluem taxas e prazos de desembolso, desta forma, a companhia consegue elaborar um planejamento desses pagamentos dentro do seu fluxo de caixa. (ASSAF NETO, 2009).

Já no capital próprio, o desembolso destes recursos fica sujeito ao retorno satisfatório sobre os valores aplicados, ou seja, se o negócio estiver se mostrando rentável, gerando valor ao acionista, é provável que este mantenha os valores investidos, mas, neste caso, a empresa não tem uma previsibilidade de desembolsos futuros, ficando atrelada ao seu desempenho. (ASSAF NETO, 2009).

A partir da década de 1980, as taxas de juros do mercado vêm apresentando uma constante elevação e passaram a onerar a tomada de recursos, fazendo com que as empresas recuassem na busca por capital de terceiros, mesmo com um risco menor. Este movimento reduziu o grau de alavancagem das empresas e, por consequência, sua competitividade no mercado. Este fato se aplica, principalmente, às empresas brasileiras. (ASSAF NETO, 2009).

As fontes de financiamento possuem um custo específico, que é calculado após o imposto de renda. Para se ter um valor mais aproximado do custo real para empresa, não são utilizadas as taxas mencionadas nos registros contábeis, pois elas não trazem o custo preciso. Considerando que os juros do capital de terceiros são dedutíveis do imposto de renda, este valor irá reduzir o lucro da empresa, logo, o valor pago de imposto de renda será menor. Para encontrarmos o custo do capital de terceiros, após o imposto de renda, utilizamos a fórmula a seguir. (GITMAN, 2010).

$R^1 = rd \times (1 - T)$, sendo R^1 - custo de capital de terceiros após IR, rd - custo antes do IR e T - alíquota do IR.

Para Megliorini (2012), o que compõem o capital de terceiros de uma empresa são os empréstimos e financiamentos contratados junto a instituições financeiras e a emissão de títulos de dívida, como é o caso das debêntures.

Para determinarmos o custo da emissão de uma debênture, precisamos criar um fluxo de caixa que demonstre todos os desembolsos envolvidos na operação. Além das taxas administrativas e do custo de colocação dos papéis no mercado, as debêntures podem ser

comercializadas com ágio ou deságio, que impactam no preço de venda. A partir do fluxo de caixa pronto, calculamos a TIR (taxa interna de retorno) deste fluxo, que determina o custo de emissão das debêntures. (MEGLIORINI, 2012).

Para o cálculo do custo dos empréstimos e financiamentos, utilizamos o mesmo método de elaboração do fluxo de caixa, onde incluímos o valor solicitado de financiamento, as taxas e comissões bancárias e descontamos o benefício com o imposto de renda. A partir deste fluxo, aplicamos o cálculo da TIR para determinarmos o custo do capital. (MEGLIORINI, 2012).

2.3.1 Custo do Capital Próprio – Sob a Forma de Ações Ordinárias

Para Gitman (2010), o custo de uma ação ordinária é quanto o investidor quer receber pela ação, qual o retorno que ele pretende obter com este ativo. As empresas possuem duas maneiras de se financiarem, através dos lucros retidos e/ou pela emissão de novas ações ordinárias. Para que possamos identificar o custo de cada uma das fontes, precisamos encontrar o custo do capital próprio, determinando o valor das ações ordinárias.

Existem várias técnicas para calcularmos o custo do capital próprio sob a forma de ações ordinárias, porém mencionamos as que possuem embasamento teórico mais sólido. Trata-se do Modelo de Gordon, onde, para se obter o valor da ação, se traz o valor presente e todos os dividendos futuros à uma taxa constante de crescimento esperada. Ou o modelo de formação de preços do ativo, que é o Custo Médio Ponderado de Capital (CAPM), onde se utiliza no cálculo o retorno requerido pelos investidores para suprir o risco do negócio, medido pelo beta. Os cálculos são realizados a partir das equações abaixo. (GITMAN, 2010).

Modelo de Gordon

$$P_o = \frac{D^1}{R_s - g}$$

Onde:

P_o = valor da ação ordinária

D^1 = dividendo por ação esperado ao final do primeiro ano

R_s = retorno requerido da ação ordinária

g = taxa de crescimento constante dos dividendos

Segundo Assaf Neto (2009), o custo de capital próprio consiste no retorno esperado pelo acionista e para mensurarmos este custo é aconselhável se utilizar de algum método de cálculo, como é o caso do fluxo de caixa descontado.

Este método consiste em trazer a valor presente o fluxo de dividendos futuros, utilizando uma taxa de crescimento projetada. Esta taxa é fundamental para o cálculo, portanto, precisamos buscar em instituições especializadas esta informação, como por exemplo, bolsa de valores, ou instituições financeiras, que apresentam ao mercado as estimativas de crescimento dos lucros, além de outras informações financeiras que podem contribuir para o cálculo do custo de capital. (ASSAF NETO, 2009).

Outro método indicado por Assaf Neto (2009) é o CAPM, que traz a relação entre risco e retorno do investimento. Quanto maior for o risco, que está sendo assumido no processo decisório, maior será a taxa de retorno exigido pelo investidor.

Para o CAPM, a taxa de retorno requerida pelo investidor deve incluir a taxa livre de risco da economia, mais um prêmio que remunere o risco sistemático apresentado pelo ativo em avaliação, e representado pelo coeficiente beta. (ASSAF NETO, 2009, p. 396).

Segundo Assaf Neto (2009, p. 396), a expressão utilizada para o cálculo do CAPM é a seguinte:

$$K_e = R_f + B \times (R_m - R_f), \text{ onde:}$$

K_e = taxa de retorno mínima requerida pelos investidores do ativo (custo de capital próprio);

K_f = taxa de retorno de ativos livres de risco;

B = coeficiente beta, medida do risco do ativo em relação ao risco sistemático da carteira de mercado.

R_m = rentabilidade oferecida pelo mercado em sua totalidade e representada pela carteira de mercado.

Dentro desta equação, surge o conceito de prêmio pelo risco de mercado, que consiste na diferença entre o retorno da carteira de mercado e a taxa de juros livre de risco ($R_m - R_f$). Ou seja, quanto o mercado está disposto a pagar, além da taxa livre de risco, considerando o maior risco assumido.

Para confrontarmos com o resultado obtido através do CAPM, podemos utilizar um método mais simplificado de cálculo do custo de capital próprio, chamado de prêmio pelo risco. O modelo se utiliza de duas variáveis: a taxa de juros paga pela empresa nos seus títulos

de dívida somada a um prêmio concedido aos acionistas por assumir o risco maior. (ASSAF NETO, 2009).

2.3.2 Custo dos Lucros Retidos

Os lucros retidos podem ser utilizados como forma de financiamento para as companhias de duas formas: podem ficar retidos e serem direcionados para capital próprio, ou serem utilizados para pagar dividendos de novas ações ordinárias emitidas, na captação de recursos. Em ambas as situações, a empresa terá o mesmo custo, mas existe uma cobrança por parte do acionista, que deixa de receber seu dividendo, e espera que o retorno seja satisfatório. Neste caso, o cálculo para obtenção do custo é o mesmo aplicado no custo da ação ordinária. (GITMAN, 2010).

Segundo Neto (2009), a retenção de lucros para investimentos é justificada, nos casos em que a aplicação destes recursos trará retorno compatível com o risco assumido. Caso contrário, a empresa deve repassar os dividendos ao acionista, para que busque no mercado alternativas mais rentáveis e com retorno compatível ao risco.

2.4 CUSTO MÉDIO PONDERADO DE CAPITAL

O custo médio ponderado de capital (CMPC) ou WACC (*Weighted average cost of capital*) se origina a partir dos custos específicos de cada fonte de capital utilizada pelas empresas, onde é feita uma ponderação de acordo com a participação das linhas na estrutura de capital. (GITMAN, 2010).

Segundo Gitman (2010), para calcularmos o CMPC ou WACC utilizamos a seguinte equação:

$$R_a = (W_i \times R_i) + (W_p \times R_p) + (W_s \times R_r \text{ ou } n)$$

Sendo:

W_i – % de participação do capital de terceiros de longo prazo na estrutura de capital

W_p – % de participação das ações preferenciais na estrutura de capital

W_s – % de participação do capital próprio na estrutura de capital

R_i – custo do capital de terceiros

R_p – Custo das ações preferenciais

R_r – Custo dos lucros retidos

A equação $W_i + W_p + W_s = 100\%$ representa o valor total do capital de uma empresa, considerando as três fontes: capital de terceiros (w_i), ações preferenciais (w_p) e capital próprio (w_s).

Para que possamos calcular a ponderação dos capitais utilizados pela empresa, podemos buscar os dados de duas maneiras: Valor contábil e Valor de mercado. Consideramos o valor de mercado mais adequado, pois buscamos o valor do capital a preços de mercado que está mais próximo do valor real, em caso de venda de um título, por exemplo. Já no valor contábil, os dados são oriundos das demonstrações contábeis e refletem os custos do momento da contratação. (GITMAN, 2010).

2.5 RECIPROCIDADES BANCÁRIAS

É a forma com que as instituições bancárias tentam elevar a rentabilidade de suas aplicações, refletindo por sua vez no custo ao cliente. Em épocas de escassez de recursos, dadas por políticas monetárias restritivas de crédito que levam a uma maior seletividade, essa modalidade indireta de encargo é mais adotada. (MATIAS, 2007, p. 126).

Segundo Matias (2007), em momentos em que o crédito está mais restritivo, a maneira encontrada pelas instituições financeiras em ampliar a sua rentabilidade é agregando reciprocidades. A venda de produtos e serviços como seguros, títulos de capitalização, folha de pagamento e a retenção de valores concedidos através de uma linha de crédito, gerando saldo médio, estão entre as principais práticas adotadas. Como o banco atua como um prestador de serviços, através do contas a receber (duplicatas), outra reciprocidade utilizada é o *floating*, que consiste em reter os valores recebidos, repassando o recurso à empresa favorecida, após o prazo estabelecido. Esta condição precisa ser bem observada pelas empresas no momento de negociar com o banco o serviço de contas a receber, pois esses dias de *floating* geram à empresa um custo, considerando que não terão a disponibilidade do recurso no dia em que o cliente efetuar o pagamento.

O termo “*floating*”, utilizado por Mathias (2007), na prática significa que o banco recebe um crédito que é destinado a uma empresa, porém, ao invés de repassar o recurso para a conta da empresa na data do recebimento, o banco fica com o recurso por um período

previamente acordado, que pode ser de um, dois dias, ou mais. Durante este período, o banco se utiliza do recurso, porém não possui custos, pelo fato de não estar remunerando aquele valor, podendo auferir ganhos através de uma aplicação financeira ou emprestando em uma linha de curtíssimo prazo. No prazo acordado, o banco libera o recurso para conta do cliente, que irá utilizar o valor de acordo com a sua necessidade.

“A reciprocidade bancária é alvo de críticas contundentes quando computada na determinação da taxa efetiva dos juros cobrados sobre as operações de desconto ou outras modalidades de empréstimos a curto prazo”. (BRAGA, 2010, p. 135).

Segundo Braga (2010), mesmo que o mercado conteste esta prática das instituições financeiras, em solicitarem reciprocidades bancárias nas negociações de operações de crédito, ela é utilizada. Existem alguns pontos que justificam a política adotada pelos bancos, como, por exemplo, os elevados custos operacionais e administrativos e possuem regras para aplicar os recursos captados no mercado.

Do montante total captado em depósitos à vista, por exemplo, parte é recolhida de forma compulsória ao Banco Central, outra fatia é destinada a linhas de financiamento com juros reduzidos, outra parte fica em tesouraria e o restante fica disponível para empréstimos ao mercado, com taxas mais atrativas. (BRAGA, 2010).

2.6 PRODUTOS E SERVIÇOS BANCÁRIOS – PRINCIPAIS RECIPROCIDADES

Segundo Fortuna (2013), a atividade bancária passou por uma transformação no início do século XXI, onde vários fatores influenciaram nestas mudanças, como a globalização, a entrada do Plano Real, privatizações, fusões, a adesão do Brasil aos Acordos de Basileia e a entrada de bancos estrangeiros no país. O setor bancário foi fortemente pressionado a se reposicionar.

A partir da entrada do Plano Real, os bancos perderam uma das fontes de receita mais fáceis, o *floating*, pois não exigia grandes esforços e competência, precisavam apenas captar depósitos à vista. Para bancos com grande número de clientes pessoa física, era uma tarefa muito tranquila. A prática consistia na aplicação dos recursos de depósito à vista dos correntistas a taxas que chegavam a 80% ao mês, impulsionada por uma inflação em patamares elevados. (FORTUNA, 2013).

Dentro deste contexto, o termo *floating*, mencionado por Fortuna (2013), se refere a uma prática utilizada pelos bancos antes da criação do Plano Real, onde devido aos altos

índices de inflação, as taxas de aplicações eram elevadas, possibilitando ganhos expressivos. Desta forma, os bancos aplicavam os recursos que estavam em depósito à vista, por um dia, mantendo a liquidez para o cliente. Diferente do *floating* que é utilizado hoje, onde os valores ficavam retidos, conceito este abordado por Mathias (2007).

Diante deste cenário, os bancos foram forçados a buscar novas fontes de receitas para suprir os ganhos obtidos com o *floating*. A partir daí foram surgindo novos produtos e serviços, além de um foco maior no atendimento e fidelização dos clientes. Visualizamos melhor esta mudança de posicionamento, através dos números do setor, que apontam, em 1994, uma receita com a venda de produtos e serviços de 4%, já, em 2002, este número passou para 20%. Outro número que evidencia esta transformação é o percentual da despesa com pessoal, que é paga com a receita dos serviços. Em 1994 era de 40%, já em 2002, 100% da despesa é paga com esta receita. (FORTUNA, 2013).

Cada instituição financeira possui sua forma de negociar as reciprocidades com os clientes. O direcionamento para determinado produto ou serviço irá depender do foco que a instituição possui. Por exemplo, nos bancos que estão buscando captar mais recursos no mercado para reforçar o caixa, a área comercial será orientada a incluir nas negociações que envolvem a captação de recursos, como o CDB.

É importante salientar que se tratam de negociações entre banco e cliente, onde o banco apresenta sua proposta, para que o cliente faça sua análise e verifique se atende ou não a sua necessidade; o cliente não fica obrigado a adquirir algum produto ou serviço, no qual não tenha interesse.

Para ilustrarmos melhor quais as vantagens na negociação de uma reciprocidade, podemos considerar a seguinte situação: um cliente necessita de um financiamento bancário para a compra de um veículo. Ao procurar um banco e apresentar sua demanda, irá receber uma proposta onde serão apresentadas as condições para contratação do financiamento, prazo de pagamento, percentual de financiamento e taxa de juros, e também a proposta de seguro para este veículo, pois, normalmente, quando o veículo é financiado, o banco exige a contratação do seguro total do bem, pois o mesmo fica em garantia da operação de crédito. O banco pode ofertar diferentes condições, por exemplo, uma proposta incluindo apenas o financiamento, com tarifas de contratação e taxas de juros, e outra proposta com uma taxa de juros menor para o financiamento, porém, incluindo a contratação do seguro do veículo com o próprio banco.

Pelo fato da linha de crédito exigir o seguro total do bem, não significa que o seguro precisa ser contratado com a mesma instituição, mas, para o cliente, é uma oportunidade de

negociar o seguro como uma reciprocidade e reduzir outros custos, como tarifas de contratação, taxas de juros, entre outras despesas.

Nesta situação, o banco terá ganhado com o *spread* do financiamento e com o seguro do veículo, além de estar diversificando a sua receita, através de dois produtos distintos. Se considerarmos que o cliente tem a intenção de fazer um seguro do veículo, independente da exigência do banco ou não, é uma maneira do cliente buscar uma negociação que propicie um custo de financiamento menor, devido à contratação da reciprocidade através do banco.

A seguir iremos detalhar os principais produtos e serviços comercializados pelas instituições financeiras e utilizados nas negociações a título de reciprocidade.

2.6.1 Captação de Recursos – Aplicações Financeiras

O Certificado de Depósito Bancário (CDB) e o Recibo de Depósito Bancário (RDB) são as modalidades mais utilizadas para captação de recursos por parte dos bancos, respeitando as regras previstas na Resolução 3.454, de 30/05/07, que determina quais instituições estão aptas a captar através destes produtos. (FORTUNA, 2013).

O CDB é um título de crédito escritural, e o RDB um recibo e sua emissão gera a obrigação das instituições emissoras de pagar ao aplicador, ao final do prazo contratado, a remuneração prevista – que será sempre superior ao valor aplicado. (FORTUNA, 2013, p. 219).

CDB/RDB nada mais são do que uma dívida que a instituição financeira possui junto ao cliente. O valor pago por esta dívida está estipulado através da remuneração acordada no momento da aplicação. Esta taxa poderá ser pré-fixada, onde a remuneração é definida na contratação, ou pós-fixada, onde o cliente recebe um percentual da taxa do mercado interbancário (DI), sendo o pós-fixado o mais utilizado no mercado, pela flexibilidade de prazo. (FORTUNA, 2013).

Foi determinado, através da Circular 2.905, de 02/08/99, que os títulos que possuem taxas pré-fixadas ou pós-fixadas, não possuem um prazo mínimo para aplicação, ou seja, o cliente pode aplicar o recurso e resgatá-lo dentro do prazo que for conveniente, por exemplo, com cinco dias, dez dias, ou 200 dias, porém, quando resgatado no prazo inferior a 30 dias corridos, os rendimentos ficam sujeitos à tabela progressiva de Imposto sobre Operações Financeiras (IOF), onde será descontado um percentual dos rendimentos auferidos no período. (FORTUNA, 2013).

Abaixo o Quadro 1 traz a tabela progressiva.

Quadro 1 – Imposto sobre operações financeiras (IOF)

Imposto sobre Operações Financeiras – IOF					
nº dias	% do rendimento	nº dias	% do rendimento	nº dias	% do rendimento
1	96	11	63	21	30
2	93	12	60	22	26
3	90	13	56	23	23
4	86	14	53	24	20
5	83	15	50	25	16
6	80	16	46	26	13
7	76	17	43	27	10
8	73	18	40	28	6
9	70	19	36	29	3
10	66	20	33	30	0

Fonte: Barrisul (2017)

Segundo Fortuna (2013), além do IOF, os CDB e RDB sofrem a incidência de Imposto de Renda, no momento do resgate. A alíquota incide sobre o rendimento de forma decrescente, conforme abaixo:

- 22,5% – 180 dias
- 20,00% – 181 a 360 dias
- 17,5% – 361 a 720 dias
- 15,00% – acima de 721 dias

Outra modalidade de captação utilizada pelos bancos é a Letra Financeira, que foi regulamentada pela Resolução 4.123 de 23/08/12. Segundo Fortuna (2013), a Letra Financeira possui as seguintes características:

- título de crédito – promessa de pagamento em dinheiro;
- transferível/livre movimentação – pode ser comercializada em mercados de balcão;
- valor mínimo de emissão - se vinculadas a instituições financeiras com oferta pública – R\$ 300 mil, e para emissores não vinculados a instituições financeiras – R\$ 150 mil;
- prazo mínimo do investimento de 24 meses;

- não permite resgate parcial ou total antecipado, porém, para letras emitidas com prazo superior a 48 meses, tem a opção de recompra pela instituição emissora;
- não está coberta pelo fundo garantidor de crédito.

A Letra Financeira é um produto com prazo mais longo e um perfil diferenciado que está mais voltada para investidores institucionais, como fundos de pensão, previdências, seguradoras, entre outros. Portanto, não compete com o CDB, que é o principal produto de captação do mercado. (FORTUNA, 2013).

Quando um cliente negocia um produto de captação como reciprocidade, ele terá o ganho da remuneração que será paga pela instituição financeira, durante o período em que o valor estiver aplicado. Além disso, o fato de agregar um CDB como garantia de uma operação de crédito possibilita uma negociação de taxas de juros mais favorável ao tomador, considerando que a empresa estará agregando uma garantia que possui muita liquidez. A taxa de remuneração paga pelo banco ao cliente aplicador é inferior à taxa cobrada pelo banco para emprestar este mesmo recurso para o tomador, portanto o ganho do banco está na diferença entre as duas taxas. Para a instituição financeira, o fato de agregar um CDB como garantia de uma operação minimiza o risco, devido à liquidez que a garantia possui.

2.6.2 Cartões de Benefícios

Os cartões de benefícios caracterizam-se por serem cartões pré-pagos, oferecidos pelas empresas aos seus funcionários, com uma finalidade específica que pode ser: auxílio alimentação (vale-alimentação); refeição (vale-refeição); remédios (vale-farmácia); transporte (vale-transporte); entre outros. É uma maneira mais segura, tanto para empresa que fornece o benefício de maneira ágil, como também para o usuário, que conta com uma ampla rede credenciada, e realiza suas compras com segurança e tranquilidade. As empresas que ofertam este tipo de benefícios contam com incentivos fiscais. (FORTUNA, 2013).

O acordo coletivo de algumas categorias de trabalhadores já prevê a concessão de algum tipo de benefício, seja ele alimentação, refeição, entre outros. Portanto, algumas empresas são obrigadas a fornecer o benefício, que também pode ser negociado através de instituições financeiras. Considerando que a empresa possui esta demanda e que opera com bancos, é uma forma de ampliar os negócios com a instituição financeira e agregar o produto em uma negociação a título de reciprocidade, conseguindo barganhar a redução de custo em outra demanda.

As empresas que contratam o produto de cartões de benefícios possuem alguns custos, como tarifa de emissão dos cartões, tarifa de segunda via dos cartões e uma taxa percentual que é cobrada sobre o valor creditado mensalmente aos funcionários. Dependendo da negociação, os bancos não cobram nenhuma taxa ou tarifa da empresa que está contratando o benefício, pois terão o ganho com a taxa de administração cobrada dos estabelecimentos que recebem este cartão.

2.6.3 Consórcios

O produto consórcio surgiu a partir da necessidade de um grupo de conhecidos interessados em adquirir um bem, porém sem que tivessem todo o recurso necessário para a aquisição de forma individual. Este grupo resolveu juntar os seus recursos e, mensalmente, um dos contribuintes realizava a compra, sendo que, no final do período estipulado, todos haviam adquirido o bem desejado. Diante desta necessidade, o produto Consórcio foi criado e, na década de 70, passou a ser controlado pelo Governo Federal através da Lei 5.768, de 20/12/71. (FORTUNA, 2013).

Mais tarde foi criada a Lei 8.177/91, que passou ao Banco Central a atribuição de regulamentar e fiscalizar os grupos de consórcios e a Lei 11.795, de 08/10/08, chamada Lei do Consórcio, que traz todas as normas e regras do produto. (FORTUNA, 2013).

[...] a Lei dos Consórcios – que definiu consórcio como: ‘reunião de pessoas naturais e jurídicas em grupo, com o prazo de duração e número de cotas previamente determinados, promovida por administradora de consórcio, com a finalidade de propiciar a seus integrantes, de forma isonômica, a aquisição de bens ou serviços por meio de autofinanciamento’ e grupo de consórcio como: ‘uma sociedade não personificada constituída por consorciados para atender os fins do consórcio’ e, além disso, criou segurança jurídica, garantindo todo o atual respaldo legal para a atividade do consórcio. (FORTUNA, 2013, p. 1034).

Segundo Fortuna (2013), existem diferentes segmentos de consórcio, como:

- automóveis;
- motocicletas;
- imóveis;
- equipamentos rodoviários, agrícolas, entre outros;
- bens e serviços duráveis;
- serviços de qualquer natureza.

Segundo Andrezo e Lima (2007), o consórcio é uma poupança programada com a finalidade de adquirir um bem, não possui cobrança de juros, somente de taxa de administração, o que torna o produto mais atrativo que um financiamento.

O Consórcio possui custo mais baixo que algumas modalidades de financiamento. Por este motivo se torna uma opção para as empresas se programarem para futuros investimentos, como, por exemplo, a renovação da frota de veículos ou a aquisição de imóveis. É um produto estratégico para os bancos que, normalmente, criam empresas coligadas para comercialização de cotas de consórcio.

Segundo Andrezo e Lima (2007), as administradoras de consórcios são empresas autorizadas pelo Banco Central (BACEN), para organizarem e administrarem grupos de consórcio. A principal receita destas empresas são as taxas de adesão e de administração cobradas dos consorciados.

É um produto bastante comercializado nas negociações de reciprocidades com as empresas, mas também para clientes pessoa física, que buscam fazer uma programação para aquisição de um bem, ou até mesmo uma poupança.

O ganho dos bancos através do consórcio está na taxa de administração que é cobrada dos consorciados. O produto não possui taxa de juros, somente uma taxa de administração, que é utilizada para custear as despesas do grupo. Um percentual da taxa de administração é destinado para o Fundo Reserva, que consiste em uma quantia para assegurar o funcionamento do grupo, nos casos de inadimplemento e outras pendências. Quando ocorre o encerramento do grupo, o valor destinado ao fundo reserva é rateado entre os consorciados, portanto a despesa é reduzida, de acordo com o valor reembolsado.

2.6.4 Serviço de Contas a Pagar

O serviço de contas a pagar consiste em um sistema disponibilizado pelas instituições financeiras, para que as empresas possam efetuar o pagamento de todas as suas obrigações, sejam elas, impostos, fornecedores e pagamentos diversos. O sistema é disponibilizado somente para correntistas, ou seja, é necessário que o cliente tenha uma conta corrente ativa no banco. As formas mais utilizadas para acessar este serviço são através da internet, no chamado Internet Banking. A empresa poderá acessar o sistema de forma online e realizar seus pagamento no dia, ou fazer um agendamento. Outra alternativa é gerar um arquivo contendo os dados dos pagamentos, que é transmitido ao banco, o qual fará seu

processamento, debitando os valores em conta corrente. As principais opções oferecidas são pagamentos de tributos, boletos bancários, transferências entre contas, transferências entre contas de diferentes instituições (TED/DOC), entre outros serviços. (BRADESCO, 2017; BANRISUL, 2017).

O Débito Direto Autorizado (DDA) é um sistema onde o cliente, pessoa física ou jurídica, recebe suas contas eletronicamente, dispensando a emissão de boletos impressos. Este sistema foi desenvolvido pela Federação Brasileira dos Bancos (FEBRABAN), com o intuito de trazer mais segurança e agilidade aos correntistas no momento de realizar seus pagamentos. Além disso, reduz a utilização de papel, pois os boletos são enviados eletronicamente. Para o cliente utilizar este sistema, é necessário autorizar, junto ao seu banco de relacionamento, o cadastro como sacado eletrônico. (FORTUNA, 2013).

O produto Contas a Pagar é bastante negociado com grandes empresas, pois no momento em que a empresa passa a realizar os pagamentos junto ao banco, gera um volume de movimentação de recursos na sua conta, pois faz com que a empresa concentre seus recebimentos naquela instituição. Este produto amplia a arrecadação de tarifas, pois alguns serviços não são isentos, além de trazer para o banco o controle e acompanhamento do fluxo de caixa da empresa, que é um fator importante para a análise de crédito.

Os bancos cobram para realizar o recebimento de títulos de outros bancos, esta despesa pode ser custeada pelo banco emissor do título ou pela empresa que gerou a cobrança. Portanto, quanto maior o número de títulos recebidos, maior será a receita com tarifas. Um cliente que realiza seus pagamentos através do banco XX, porém possui títulos a pagar do banco YY e ZZ, ao efetuar estes pagamentos no seu banco de relacionamento (XX) este irá receber uma tarifa interbancária, pelo serviço de recebimento e repasse dos valores aos bancos emissores dos títulos.

Para o cliente que está contratando o serviço, é necessário avaliar os custos e a operacionalidade que o sistema exige, analisando se o sistema atende a sua necessidade.

2.6.5 Serviço de Contas a Receber

As instituições financeiras ofertam diferentes opções de serviço de contas a receber, como por exemplo, o sistema de débito automático em conta, sistema de arrecadação e a cobrança bancária. Entre os tipos de serviço de contas a receber, a cobrança bancária é um dos

principais produtos de relacionamento com empresas, pois se trata de uma rotina diária, onde o banco passa a acompanhar o fluxo de caixa das empresas.

O sistema consiste na emissão de boletos, que possuem um código de barras, que permite que este título seja liquidado em qualquer banco até o vencimento, estes dados são identificados através de uma câmara de compensação eletrônica. Após o pagamento, o crédito é efetuado na conta da empresa favorecida (cedente), conforme acordado em D + 0 (dia do pagamento) ou D + 1 (um dia após o pagamento). (FORTUNA, 2013).

Segundo Fortuna (2013, p. 186), as principais vantagens da cobrança bancária são:

- Para o banco:
 - Aumento dos depósitos à vista, pelos créditos das liquidações;
 - aumento das receitas pela cobrança de tarifas sobre serviços;
 - consolidação do relacionamento como cliente;
 - inexistência do risco do crédito.
- Para o cliente (cedente do título):
 - capilaridade da rede bancária;
 - crédito imediato dos títulos cobrados;
 - consolidação do relacionamento com o banco;
 - garantia do processo de cobrança (quando necessário o protesto).

O sistema é totalmente automatizado. A empresa (cedente) envia as informações dos títulos ao banco, através de um arquivo eletrônico. O banco processa os dados, emite o boleto e envia ao pagador (sacado), que efetua o pagamento em qualquer banco até o vencimento. Após a liquidação do título, o crédito é efetuado na conta da empresa favorecida. Atualmente, existe diversas modalidades de cobrança, como cobrança seriada, cobrança sem registro, cobrança caucionada, entre outras, de acordo com as necessidades do mercado, o produto vai sofrendo adaptações. (FORTUNA, 2013).

Na prática, o serviço de contas a receber pode ser negociado como uma reciprocidade, visando agregar receita de tarifas na negociação; em contrapartida, o banco poderá ofertar condições mais favoráveis em outra demanda que a empresa possua. Em se tratando de operações de crédito, os títulos emitidos através do banco podem ser utilizados como garantia.

Segundo Fortuna (2013), as operações com garantia de recebíveis são muito utilizadas pelas empresas, pois geram vantagens, como maior prazo para pagamento, volume maior de crédito e menor custo.

É outra forma de buscar uma redução de custos, pois a empresa estará vinculando um fluxo de recebimento mensal à operação contratada, minimizando os riscos, e, por consequência, gerando um menor custo para tomada de recursos no mercado.

2.6.6 Folha de Pagamento

O serviço de Folha de Pagamento consiste em repassar o crédito de salários diretamente para conta dos funcionários. A empresa encaminha um arquivo eletrônico, com os dados a serem processados pelo banco. O sistema realiza a transferência dos recursos da conta da empresa para a conta dos funcionários.

É um produto em que os bancos possuem interesse, pois, além dos negócios realizados com as empresas, o pagamento da folha traz oportunidades de negócios com as pessoas físicas (funcionários), que estarão em contato com o banco para a abertura de suas contas, gerando chances de novos negócios à instituição.

Alguns bancos cobram tarifas das empresas para efetuarem os créditos na conta dos funcionários, mas, normalmente, este serviço é isento, considerando a possibilidade de ganho que o banco possui nos negócios realizados com as pessoas físicas.

2.6.7 Título de Capitalização

Os títulos de capitalização caracterizam-se por uma poupança de longo prazo, onde os valores e prazos são estabelecidos na contratação, de acordo com as cláusulas do próprio título. A rentabilidade é inferior à poupança ou fundo, porém, por contar com sorteios de premiações em dinheiro, dependendo da sorte, o rendimento poderá ser superior a outras opções de investimentos. (FORTUNA, 2013).

Segundo Fortuna (2013), este produto possui as seguintes características:

- as regras de cada título devem estar especificadas no próprio título;
- alguns títulos possuem carência para resgate antecipado, que pode ser de um há dois anos. Outros podem incluir a opção de resgate parcial, sendo prevista uma penalidade limitada a 10% do capital investido;
- o não pagamento das parcelas mensais ocasiona o cancelamento do título e a perda total do valor investido;
- os sorteios podem ser semanais, mensais, ou seguir outras periodicidades. Baseiam-se em jogos populares ou em sorteios próprios;
- os planos possuem a opção de pagamento único ou mensal;

- o prazo dos títulos varia de acordo com o plano, se forem de até 12 meses, as parcelas não possuem correção. Se o prazo for superior a 12 meses, as parcelas podem ser corrigidas anualmente por um índice estabelecido na contratação;
- ocorre a incidência de imposto de renda nos valores pagos a título de premiação (30%), sobre os benefícios líquidos (25%) e no resgate (20%). A retenção dos valores é de responsabilidade da instituição que estiver efetuando os pagamentos.

Os bancos possuem interesse na comercialização deste produto, pois se constitui uma reserva, que pode ser utilizada para financiar o tomador de crédito. O cliente que contrata o produto terá o ganho da remuneração oferecida de acordo com o plano escolhido, além de concorrer a premiações em dinheiro. No final do prazo, o cliente resgata o valor aplicado com a correção.

Na negociação, como reciprocidade, o banco poderá ofertar uma taxa de juros mais atrativa ao cliente que contratar o título de capitalização, ou seja, o custo da operação de crédito será menor, fará o desembolso mensal do título de capitalização, porém o recurso acumulado retorna ao cliente com a correção no final do plano.

2.6.8 Seguros

Os bancos têm demonstrado grande interesse na comercialização de seguros, pois se trata de um produto que amplia o relacionamento com a instituição, sendo que o banco estará atendendo demandas adicionais do cliente. Além disso, a remuneração paga através da corretagem é bastante interessante, já que amplia e diversifica a receita das instituições financeiras. (FORTUNA, 2013).

De acordo com os sites dos principais bancos que atuam no varejo do Brasil (Itaú, Santander, Bradesco, Caixa Federal, Banco do Brasil), as principais modalidades de seguros comercializadas pelas instituições financeiras são:

- seguro de veículos;
- seguro vida;
- seguro patrimonial;
- seguro riscos diversos (máquinas e equipamentos);
- seguro prestamista.

Na negociação de seguros, o cliente desembolsa o valor do prêmio que poderá ser mensal ou único, de acordo com as condições do produto. Se considerarmos que o cliente possui a demanda espontânea, como, por exemplo, seguro auto, trata-se de uma oportunidade para negociar junto ao banco condições melhores em outros produtos a partir da contratação do seguro, pois o cliente estará ampliando seu relacionamento com a instituição, o que possibilita a negociação de condições diferenciadas.

2.6.9 Custos das Operações de Crédito

A Resolução 3.517 de 06/12/07 determinou que as instituições que ofertam crédito precisam informar ao consumidor o Custo Efetivo Total (CET) de uma operação de crédito, antes da sua contratação, incluindo todas as despesas relacionadas como taxa de juros, tarifas, tributos e outras despesas adicionais. (BRASIL, 2014). Esta prática auxilia os tomadores de crédito no momento da análise de uma proposta, possibilitando uma comparação entre várias instituições. (FORTUNA, 2013).

Conforme previsto na Resolução 3.517 de 06/12/2007 (BRASIL, 2007a), o CET é o total de despesas e encargos que envolvem a contratação de uma operação de crédito ou arrendamento mercantil. Este custo é apresentado ao tomador do crédito na forma de taxa percentual anual e deve ser informada antes da contratação.

§ 2º O CET deve ser calculado considerando os fluxos referentes às liberações e aos pagamentos previstos, incluindo taxa de juros a ser pactuada no contrato, tributos, tarifas, seguros e outras despesas cobradas do cliente, mesmo que relativas ao pagamento de serviços de terceiros contratados pela instituição, inclusive quando essas despesas forem objeto de financiamento.

§ 3º No cálculo do CET não devem ser consideradas, se utilizados, taxas flutuantes, índice de preços ou outros referenciais de remuneração cujo valor se altere no decorrer do prazo da operação, os quais devem ser divulgados junto com o CET.

2.6.10 Taxa de Juros

Na definição das taxas de juros de empréstimos e financiamentos, vários fatores são levados em consideração por parte das instituições financeiras. A origem dos recursos é um dos principais pontos de partida para esta análise. Se o banco conseguir captar recursos com baixo custo, através de depósito à vista, depósito a prazo ou caderneta de poupança, menor será a taxa de juros repassada ao cliente. Assim como em outros negócios, os custos

administrativos, despesa de pessoal, custos operacionais que envolvem a atividade, também irão impactar nesta precificação. (FORTUNA, 2013).

As instituições precisam olhar os aspectos internos e também externos para que tenham taxas competitivas no mercado. A margem desejada na operação é um ponto que deve ser considerado, porém não faz sentido atribuir uma margem elevada, que torne o custo da operação muito alto em comparação com a concorrência. É fundamental que tenha um equilíbrio entre os interesses dos acionistas e dos clientes. (FORTUNA, 2013).

Outros aspectos como perfil da instituição, análise de risco, índice de inadimplência, irão influenciar nesta análise e compor os critérios para a definição da taxa de juros.

2.6.11 IOF

O Imposto sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguro ou relativas a Títulos ou Valores Mobiliários (IOF) foi regulamentado no Decreto 6.306, de 14/12/07, que instituiu que as operações de crédito contratadas através de instituições financeiras ou empresas que operam com crédito, como, por exemplo, *factoring*, terão incidência de IOF. O que caracteriza uma operação de crédito é a liberação ou disponibilidade de um recurso para uma empresa ou pessoa física. Algumas operações como financiamentos habitacionais e operações de câmbio ficam isentas de IOF. Compete à instituição que está concedendo o crédito realizar a cobrança e repasse do IOF ao Tesouro Nacional. A alíquota básica é de 0,0041%, limitada a 1,5%. (BRASIL, 2007b).

Segundo o Decreto 6.339, de 03/01/08, foi criado o IOF adicional, com alíquota prevista de 0,38%, sobre as operações de crédito contratadas. Ficando assim instituída a cobrança de dois percentuais sobre a tomada de recursos, IOF adicional e IOF normal.

Nas linhas de crédito rotativo, por exemplo, limites de conta, onde não é estipulado o valor de crédito tomado, para cálculo do IOF são considerados os somatórios dos saldos devedores diários, no último dia de cada mês. Nas operações com liberação do recurso em parcela única, a cobrança é efetuada na liberação, o mesmo ocorre nas operações com liberação de recursos parciais, onde a cada liberação será cobrado o imposto, de acordo com o montante disponibilizado ao tomador.

2.6.12 TAC, Multa por Liquidação Antecipada e Despesas com Registros

Existem outras despesas relacionadas com a contratação de operações de crédito que aumentam o seu custo efetivo total, porém são cobradas de diferentes formas, de acordo com a característica da operação.

A Tarifa de Abertura de Crédito (TAC), segundo Assaf Neto (2010), consiste em uma tarifa cobrada pelos bancos, devido à concessão de crédito além de ser um dos principais serviços prestados e tarifados. Os bancos são responsáveis por informar aos clientes os valores e a periodicidade com que a tarifa será cobrada. Esta informação deve ser divulgada através de informativos na rede de agências, site, entre outros canais. (BRASIL, 2017).

A multa por liquidação antecipada é um custo que está previsto em alguns contratos, onde é estabelecido um percentual sobre o valor da operação ou valor fixo, que precisa ser pago pelo tomador de crédito em caso de liquidação antecipada da operação contratada. É um custo que poderá onerar a operação, caso a empresa vislumbre esta possibilidade de liquidação dentro do seu planejamento financeiro, porém, se a operação de crédito for quitada dentro do prazo estabelecido em contrato, este custo não será desembolsado pelo tomador do crédito.

A multa foi citada pelos entrevistados como sendo um custo a ser considerado na análise de uma operação de crédito, porém é incluída nos contratos para assegurar a instituição financeira que o prazo firmado na operação será cumprido, pois os bancos possuem um custo de captação do recurso e projetam dentro do seu fluxo de caixa os prazos de reembolso do recurso, bem como os ganhos com o valor alocado. Quando o contrato é liquidado de forma antecipada, o banco precisa receber parte do valor projetado de juros, por este motivo inclui a multa para equalizar seus ganhos.

Conforme a Resolução do BACEN 3.518, de 06/12/2007 (BRASIL, 2007c), a cobrança de tarifas por parte de uma instituição financeira precisa estar prevista no contrato firmado com o cliente para a prestação do serviço, ou ter sido autorizada previamente pelo cliente. Esta regra se aplica à pessoa jurídica; já na pessoa física, somente em serviços que não são essenciais. No caso dos serviços essenciais, como fornecimento de cartão, dois extratos, entre outros, previstos na resolução, o cliente pessoa física fica isento.

Referente à despesa com registro de contratos para efetivar a garantia de operações de crédito, existem diferentes leis que regem as normas deste registro, de acordo com o tipo de instrumento de crédito e com o tipo de garantia. Na negociação da operação de crédito, onde são estabelecidas as garantias, se definem que tipos de registros serão necessários, como por

exemplo: a alienação ou hipoteca de imóveis é feita através da averbação na matrícula do bem, no Registro de Imóveis; já a garantia de recebíveis, como cheques, títulos e créditos de cartões de crédito, deve ter seu instrumento registrado no cartório de Títulos e Documentos. É um custo que precisa ser previsto e mensurado juntamente com as demais despesas que incorrem na contratação da operação.

3 MÉTODOS E PROCEDIMENTOS

O presente capítulo pretende expor os métodos e procedimentos que delinearão a pesquisa, bem como as técnicas de coleta e análise dos dados e as limitações do método estabelecido.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

O estudo realizado se utiliza da pesquisa exploratória, considerando que busca explorar um tema pouco pesquisado. Para Gil (2008), a pesquisa exploratória pode ser considerada a etapa inicial de pesquisa sobre um determinado tema, que servirá como base para outros estudos mais aprofundados.

Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Este tipo de pesquisa é realizado especialmente, quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil sobre ele formar hipóteses precisas e operacionalizáveis. (GIL, 2008, p. 27).

A pesquisa será desenvolvida através de levantamento de campo (Survey), que, segundo Gil (2008), caracteriza-se por questionar um grupo de pessoas sobre o problema objeto do estudo, buscando encontrar algumas soluções e conclusões sobre o tema.

Considerando que a pesquisa não possui vinculação com a instituição financeira na qual atua a pesquisadora e que o estudo a ser realizado envolveria os clientes do banco, foi solicitada uma autorização prévia à superintendência para a realização da pesquisa junto às empresas.

Após a ciência e autorização dos superiores, iniciou-se o processo de pesquisa que será descrito a seguir.

3.2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

“A entrevista é uma das técnicas de coleta de dados mais utilizada no âmbito das ciências sociais”. (GIL, 2008, p. 109).

Segundo Gil (2008), considerando que as perguntas fechadas com múltipla escolha ou escolha simples possuem o risco de não contemplarem todas as alternativas possíveis sobre o assunto, é aconselhável que sejam realizadas entrevistas prévias para se elaborar um questionário com o maior número de alternativas envolvendo o tema.

Gil (2008) descreve que as entrevistas individuais ou em grupo são bastante utilizadas para explorar um tema, buscar dados novos e hipóteses, que irão contribuir na elaboração de outros instrumentos de coleta de dados.

Inicialmente, foram elaboradas perguntas abertas sobre o tema em estudo, que serviram como roteiro para as entrevistas realizadas com profissionais que atuam na área financeira de médias ou grandes empresas. As perguntas auxiliaram na abordagem do tema de forma mais ampla, possibilitando que os entrevistados explanassem sua opinião sobre o assunto, agregando o maior número de informações e detalhes.

Foram realizadas três entrevistas, que, depois de concluídas, serviram como base para a elaboração do questionário final, composto por perguntas fechadas de escolha simples e perguntas fechadas de múltipla escolha.

O questionário foi criado através do Google Docs, uma ferramenta que possibilita desenvolver um questionário online, que foi enviado por e-mail aos entrevistados. Os respondentes receberam um link de acesso à pesquisa, que, depois de finalizada, era enviada ao banco de respostas. O programa fornece a consulta individual, por questionário respondido, e os dados compilados.

Trata-se de uma ferramenta bem interessante, pois disponibiliza para o usuário a criação de um questionário personalizado de acordo com suas necessidades, os dados ficam compilados de maneira clara e organizada, facilitando a análise. Além disso, o questionário está configurado para ser respondido na totalidade, o sistema não permite que as respostas sejam enviadas, sem que todas as questões estejam respondidas, este ponto faz com que a coleta de dados se torne mais completa e todas as respostas possam ser aproveitadas para análise.

No Apêndice 1 encontra-se o questionário online, utilizado para a coleta dos dados.

A pesquisa foi aplicada com profissionais que atuam como gerentes e diretores, da área financeira de empresas de médio e grande porte, localizadas na cidade de Porto Alegre e Região Metropolitana. Considerando o tema abordado neste estudo, a principal preocupação ao selecionar os entrevistados foi o de identificar, dentro das empresas, quais os profissionais que, de fato, realizavam as negociações com instituições financeiras. Esta seleção prévia

possibilitou que a amostra fosse bem selecionada e composta de profissionais bem qualificados e com experiências práticas sobre o assunto.

Como se trata de um tema pouco explorado e que envolve práticas bancárias, foi realizado um contato prévio com estes profissionais, questionando se aceitariam responder a pesquisa. Este contato foi realizado através de um e-mail, que esclarecia o teor da pesquisa, informando que não havia nenhuma vinculação com instituição financeira, e que não tinha como objetivo identificar a empresa, o profissional respondente e os bancos de relacionamento da empresa. O objetivo da pesquisa era exclusivamente explorar as principais práticas de negociações utilizadas no mercado, em relação às reciprocidades bancárias.

Foram encaminhados 68 questionários, sendo que recebemos o retorno de 35 respondentes. O envio foi efetuado no período entre 7 a 10 de setembro de 2016, sendo que o prazo estipulado para o retorno dos questionários foi até o dia 30 de setembro do mesmo mês. Após o término da coleta dos dados, passamos então para a etapa de análise.

Para Gil (2008), os questionários possuem diversas vantagens, conforme segue:

- não identifica os respondentes, deixando-os mais a vontade para responder aos questionamentos;
- atinge um número significativo de pessoas, mesmo que em diferentes regiões, cidades ou estados, pois pode ser enviado através de meios eletrônicos ou correios;
- possui baixo custo, pois não precisa ser realizado por pesquisadores treinados;
- permite que o entrevistado responda os questionamentos no momento que tiver tempo disponível;
- o respondente não sofre influências e nem fica exposto a questões pessoais.

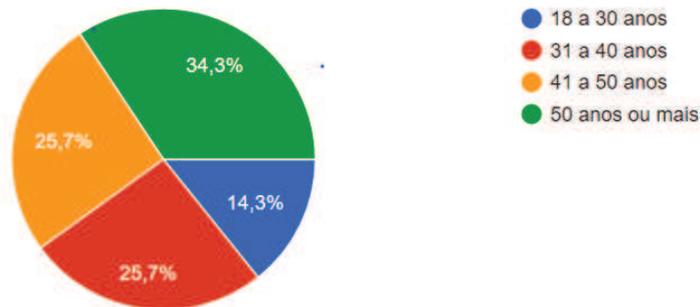
3.3 CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA

O fato de atuar junto ao mercado financeiro, contribuiu para que a pesquisadora tivesse acesso aos profissionais que atuam na área financeira das empresas e que, frequentemente, estão em contato com os bancos.

A pesquisa foi desenvolvida junto a profissionais que atuam na área financeira de médias e grandes empresas, localizadas em Porto Alegre e Região Metropolitana. A amostra contou com a participação de 35 respondentes, sendo 14,3% com faixa etária entre 18 e 30 anos; 25,7% entre 31 e 40 anos; 25,7% entre 41 e 50 anos; e 34,3% com 50 anos ou mais.

Quanto ao grau de escolaridade dos entrevistados, 48,6% possui Pós-Graduação; 37,1% com Ensino Superior; 11,4% com Mestrado; e 2,9% com Ensino Médio.

Grafico 01 – Faixa etária dos respondentes

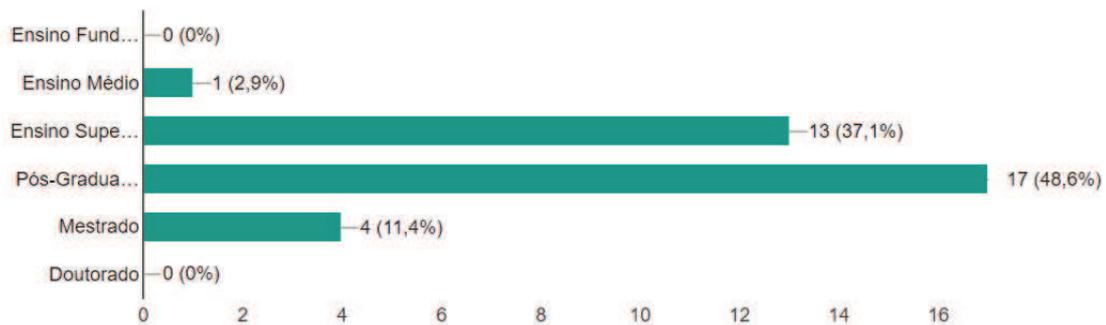


Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Do total dos entrevistados, 60% possuem faixa etária superior a 41 anos; é um fator importante e que contribui para pesquisa, pois traz informações de profissionais que já possuem mais experiência, se não diretamente relacionada à área financeira, mas de modo geral estão no mercado há mais tempo, logo possuem uma bagagem maior de conhecimentos e vivências.

Além disso, observa-se que 97,1% dos entrevistados possuem formação superior, sendo que 11,4% com mestrado. São profissionais que buscaram agregar o conhecimento acadêmico à prática e por serem mais qualificados, contribuem de maneira significativa para esta pesquisa.

Gráfico 02 – Grau de escolaridade



Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Referente ao segmento das empresas onde atuam estes profissionais, 34,3% atuam em indústrias; 34,3% no comércio; e 31,4% em empresas de serviços. O tema deste estudo se aplica a todos os segmentos. A amostra está bem distribuída, pois possui a participação de todos.

Em relação à média mensal de faturamento das empresas, onde atuam os entrevistados: 5,7% estão entre R\$ 500 mil e R\$ 3 milhões por mês; 51,4% faturam de R\$ 3,1 milhões a R\$ 30 milhões por mês; 8,6% faturam entre R\$ 31 milhões a R\$ 70 milhões por mês; 8,6% faturam entre R\$ 71 milhões a R\$ 150 milhões por mês; e 25,7% faturam acima de R\$ 150 milhões por mês. Na seleção da amostra, buscou-se profissionais que atuam em empresas de médio e grande porte e partimos de uma faixa de faturamento mais elevada, que não contemplam clientes do varejo. A seleção desta amostra foi intencional, não contemplando clientes de menor porte, pois o objetivo do estudo é conhecer as principais negociações realizadas entre as instituições financeiras e empresas maiores e mais estruturadas.

3.4 LIMITAÇÕES DO MÉTODO

O método de questionário on-line, utilizado para coleta de dados possui algumas limitações, conforme Gil (2008), o pesquisador não está próximo do entrevistado, para esclarecer possíveis dúvidas em relação às questões apresentadas, além disso, as respostas objetivas podem ter significados distintos para os entrevistados, prejudicando assim a interpretação dos dados.

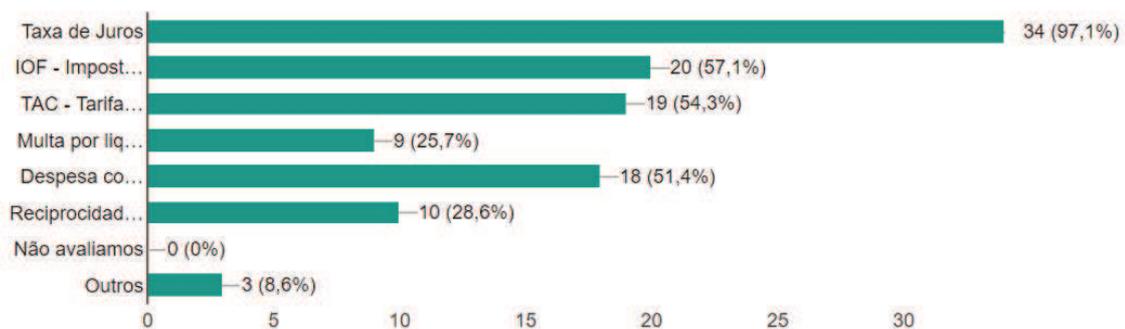
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo, serão apresentados os resultados do presente estudo. Destacamos os itens relevantes na análise do custo de operações de crédito para as empresas e as principais reciprocidades solicitadas pelas instituições financeiras.

1. Na avaliação de uma proposta de crédito, ofertada por uma instituição financeira, quais os itens que são levados em consideração por sua empresa, para mensurar o custo da operação?

No questionário enviado, foram listados os principais custos envolvidos em uma operação de crédito, mencionados pelos entrevistados. Era permitido que fossem escolhidas mais de uma alternativa. Entre as opções, a taxa de juros foi indicada por todos os respondentes, como sendo um dos itens a ser analisado. Somente um entrevistado não selecionou esta opção, marcando como resposta somente a opção “outros” e relatou não ser tomador de crédito.

Grafico 03 – Itens considerados para análise do custo de operações de crédito



Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

A taxa de juros foi considerada um item a ser avaliado por unanimidade entre os entrevistados, com perfil tomador de crédito. A taxa de juros torna-se um item importante, pois trata-se de um custo a ser assumido e que deve ser desembolsado ao longo da operação, impactando diretamente no caixa da empresa de forma contínua.

Outros três itens que foram indicados pelos entrevistados, como relevantes para formação do custo do crédito, e que foram citados por um número semelhante de entrevistados, foram o IOF, a TAC e a Tarifa de Registro de contratos.

O Imposto sobre operações financeiras (IOF) foi selecionado por 20 entrevistados (57,1% da amostra). Trata-se de um imposto que possui alíquota pré-estabelecida e que é cobrado por todas as instituições financeiras. É um custo que não serve como balizador para a decisão de qual instituição a empresa irá tomar o recurso, pois será igual para todas. Exceto, se a empresa estiver avaliando alguma linha de crédito que fique isenta de IOF, como por exemplo, linhas de câmbio ou Crédito Rural.

A Tarifa de abertura de crédito (TAC) foi citada por 19 entrevistados (54,3% da amostra). É um custo que impacta no Custo Efetivo Total (CE) da operação e pode sofrer variações de uma instituição para outra, pois não existe uma tabela definida que determine uma padronização desta tarifa. O Banco Central divulga os parâmetros desta tarifa, o valor médio e máximo a ser cobrado pelos bancos, portanto pode variar de um banco para outro. Este custo foi considerado relevante, pois irá compor as despesas pagas pela empresa. Pelo fato de não haver uma padronização, precisa ser analisado no momento da tomada do recurso, pois, quanto maior o valor da tarifa, maior será o custo efetivo da operação.

A despesa com registro de contratos junto aos cartórios foi elencada por 18 entrevistados (51,4% da amostra). É uma despesa gerada conforme o tipo de garantia da operação, por exemplo, quando a garantia da operação for a alienação ou hipoteca de um imóvel, será necessário o registro do contrato firmado entre a empresa e a instituição financeira, em um cartório de registro de imóveis. Se a garantia for de recebíveis (títulos, cheques, créditos de cartões, etc.), se faz necessário o registro no cartório de títulos e documentos. Estes registros são necessários para dar legitimidade às garantias, tornando o banco apto a requer a garantia em caso de inadimplemento. Esta despesa possui desembolso único e antecipado, ou seja, antes da liberação dos recursos. Também deverá ser considerada para cálculo do custo efetivo total da operação.

São três custos que oneram a tomada de recursos, porém com características distintas. No momento em que a empresa está analisando o custo da operação, é importante que avalie todas as despesas envolvidas, gerando o custo efetivo total para que possa tomar a decisão mais acertada. Se considerar somente a taxa de juros, o cálculo do custo ficará distorcido, considerando que alguns bancos cobram tarifas de abertura de crédito bem elevadas e que o custo para registro em cartório é significativo. Se a empresa possui uma proposta de taxa de

juros um pouco maior, porém não tem custos adicionais, de TAC e registros, esta poderá ser a melhor opção para a tomadora.

O item reciprocidades, tema principal deste estudo, foi selecionado por 28,6% da amostra, portanto dez entrevistados informaram que avaliam este item na análise do custo de uma operação de crédito. A maior parte dos entrevistados (71,4%) não considera este item na avaliação do custo. Por outro lado, a pesquisa aponta que 71,4% dos entrevistados mencionam que os bancos solicitam reciprocidades nas negociações, observo que mesmo a reciprocidade sendo solicitada com frequência, não é um item que está sendo levado em consideração na análise do custo total de uma operação pela maioria dos entrevistados.

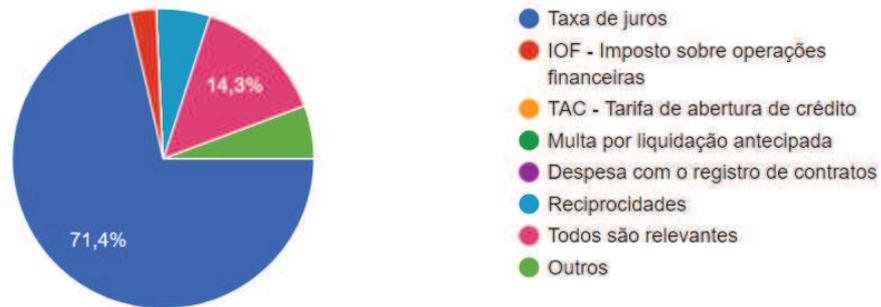
A multa por liquidação antecipada, que é cobrada em alguns contratos de operações de crédito, foi selecionada por 25,7% dos entrevistados, este item é bastante comum nos contratos firmados, porém não foi considerado tão relevante na análise do custo de uma operação de crédito. Uma hipótese pode estar relacionada a este item, a de que as empresas não têm a intenção de liquidar a operação de forma antecipada, quando optam por tomar um recurso, o avaliam de forma a cumprir o prazo de pagamento acordado, portanto, este custo não seria relevante, tendo em vista que não será desembolsado.

Dois entrevistados marcaram a opção “outros” e incluíram como itens a serem avaliados, no custo da operação, o prazo e o custo total da operação, que pode ser obtido através do fluxo descontado dos valores, incluindo o valor líquido da operação e os desembolsos ao longo do período. O CET nada mais é do que a soma dos custos envolvidos para a tomada de recursos, que inclui a taxa de juros, TAC, registros de contratos e IOF.

2. Dos itens considerados para análise do custo de uma operação de crédito, qual o item mais relevante para a tomada de decisão?

Analisando o grau de importância que cada item possui na análise do custo de uma operação de crédito, a taxa de juros foi escolhida por 71,4% dos entrevistados, como sendo o item mais relevante para análise.

Grafico 04 – Item mais relevante na análise do custo de uma operação de crédito



Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Do total de entrevistados, 14,3% consideram que todos os itens listados são importantes para esta análise, o que inclui a taxa de juros, IOF, TAC, multa por liquidação antecipada, reciprocidades e despesas com o registro de contratos.

O item reciprocidades foi considerado o mais importante por 5,7% dos entrevistados. Notamos que não é um item considerado relevante para a análise das empresas.

Dois dos entrevistados, o que corresponde a 14,3% da amostra, selecionaram a opção “outros”, incluindo como principal item para análise do custo de uma operação a taxa de juros e a TAC, portanto, o que indica que os dois itens juntos possuem maior relevância. E o outro seria o Custo Total de uma operação, calculado a partir do fluxo descontado.

O principal tema deste estudo está centrado nas reciprocidades bancárias, visando identificar melhor como o mercado se comporta em relação a este tipo de negociação, sendo assim, fizemos o seguinte questionamento.

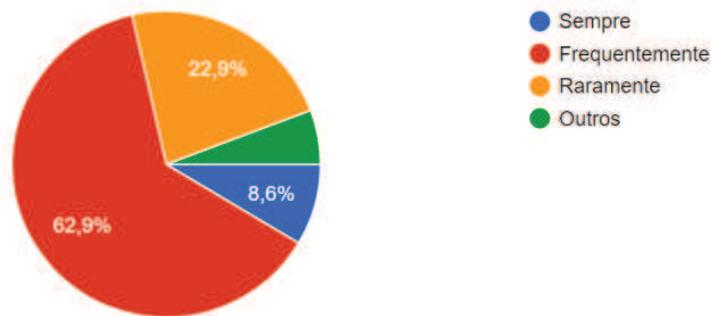
3. Em negociações de operações de crédito com instituições financeiras, são solicitadas reciprocidades?

Do total de respondentes, 71,4% confirmam que os bancos solicitam reciprocidades bancárias nas negociações de operações de crédito e 28,6% informam que as instituições não solicitam reciprocidades. Nota-se que um percentual significativo dos entrevistados informa que as reciprocidades são solicitadas, portanto se trata de uma prática habitual no mercado financeiro.

4. Com que frequência as instituições financeiras solicitam reciprocidades nas negociações de operações de crédito e serviços?

Em relação à frequência com que as reciprocidades bancárias são solicitadas nas negociações de operações de crédito e serviços, 62,9% da amostra relatam que as solicitações são frequentes; 22,9% indicam que são raras; 8,6% informam que sempre são solicitadas reciprocidades nas negociações. Dois entrevistados marcaram a opção “outros”, sendo que um informou que são solicitadas reciprocidades bancárias somente em operações especiais, mas não especificou quais as características deste tipo de operação, e o outro entrevistado não trouxe mais detalhes.

Grafico 05 – Frequência com que as reciprocidades são solicitadas



Fonte: Dados obtidos na pesquisa.

Podemos notar que, do total de entrevistados, 97,14% indicam que as reciprocidades são solicitadas, mesmo com frequências diferentes, elas foram mencionadas pela maior parte dos respondentes. A prática é comum no mercado, porém pouco divulgada e estudada.

5. A concordância por parte da empresa em negociar uma reciprocidade com a instituição financeira facilita o processo de contratação do serviço ou operação de crédito?

Dos respondentes, 54,3% afirmam que a concordância em negociar uma reciprocidade, às vezes facilita o processo de contratação; 37,1% afirmam que facilita a contratação; 5,7% indicam que não facilita a contratação e 2,9%, somente um entrevistado selecionou a opção “outros”, sem fornecer mais detalhes sobre o questionamento.

Neste ponto, observamos que a maior parte dos respondentes (91,4%) sinaliza que a concordância em contratar uma reciprocidade facilita o processo de contratação da operação ou serviço, o que indica que os bancos agilizam os processos dos clientes que são mais parceiros. Porém, este ponto é mais subjetivo, considerando que cada instituição possui seu processo interno de negociação, análise, formalização e contratação de um determinado produto ou serviço. O fato de ter ou não a reciprocidade negociada poderá não impactar diretamente na agilidade da contratação, considerando que os passos terão que ser seguidos da mesma forma. Mas, se existe a percepção dos entrevistados que a contratação da reciprocidade agiliza o processo, é um fato a ser considerado.

Nas situações em que a empresa tem pressa na liberação de um recurso, por exemplo, para pagamento de uma obrigação, que irá gerar multa e juros, caso não quitada na data estipulada, a negociação de uma reciprocidade pode auxiliar na agilidade do processo, evitando que a empresa tenha custos adicionais.

6. Que tipos de reciprocidades são solicitadas?

Nas negociações junto às instituições financeiras são solicitadas diversas reciprocidades. Buscamos identificar junto aos respondentes, quais os produtos que são solicitados com mais frequência.

As aplicações financeiras e o serviço de contas a receber (cobrança de títulos, débito em conta, arrecadação, etc.) foram indicados por 57,1% da amostra; são dois produtos que são demandados pelas empresas de forma espontânea.

As aplicações financeiras são uma opção importante para empresas que possuem recursos disponíveis, aos quais não têm previsão de utilização no seu fluxo de caixa, portanto, aplicar os valores junto ao banco é uma maneira de rentabilizar o recurso e ampliar os ganhos da empresa. Já o serviço de contas a receber é uma necessidade que as empresas possuem de efetuar a cobrança de seus clientes e, cada vez mais, o mercado exige que as empresas forneçam opções seguras e ágeis para seus clientes como forma de realizarem seus pagamentos.

Já os Seguros de Vida, Consórcios e Títulos de Capitalização foram indicados por 45,7% dos entrevistados por serem produtos que possuem uma boa rentabilidade para os bancos, porém nem sempre estão aderentes com as necessidades das empresas. Conforme o segmento da empresa, existe, ou não, a necessidade de contratar um seguro de vida para os funcionários, por exemplo, já a capitalização é um produto mais simplificado que pode ser contratado por qualquer empresa.

O serviço de contas a pagar e os convênios com cartões de benefício (combustível, alimentação, refeição, farmácia, entre outros) foram mencionados por 37,1% dos respondentes. O contas a pagar é uma necessidade das empresas, porém elas poderão optar por diferentes canais para realizar seus pagamentos. Neste produto, a principal vantagem está em negociar a centralização do serviço com o banco, buscando uma tarifa reduzida. Quanto aos cartões de benefícios, estes possuem um enquadramento semelhante ao seguro vida, ou seja, não são todas as empresas que possuem a obrigatoriedade, conforme o dissídio coletivo, em oferecer algum benefício aos funcionários. Muitas empresas, mesmo não tendo esta obrigatoriedade, oferecem o cartão para pagamento de bonificações, por campanhas de metas ou para presentear os funcionários nos finais de ano. São duas opções interessantes a serem negociadas, considerando o benefício que podem trazer à empresa e ao banco.

O Seguro Patrimonial foi indicado por 34,3% dos entrevistados. É um produto importante para as empresas, pois traz mais segurança ao negócio. Em caso de algum sinistro, a empresa possui cobertura que propicia reparar possíveis perdas. Observa-se que algumas empresas não têm a preocupação em segurar seu patrimônio. Isso é uma questão cultural que precisa ser aprimorada e trabalhada. Os bancos têm papel importante na divulgação do produto, mostrando suas vantagens e seu custo/benefício.

Entre os serviços e produtos que foram citados por um percentual menor de entrevistados, relacionamos o serviço de Folha de Pagamento com 31,4%; o seguro frota, mencionado por 25,7%; o seguro riscos diversos por 22,9%; e 2,9% indicaram a opção “outros”, porém não especificaram quais os produtos ou serviços ofertados. A oferta por parte dos bancos está muito relacionada ao foco de negócios que o banco possui, quais os produtos que são mais rentáveis ou qual produto/serviço o banco tem a intenção de ampliar sua participação de mercado. Esta oferta precisa ser coerente com as necessidades dos clientes, para que a negociação ocorra de forma mais vantajosa para ambas às partes.

7. Atualmente, as reciprocidades negociadas entre as empresas e instituições financeiras são formalizadas através de um contrato assinado entre as partes?

Questionamos os entrevistados sobre como ocorre a formalização das reciprocidades negociadas entre as empresas e instituições financeiras, se é firmado um contrato específico em relação às reciprocidades acordadas na negociação, ou a formalização ocorre através de contratos específicos para cada produto. Do total de respondentes, 54,3% indicaram que a formalização dos contratos ocorre de forma separada, ou seja, cada produto contratado possui um contrato específico.

Quanto à formalização de um contrato de parceria comercial, onde são estabelecidas as reciprocidades, os produtos e serviços contratados, bem como os custos negociados, 37,1% informam que não ocorre a formalização neste formato. Já 8,6% indicam que já formalizaram as reciprocidades através de um contrato de parceria comercial, onde a negociação estabelecida fica registrada.

8. Na negociação de tarifas de prestação de serviços, como contas a pagar, contas a receber, são negociadas outras reciprocidades para definir a precificação?

Além dos produtos de crédito, questionamos sobre como ocorre a negociação das tarifas praticadas na prestação de serviços bancários. Do total de respondentes, 62,9% informam que são negociadas apenas as tarifas para prestação do serviço, não sendo solicitadas reciprocidades adicionais. Mas, 37,1% informam que são solicitadas outras reciprocidades neste tipo de negociação.

9. Que tipo de reciprocidades são solicitadas na negociação de tarifas de produtos e serviços?

Entre as opções elencadas, 57,1% (20 pessoas) selecionaram o volume mínimo para o serviço, como sendo uma reciprocidade acordada, por exemplo, o saldo médio mensal para registro de cobrança ou a quantidade mínima de títulos registrados no mês.

Outra opção mencionada foi a centralização do serviço na instituição. A empresa se compromete a realizar toda a sua demanda referente ao serviço contratado junto à instituição, como, por exemplo, o pagamento da folha dos funcionários. Neste quesito, 48,6% (17 pessoas) dos entrevistados citaram como sendo uma reciprocidade solicitada. O outro item abordado foi o tempo de manutenção do serviço junto à instituição, onde 20% (7 pessoas) citaram como sendo uma opção de reciprocidade. O banco negocia uma tarifa e define que o prazo de vigência do contrato é de no mínimo 12 meses, por exemplo.

4.1 HIPÓTESES E QUESTIONAMENTOS SOBRE O TEMA

Durante a análise dos dados, surgiram novos questionamentos acerca do tema. Em relação às reciprocidades, 71,4% dos respondentes indicaram que os bancos solicitam reciprocidades nas negociações com frequência, porém, quando questionamos quais os principais itens que eram considerados para análise do custo de uma operação de crédito,

somente 28,6% indicaram que consideram o custo das reciprocidades na análise do custo de uma operação de crédito. Trata-se de uma prática frequente, por que motivo os respondentes indicaram que não consideram este custo? Podemos considerar que o fato de o banco solicitar a reciprocidade, não significa que a empresa faça a contratação do produto na negociação, o que justificaria a resposta de que não incluem este custo na análise. Outra hipótese seria que as empresas não incluem o custo das reciprocidades no cálculo da operação, pois os produtos ou serviços contratados com esta finalidade são necessidades da empresa. Tomando ou não um recurso junto ao banco, elas teriam este custo, pois se trata de um serviço essencial para o funcionamento da empresa, como é o caso do contas a pagar, contas a receber e folha de pagamento, por exemplo.

Quando questionamos a frequência com que os bancos solicitam reciprocidades, parte dos respondentes mencionaram que raramente são solicitadas. Neste ponto, podemos supor que esta prática está associada com o foco de atuação da instituição. Por exemplo, bancos de desenvolvimento, que possuem um direcionamento para linhas de longo prazo, que não contam com uma carteira de produtos e serviços diversificados, talvez não incluam nas suas negociações outros produtos como reciprocidades, pois o direcionamento será para linhas de crédito de investimento. A solicitação de reciprocidades é frequente em bancos múltiplos que atuam com diversos produtos e serviços, não em bancos com foco apenas em linhas de longo prazo. Trata se de um assunto a ser explorado, buscando identificar as características e objetivos de cada instituição financeira.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para concluirmos este estudo, faremos algumas considerações acerca dos resultados obtidos.

Esta pesquisa evidenciou que a prática de negociação de reciprocidades bancárias em operações de crédito e prestação de serviços, junto às instituições financeiras, é bastante recorrente. Trata-se de um tema que tem espaço para muitos estudos e questionamentos.

Nas negociações, a prática existe, porém não está alinhada no mercado como um todo, considerando que alguns respondentes mencionaram que nunca foram solicitadas reciprocidades em suas negociações. Observa-se, também, que a maioria dos respondentes indicou que as negociações são realizadas, porém não são formalizadas através de um contrato de parceria comercial, onde ficam estabelecidas as reciprocidades negociadas, bem como os produtos e serviços envolvidos. O fato de não haver uma formalização deste tipo de negociação sinaliza que os bancos não reconhecem esta negociação formalmente e tratam os produtos e serviços de forma distinta, não vinculando uma negociação com a outra.

Na análise do custo de uma operação de crédito, as reciprocidades não foram citadas como sendo o principal item a ser avaliado, mesmo que os entrevistados tenham indicado que a solicitação de reciprocidades por parte dos bancos é bastante frequente.

A pesquisa não buscou identificar quais as instituições financeiras que os respondentes operavam, portanto não podemos determinar qual o banco que o cliente opera e o seu perfil de atuação no mercado. Mas podemos considerar que alguns bancos não solicitam reciprocidades nas negociações de operações de crédito ou serviços, é uma prática que, talvez, não seja comum a todos. A necessidade do banco em incluir a reciprocidade na negociação de uma operação de crédito está associada com o foco de negócio que cada instituição financeira possui.

Na avaliação dos itens mais relevantes para a análise do custo de uma operação de crédito, a taxa de juros foi o item considerado o de maior impacto. Além disso, despesas como Tarifa de abertura de crédito (TAC) e registro de contratos, também foram considerados itens relevantes, que irão compor o Custo efetivo total da operação (CET).

Os objetivos propostos neste trabalho foram atingidos, mas, considerando que se trata de um tema novo para a área acadêmica, surgem muitos questionamentos acerca do assunto, que precisam ser aprofundados. É um tema que está diretamente relacionado com as atividades e rotinas do dia a dia do sistema financeiro, portanto sofre mudanças de forma

dinâmica, o que o torna muito interessante, pois desperta a curiosidade e a necessidade de buscarmos informações constantemente.

REFERÊNCIAS

ALVES, Aluísio. Bancos intensificam busca por mais receitas com tarifas. **Exame.com**. 06 maio 2016. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/bancos-intensificam-busca-por-mais-receitas-com-tarifas>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

ANDREZO, Andrea F.; LIMA, Iran S. **Mercado financeiro** – aspectos conceituais e históricos. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 367 p.

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ASSAF NETO, Alexandre. **Mercado financeiro**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 318 p.

BANCO DO BRASIL. Disponível em: <www.bb.com.br>. Acesso em: 08 abr. 2017.

BANRISUL. Disponível em: <<http://www.banrisul.com.br>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

BRADERSCO Empresas e Negócios. Disponível em: <<https://banco.bradesco/html/pessoajuridica/index.shtm>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e técnicas de administração financeira**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 408 p.

BRASIL. Banco Central do Brasil (BACEN). **Resolução 3.517 de 06 dezembro 2007**. 2007a. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/pre/bc_atende/port/custo.asp>. Acesso em: 08 abr. 2017.

BRASIL. Banco Central do Brasil (BACEN). **Resolução 3.518 de 06 dezembro 2007. (Revogado)**. 2007c. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/pre/bc_atende/port/custo.asp>. Acesso em: 08 abr. 2017.

BRASIL. Banco Central do Brasil. **FAQ - Custo Efetivo Total (CET)**. Dezembro 2014. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/pre/bc_atende/port/custo.asp>. Acesso em: 08 abr. 2017.

BRASIL. Banco Central do Brasil. **Tarifas bancárias**. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/pt-br/#!/n/TARIFA>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Decreto Nº 6.306, de 14 dezembro de 2007**. 2007b. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/decreto/d6306.htm>. Acesso em: 08 abr. 2017.

CAIXA ECONÔMICA FEDERAL. Disponível em: <www.caixa.gov.br>. Acesso em: 08 abr. 2017.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS (DIEESE). **Desempenho dos bancos em 2015**. Disponível em: <<https://www.dieese.org.br/desempenhodosbancos/2015/desempenhoBancos2015.pdf>>. Acesso em: 08 abr. 2017.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado financeiro** – produtos e serviços. 17. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2010. 864 p.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado financeiro** - produtos e serviços. 19. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2013. xxxii, 1067 p.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 200 p.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira: essencial**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 536 p.

ITAÚ. Disponível em: <www.itau.com.br>. Acesso em: 08 abr. 2017.

MATIAS, Alberto Borges (Coord.). **Finanças corporativas de curto prazo**. A gestão do valor do capital de giro. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MEGLIORINI, Evandir. **Administração financeira**. 1. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

VIEIRA, Marcos Villela. **Administração estratégica do capital de giro**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 326 p.

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO

Reciprocidades Bancárias - Pesquisa Acadêmica

Olá, me chamo Manoela Casara de Melo, sou aluna do curso de MBA - Controladoria e Finanças da Unisinos, e estou desenvolvendo uma pesquisa, com o objetivo de identificar como as empresas avaliam o custo das reciprocidades solicitadas pelas instituições financeiras nas negociações de operações de crédito e prestação de serviços.

Esta pesquisa está sendo realizada apenas com a finalidade acadêmica, não tem relação ou solicitação de instituição financeira.

Este trabalho esta sendo orientado pelo Profº Dr. Jairo Laser Procianoy.

O método escolhido para envio deste questionário, tem o intuito de não identificar o entrevistado, as respostas são confidenciais.

Após a conclusão deste estudo, disponibilizarei a pesquisa na íntegra para apreciação.

Conto com a sua colaboração.

Obrigada!

Abraço!

*Obrigatório

1. 1) Qual o seu grau de escolaridade? *

Marque todas que se aplicam.

- Ensino Fundamental
- Ensino Médio
- Ensino Superior
- Pós-Graduação
- Mestrado
- Doutorado

2. 2) Qual a sua faixa etária? *

Marcar apenas uma oval.

- 18 a 30 anos
- 31 a 40 anos
- 41 a 50 anos
- 50 anos ou mais

3. 3) Qual o segmento de atuação da sua empresa? *

Marcar apenas uma oval.

- Comércio
- Indústria
- Serviços

4. 4) Qual a faixa de faturamento médio mensal da sua empresa? *

Marcar apenas uma oval.

- R\$ 500 mil a R\$ 3 milhões
- R\$ 3,1 milhões a R\$ 30 milhões
- R\$ 31 milhões a R\$ 70 milhões
- R\$ 71 milhões a R\$ 150 milhões
- Acima de R\$ 150 milhões

5. 5) Na avaliação de uma proposta de crédito, ofertada por uma instituição financeira, quais os itens que são levados em consideração por sua empresa, para mensurar o custo da operação? *

Marque todas que se aplicam.

- Taxa de Juros
- IOF - Imposto sobre operações financeiras
- TAC - Tarifa de abertura de crédito
- Multa por liquidação antecipada
- Despesa com o registro de contratos
- Reciprocidades
- Não avaliamos
- Outro: _____

6. 6) Dos itens considerados para análise do custo de uma operação de crédito, qual o item mais relevante, para a tomada de decisão? *

Marcar apenas uma oval.

- Taxa de juros
- IOF - Imposto sobre operações financeiras
- TAC - Tarifa de abertura de crédito
- Multa por liquidação antecipada
- Despesa com o registro de contratos
- Reciprocidades
- Todos são relevantes
- Outro: _____

7. 7) Em negociações de operações de crédito com instituições financeiras, são solicitadas reciprocidades? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

8. 8) Com que frequência as instituições financeiras solicitam reciprocidades nas negociações de operações de crédito e serviços? *

Marcar apenas uma oval.

- Sempre
 Frequentemente
 Raramente
 Outro: _____

9. 9) A concordância por parte da empresa em negociar uma reciprocidade com a instituição financeira, facilita o processo de contratação do serviço ou operação de crédito? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não
 As vezes
 Outro: _____

10. 10) Que tipos de reciprocidades são solicitadas? *

Marque todas que se aplicam.

- Consórcio
 Título de capitalização
 Aplicações financeiras (CDB, Fundos, LF, etc)
 Seguro Patrimonial
 Seguro Frota/Veículo
 Seguro Vida
 Seguro Riscos Diversos (equipamentos, responsabilidade civil, etc)
 Folha de pagamento
 Cartões de Benefício (Alimentação, Presente, Refeição, Farmácia, Vale Cultura, Combustível, etc.)
 Serviço – Contas a receber (cobrança de títulos, débito em conta, arrecadação...)
 Serviço - Contas a pagar
 Outro: _____

11. 11) Atualmente, as reciprocidades negociadas entre as empresas e instituições financeiras, são formalizadas através de um contrato, assinado entre as partes? *

Marcar apenas uma oval.

- Não formalizam a negociação das reciprocidades
 Formalizam, porém cada produto ou serviço tem seu contrato individual
 Formalizam a reciprocidade através de um contrato de parceria comercial
 Outro: _____

12. 12) Na negociação de tarifas de prestação de serviços, como contas a pagar, contas a receber, são negociadas outras reciprocidades para definir a precificação? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim – agregando outros produtos e serviços
 Não - Somente as tarifas dos serviços

13. 13) Que tipo de reciprocidades são solicitadas na negociação de tarifas de produtos e serviços? *

Marque todas que se aplicam.

- Centralização do serviço negociado na instituição financeira
- Volume mínimo para o serviço (Exemplo: saldo médio mensal em cobrança de títulos)
- Tempo de manutenção do serviço através da instituição. (Exemplo: contrato fidelidade por cinco anos)
- Outro: _____

Agradeço a sua colaboração!

Powered by
 Google Forms