

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

RAMON CORAL

**CONCEITOS E PRÁTICAS FUNDAMENTAIS NO FINANCIAMENTO E
ARRENDAMENTO DE VEÍCULOS, NA CIDADE DE CRICIÚMA -
SANTA CATARINA**

CRICIÚMA, JULHO DE 2011

RAMON CORAL

**CONCEITOS E PRÁTICAS FUNDAMENTAIS NO FINANCIAMENTO E
ARRENDAMENTO DE VEÍCULOS, NA CIDADE DE CRICIÚMA -
SANTA CATARINA**

Monografia apresentada para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, no Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof. Fabrício Machado Miguel

CRICIÚMA, JULHO DE 2011

RAMON CORAL

**CONCEITOS E PRÁTICAS FUNDAMENTAIS NO FINANCIAMENTO E
ARRENDAMENTO DE VEÍCULOS, NA CIDADE DE CRICIUMA - SANTA
CATATINA**

Monografia aprovada pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel em Ciências Contábeis, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 06 de Julho de 2011.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Fabrício Machado Miguel - Especialista - Unesc - Orientador

Prof. Marcelo Salazar - Especialista - Unesc - Examinador

Prof. Ângelo Périco - Especialista - Unesc - Examinador

Dedico esta conquista a todas as pessoas que de alguma forma contribuíram para realização de mais uma etapa em minha vida, em especial dedico a minha família, que tanto me apoiaram.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por estar presente em todos os momentos da minha vida, pela força, saúde e a sabedoria necessária para realização desta etapa.

Ao meu orientador, professor Fabrício Miguel Machado, pela compreensão e paciência ao me mostrar o caminho a ser seguido.

Aos meus colegas de trabalho, que colaboraram com apoio e sugestões.

Aos meus amigos pelos momentos de muita alegria, pelo companheirismo e aprendizado adquiridos ao longo desta caminhada.

A Vip Car, pela oportunidade de realizar este trabalho, colaborando com as informações necessárias e dispondo todo material possível.

A minha namorada, que me acompanhou nos momentos de dificuldades e alegrias durante todo o curso.

Agradeço em especial minha mãe por todo apoio, a meu pai que sempre me incentivou nos momentos difíceis, ao meu irmão que sempre pode contar com ele, enfim a todos de minha família pela compreensão e paciência, por minha ausência durante todo esse tempo.

RESUMO

CORAL, Ramon. Conceitos e Práticas Fundamentais No Financiamento e Arrendamento De Veículos, Na Cidade De Criciúma - Santa Catarina. **2011. 91p.**
Orientador: Fabricio Machado Miguel. Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – Unesc. Criciúma – SC.

Esta monografia tem como objetivo tratar de um assunto que vem registrando um crescimento relevante nas venda a prazo de veículos, a concessão de crédito para financiamentos e arrendamento. Analisando o padrão de vida de cada brasileiro, pode-se perceber que muitos não possuem recursos próprios para adquirir seus bens duráveis, principalmente no segmento de automóveis. Com isso, a presente pesquisa analisa os conceitos e práticas fundamentais no financiamento e arrendamento de veículos na cidade de Criciúma – SC. No primeiro capítulo identifica o tema abordado, inclusive o problema em questão, juntamente com todos os objetivos elencados, também a justificativa que trás a importância desta pesquisa. No segundo capítulo apresenta opiniões de autores conceituados nos assuntos que compreenderam: Administração Financeira que demonstra o tamanho e a sua importância dentro da empresa, também uma visão da estrutura financeira nas instituições, bem como sua administração; O Sistema Financeiro Nacional e sua estrutura, também serão destacados as Sociedades de Crédito Financiamento e Investimento e os produtos modalidades de crédito CDC – Crédito Direto ao Consumidor e Leasing, a análise de crédito com seus procedimentos e controle, bem como seu ambiente de atuação. A pesquisa foi direcionada a clientes, a fim de analisar itens relacionados à contratação dos serviços e decisões adotadas pelos mesmos, contribuindo assim com a conclusão deste trabalho.

Palavras-chave: Financiamento; Arrendamento; Crédito.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Modalidades de pagamento na venda de veículos no mês de Abril.

Figura 2 - Sexo.

Figura 3 - Profissão.

Figura 4 - A escolha da instituição financeira.

Figura 5 - A escolha pela contratação de um CDC.

Figura 6 - A escolha pela contratação de um LEASING.

Figura 7- Valor financiado na aquisição do veículo, CDC ou LEASING pessoa física.

Figura 8 - Planos e prazos dos financiamentos.

Figura 9 - Percentual de entrada na hora da compra.

Figura 10 - A análise da liberação de crédito para LEASING e CDC.

Figura 11 - O índice de inadimplência acima de 90 dias.

Figura 12 - Clientes demonstram conhecimento e domínio dos assuntos tratados.

Figura 13 - Satisfação geral com o LEASING pessoa física.

Figura 14 - Satisfação geral com o CDC pessoa física.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Modalidades de pagamento na venda de veículos no mês de Abril.

Tabela 2 - Sexo.

Tabela 3 - Profissão.

Tabela 4 - A escolha da instituição financeira.

Tabela 5 - A escolha pela contratação de um CDC.

Tabela 6 - A escolha pela contratação de um LEASING.

Tabela 7- Valor financiado na aquisição do veículo, CDC ou LEASING pessoa físico.

Tabela 8 - Planos e prazos dos financiamentos.

Tabela 9 - Percentual de entrada na hora da compra.

Tabela 10 - A análise da liberação de crédito para LEASING e CDC.

Tabela 11 - O índice de inadimplência acima de 90 dias.

Tabela 12 - Clientes demonstram conhecimento e domínio dos assuntos tratados.

Tabela 13 - Satisfação geral com o LEASING pessoa física.

Tabela 14 - Satisfação geral com o CDC pessoa física.

LISTA DE SIGLAS

ANEF - Associação Nacional das Empresas Financeiras das Montadoras
BACEN - Banco Central do Brasil
BB - Banco do Brasil
BC - Banco Central do Brasil
BI - Banco de Investimentos
BNDE - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico
BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CACEX - Carteira de Comércio Exterior do Banco do Brasil S.A
CDC - Crédito Direto ao Consumidor
CE - Caixas Econômicas
CEF - Caixa Econômica Federal
CFO - *Chief Financial Officer*
CMN - Conselho Monetário Nacional
COPOM - Comitê de Política Monetária
CVM - Comissão de Valores Mobiliários
DDA - Débito Direto Autorizado
DPE/CONAC - Defensoria Pública do Estado/Conselho Nacional de Assistentes de Chancelaria
FAS - Fundo de Apoio ao Desenvolvimento Social
INCC - Índice Nacional do Custo da Construção
OGU - Orçamento Geral da União
PIB - Produto Interno Bruto
PASEP - Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público
PIS - Programa de Integração Social
PMAT - Programa de Modernização da Administração Tributária
PNAFM - Programa Nacional de Ações com Foco na Modernização
SCFI - Sociedades de Crédito, Financiamento e Investimento – Financeiras
SFN - Sistema Financeiro Nacional
SUMOC - Superintendência da Moeda e do Crédito
TLA - Tarifa de Liberação Antecipada

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	Erro! Indicador não definido.	1
1.1 Tema e Problema	Erro! Indicador não definido.	2
1.2 Objetivos da Pesquisa	Erro! Indicador não definido.	2
1.2.1 Objetivo Geral	Erro! Indicador não definido.	2
1.2.2 Objetivo Específico	Erro! Indicador não definido.	3
1.3 Justificativa	Erro! Indicador não definido.	3
1.4 Metodologia	Erro! Indicador não definido.	4
2 REFERENCIAL TEÓRICO	Erro! Indicador não definido.	
2.1 Administração Financeira	Erro! Indicador não definido.	
2.1.1 Administrador Financeiro	Erro! Indicador não definido.	7
2.1.2 Visão Histórica da Administração Financeira ...	Erro! Indicador não definido.	8
2.1.3 Atividade Financeira nas Instituições	Erro! Indicador não definido.	0
2.1.4 Administração da Estrutura Financeira da Instituição	Erro! Indicador não definido.	3
2.2 Administração Financeira Familiar	Erro! Indicador não definido.	6
2.3 Serviços Financeiros no Brasil		29
2.4 Sistema Financeiro Nacional	Erro! Indicador não definido.	0
2.4.1 Sistema Normativo	Erro! Indicador não definido.	
2.4.2 Autoridades Monetárias	Erro! Indicador não definido.	4
2.4.3 Conselho Monetário Nacional - CMN	Erro! Indicador não definido.	4
2.4.4 Banco Central do Brasil		35
2.4.5 Autoridades de Apoio		37
2.4.6 Comissão de Valores Imobiliários - CVM		37
2.4.7 Banco do Brasil - BB		38
2.4.8 Banco Nacional do Desenvolvimento Economico e Social - BNDS		38
2.4.9 Caixa Economica Federal - CEF		40
2.4.10 Sistema Operativo		42
2.4.11 Instituições Financeiras Monetárias		42
2.4.12 Instituições Financeiras Não-Monetárias		42
2.4.13 Sociedade de Crédito, Financiamento e Investimento		43
2.5 Produtos: Modalidades de Crédito		43

2.5.1 Crédito Direto ao Consumidor - CDC	43
2.5.2 Sociedade de Arrendamento Mercantil - Leasing	48
2.6 Análise de Crédito	55
3 ESTUDO DE CASO	59
3.1 Caracterização e Descrição da Empresa.....	59
3.2 Estrutura Organizacional.....	60
3.3 Processo de Prestação de Serviços.....	61
3.4 Apresentação e Análise dos Dados.....	65
3.5 Diferenças Entre Leasing e CDC.....	81
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	82
REFERÊNCIAS.....	83
ANEXOS.....	87

1 INTRODUÇÃO

Com as invariáveis mudanças na economia, é importante que se tenha conhecimento das operações financeiras existentes, estas oscilações podem interferir no padrão de vida dos consumidores.

Nos últimos anos as instituições financeiras vêm disponibilizando crédito rápido e fácil, dentre as modalidades pode-se perceber que o Leasing e o Crédito Direto ao Consumidor - CDC para a aquisição de bens duráveis foram os que mais apresentaram crescimento. Porém essas instituições financeiras que intermediam o crédito oferecem seus produtos de financiamentos e arrendamentos de forma eficaz, estão presentes na vida dos consumidores com o objetivo de vender seus produtos e cada vez mais se relacionar com seus clientes, construindo um vínculo ao longo do tempo para se manter no mercado, todas querendo a maior fatia.

Com tanta oferta no mercado é de fato que o governo em parceria com as autoridades monetárias estão sempre alerta aos índices financeiros, procurando controlar os juros aplicados pelas instituições através da Política Monetária, assegurando a estabilidade financeira e a inflação dentro da meta. Isso para que não ocorra uma liberação de crédito acelerada no país, aumentando o índice de inadimplência e causando um grande impacto na economia.

No primeiro capítulo apresenta-se a introdução seguida do tema em questão, o problema a ser analisado, bem como os objetivos gerais e específicos, justificativa e a Metodologia utilizada.

No segundo capítulo expõe-se a fundamentação teórica que compõe opiniões de autores conceituados no assunto, garantindo a exatidão das informações. No mesmo serão elencados os seguintes títulos: Administração Financeira, administração financeira familiar, sistema financeiro nacional, produtos: modalidades de crédito e análise de crédito, onde estes são divididos em subtítulos para melhor esclarecimento.

E no terceiro capítulo, apresenta-se a experiência da pesquisa, com a finalidade de trazer informações relevantes na tomada de decisão voltada à contratação de serviços financeiros.

1.1 Tema e Problema

Atualmente a busca por produtos ou serviços de crédito vem crescendo cada vez mais, permitindo que os consumidores atendam suas necessidades além de criar oportunidades para alcançar um crescimento econômico e financeiro pessoal. Devido a este fato algumas precauções devem ser tomadas por parte do consumidor, tal como analisar as vantagens e desvantagens que lhe são oferecidas, pois essas operações podem comprometer seu orçamento durante um bom tempo caso tome decisões precipitadas.

O brasileiro não está acostumado com tantas facilidades de crédito e esquece que o Brasil possui uma das piores taxas de juros do mundo, que juntamente com a falta de planejamento das pessoas em relação às suas próprias finanças levam a situação de descontrole.

Mediante isso a captação de recursos para suprir a necessidade se compromete a empréstimos bancários como cheque especial, cartão de crédito e outras formas de financiamento para aquisição de bens, onde a estabilidade financeira preocupa cada vez mais pela alta da inflação e dos juros, diminuindo cada vez mais o padrão de vida dos consumidores. Então para não necessitar desses recursos, o consumidor deve administrar gastos e estar atento para não correr riscos financeiros.

Neste contexto, chega-se ao seguinte problema: Qual o nível de conhecimento dos consumidores (Pessoas Físicas) em relação ao Leasing e o Crédito Direto ao Consumidor – CDC e que informações são relevantes na tomada de decisão na contratação dos mesmos?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste trabalho consiste em apresentar as diferenças financeiras existentes entre operações de Leasing e Crédito Direto ao Consumidor - CDC.

1.2.2 Objetivos Específicos

A partir do objetivo geral têm-se como objetivos específicos os seguintes:

- Descrever a partir da revisão bibliográfica as modalidades de crédito;
- Apresentar as vantagens e desvantagens de cada mecanismo;
- Comparar as condições de compra entre Leasing e Crédito Direto ao Consumidor - CDC;
- Estudar os motivos que levam os consumidores a optarem por cada produto;
- Caracterizar os termos envolvidos e as modalidades de financiamento e arrendamento de veículos;
- Desenvolver fluxograma do processo de venda de veículos da empresa analisada.

1.3 Justificativa

No Brasil a verdade é que ao comprar, a maioria opta por algum tipo de compra a prazo. Só no primeiro trimestre de 2011, 6% dos automóveis foram comprados por meio do Leasing, contra 39% à vista, 49% pelo Crédito Direto ao Consumidor - CDC e 6% optaram por outro tipo de financiamento, segundo informações da Associação Nacional das Empresas Financeiras das Montadoras - ANEF.

Em 2010 o Leasing fechou com 11% dos serviços, o Crédito Direto ao Consumidor - CDC modalidade que até então é a preferida dos consumidores que escolhem pagar a prazo fechou o ano com 46%, já era esperado que houvesse uma menor procura pelo Leasing em 2011, pois apesar de apresentar um custo menor, os consumidores procuram negociar o bem antes mesmo da liquidação do contrato, e outros tipos de financiamentos somaram 6% dos clientes.

É indispensável que o consumidor leve em conta as despesas que terá com o veículo, como imposto, combustível, seguro e manutenção, por exemplo. Por isso, recomenda-se que o valor das prestações não comprometam mais que 30% do orçamento e o prazo para a quitação da dívida não seja tão longo.

Desta forma, tem-se por finalidade em fornecer informações sobre operações financeiras, comparando as condições e analisando qual forma é mais lucrativa para uma operação deste segmento, colocando sua importância na hora de tomar decisões.

Contribuindo para o crescimento econômico de um país a presença de instituições sólidas em seu sistema financeiro. Junto com a expansão do crédito observa-se o crescimento, bem como, se o momento econômico requer, basta bloquear o crédito que a economia desacelera. Pode-se exemplificar o que se está afirmando citando-se a crise financeira internacional que vem gerando uma desaceleração econômica mundial.

Diante deste quadro destaca-se a importância de se realizar um trabalho de pesquisa que contemplem algumas dessas questões. A economia do país está sempre em constante mudança, com alguns altos e baixos, o que muitas vezes causa instabilidade para a população, o que acaba ocasionando uma falta de reservas de dinheiro, por parte da mesma, a maioria das pessoas não conseguem guardar dinheiro o suficiente para sempre comprar o que deseja à vista, geralmente é a prazo.

1.4 Metodologia

Dentro do desenvolvimento da pesquisa científica, é necessário atender normas e procedimentos metodológicos, que será utilizada para facilitar e nortear o estudo quanto a sua organização, desenvolvimento e conclusão.

Exposto o problema, a metodologia usa uma tipologia de pesquisa descritiva, segundo Gil (1994) a pesquisa descritiva tem como objetivo primordial descrever as características do público alvo.

Para os procedimentos metodológicos, refere-se a uma pesquisa bibliográfica com embasamento teórico. Conforme Cervo e Bervian (2002), a pesquisa bibliográfica constitui parte da pesquisa descritiva ou experimental, quando é realizada com intuito de buscar conhecimentos e informações prévias a respeito de um problema para o qual se procura a resposta.

Aplica-se quanto à abordagem do problema, a pesquisa qualitativa, segundo Gil (1994) o dado qualitativo é uma forma de quantificação de eventos

qualitativos que normatiza e confere um caráter objetivo a sua observação.

A execução desta pesquisa com abordagem quantitativa consiste em quantificar dados, auxiliando no diagnóstico do objeto do estudo apresentado.

Seguindo a metodologia utilizada pretende-se alcançar informações sustentáveis para concluir o objeto da pesquisa, de forma que o problema seja abordado e conseqüentemente a questão seja esclarecida.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Administração Financeira

Quando se escuta a expressão administração financeira, acredita-se que este departamento é responsável por gerir os recursos financeiros da empresa, mas Hoji (2001) escreve que este departamento é responsável direto por maximizar os recursos da empresa por consequência seu valor de mercado. Isso ocorre porque o departamento financeiro deve ser um ponto estratégico, flexível e adaptado a nova realidade que as empresas encontram no mercado, gerindo recursos de forma a maximizar e otimizar tais valores.

Todo o funcionamento de uma empresa envolve os recursos financeiros e tem como objetivo da empresa é maximizar a riqueza aos seus proprietários e/ou acionistas. A administração financeira tem por finalidade que o papel das empresas é aumentar seu valor de mercado a longo prazo, investindo seus recursos de forma mais apropriada, pois é uma maneira de crescer o valor investido (HOJI, 2001).

Administração financeira é a aplicação de uma série de princípios econômicos e financeiros para maximizar a riqueza ou valor total de um negócio. Diante de um mundo global e de uma economia tendenciosa que aponta para diversas possibilidades, onde, concorrentes estão cada dia mais à frente, cria-se possibilidades infinitas, em que o gestor de recursos é obrigado a tomar decisões financeiras baseado não só nas suas necessidades e possibilidades internas, mas também focado no mercado, analisando suas variáveis a fim de obter sucesso. Isso faz com que uma organização necessite acima de tudo de um departamento que seja o gestor de seus recursos, de forma a promover a melhor aplicação dos mesmos, gerando dessa forma lucros financeiros e contribuindo diretamente para a formação dos lucros operacionais (WESTON; BRIGHAM, 2000).

Gitman (2001. p. 39) afirma que: “à medida que a empresa cresce, o funcionamento das finanças evolui para um departamento em separado, conectado diretamente com o diretor-presidente da companhia ou CEO, através do vice-presidente de finanças, comumente chamado de *Chief Financial Officer – CFO*”.

A administração financeira é de suma importância em todos os segmentos de mercado, evidenciando-se bancos, instituições financeiras, indústria, comércio, órgãos governamentais, escolas, enfim, as mais variadas oportunidades

de negócios (HOJI, 2001).

Acerca da administração financeira, Weston e Brigham (2000, p. 4-5) afirmam: “é através de seu estudo e análise que se pode decidir desde a expansão de uma fábrica até a escolha dos títulos que devem ser emitidos para financiar essa expansão”.

Para Braga (1989, p. 23), o papel financeiro é compreendido como “um conjunto de atividades relacionadas com a gestão dos fundos movimentados por todas as áreas da empresa. Essa função é responsável pela obtenção dos recursos necessários e pela formulação de uma estratégia voltada para a otimização do uso desses fundos”. A função financeira está presente em qualquer tipo de empresa, seja ela de pequeno, médio ou grande porte, pois é extremamente importante a sua presença para o sucesso do empreendimento.

2.1.1 Administrador financeiro

Todo administrador financeiro seja este de uma empresa privada ou pública, está sempre buscando o melhor para seu negócio e conseqüentemente para seu cliente. Se a empresa presta o melhor serviço, faz o melhor produto, preço competitivo e tem o melhor atendimento, com certeza estes fatores são de grande competitividade no mercado, agregando valores à empresa.

De acordo com Gitman (1997, p. 04), “os administradores financeiros administram ativamente as finanças de todos os tipos de empresas, financeiras ou não financeiras, privadas ou públicas, grandes ou pequenas, com ou sem fins lucrativos. Eles exercem um grande número de atividade, tais como orçamentos, previsões financeiras, administração do caixa, administração do crédito, análise de investimentos e captação de recursos.

O administrador financeiro é indispensável para as tarefas da organização, por este motivo existe a necessidade de um profissional qualificado nessa área, pois será pouco provável a obtenção de lucros se esta área for mal organizada, e por conseqüência das decisões tomadas de forma incorreta ou precipitadas é que a empresa não conseguirá alcançar os resultados desejados, podendo assim encaminhar a empresa para a falência. Não se pode deixar toda a responsabilidade nas mãos do administrador financeiro. Seus colegas de diversas

áreas, tais como contabilidade, sistemas de informações, administração geral, marketing e produção também precisam ter um conhecimento básico sobre administração de empresas e finanças (HOJI, 2001).

Gitman (2001, p. 34), afirma que:

Todos os administradores em uma empresa sem levar em consideração as descrições de seu trabalho, trabalham com o pessoal de finanças para justificar necessidades de sua área, negociar orçamentos operacionais, lidar com avaliações de performance financeira e “vender” projetos baseados, pelo menos em parte, nos seus méritos financeiros. Claramente aqueles administradores que entendem o processo de tomada de decisões financeiras estarão capacitados a lidar com questões financeiras, por conseguinte, vão conseguir mais frequentemente os recursos que necessitam para realizar suas próprias metas.

Todos que atuam nos departamentos de uma empresa tem responsabilidades a seguir, dentro da organização sente a necessidade de interagir com o departamento financeiro para atingir os objetivos comuns da empresa. “[...] para o administrador financeiro fazer adequadas previsões e tomar decisões úteis, ele tem de estar disposto e ser capaz de interagir com indivíduos em outras áreas da empresa [...]” (GITMAN, 2001).

2.1.2 Visão Histórica da Administração Financeira

Quando um empreendedor resolve investir em um próprio negócio para obter uma rentável remuneração, ele deve fazer alternativas necessárias para a constituição da empresa, estes recursos são importantes, pois constituem o foco das funções financeiras da instituição (MEGLIORINI; VALLIM, 2009).

Nas décadas de 40 e 50 era mais analisada sob a perspectiva de alguém de fora do que pela própria administração. Na década de 60 os objetivos da administração financeira passaram a ser as decisões administrativas ligadas à escolha de ativos e passivos para maximizar o valor das empresas. [...] na década de 80 esta análise foi expandida para incluir os efeitos da inflação sobre as decisões empresariais, desregulamentando as instituições financeiras com tendências a diversificar os serviços prestados, [...] dando maior ênfase às operações empresariais no mercado global. [...] na década de 90 provavelmente foram à contínua globalização das empresas e o largo emprego da tecnologia de informação (WESTON; BRIGHAM, 2000, p. 6).

Para a Administração Financeira, o objetivo econômico das instituições é um aumento do valor de mercado em longo prazo, pois assim dará fartura aos

proprietários/sócios (HOJI, 1999).

O “objetivo deve atender também a um desejo mais específico do acionista: a remuneração de seu capital, sob a forma de distribuição de dividendos” (LEMES JÚNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2005, p. 4).

Os lucros da instituição contribuem para que ela atinja seus objetivos, por meio da geração de impostos, remuneração adequada dos funcionários, investimentos em melhoria ambiental, entre outros (GROPPELLI; NIKBAKHT, 2002).

As instituições em geral vêm aderindo à globalização quase que compulsoriamente, em função da queda dos custos de embarque e consequente aumento do comércio internacional; o fim das barreiras protecionistas de produtos fabricados com alto custo e de forma ineficiente, consequência da mudança no comportamento dos consumidores que desejam produtos de custo baixo e alta qualidade (WESTON; BRIGHAM, 2000).

Segundo Meglioni e Vallim (2009), o gerente financeiro é responsável pela execução das funções financeiras da instituição.

Torna-se cada vez mais importante a análise e a tomada de decisões do responsável pela área financeira num mercado globalizado, extremamente competitivo, onde as informações são disponibilizadas dinamicamente, e os recursos devem ser obtidos e utilizados de uma forma que maximize o valor de suas empresas (WESTON; BRIGHAM, 2000, p. 6-7).

Uma vez que a instituição deve operar no âmbito macroeconômico, é importante que o administrador financeiro esteja ciente de sua estrutura institucional. Precisa também estar alerta para as consequências de diferentes níveis de atividade econômica e mudanças na política econômica que afetam seu próprio ambiente de decisão. Sem compreender o funcionamento do amplo ambiente econômico, o administrador financeiro não pode esperar obter sucesso financeiro para a instituição. Devem-se perceber as consequências de uma política monetária mais restritiva sobre a capacidade da instituição obter recursos e gerar receitas. Precisa ainda conhecer as várias instituições financeiras e saber como estas operam para poder avaliar os canais potenciais de investimento e financiamento (GROPPELLI; NIKBAKHT, 2002).

Nos últimos anos houve um avanço contínuo na tecnologia da informação e nas comunicações. Os gerentes financeiros atualmente são capazes de partilhar dados, informações e participar de teleconferências em tempo real, o que torna

dinâmica a forma de analisar e tomar as decisões na área financeira.

Dessa forma, faz-se necessário enfatizar detalhadamente a atividade financeira nas instituições, bem como, suas interferências e responsabilidades.

2.1.3 Atividade financeira nas instituições

A administração financeira, assim como a instituição, tem passado por muitas mudanças, com o aumento da competitividade, principalmente quanto a sua função. Além de obter fundos, sua função também era gerir o uso e à aplicação destes fundos, mas, atualmente, suas preocupações e seu objetivo devem estar caminhando na direção de procedimentos de análise e controle do fluxo de fundos. O principal enfoque da administração financeira, na atualidade, deve ser o processo decisório e as ações que afetam este processo, e seu objetivo deve ser a valorização do negócio da instituição (REIS, 2000).

Segundo DPE/CONAC (2000, p. 2), a natureza dos serviços prestados pelas instituições financeiras é:

[...] bastante distinta das outras espécies de serviços. O serviço de intermediação financeira consiste em aglutinar recursos de credores e canalizá-los para os tomadores de crédito. Para tanto, as instituições financeiras devem fazê-lo de forma a atender às necessidades e preferências de emprestadores e tomadores, de maneira a tornar possível e vantajoso para estes adquirirem créditos ou assumirem débitos para com a instituição financeira, em vez de fazê-lo diretamente com a unidade interessada. Dessa forma, a atividade de intermediação financeira consiste em assumir obrigações e adquirir ativos moldando-os em termos de volume, prazo de vencimento, liquidez e risco; assumir dívidas por conta própria, recebendo depósitos, emitindo letras, ou outros títulos, e adquirir ativos sob a forma de adiantamentos, empréstimos, e também adquirindo títulos.

A instituição é criada para a continuidade e para garanti-la, ela precisa buscar uma otimização de seus resultados e de seus acionistas. A administração financeira está presente nas instituições para orientar, do ponto de vista financeiro, as decisões e para responder como estas decisões devem ser tomadas para maximizar o valor da mesma (REIS, 2000).

Os fundos investidos na instituição não devem parar, devem ser analisados e reavaliados constantemente, e o capital deve ser muito bem administrado, a fim de assegurar a liquidez da mesma buscando garantir recursos

para atender suas necessidades e financiar suas atividades de desenvolvimento e crescimento. A disponibilidade deste capital pode ser um fator estratégico na gestão das atividades da instituição (GITMAN, 1997).

Alguns fatores determinam o tamanho da área financeira: a dimensão da organização, os recursos físicos, financeiros e humanos, o volume e a complexidade dos procedimentos e controles, o grau de descentralização de responsabilidades, entre outros (LEMES JÚNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2005).

Para Reis (2000, p. 93), a administração financeira tem como meta principal, “gerenciar os recursos financeiros da organização, necessários para a realização de suas atividades em busca de seus objetivos e de sua missão”.

Tal área estrutura-se em torno de algumas funções básicas: planejamento, orçamento, contabilidade, custos, tesouraria, controle e avaliação, auditoria (REIS, 2000).

“A função financeira consiste na preparação, na assunção, na execução e no controle das decisões financeiras na empresa” (MENEZES, 1999, p. 34).

Segundo Tavares (2010), a função financeira de uma instituição vem crescendo com a perspectiva de melhorar as medidas de risco e retorno, e também os modelos de formação de preços.

Santos (1981) denota para a necessidade de análise dos efeitos financeiros nas decisões tomadas na instituição em duas vertentes complementares, a da rentabilidade e a do risco.

Inicialmente, a função financeira identificava-se com o papel do tesoureiro, ou seja, este tinha como tarefa primordial efetuar recebimentos e pagamentos, em resultado das atividades da instituição. Era necessário assegurar um saldo de disponibilidades indispensável ao normal funcionamento da mesma. A função financeira limitava-se àquilo a que atualmente se chama gestão das disponibilidades (ROCHA, 2010).

Até os anos 1950, a ênfase da função financeira nas empresas recaía sobre as atividades do tesoureiro, e sua busca pela captação dos recursos mais adequados às atividades da empresa. Nos anos 1950, começa a se diferenciar a atividade de controladoria, com a preocupação de melhorar a qualidade das informações ao usuário externo das demonstrações financeiras (TAVARES, 2010, p. 3).

Posteriormente, esta tarefa foi ampliada, surgindo preocupações sobre decisões de financiamento e o financeiro passa a ter um papel mais ativo na gestão

da instituição. São-lhe atribuídas responsabilidades que ultrapassam as meras decisões operacionais. Passa a ser responsável pela seleção de fontes de financiamento, respeitando critérios de rentabilidade (aptidão para gerar fluxos de caixa com saldo positivo) e equilíbrio financeiro. A função tradicional veio a ser gradualmente acrescida de novos elementos, dando lugar à chamada gestão financeira moderna (MENEZES, 1999).

Estas novas tarefas relacionam-se com aspectos de natureza econômica, passando a caber à área financeira a análise e controle de rentabilidade provisional e efetivo das aplicações de fundos. Isto é, a função financeira participa nas decisões de investimento e na elaboração do plano a médio prazo da empresa. A missão do *controller* está diretamente relacionada com estes aspectos (MEGLIORINI; VALLIM, 2009).

Segundo Rocha (2010), a função do *controller* é de desenvolver funções de assessoria; manter relações externas com banqueiros e outros credores; ser inspetor dos assuntos financeiros e estar constantemente preocupado com a rentabilidade.

Cargo surgido, entretanto, responsável pelo controle da rentabilidade das aplicações dos fundos da instituição (MEGLIORINI; VALLIM, 2009).

A gestão financeira, para Menezes (1999, p. 39) abrange:

O conjunto de técnicas cujos objetivos principais consistem na obtenção regular e oportuna dos recursos financeiros necessários ao funcionamento e desenvolvimento da empresa, ao menor custo possível e sem alienação da sua independência e, também, no estudo e controle da rentabilidade de todas as aplicações a que são afetos esses recursos.

Face ao conjunto de matérias que integra em termos orgânicos a função financeira tende a posicionar-se junto do conselho de administração, como órgão de *staff* (MEGLIORINI; VALLIM, 2009).

A estratégia financeira é responsável por áreas como sejam o planejamento financeiro e controle, a estrutura de capital e financiamento, a avaliação do desempenho, a concepção de sistemas de controle de gestão e avaliação de organizações e de investimentos (MENEZES, 1999).

2.1.4 Administração da Estrutura Financeira da Instituição

As contas ou duplicatas a receber representam direito ou valores adquiridos por vendas a prazo de mercadorias ou serviços relacionados com a atividade da instituição e ainda não recebidos. O montante dessa conta representa o volume de vendas a prazo. Portanto, aumentando o volume de vendas, cresce também o montante de duplicatas a receber (REIS, 2000).

Muitas organizações para ganharem mercado, concedem maiores prazos aos seus clientes, gerando neste sentido, duplo crescimento nos valores a receber, pelo aumento das vendas e pelo aumento no prazo de recebimento (REIS, 2000).

É de fundamental importância conhecer quem são os principais clientes, identificar o grau de concentração das vendas, a qualidade dos clientes e o volume de atrasos. Pelo volume de duplicatas emitidas, determinam-se pessoas e constituem-se departamento para gerenciamento, sendo necessário à implantação e a manutenção de controles que tragam segurança à administração da instituição (MENEZES, 1999).

Na administração do crédito de uma instituição, segundo Matias e Júnior (2002, p. 20), “inicialmente analisa-se a administração de disponibilidades (fluxo de caixa), em que o pequeno empresário tem de focar grande parte de sua atenção, controlando sua disponibilidade com base em uma compreensão e no planejamento das necessidades financeiras”.

Do ponto de vista contábil, quando um crédito é concedido, cria-se uma conta a receber. As contas a receber e sua gestão constituem aspectos muito importantes da política financeira em curto prazo de uma instituição. Se uma organização conceder créditos a seus clientes, precisará criar procedimentos de concessão de crédito e cobrança (REIS, 2000).

Para Jordan, Ross e Westerfield (2000, p. 446), “a empresa terá que lidar com os seguintes componentes da política de crédito: condições de vendas, análise de crédito e política de cobrança”.

As condições de venda estipulam como a instituição propõe-se a vender seus produtos e serviços. São compostas por três elementos distintos que são: o período pelo qual o crédito é concedido (prazo de crédito), o desconto por pagamento a vista e prazo de desconto e tipo de instrumento de crédito (JORDAN; ROSS; WESTERFIELD, 2000).

A política de cobrança é o elemento final da política de crédito. Envolve o acompanhamento das contas a receber para detectar dificuldades e conseguir o pagamento de contas vencidas (JORDAN; ROSS; WESTERFIELD, 2000).

Tradicionalmente, a função da área financeira na instituição tem sido administrar, de modo centralizado, todos os seus recursos financeiros. Essa função tem variado conforme o tipo de instituição e as circunstâncias em que ela se encontra, havendo fases de maior ou menor predomínio e controle da área financeira sobre as demais áreas da organização (REIS, 2000).

Para Gitmann (1997, p. 16), o objetivo da administração financeira está ligado ao objetivo da instituição: “maximização de seu lucro e de seus acionistas. Sua função é criar mecanismos de análise e controle, para orientar e influir nas tomadas de decisão que resultem em maior retorno financeiro para a empresa”.

No entanto, além do retorno financeiro, a administração financeira deve cuidar também da manutenção de um certo nível de liquidez da instituição, a fim de permitir disponibilidade de recursos para sustentar suas atividades do dia-a-dia, como produção, marketing, compras e desenvolvimento de produtos (GITMANN, 1997).

Assim, na organização, segundo Sanvicente (1987), a área financeira tem como atribuição controlar os recursos e fornecer informações requeridas pelas diversas áreas de responsabilidade, receber e gerenciar os recursos financeiros gerados nas atividades da instituição, além de aplicar os recursos excedentes, com a melhor rentabilidade possível.

Apesar de seu objetivo maior ser a rentabilidade da instituição, a administração financeira não deve permitir que sua liquidez seja comprometida. E isto gera o tradicional dilema do administrador financeiro, citado por Sanvicente (1987), de aplicar ou não todos os fundos disponíveis. A organização necessita de suficiente liquidez para manter um bom crédito na praça, e esse objetivo está relacionado com os pagamentos de suas obrigações no mercado. Por outro lado, relacionado com o aspecto investimento, o uso do capital para aumentar a liquidez pode resultar na perda de lucros.

A administração do capital de giro encontra-se inserida no contexto decisório das finanças das empresas, permitindo melhor entendimento de como as organizações geram, aplicam e gerenciam seus recursos financeiros. Constitui-se em outras palavras, num conjunto de regras que tem por objetivo a preservação da saúde financeira das organizações. O capital de giro ou capital circulante é representado pelo ativo circulante, isto é, pelas aplicações correntes identificadas geralmente pelas disponibilidades, valores a receber e estoques. Num sentido mais amplo, o capital de giro representa os recursos demandados por uma empresa para financiar suas necessidades operacionais identificadas desde a aquisição de matérias-primas (ou mercadorias) até o recebimento pela venda do produto acabado (ASSAF NETO e SILVA, 2002, p. 14).

Observa-se que diante dos fluxos contínuos de entradas e saídas, existem situações com características muito diferentes. Algumas com aspecto histórico vinculado a padrões já existentes na empresa, outras vindo de necessidades adicionais e eventuais, oriundas de situações e prazos diferentes da programação habitual (ASSAF NETO e SILVA, 2002).

A preocupação do administrador financeiro se divide em obter, administrar e analisar, eficientemente, os recursos financeiros para o desenvolvimento das atividades da empresa. Mas seu objetivo, conforme Sanvicente (1987) é o mesmo da administração financeira: a máxima rentabilidade sobre os investimentos da empresa, sem comprometer sua liquidez.

Para que possa haver um total gerenciamento dos recursos financeiros se faz necessário um sistema que controle as contas a pagar e contas a receber bem como sua total utilização em prol deste em todas as entradas e saídas feitas dentro da organização (ASSAF NETO e SILVA, 2002).

Desse modo, um bom planejamento efetuado no início do ciclo operacional pode oferecer garantias para o bom andamento do processo. Além disso, será necessário fixar níveis mínimos de segurança, tendo em vista o volume mínimo de capital de giro necessário (SANVICENTE, 1987).

2.2 Administração Financeira Familiar

A administração financeira familiar é um tema novo do século XXI, que apareceu para que os indivíduos consigam equilibrar suas receitas e despesas familiares.

De acordo com pesquisas do OppenheimerFunds, realizadas com casais americanos em 2005 e 2006, houve um aumento significativo – 30%, do número de casais aprimorando o gerenciamento das finanças domésticas. Na pesquisa mais recente (2006), 40% dos casais respondentes informaram controlar o orçamento, atualizar o testamento e ensinar as crianças sobre dinheiro. Adicionalmente, informaram que compartilham a responsabilidade de poupar e investir (SANTOS, 2011, p. 119).

Administração financeira familiar ou orçamento familiar trata-se de um planejamento que a família faz com o uso do dinheiro mensalmente ou periodicamente, evitando-se o endividamento ou os gastos desnecessários, este é um meio de cuidar dos gastos supérfluos e administrar o dinheiro com segurança (TEIXEIRA, 2008).

A administração dessas receitas e despesas precisam em primeiro lugar falar sobre as necessidades e os desejos dos indivíduos, que segundo Teixeira (2008, p. 1), são classificados da seguinte forma: “**Necessidade**: algo indispensável para sobreviver. Ex.: Alimento. **Desejo**: necessidade adquirida, de acordo com os valores e características individuais, que pode ser dispensável. Ex.: comprar um aparelho celular”.

As necessidades e os desejos são importantes para os indivíduos, pois fazem parte do processo de compra de produtos em geral, segundo Gobe *et al* (2004, p. 52) “Necessidades são situações de desequilíbrio inerentes ao ser humano, como fome, sede, sono, etc. [...] Desejo é a maneira diferenciada de atender a uma necessidade”.

A forma com que o indivíduo supre as suas necessidades é pelo seu desejo, pois ao sentir a necessidade de sede, pode-se ter o desejo de satisfazê-la de várias maneiras: com água, sucos, refrigerantes. Neste caso, o indivíduo pode sentir a necessidade de ir até determinado lugar seja profissionalmente como da casa para o trabalho ou como lazer para o tratamento de uma doença, sentir a necessidade de viajar para poder satisfazer este desejo vem a ideia de comprar um

automóvel, que servirá tanto para comodidade como para a agilidade de sua profissão.

A hierarquia das necessidades humanas foi criada segundo Gobe *et al* (2004, p. 53) por Abraham Maslow que compôs esta hierarquia por dois grandes grupos: as necessidades primárias e as necessidades secundárias.

As necessidades primárias, também denominadas fisiológicas, referem-se a carências básicas, instintivas do ser humano, como fome, sede, sexo e sono. As necessidades secundárias, por sua vez, estão associadas à segurança, integração, estima e auto-realização. Para Maslow, é necessário satisfazer primeiro as necessidades primárias, para que as secundárias se tornem motivadoras do comportamento humano. (GOBE *et al*, 2004, p. 53).

Observa-se na figura 1, a pirâmide da hierarquia das necessidades de Maslow que o consumidor coloca em sua escala de prioridades primeiramente as suas necessidades básicas e depois as suas necessidades secundárias realizando uma escala sendo cada vez mais exigente com os novos produtos a serem adquiridos, até conseguirem satisfazer os seus desejos se auto-realizando.



Figura 1: Pirâmide da Hierarquia das Necessidades de Maslow
 Fonte: Gobe *et al*, 2004

O processo de carência-satisfação-carência é cíclico, o que equivale a dizer que necessidades atendidas podem causar nova tensão psicológica, seja pelo surgimento de nova carência, seja pelo desejo de se adquirir produtos mais caros, sofisticados, úteis ou mais belos (GOBE *et al*, 2004, p. 53).

Os fatores que afetam as decisões de compras no orçamento familiar são: os recursos disponíveis, as influências psicológicas, o ciclo de vida da família e o gênero (TEIXEIRA, 2008).

Inevitavelmente a sensação de se realizar uma necessidade pode gerar novamente a um indivíduo uma nova tensão psicológica, ao surgir uma nova carência fazendo com que o indivíduo passe a encontrar maneiras de satisfazê-la novamente.

A busca constante por produtos que possam satisfazer estas novas necessidades e carências pelos consumidores é que impulsionam as empresas a produzirem produtos cada vez melhores e mais sofisticados.

Mas para realizar as necessidades e os desejos, os indivíduos precisam ter recursos como: dinheiro, tempo e energia. Segundo Teixeira (2008, p. 1), os tipos de recursos são classificados em:

***Econômicos:** são aqueles que contam com preço de mercado e valor de uso. Ex.: eletroeletrônicos, eletrodomésticos, renda, força de trabalho.

***Não-econômicos:** têm valor de uso, mas não são adquiridos no mercado. Ex: roupas usadas, sucata (lixo).

***Humanos:** não é material, mas está disponível e é utilizado pelo homem como meio para atingir determinado fim. Ex.: conhecimento, habilidades, tempo.

***Materiais:** todos os recursos palpáveis usados para satisfazer necessidades. Ex.: dinheiro, produtos, propriedades, etc.

Os desejos dos indivíduos são quase ilimitados ao contrário de seus recursos que são limitados, assim, a escolha de produtos recai naqueles que forneçam maior valor e satisfação para o dinheiro despendido.

Pahl (1995 apud SANTOS, 2011, p. 120) identificou cinco estratégias de gerenciamento financeiro familiar que são:

a) *Female Whole Wage System*, no qual o marido entrega a totalidade de seus rendimentos para a administração feminina (descontado o dinheiro para suas despesas pessoais); b) *Male Whole Wage System*, no qual o homem assume a total responsabilidade pela administração das finanças familiares; c) *Allowance System*, no qual uma parte fixa fica sob a responsabilidade da mulher e é destinada às despesas domésticas, ficando o restante nas mãos do marido; d) *Pooling System*, no qual o casal centraliza e divide todos os seus recursos financeiros e e) *Independent Management System*, no qual ambos os parceiros mantêm seus rendimentos separados.

Santos (2011) encontrou evidências nas estratégias citadas, pois estas estão associadas aos diferentes padrões de vida e cultura de cada família.

Para a aquisição de bens, sejam eles os mais baratos ou os mais caros, foi encontrado em estudos que indicam que os indivíduos gostam de sentir-se superiores a seus semelhantes e desta forma, gastam e consomem para fazer parte de determinado grupo perante a sociedade. Acrescentam que a comparação social não afeta apenas o consumo, mas também a satisfação pessoal (LUTTMER, 2005 apud SANTOS, 2011).

2.3 Serviços financeiros no Brasil

A concentração de crédito do setor financeiro brasileiro em relação ao Produto Interno Bruto (PIB) é o menor de todos os países que estão em desenvolvimento e os desenvolvidos, o crédito liberado pelo Sistema Financeiro Nacional representa apenas 26% do PIB. Países como Japão, EUA, China maiores economias mundiais ultrapassam 100% do PIB, o Brasil também não supera Itália e Índia, superando apenas o México que representa 13% do PIB (SILVA; DIVINO, 2010).

Assim como o governo previa, o Crédito no Brasil cresceu bastante, automaticamente movimentou a economia, o poder de compra e venda da moeda, bem como, a sua utilização impulsionou principalmente o crescimento das vendas de carros, que hoje é direcionado de forma fácil e rápida (SEGALLA; NICACIO, 2010

O setor financeiro trabalha com receitas provenientes basicamente dos juros cobrados sobre os créditos concedidos à sociedade aplicados em ativos, além das tarifas cobradas sobre serviços de liquidação e intermediação financeira.

Com o passar do tempo os bancos perceberam que se tivessem dinheiro, eles poderiam fazer render mais ainda, cobrando juros pelo empréstimo e executando as garantias em caso de não pagamento no prazo. Como afirma Fernandes (2006, p. 1) que: “este acontecimento alavancou o sistema econômico, teve um aumento relevante na emissão de moedas e as atividades financeiras passaram a intervir de forma direta no aumento ou redução dos valores de bens e serviços negociados”.

Os Bancos ou Instituições Financeiras continuaram a crescer tornando-se especialistas em emprestar, guardar e aplicar o dinheiro dos comerciantes ou

qualquer outra pessoa, que os procurassem.

Segundo Fernandes (2006, p. 2), “os empréstimos, a guarda e aplicação de recursos financeiros próprios e de terceiros tornam-se as principais atividades das Instituições Financeiras, as quais possibilitam aproximar a oferta da demanda pelo dinheiro, agregando recursos para empreendimentos e reduzindo custos e riscos dos participantes envolvidos”.

Todas essas atividades de intermediação e formas de liberar dinheiro acabaram criando um grande sistema, que é chamado Sistema Financeiro Nacional.

O Sistema Financeiro Nacional do Brasil é composto por instituições supervisoras, que mantêm a regularização normativa das políticas de crédito, câmbio, seguros e transferência de valores. Estas instituições dividem-se em entidades monetárias e entidades de apoio.

Fernandes (2006, p. 25), que “a instituição operadora do sistema financeiro nacional submetesse as instituições supervisoras que possuem autoridade monetária ou fiscalizadora vinculada à união, responsável por regulamentar políticas de crédito, câmbio, seguros e transferências de valores”.

Para que as instituições operem de forma coerente com a economia atual do país, foram criados esses órgãos federais garantindo a regulamentação das mesmas.

2.4 Sistema Financeiro Nacional

O principal objetivo do Sistema Financeiro Nacional - SFN é aproximar as pessoas que detêm recursos financeiros e aquelas pessoas que tem necessidade de efetuar empréstimos.

Gomes (2001, p. 34) define o SFN como um “conjunto de instituições e instrumentos financeiros que possibilitam a transferência de recursos entre agentes superavitários e deficitários”.

O SFN foi criado para oferecer serviços básicos e auxiliares que permitam o funcionamento da economia. Neste sentido, toda atividade da economia, obviamente, é obrigada a passar por eles (FARIA, 2003).

Segundo Fortuna (2005), este é considerado como elemento dinâmico no processo de crescimento econômico, uma vez que permite a elevação das taxas de

poupança e investimento.

A prestação de serviços vem tomando grande impulso dentro do Sistema Financeiro Nacional. Entretanto os serviços devem ser prestados com qualidade.

Para Rodrigues (1997, p. 23), “obter-se qualidade na prestação de serviços é necessário construir um ambiente especial na empresa, onde a excelência do serviço oferecido ao cliente seja uma missão de todos os membros integrantes da organização”.

Segundo Lopes e Rossetti (1998), o SFN pode ser caracterizado por quatro fases distintas:

- **1ª fase:** determinou-se pela intervenção financeira na sua forma mais fácil por meio de atividades relacionadas ao ramo cafeeiro e a implantação de projetos no ramo de infra-estrutura.

- **2ª fase:** determinou-se pelo tempo das Guerras e da Depressão (1914 a 1945), onde aconteceram vários processos de grande valia no quadro geral da intervenção financeira no Brasil, destacando as seguintes: desenvolvimento do sistema de intervenção financeira de curto e médio prazo; disciplina, integração e ampliação das margens de segurança, face a criação da Inspeção Geral dos Bancos (1920), instalação da Câmara de Compensação (1921) e a implantação da Carteira de Redescontos do Banco do Brasil (1921); e estudos para criação de um Banco Central no país. Esses acontecimentos trouxeram vastos melhoramentos ao sistema financeiro do país, à medida que deu grande estabilidade ao processo de intervenção.

- **3ª fase:** se estendeu de 1945 a 1964, determinou-se como fase de mudança entre a estrutura simples de intervenção financeira da primeira metade do século e a complexa estrutura montada a partir das reformas institucionais de 1964-65. Nos anos de mudança as fundamentais transformações no sistema financeiro nacional foram:

- Consolidação e penetração no espaço geográfico da rede de intermediação financeira de curto e médio prazo;
- Implantação de um órgão normativo, de assessoria, controle e fiscalização, a SUMOC - Superintendência da Moeda e do Crédito;
- Criação de uma instituição financeira central de fomento, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico – BNDE;
- Criação de instituições financeiras de apoio a regiões carentes;

- Desenvolvimento espontâneo de Companhias de crédito, financiamento e investimento de médio e longo prazo.

- **4ª fase:** fase do progresso da intervenção financeira no Brasil que começou em 1964-1965, com a publicação de três leis que introduziram intensas alterações na estrutura do sistema financeiro nacional:

- Lei nº 4.380 - 21/08/64: instituiu a correção monetária nos contratos imobiliários de interesse social, criou o Banco Nacional de Habitação e institucionalizou o Sistema Financeiro de Habitação;

- Lei nº 4.595 - 31/12/64: definiu as características e as áreas específicas de atuação das instituições financeiras e transformação do SUMOC e seu Conselho em Banco Central do Brasil e Conselho Monetário Nacional, respectivamente;

- Lei nº 4.728 - 14/07/65: disciplinou o mercado de capitais e estabeleceu medidas para seu desenvolvimento.

A partir dessas leis, o sistema financeiro brasileiro passou a contar com um grande e variado número de intermediários financeiros não bancários, com áreas específicas e bem resolvidas. Ao mesmo tempo, foi expressivamente estendida a pauta de ativos financeiros, abrindo-se um novo conjunto de alternativas para aproveitamento de poupanças e criando-se, em decorrência disto, condições mais eficazes para a intensificação do processo de intervenção (LOPES; ROSSETTI, 1998).

Ainda para os autores Lopes e Rossetti (1998), a 4ª fase começou pela prática dessas reformas até os dias atuais. Além daquelas instituições citadas, foi incorporado ao quadro do sistema a Comissão de Valores Mobiliários - CVM, criada pela Lei nº 6.385, de 7/12/76.

Após o período de 1968 a 1973, o país passou a conviver com uma conjuntura atribulada internacional (choque do petróleo no período de 1973 e 1979 e a crise da dívida externa em 1982) e perturbada a nível interno (redemocratização e inflação). Influenciado também por esses episódios, apareceu por parte dos agentes econômicos a obrigação de se protegerem quanto os abalos adversos a que estão sujeitos, tanto a fatos e políticas internas, quanto externas (LOPES; ROSSETTI, 1998).

A modificação que vem atravessando a intervenção financeira nos últimos anos é gerada pelo desenvolvimento da economia, refletindo em processos de

fusões e incorporações, resultando em aumento de competitividade (LOPES; ROSSETTI, 1998).

Diante disso a atividade de intervenção financeira, além de diminuir a incerteza e os riscos a níveis compatíveis com as reivindicações de aumento dos ganhos, terá que adaptar cada vez mais segurança e agilidade na análise e previsão de melhores lucros (LOPES; ROSSETTI, 1998).

O SFN é constituído:

- Do Conselho Monetário Nacional;
 - Do Banco Central do Brasil;
 - Do Banco do Brasil S.A.;
 - Do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social;
- Das demais instituições financeiras públicas e privadas.

O SNF está estruturado sob dois subsistemas que são: o sistema normativo e o sistema operativo, que serão descritos abaixo.

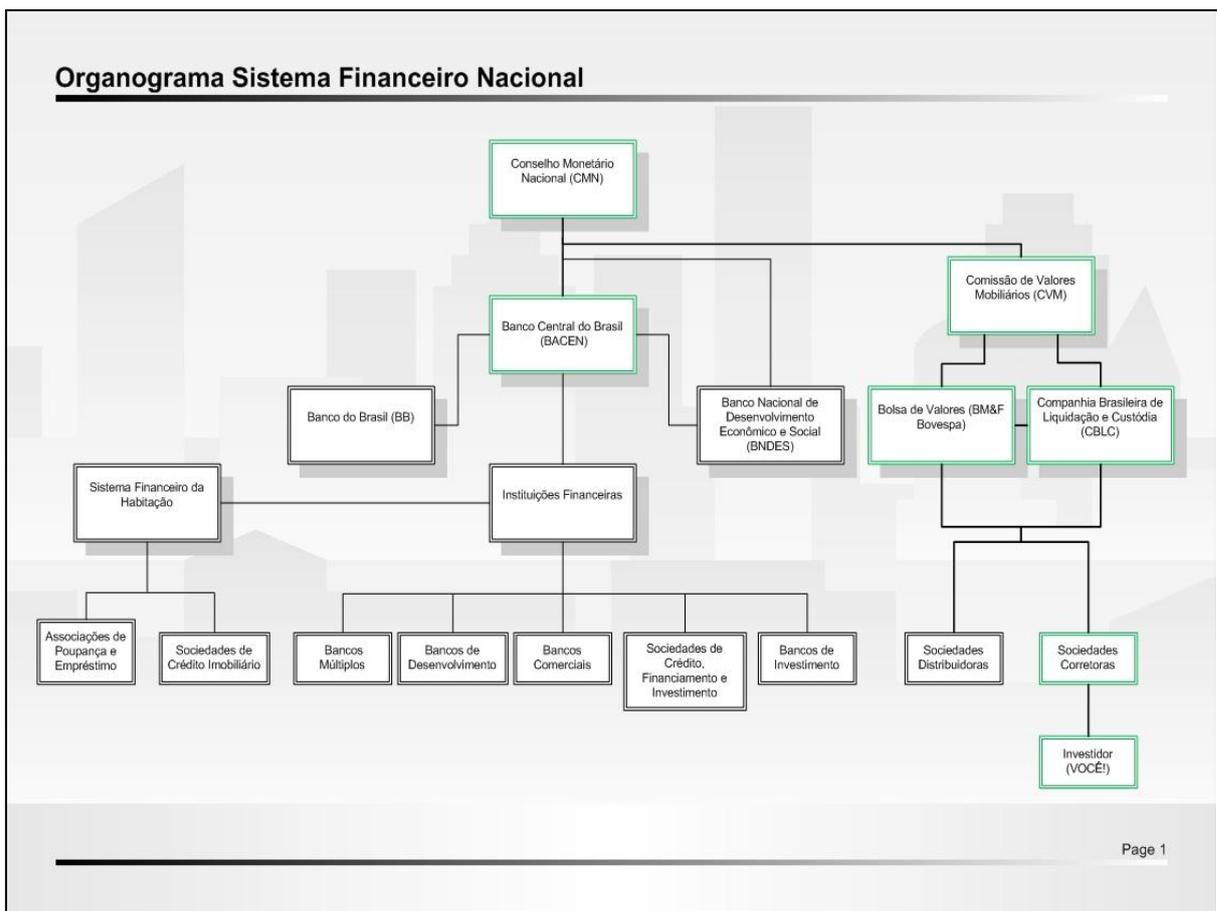


Figura 2: Organograma do Sistema Financeiro Nacional
 Fonte: BCB, 2011, p. 1.

2.4.1 Sistema Normativo

Este sistema está dividido em dois grandes grupos que são:

- **Autoridades monetárias** compostas pelo:

* Conselho Monetário Nacional – CMN e

* Banco Central do Brasil – BC.

- **Autoridades de apoio** que são compostas por:

* Comissão de Valores Mobiliários – CVM;

* Banco do Brasil – BB;

* Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES;

* Caixa Econômica Federal – CEF.

2.4.2 Autoridades monetárias

As autoridades monetárias são entidades responsáveis pela normatização e execução das operações de emissão de moeda, são representadas pelo Conselho Monetário Nacional – CMN e pelo Banco Central do Brasil – BC ou BACEN (NOVELLO, 2008).

Estas duas instituições estão em completa sintonia com as funções pré-estabelecidas pelas autoridades monetárias, sendo que as ações para realizar seus objetivos incluem: legislação, normatização, fiscalização e controle (SOUZA e BORGES, 1999).

As duas instituições serão apresentadas abaixo:

2.4.3 Conselho Monetário Nacional – CMN

O CMN é o órgão de maior poder e responsabilidade dentro do SFN, existindo desde 1964, algumas competências destinadas a ele é estabelecer as diretrizes das políticas monetárias e cambial, regular as condições de funcionamento e fiscalização das Instituições Financeiras (NOVELLO, 2008).

Segundo Fernandes (2006, p. 25) o CMN,

[...] foi instituído da forma de Lei Nº 4.595/1964 como órgão colegiado normativo ao Sistema Financeiro Nacional, atualmente na estrutura do Ministério da Fazenda. Trata-se da instituição maior do sistema financeiro, responsável por expedir normas gerais de contabilidade e estatística a serem observadas nas Instituições Financeiras, coordenar as políticas monetárias, de crédito, orçamentária e fiscal, a dívida pública interna e externa. O Conselho Monetário Nacional determina também a taxa de juros de longo prazo e decide sobre créditos direcionados, equalização de taxas de juros em programas de créditos incentivado e programas de auxílio a safra agrícola via Sistema Financeiro Nacional, naturalmente em sintonia com as previsões orçamentárias da União.

Segundo Novello (2008), as competências desta entidade são:

- adaptar o volume dos meios de pagamento às reais necessidades da economia nacional;
- regular o valor interno e externo da moeda;
- orientar a aplicação dos recursos das instituições financeiras;
- zelar pela liquidez e pela solvência das instituições financeiras;
- coordenar as políticas monetárias, crédito, orçamento, fiscal e da dívida pública interna e externa;
- estabelecer meta de inflação;
- autorizar as emissões de papel moeda;
- aprovar orçamento monetário preparado pelo Banco Central;
- fazer diretrizes e normas da política cambial;
- determinar taxa de recolhimento compulsório das instituições financeiras.

2.4.4 Banco Central do Brasil – BC ou BACEN

Órgão atuante desde 1964, vinculado ao Ministério da Fazenda, com o intuito de regulamentação e supervisão das instituições de mercado financeiro e de capitais (NOVELLO, 2008).

Alguns de seus principais objetivos são os controles da inflação, equilíbrio do balanço de pagamentos e estímulos da economia nacional. Seu presidente é indicado pelo presidente federal do Brasil, mas o mesmo só ocupa o cargo, se for aprovado pelo senado.

Conforme Fernandes (2006, p. 27),

O Banco Central do Brasil (BACEN) foi instituído na forma da Lei nº 4.595/1964, atuando na regulamentação e supervisão das instituições do mercado financeiro e de capitais. Os negociantes do câmbio em geral também se submetem ao BACEN, gestor de sistemas que auxiliam na identificação de transferências irregulares de dívidas internacionais, como a sonegação da cobertura cambial sobre exportações pela não conversão do valor recebido no exterior para moeda nacional na rede credenciada oficial. O BACEN tem responsabilidade exclusiva para operacionalizar as políticas monetárias e cambiais do Brasil. A administração direta, principalmente o Ministério da Fazenda, influencia essas políticas mediante instrumentos fiscais, de gestão do crédito subsidiado e do financiamento da dívida pública. [...] Como toda entidade autárquica o BACEN deve ter dotação orçamentária aprovada no orçamento da União, não se constituindo como as agências reguladoras de setores econômicos que se custeiam com taxas de fiscalização. [...] O BACEN integra a administração indireta, sendo seu presidente indicado pelo presidente da República. O presidente do BACEN e seus diretores indicados por ele devem ser aprovados pelo Senado Federal.

É uma instituição que foi criada para atuar como órgão executivo central do sistema financeiro, cabendo a responsabilidade de cumprir e fazer cumprir das disposições que regulam o funcionamento do sistema e as normas expedidas pelo Conselho Monetário Nacional – CMN (FORTUNA, 2005).

Segundo Novello (2008), as competências atribuídas a este órgão executivo central são:

- emitir papel-moeda e moeda metálica autorizadas pelo CMN;
- receber recolhimentos compulsórios;
- realizar operações de redesconto e empréstimo às instituições financeiras;
- regular a execução dos serviços de compensação de cheques e outros papéis;
- autorizar o funcionamento de todas as instituições financeiras;
- controlar o fluxo de capital estrangeiro; e
- determinar via COPOM, a taxa de juros para operações de um dia - a taxa SELIC.

É por meio do BC que o estado intervém diretamente no sistema financeiro e indiretamente na economia.

2.4.5 Autoridades de apoio

As autoridades de apoio são coadjuvantes da execução da política monetária e regulação do mercado. Atuam de acordo com o seu objetivo principal em parte do mercado. Representadas fundamentalmente pela CVM, BB, BNDES, Caixa Econômica Federal e Conselho de Recursos do Sistema Financeiro Nacional (FORTUNA, 2003).

2.4.6 Comissão de Valores Mobiliários – CVM

A Comissão de Valores Mobiliários - CVM é um órgão normativo voltado ao mercado de ações e debêntures. Ela é vinculada ao Governo Federal e seus objetivos podem ser sintetizados em apenas um: o fortalecimento do mercado acionário.

A CVM é uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Fazenda, criada pela Lei nº. 6.385, de 07.02.76, tem como principal função disciplinar e fiscalizar o mercado de títulos e valores mobiliários, sob a orientação do Conselho Monetário Nacional (MENESES, MARIANO, 2011).

Segundo Marinho (1996, p. 189), a CVM possui as seguintes competências:

- a) Suspender a execução de normas adotadas pela Bolsa de Valores, julgadas inadequadas ao seu funcionamento, e determinar a adoção daquelas que considere necessárias.
- b) Sustar a aplicação de decisões da Bolsa de Valores, no todo ou em parte, especialmente quando se trata de proteger os interesses dos investidores.
- c) Decretar o recesso de Bolsa de Valores com o fim de prevenir ou corrigir situações anormais de mercado, definidas na regulamentação vigente.
- d) Suspender ou cassar, através de inquérito, a autorização de funcionamento de qualquer Bolsa de Valores, nos casos de grave infração, assim definidas pela Comissão de Valores Mobiliários, ou de reincidência, observado o procedimento fixado pelo Conselho Monetário Nacional.

O principal objetivo da CVM é oferecer ao mercado de valores mobiliários condições de segurança e de desenvolvimento para consolidá-lo como instrumento dinâmico e eficaz na formação de poupança e capitalizando as empresas (BRITO, 2005).

2.4.7 Banco do Brasil – BB

O Banco do Brasil – BB, até janeiro de 1986 assemelhava-se a uma autoridade monetária mediante ajustamentos da conta movimento do BACEN e do Tesouro Nacional. Hoje, é um banco comercial comum, embora responsável pela Câmara de Confederação de Compensação.

A Lei da Reforma Bancária manteve o Banco do Brasil S.A. como agente financeiro do Tesouro Nacional, recebedor exclusivo dos depósitos de quaisquer entidades federais e como agente especial do Banco Central em muitas operações. A partir de fevereiro de 1986 o Banco do Brasil perdeu a condição de autoridade monetária, mas continuou sendo o principal agente financeiro do Tesouro, só que agora para operar linhas de financiamento do governo passou a operar com suprimentos previamente estabelecidos no orçamento do governo. A carteira de fomento do Banco Central foi, em junho de 1987, transferida para o Banco do Brasil que operará, a partir de 1988, com exclusividade, toda linha de fomento do governo (MARINHO, 1996, p. 179).

Segundo Fortuna (2005), o BB tem uma função típica de autoridade monetária onde no começo do ano de 1986 foi suprimida a conta movimento, que colocava-o numa posição privilegiada de banco co-responsável pela emissão da moeda, via ajustamento das contas das autoridades monetárias e do Tesouro Nacional (FORTUNA, 2005).

Marinho (1996, p. 179-180), diz que o BB, como agente financeiro do Governo, tem como funções principais:

- a) Receber tributos federais.
- b) Realizar pagamentos e suprimentos do orçamento da União, de acordo com orientação recebida do Ministério da Fazenda.
- c) Executar política de preços mínimos de produtos agropecuários.
- d) Receber depósitos das disponibilidades das entidades federais.
- e) Financiar as atividades predeterminadas como prioritárias pelo governo monetário.
- f) Executar o serviço de compensação de cheques e outros papéis.
- g) Executar a política de comércio exterior, através do CACEX.

2.4.8 Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES, contando com recursos de programas e fundos de fomento, o BNDES é responsável pela política de investimentos de LP do Governo e, a partir do Plano Collor, também pela gestão do processo de privatização (FORTUNA, 2005).

“Criado em 1952, o BNDES tem como função primordial o financiamento de indústrias pesadas e que necessitam de grandes quantidades de recursos. Tem sido uma importante instituição financeira no desenvolvimento da indústria de base” (MARINHO, 1996, p. 182).

É a principal instituição financeira de fomento do Brasil por impulsionar o desenvolvimento econômico, atenuar desequilíbrios regionais, promover o crescimento das exportações, dentre outras funções.

É a instituição responsável pela política de investimentos de longo prazo do Governo Federal, é a principal instituição financeira de fomento do país (FORTUNA, 2005).

Os principais investimentos do BNDES são os programas de insumos básicos como mineração, siderurgia, química, petroquímica, fertilizantes, etc., equipamentos, maquinários, componentes e programas de modernização de empresas e desenvolvimento tecnológico (MARINHO, 1996).

Como subsidiários, há os bancos oficiais estaduais que regionalizam a atuação do desenvolvimento de cada Estado (BRITO, 2005).

Segundo Marinho (1996, p. 182), o BNDES visa beneficiar as pessoas jurídicas, ou seja, as organizações que tenham como objetivos principais:

- Promover a ampliação ou adequação da capacidade produtiva, mediante implantação ou expansão de empreendimentos.
- Incentivar a melhoria da produtividade, mediante reorganização, racionalização e modernização das empresas.
- Assegurar melhor ordenação de setores e empresas, mediante incorporação, fusão, associação, aquisição de acervos ou controle acionário.
- Fortalecer financeiramente as empresas mediante a readaptação de sua estrutura de capital ou substituição de passivos onerosos.
- Apoiar direta e indiretamente a melhoria do padrão tecnológico da empresa nacional, mediante pesquisa, desenvolvimento ou aquisição de tecnologia.
- Desenvolver e fortalecer o Sistema Financeiro Nacional, mediante operações de repasse ou de mercado de capitais.
- Promover o aproveitamento de recursos naturais do país, mediante

pesquisa e desenvolvimento de processo de extração e beneficiamento.

Segundo Meneses e Mariano (2011), as principais operações são divididas em ativas e passivas, que são:

a) Operações Ativas:

- Financiamento de grandes projetos e apoio à pequena e média empresas.

- Participação societária.

- Prestação de garantia a vencedores de concorrência de âmbito internacional.

- *Underwriting*¹.

b) Operações Passivas:

- Depósitos.

- Obrigações por empréstimos no país ou no exterior.

- Recursos repassados do PIS/PASEP.

- Recursos próprios.

2.4.9 Caixa Econômica Federal – CEF

A Caixa Econômica Federal – CEF ou Caixa caracteriza-se por estar voltada ao financiamento habitacional e ao saneamento básico. É um instrumento governamental de financiamento social.

Segundo Marinho (1996), a CEF é uma instituição financeira organizada sob a forma de empresa pública. Ainda o mesmo autor (1996, p. 184), cita que as principais funções são:

[...] captar poupança popular, conceder empréstimos e financiamento de caráter assistencial sócio-econômico, operar no setor de habitação como Sociedade de Crédito Imobiliário e principal agente do Banco Nacional de Habitação, visando facilitar a aquisição da casa própria, principalmente para a família de baixa renda [...].

No site da CAIXA (2011), a CEF possui os seguintes serviços para

¹ *Underwriting* é uma operação que um agente financeiro faz para garantir a colocação, junto ao público, de títulos emitidos por sociedades, por ações, ou de aquisição dessas ações para posterior revenda, assumindo risco da operação. São operações no mercado primário (MENESES; MARIANO, 2011).

peessoas físicas, jurídicas, governo e judiciário:

a) Pessoas físicas: aplicações financeiras, Bolsa Família, cartões de crédito e débito, consórcios, conta corrente fácil, conta corrente cheque especial, conta universitária, contribuição sindical urbana, consignação, DDA (Débito Direto Autorizado), empréstimos e financiamentos, investimentos, PIS, poupança, Previdência Privada, Seguros e Seguro Desemprego. Conta também com o Programa “Minha Casa, Minha Vida” que com o Governo Federal financia casas ou apartamentos para pessoas que possuem uma renda familiar mensal de até 10 salários mínimos.

b) Pessoas jurídicas: cadastramento de PIS/NIS, cartões, conectividade social ICP, consórcios, conta corrente, convênios, contribuição sindical urbana, credenciamento Redcard/Cielo, investimentos, DDA, linha de crédito, promoções comerciais, seguros, soluções em pagamentos e recebimentos.

c) Governo municipal: Administração Pública – PMAT, Arrecadação, Bolsa Família, cobrança de dívida ativa, folha de pagamento, fundo a fundo, GovConta, infraestrutura, investimentos, pagamentos a fornecedores, PNAFM, previdência para municípios, programas de habitação, repasses OGU, sala das Prefeituras, saneamento e meio ambiente.

d) Judiciário: capitalização, cartão de crédito, centralização de alvarás, certificado digital, conta salário, consórcios, financiamento imobiliário, investimentos, linhas de crédito, previdência e seguros.

Fortuna (2005) complementa dizendo que é uma instituição financeira responsável pela operacionalização das políticas do Governo Federal para habitação popular e saneamento básico, caracteriza-se como um banco de apoio ao trabalhador de baixa renda.

Marinho (1996, p. 184-185), diz que os principais objetivos da CEF são:

- a) Captar economias populares, sob garantia da União, incentivando os hábitos de poupança.
- b) Conceder empréstimos e financiamentos de caráter assistencial sócio-econômico.
- c) Operar no setor de habitação como Sociedade de Crédito Imobiliário e principal agente do SFH, visando criar facilidades para aquisição de casa própria.
- d) Realizar, como instituição auxiliar na execução da política de crédito governamental, quaisquer operações autorizadas pela legislação, no mercado financeiro ou de capitais.
- e) Exercer o monopólio das operações sobre penhores civis com caráter permanente ou de continuidade, em todo território nacional.

A CEF ainda atua como gestor do PIS (Programa de Integração Social) e do FAS (Fundo de Apoio ao Desenvolvimento Social), como também na administração das Loterias Federal e Esportiva (MENESES; MARIANO, 2011).

Ainda segundo os autores Meneses e Mariano (2011), as principais operações são divididas em ativas e passivas, que são:

a) Operações Ativas:

- Empréstimos habitacionais e hipotecários.
- Empréstimos sob penhor, consignações e crédito pessoal.
- Empréstimos a entidades públicas.
- Empréstimos para bens de consumo duráveis.
- Empréstimos e financiamentos de caráter assistencial sócio-econômico,

b) Operações Passivas:

- Depósitos à vista, a prazo e de poupança.
- Repasses e refinanciamentos de origem interna e externa.
- Operações com o Sistema Financeiro, segundo condições fixadas pelo

CMN.

2.4.10 Sistema Operativo

O Subsistema Operativo é formado por três grupos:

- Instituições Financeiras Monetária;
- Instituições Financeiras Não Monetárias;
- Instituições Financeiras Auxiliares

2.4.11 Instituições Financeiras Monetárias

Segundo Marinho (1996), as instituições financeiras monetárias tem como principal fonte de recursos os depósitos à vista e são compostos por: bancos oficiais federais, bancos regionais e estaduais e bancos privados nacionais e estrangeiros. Estas instituições são constituídas pelo Banco Central do Brasil e pelo Conselho Monetário Nacional.

2.4.12 Instituições Financeiras Não-Monetárias

Marinho (1996) aponta que as instituições financeiras não-monetárias são voltadas para a captação e aplicação a médio e longo prazos. São compostos por: Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), Banco de Investimentos (BI), Caixas Econômicas (CE), Sociedades de Crédito Imobiliário, Companhias de Crédito, Financiamento e Investimento (Financeiras) ou Sociedades de Crédito, Financiamento e Investimento – Financeiras (SCFI), Companhias de Seguro, Sociedades Corretoras e Distribuidoras, e Bolsas de Valores.

2.4.13 Sociedades de Crédito, Financiamento e Investimento – Financeiras

As Sociedades de Crédito, Financiamento e Investimento - SCFI tem por finalidade oferecer serviços e modalidades de crédito aos seus consumidores, para aquisições ou investimentos, mediante financiamentos flexíveis e de curto prazo. São oferecidos para suprir necessidades emergentes e inesperadas.

Para Fernandes (2006, p. 275), “a finalidade do crédito deve estar diretamente vinculada com necessidade do cliente, por isso é preciso conhecê-lo detalhadamente quanto a situação financeira e patrimonial, para oferecer-lhe uma linha de crédito compatível com as suas necessidades de financiamentos e capacidade de amortização”

2.5 Produtos: Modalidades de Crédito

Para a aquisição de automóveis, no decorrer deste trabalho são apresentadas as modalidades de crédito mais utilizadas pelos consumidores que são o Crédito Direto ao Consumidor-CDC e as Sociedades de Arrendamento Mercantil - *Leasing*.

2.5.1 Crédito Direto ao Consumidor – CDC

O Crédito Direto ao Consumidor – CDC trata-se de um financiamento para pessoas físicas e jurídicas adquiram bens duráveis ou serviços.

Conforme Fernandes (2006, p. 286),

O crédito direto ao consumidor – CDC é um financiamento concedido pelas financeiras e instituições bancárias com carteira de financiamento, sendo popularmente conhecido como “crediário”. Objetiva financiar a aquisição de bens de consumo garantidos por caução de recebíveis, alienação fiduciária ou penhor de mercadorias. O financiamento denominado CDC veículo realizado via alienação fiduciária em garantia, inclusive para a aquisição de veículos usados, é bastante popular no Brasil, sendo alternativa ao leasing e ao consórcio de veículos.

No caso de aquisição de um veículo o próprio bem na maioria das vezes fica como garantia para o banco, caso presente inadimplência por parte do comprador. A responsabilidade caso o cliente sofra uma perda total ou parcial da renda e não mais honrar com as prestações é totalmente da instituição financeira e não do comércio revendedor. Para Santos (2000, p. 26) “trata-se de linha de Crédito destinada a financiar a prestação de serviços e aquisição de bens duráveis com amortizações mensais e fixas, já com encargos envolvidos”. Que poderá quitar as parcelas antes do prazo final do contrato, mas está sujeito a pagar taxas por quebra de contrato.

Segundo Financer (2009, p. 1), o CDC tem como características principais:

- Onde obter: Bancos, Financeiras, Lojas que vendem produtos financiáveis no CDC.
- Prazo: geralmente de 3 a 48 meses, para automóveis pode chegar a 84 meses. Varia em função do valor e tipo do bem, da capacidade de pagamento do comprador e das condições da economia. Normalmente o pagamento é em prestações mensais
- Juros: em geral são pré fixados, [...], também são encontradas alternativas com atualização monetária pela TR ou pelo IGP-M
- Garantias: no caso de veículos, e outros bens quando possível, é exigida a alienação fiduciária. O bem adquirido é dado em garantia.
- Outros custos: IOF, TAC, taxa de cadastro, seguro do bem, outros seguros

O CDC tem por finalidade auxiliar na aquisição de bens, estes podendo ser veículos, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, equipamentos profissionais, materiais de construção, vestuário, outros bens não perecíveis - e serviços - assistência técnica, manutenção, etc. (FINANCENTER, 2009).

O cliente na hora da compra de algum bem seja novo ou usado, é possível usar como exemplo a compra de um veículo que tem hoje facilidade e rapidez, o Crédito Direto ao Consumidor - CDC é o meio de operação financeira que facilitou o processo. Conforme Fortuna (2005, p. 191), CDC é “o financiamento

concedido por uma financeira para aquisição de bens e serviços por seus clientes. Sua utilização é, normalmente, para a aquisição de veículos e eletrodomésticos”.

A condição de pagamento varia, dependendo do valor do bem, sua depreciação também influencia no prazo de pagamento do comprador, as condições de pagamento e taxas aplicadas são impostas pela própria instituição financeira, que são operadas por comércios ou revendas (BRITO, 2005).

Discorre Fernandes (2006, p. 286) que,

[...] no crédito direto ao consumidor tradicional, a análise de crédito é de responsabilidade do banco, não sendo o comerciante coobrigado em caso de inadimplência do cliente, limitando financiamento a 80% do valor de venda. As instituições financeiras podem financiar o negócio em um maior número de prestações, resultando em montante bem superior ao valor principal, ou seja, com prazos maiores obtém a margem de lucro prevista durante uma maior parte de tempo. Isso não impede o devedor de amortizar a dívida com antecipação pagando seu saldo devedor em juros. Embora sujeitos a tarifa de liberação antecipada – TLA e a não restituição dos tributos pagos antecipadamente.

Vale ressaltar que o pagamento do CDC só pode ser realizado em débito em conta, em parcelas mensais e sucessivas, depois da assinatura do contrato.

O CDC também possui riscos financeiros e operacionais, segundo Brito (2005), os riscos são:

- Risco de crédito: risco de não receber o principal e os juros atualizados, excluindo-se realização da garantia, que é o próprio bem financiado, no caso do crédito direto ao consumidor.

- Risco de mercado: descasamento de prazo e taxa com relação ao recurso captado.

- Risco operacional: má formalização da transação e da garantia constituída, inadequado controle da transferência do bem após o pagamento final do crédito concedido.

Apesar dos riscos financeiros e operacionais citados acima, Financenter (2009) diz que os benefícios do CDC tratam-se de um produto de fácil obtenção, flexível em prazos, as taxas de juros são menores que a do crédito pessoal e geralmente não tem flexibilidade de taxas aos cadastros sem restrições, ou seja, aos bons cadastros de clientes.

Como todo financiamento também possui alguns cuidados ao contratá-lo, ou seja, segundo a Financenter (2009):

- a pessoa contratante deve ler com cuidado o contrato antes de assiná-lo, se este for leigo, deve levar para uma pessoa que tenha mais conhecimentos como, por exemplo, um advogado para não ter problemas futuros pelo mal entendimento das cláusulas do contrato;

- deve também pesquisar as taxas de juros entre as instituições financeiras que prestam o mesmo serviço e comparar as taxas, pois o Código de Defesa do Consumidor exige que as instituições financeiras informem precisamente os juros que estão sendo cobrados;

- o contratante tem o direito de exigir seus direitos como consumidor; e

- deve também comparar as condições dos diversos prazos possíveis, não apenas no valor das prestações, mas também o valor dos juros pagos.

O site da Financenter (2009, p. 1) traz um quadro com um exemplo de financiamento de CDC, onde é possível comparar o total de juros pagos em relação ao prazo e as taxas de juros, como segue:

Exemplo de Financiamento no CDC				
	valor do bem financiado		1.000,00	
	valor do seguro e taxas		100,00	
Taxa de juros	nº. prestações	* Valor do financiamento	Valor das prestações	Total de juros pago
3% ao mês	6	1.104,97	203,97	118,85
	12	1.109,50	111,46	228,02
	24	1.113,75	65,76	464,49
	36	1.115,12	51,08	723,76
6% ao mês	6	1.105,07	224,73	243,31
	12	1.109,97	132,39	478,71
	24	1.114,49	88,80	1.016,71
	36	1.115,79	76,31	1.631,37
* inclui o valor do IOF				

Quadro 1: Exemplo de financiamento de CDC em relação aos prazos e taxas de juros

Fonte: Financenter, 2009, p. 1.

Este quadro traz apenas um exemplo ilusório sobre um financiamento de CDC, pois cada instituição financeira possui uma taxa de juros diferenciada, ou seja, varia de banco para banco, é preciso fazer um estudo detalhado e comparativo de tais taxas para saber qual instituição é mais onerosa.

O site do Banco Central do Brasil (BCB, 2011), traz uma tabela atualizada (19/05 a 25/05/11) com as taxas de operações de crédito, estas classificadas por ordem crescente de taxa, visto que, esta tabela elucida a modalidade pessoa física (PF) para aquisição de veículos:

Modalidade: PESSOA FÍSICA - AQUISIÇÃO DE VEÍCULOS - PF		Tipo: Prefixado			Período: de 19/05/2011 a 25/05/2011		
Taxas efetivas ao mês (%)							
Posição	Instituição	Taxa de Juros (sem encargos)			Encargos		Taxa Total (4) = (1)+(2)+(3)
		Mínima	Máxima	Média (1)	Operac. (2)	Fiscais (3)	
1	BMW FINANCEIRA S A CFI	0,00	1,86	0,94	0,06	0,08	1,08
2	BCO MERCEDES-BENZ S.A.	0,00	5,25	1,17	0,00	0,13	1,31
3	CIA CFI RCI BRASIL	0,21	2,55	1,12	0,18	0,16	1,47
4	PARANA BCO S A	0,90	6,50	0,96	0,44	0,17	1,57
5	BANCO FIDIS	0,04	3,13	1,50	0,00	0,14	1,64
6	BCO PSA FINANCE BRASIL S A	0,22	2,98	1,37	0,15	0,14	1,66
7	BCO VOLVO BRASIL S A	1,34	2,48	1,50	0,02	0,14	1,66
8	BCO BANESTES S A	1,00	3,40	1,66	0,00	0,16	1,82
9	BCO DO BRASIL S A	0,49	5,50	1,67	0,00	0,15	1,82
10	BCO DO EST DO RS S A	1,49	2,59	1,62	0,06	0,15	1,83
11	BCO GUANABARA S A	0,80	3,14	1,68	0,00	0,17	1,85
12	BRB - CFI S/A	0,99	4,72	1,63	0,12	0,14	1,89
13	BANCO GMAC	0,00	3,50	1,45	0,20	0,26	1,91
14	HSBC FINANCE S.A. BM	1,55	3,95	1,69	0,06	0,16	1,91
15	BCO SANTANDER (BRASIL) S.A.	1,26	3,14	1,76	0,00	0,16	1,92
16	BCO BRADESCO FINANCIAMENTOS	0,77	5,55	1,82	0,00	0,13	1,95
17	BCO VOLKSWAGEN S A	0,00	2,27	1,63	0,18	0,16	1,96
18	ITAÚ UNIBANCO	0,47	3,65	1,81	0,00	0,17	1,98
19	BCO TOYOTA DO BRASIL S A	0,00	3,01	1,69	0,14	0,17	2,00
20	FINANC ALFA S A CFI	1,18	3,67	1,59	0,27	0,15	2,01
21	AYMORE CFI	1,06	4,95	1,68	0,19	0,15	2,02
22	HSBC BANK BRASIL SA BCO MULTIP	1,12	4,11	1,88	0,01	0,13	2,02
23	BCO BMG S A	0,63	5,89	1,89	0,00	0,16	2,06
24	BCO BRADESCO S A	1,20	4,23	1,91	0,00	0,15	2,06
25	GOLCRED	1,00	6,00	1,74	0,23	0,16	2,13
26	BCO FIAT S A	0,00	3,23	1,82	0,18	0,17	2,17
27	CAIXA ECONOMICA FEDERAL	1,19	3,85	2,01	0,00	0,17	2,18
28	BANCO RODOBENS	0,00	5,80	1,73	0,39	0,09	2,20
29	MERCANTIL BRASIL FIN S A CFI S	1,67	2,89	1,96	0,08	0,16	2,20
30	BCO J SAFRA S A	1,36	9,34	2,02	0,13	0,14	2,29
31	BCO MAXINVEST S A	1,80	3,50	2,14	0,00	0,18	2,32
32	BCO BGN S A	0,91	4,00	1,80	0,40	0,13	2,33
33	BCO ITAUCARD	0,51	3,65	1,94	0,23	0,16	2,33

34	PORTOSEG S A CFI	1,34	4,50	2,04	0,25	0,19	2,48
35	BV FINANCEIRA SA CFI	1,08	5,07	2,23	0,15	0,18	2,55
36	BCO HONDA S A	0,01	3,27	2,17	0,42	0,06	2,65
37	FINAMAX S A CFI	1,93	4,04	2,34	0,24	0,13	2,70
38	SUL FINANCEIRA S A CFI	1,37	9,00	2,27	0,27	0,20	2,73
39	CREDIARE CFI	1,00	4,00	2,36	0,54	0,00	2,89
40	SOROCRED CFI	1,47	3,24	2,38	0,33	0,20	2,91
41	BCO YAMAHA MOTOR S.A.	0,00	4,30	2,53	0,52	0,03	3,08
42	CREDIFIBRA S.A. - CFI	0,80	10,07	2,33	0,66	0,19	3,18
43	BCO PECUNIA S A	1,54	8,05	2,66	0,40	0,22	3,28
44	BCO A J RENNER S A	1,74	4,33	2,54	0,57	0,22	3,33
45	FINANSINOS S A CFI	1,78	6,84	2,98	0,16	0,25	3,39
46	BCO DAYCOVAL S.A	1,50	5,00	2,60	0,76	0,19	3,56
47	PORTOCRED S A CFI	0,93	9,00	4,28	0,07	0,29	4,64
48	CIFRA S A CFI	2,00	8,00	3,13	1,31	0,25	4,69
49	OMNI SA CFI	1,20	7,94	4,04	0,44	0,30	4,78
50	SANTANA S.A. – CFI	0,70	5,81	3,19	1,58	0,17	4,94
51	BCO FICSA S A	0,70	5,44	3,36	1,47	0,23	5,06
52	BANCO AZTECA DO BRASIL S.A.	9,66	10,87	10,58	0,00	0,00	10,58

Obs.:

- As taxas efetivas mês resultam da capitalização das taxas efetivas-dia pelo número de dias úteis existentes no intervalo de 30 dias corridos, excluindo-se o primeiro dia útil e incluindo o último. Caso a data final sejam em dia não útil, será considerado o próximo dia útil subsequente.
- Caso alguma instituição não apareça no ranking, ou ela não opera na modalidade ou não prestou informação para todo o período, estando, neste segundo caso, sujeita às penalidades previstas na legislação vigente. Verificar a posição individual da instituição.

Tabela 1: Ranking das taxas de operações de crédito

Fonte: BCB, 2011, p. 1

2.5.2 Sociedade de Arrendamento Mercantil – *Leasing*

A Sociedade de Arrendamento Mercantil é pessoa jurídica constituída sob a forma de sociedade anônima, cujo funcionamento depende de prévia e expressa autorização do Banco Central, aplicando-se no que couber, as mesmas condições estabelecidas para instituições financeiras.

O contrato de *leasing*, que no Brasil foi denominado Arrendamento Mercantil, é em realidade um contrato, surgido nos Estados Unidos na década de 1950 e, com rapidez, adotado em outros países de maior desenvolvimento econômico, porquanto responde às necessidades surgidas na indústria e no comércio, com vistas a uma mais fácil e proveitosa obtenção do uso de máquinas e instrumentos de trabalho (ROCHA, 2005, p. 1).

O *leasing* mais conhecido como arrendamento mercantil é um contrato alternativo do crédito direto ao consumidor onde o proprietário do bem cede o direito de uso, por um tempo determinado, durante esse tempo é de responsabilidade do cliente o pagamento de prestações, como se fosse um contrato de aluguel, apenas

com prazos diferentes. Brito (2003, p. 06) as sociedades arrendadoras, “[...] realizam operações de arrendamento de bens adquiridos junto a terceiros, com a finalidade de uso próprio da empresa arrendatária”.

As sociedades de arrendamento mercantil utilizam este contrato como estratégia de melhorar os lucros da empresa, arrendando os equipamentos necessários, ou seja, desembolsando aos poucos do que uma grande quantia no mesmo tempo assim aplicando seus recursos em operações da empresa, diminuindo a necessidade de investir em giro (BRITO, 2003).

Para Marinho (1996, p. 188) o *Leasing* tem por objetivo:

[...] realizar como pessoas jurídicas operações que visem ao arrendamento de bens imóveis e bem móveis de produção nacional, classificáveis no ativo permanente, adquiridos a terceiros pela arrendadora, para fins de uso próprio da arrendatária em sua atividade econômica, de acordo com as especificações desta. O *Leasing* caracteriza-se por um contrato firmado entre a empresa *Leasing* e a empresa arrendatária.

No Direito Brasileiro, o contrato de *leasing* veio a ser regulado pela Lei 7.132/83 (apud ANDREZO; LIMA, 2007, p. 104), alterou essa definição para:

Negócio jurídico realizado entre pessoa jurídica, na qualidade de arrendadora, e pessoa física ou jurídica, na qualidade de arrendatária, e que tenha por objeto o arrendamento de bens adquiridos pela arrendadora, segundo especificação da arrendatária e para uso próprio desta.

O arrendamento mercantil atualmente é um contrato de utilização de grande escala no mundo e tratado na legislação da imensa maioria dos países, mesmo que ainda não possua uma definição completa, no Brasil, onde apenas uma espécie de *leasing* é disciplinada legalmente (ROCHA, 2005).

Segundo Brito (2005, p. 140), o principal objetivo do *Leasing* é “financiar clientes pessoa física e jurídica, tendo como objetivo a aquisição de um bem”. Tendo o cliente ao final do contrato, a opção de adquirir o, equipamento pelo valor de prestações fixados no contrato (BRITO, 2005).

Segundo BCB (2011) há duas características importantes em relação ao *Leasing* que tanto pessoas físicas como jurídicas podem contratar esta modalidade e o IOF não incide nestas operações, apenas é pago o Imposto Sobre Serviços (ISS). Ressalta ainda que as despesas adicionais são: seguro, manutenção, registro de contrato e demais encargos contratuais.

Para entender-se melhor como funciona uma operação de *Leasing*, a figura 3, mostra:

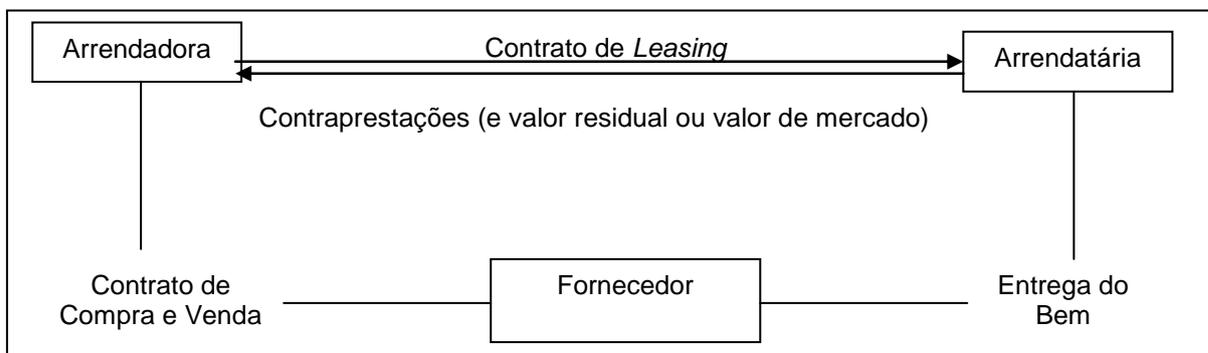


Figura 3: Arrendamento mercantil – *Leasing*

Fonte: Andrezo e Lima (2007, p. 104).

Andrezo e Lima (2007), explicam a figura dizendo que a propriedade do arrendador (pessoa jurídica que vende o produto é proprietário do mesmo) e o uso é do arrendatário (este pessoa física ou jurídica que compra o produto e é usuário do mesmo). O *Leasing* pode ser entendido como um contrato de compra e venda cuja finalidade dá direito de uso do bem e a obtenção dos rendimentos por determinado período. Assim o arrendamento mercantil é uma forma de usar um bem sem precisar comprá-lo, também pode ser entendido, como o uso do bem emprestado, onde será pago em suaves prestações, baseando-se na ideia de que há maior interesse econômico na utilização do que na propriedade de um bem. Mas o *Leasing* não pode ser confundido com locação, pois nesta modalidade a opção é de comprar, onde o valor é abatido pelas prestações que vem sendo pagas mensalmente. Também é distinguido do financiamento, porque o cliente recebe o bem e não recursos financeiros para adquiri-lo.

O processo se dá por meio da aprovação de crédito do arrendatário e quando este é aprovado, tem o valor liberado. A garantia da operação registra-se a operação de financiamento e o bem arrendado apresenta para a instituição financeira importante instrumento da operação (KUMAR, 2004).

Conforme fortuna (2005, p.37),

As empresas de *Leasing* normalmente captam recursos de longo prazo como, por exemplo, através de emissão de debêntures títulos que tem como cobertura o patrimônio da empresa que os emitiu as debêntures não têm prazos fixos de resgate, e suas características podem ser bem

diferenciadas, sendo corrigidas por diferentes índices, inclusive com cláusula cambial.

O prazo para a modalidade *Leasing* é de médio a longo prazo, quando se trata de veículos estes tem geralmente prazos de 24 meses, bens duráveis como casas ou apartamentos tem prazos mais longos, dependendo da política de crédito da instituição financeira (BRITO, 2005).

Ainda segundo Brito (2005, p. 141) o *Leasing* possui riscos financeiros e operacionais e por se tratar de uma operação de crédito, os riscos são:

- Risco de crédito: risco de perda do valor emprestado (principal) e juros apropriados menos valor recuperado por intermédio da garantia.
- Risco de mercado: há riscos com o tipo de moeda (financiamento em dólar, com recursos em moeda local, embora difícil de ocorrer porque os recursos captados no Exterior para essa modalidade necessitam total destinação com relação a prazo e moeda; riscos com prazos diferentes entre captação e aplicação; risco com taxa, referente à diferença entre taxa do empréstimo (pré ou pós-fixada) e taxa do recurso obtido (pré ou pós-fixado).
- Risco operacional: ausência de adequado controle do uso de recursos externos para financiamento corrigido por variação cambial; má ou ausência de adequada formalização da garantia a favor da instituição em caso de atraso ou ausência de pagamento; não-observação do prazo para realização da opção de compra por parte do arrendatário e erro na transferência do bem para o arrendatário.

A modalidade de *Leasing* se caracteriza em dois tipos, o *Leasing* financeiro e o *Leasing* operacional.

O *Leasing* financeiro, para Andrezo e Lima (2007), aproxima-se de um financiamento, em que o bem é dado como garantia, suas características são:

1. o preço para a opção de compra é livremente feito por pacto, podendo ser, o valor de mercado do bem arrendado;
2. as contraprestações e demais pagamentos devidos pela arrendatária são normalmente suficientes para que a arrendadora recupere o custo do bem arrendado durante o prazo contratual da operação e, adicionalmente, obtenha um retorno sobre os recursos investidos;
3. as despesas de manutenção, assistência técnica e serviços correlatos à operacionalidade da arrendatária.

De uma forma mais resumida e para um melhor entendimento, Rocha (2005, p. 1), aponta:

[...] que é realizado por empresa mercantil com perfil equivalente ao das instituições financeiras, a qual adquire o bem por indicação do arrendatário

(as contraprestações devem ser suficientes a que a arrendadora recupere o custo do bem arrendado e ainda obtenha um retorno, ou seja, um lucro sobre os recursos investidos).

Já o *Leasing* operacional, para Andrezo e Lima (2007), aproxima-se da locação, suas características são:

1. as contraprestações a serem pagas pela arrendatária contemplam o custo de arrendamento do bem e os serviços para colocá-lo a disposição da arrendatária, não podendo o valor presente dos pagamentos ultrapassar 90% do custo do bem;
2. o prazo do contrato é inferior a 75% do prazo de vida útil econômica do bem;
3. o preço para a opção de compra é o valor de mercado do bem arrendado;
4. não há previsão de pagamento de valor residual garantido.

Rocha (2005, p. 1), complementa dizendo que o *Leasing* operacional é:

[...] praticado pelo próprio produtor do bem ou empresa comercial especializada (as contraprestações destinam-se basicamente a cobrir o custo de arrendamento do bem e ainda dos serviços prestados pela arrendadora com a manutenção e assistência técnica postos à disposição da arrendatária, previsto ainda que o preço para a opção de compra será sempre o do valor de mercado do bem arrendado).

O *Leasing* operacional e o financeiro têm características diferenciais que permitem que a pessoa física (cliente/contratante) possa devolver o bem ao arrendador, pois sua característica dominante é a desistência deste uso para terceiro, enquanto que ao *leasing* financeiro, os elementos, ou seja, contratante e contratado tem o objetivo de fazer a transferência da propriedade do que foi arrendado, justificando um acoplamento ao arrendamento do termo *mercantil*, pois há a transferência da propriedade para o arrendador, quer para o arrendatário em caso de exercício da opção de compra, quer para terceiros caso não haja o seu exercício (ROCHA, 2005).

O site da Financenter (2011) traz algumas comparações importantes entre o *Leasing* financeiro e o operacional, que para melhor entendimento serão dispostos por meio de um quadro comparativo adaptado pelo próprio pesquisador:

Leasing Financeiro	Leasing Operacional
A arrendadora é uma instituição financeira, que adquire o bem em seu nome e o cede ao arrendatário, por prazo definido.	Os bens arrendados, em geral, são de propriedade do fabricante, importador ou distribuidor, que os cede temporariamente ao arrendatário, com a possibilidade de os adquirir ao final do contrato.
O arrendatário assume todos os riscos e custos relativos ao uso e manutenção do bem.	O arrendador presta serviços de assistência técnica e manutenção do bem.
Não há possibilidade de rescisão unilateral do contrato, pelo arrendatário.	Estes contratos são rescindíveis unilateralmente pelo arrendatário.
No final do contrato o arrendatário pode adquirir o bem por valor residual previamente estabelecido (VRG).	Não há VRG (Valor Residual Garantido) previamente estabelecido, a opção de compra é pelo valor de mercado.
No final do contrato o arrendatário pode renovar o contrato por novo prazo e novas condições.	O prazo mínimo é de 90 dias.
No final do contrato o arrendatário pode devolver o bem à arrendadora.	Não é permitida a devolução do bem à arrendadora.
É necessário que o arrendador seja instituição financeira.	Não é necessário que o arrendador seja instituição financeira.

Quadro 2: Quadro comparativo entre *Leasing Financeiro* e *Operacional* Fonte: Financenter, 2011 adaptado pelo próprio pesquisador, 2011.

Ainda segundo o site da Financenter (2011, p. 1), o financiamento por *Leasing* funciona da seguinte forma:

- Em geral, faz parte do "pacote de financiamento" do bem, oferecido pelo revendedor, que tem convênio com uma ou mais empresas de *Leasing*. Também pode ser obtido no banco onde se é cliente.
- Não é necessário ser cliente ou ter cadastro aprovado previamente, em geral o cadastro é feito na hora.
- Na prática, quando da assinatura do contrato, já se define que o arrendatário está optando pela compra do bem arrendado.
- O valor das prestações é composto pelo valor do "aluguel" e do VRG (opção de compra), quando for diluída nas prestações.
- Garantias: não são exigidas garantias, durante a vigência do contrato o bem arrendado é propriedade do arrendador. No caso de inadimplência o arrendatário perde a posse do bem.
- Substituição do bem arrendado: é possível, de acordo com as condições do contrato

Para elucidar e dar embasamento sobre o assunto, o site da Finacenter (2009, p. 1) traz um quadro com um exemplo de financiamento por *Leasing*, onde é possível comparar o valor dos pagamentos mensais em relação as formas de pagamento:

Valor do bem				R\$ 20.000,00	
Valor de entrada				R\$ 6.000,00	
Número de prestações mensais				24 meses	
Taxa de juros do Leasing				2,00% ao mês	
Simulações com :			VRG antecipado	VRG no final	VRG diluído
Valor do VRG			R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	-
Valor do "financiamento"			12.000,00	14.000,00	14.000,00
Prestações do Leasing		23 parcelas	R\$ 634,45	R\$ 674,45	R\$ 740,20
		última parcela	R\$ 634,45	R\$ 2.674,45	R\$ 740,20
Comparativo com o CDC:			R\$ 747,97	R\$ 749,26	R\$ 749,26
24 parcelas de					

Quadro 3: Exemplo de valores de pagamentos mensais em relação as formas de pagamento entre *Leasing* e CDC

Fonte: Finacenter (2009, p. 1)

Focando o caso dos automóveis, que é o assunto tratado deste trabalho, em um contrato de *Leasing*, seja ele operacional ou financeiro, devem ser sempre dadas ao arrendatário três possibilidades que são: renovação de contrato, devolução do automóvel ou aquisição do mesmo (ANDREZO; LIMA, 2007).

Para Finacenter (2011, p. 1), os benefícios do *Leasing* são:

- De fácil obtenção;
- O valor do "financiamento" pode ser de 100% do valor do bem. Quanto menor o valor "financiado" menor a taxa de juros;
- O fluxo dos pagamentos pode ser adequado às necessidades do arrendatário;
- Em geral, o custo é menor que o do CDC, por não ter IOF;
- Geralmente não tem flexibilidade de taxas em relação a bons cadastros. O crédito é aprovado com base sistema de *credit scoring* e *behavior scoring*.

O *Leasing* em sua essência trata-se de um financiamento, onde a instituição financeira quer recuperar os recursos financeiros e não o produto vendido.

2.6 Análise de Crédito

A maioria das empresas sofre com os consumidores inadimplentes, sendo que este é um dos fatores que mais atingem os setores do comércio e de serviços, fazendo com que os empresários sintam-se desprotegidos. Porém, o setor industrial sofre menos com a inadimplência, tendo em vista que a maioria de seus clientes é fixa (SÁ, 1999).

A análise de crédito permite à empresa, concessora do crédito, distinguir entre clientes que tenderão a pagar e clientes que não pagarão. A análise de crédito envolve a habilidade de fazer uma decisão de crédito, dentro de um cenário de incertezas e constantes mutações e informações incompletas (DOUAT, 1995).

Esta habilidade depende da capacidade de analisar logicamente situações, não raro, complexas, e chegar a uma conclusão clara, prática e factível de ser implementada (DOUAT, 1995).

Em âmbito geral, a análise de crédito é um processo que envolve a reunião de todas as informações disponíveis a respeito de um tomador de crédito, que pode ser pessoa física ou jurídica, com o objetivo de decidir sobre a concessão ou não de crédito para o solicitante (SÁ, 1999).

O principal objetivo da análise de crédito é o de identificar os riscos nas situações de empréstimo, evidenciar conclusões quanto à capacidade de repagamento do tomador, e fazer recomendações relativas à melhor estruturação e tipo de empréstimo a conceder (SÁ, 1999).

Os instrumentos específicos de análise variam com a situação peculiar que se tem à frente, porém, o objetivo e a lógica são permanentes. Sem dúvida, não é uma tarefa fácil ou simples. Há que se tomar uma decisão, dentro de um contexto incerto em constante mutação, e tendo em mãos um volume de informações nem sempre suficiente em nível de seu detalhamento (CIRCULAR NORMATIVA, 2002, p. 52).

“O limite de crédito é o valor total do risco que o emprestador deseja assumir no relacionamento com determinado cliente” (REIS, 1998, p. 56).

A estipulação do limite de crédito torna-se uma ferramenta operacional da empresa que pode propiciar maior flexibilidade de atuação para os agentes da empresa que lidam com essa questão (áreas operacionais, de execução, onde se materializa o relacionamento empresa-cliente) (DOUAT, 1995).

“Dentro da análise de crédito, o chamado limite de crédito ou limite de risco é um fator importante, já que trata-se de um valor indicativo tomado como referencial para o deferimento do crédito” (REIS, 1998, p. 46).

Segundo Gitmann (1997, p. 202), risco pode ser definido como “possibilidade de perda, ou como variabilidade de retornos esperados relativos a um ativo; incerteza seria outro termo formalmente usado com o mesmo sentido de risco”.

Silva (1998, p. 75) define risco como sendo “a probabilidade baseada em dados históricos e estimar diferentes resultados, cabendo ao tomador de decisões julgar a aceitabilidade da estimativa”. Para o autor, incerteza seria a tomada de decisão baseada em uma sensibilidade pessoal.

Verifica-se, portanto, que risco e incerteza não podem ser considerados sinônimos, pois o risco é mensurado com base em dados históricos ou experiências passadas, enquanto que a incerteza refere-se ao instinto do tomador de decisões, não podendo ser provada matematicamente (DOUAT, 1995).

Conforme Gitmann (1997, p. 203), retorno é considerado “o total dos lucros ganhos ou prejuízos resultantes de um investimento durante um determinado período de tempo”.

Portanto, a relação risco-retorno está implícita em qualquer operação de crédito e a administração do risco de crédito é uma das essências da administração financeira, que visa proteger o capital da empresa e os recursos dos acionistas (DOUAT, 1995).

Segundo Silva (1998, p. 149), neste sentido, pode-se definir questões para orientar na determinação do limite de crédito a ser fixado para um solicitante, tais como:

Quanto o cliente merece de crédito?
Quanto podemos oferecer de crédito ao cliente?
Quanto devemos conceder de crédito ao cliente?
Quanto o cliente merece de crédito é uma variável que pode assumir diversas grandezas, dependendo da qualidade do risco apresentado e do porte do cliente. De duas empresas com idênticas características quanto ao

risco e saúde financeira, porém de tamanhos diferentes, a que for maior fará jus a um limite de crédito superior, em relação à menor.

Quanto deve-se conceder de crédito ao cliente é uma variável que decorre da política de crédito adotada, com vistas à diversificação e pulverização da carteira de crédito. Pode-se analisar um cliente e concluir que o mesmo merece determinado limite, oferecendo aquele montante sem ultrapassar a fronteira estabelecida para atendimento a um cliente. Por outro lado, fatores como ramo de atuação da empresa, ou mesmo a pouca experiência com ela, podem determinar que se tenha uma atitude cautelosa na fixação do limite de crédito. A definição do valor indicativo varia de empresa para empresa, conforme suas normas específicas.

A análise de crédito é um processo decisório bastante complexo, envolvendo experiência anterior, conhecimento sobre o que está sendo decidido, método para tomar a decisão e utilização de instrumentos e técnicas específicas. Assim, no parecer final, a tomada de decisão pode ser entendida como a escolha entre alternativas disponíveis e conhecidas (CIRCULAR NORMATIVA, 2002).

Como o que se pretende com a análise de crédito é reduzir o risco potencial de inadimplência, é necessário determinar quais são os pressupostos sugeridos para esse tipo de análise, quais são suas limitações e deficiências, e quais são os principais trabalhos desenvolvidos na área. Neste sentido, a literatura sobre análise de crédito tem sido dirigida pela administração financeira, principalmente no que diz respeito à política de crédito da conta de duplicatas a receber das empresas (DOUAT, 1995).

Segundo a Circular Normativa (2002), por outro lado, há várias fontes de informações disponíveis para determinar o crédito merecido por um cliente. As informações geralmente utilizadas para avaliar o crédito de um cliente incluem:

a) Demonstrações Contábeis: Uma empresa pode solicitar a um cliente que forneça demonstrações contábeis. Essas demonstrações podem permitir o uso de regras de decisão a partir de índices financeiros calculados com seus dados.

b) Relatórios de Crédito com o Histórico de Pagamento do Cliente Junto a Outras Empresas: Muitas organizações vendem informações sobre o nível de créditos de empresas.

c) Bancos: Os bancos geralmente fornecem alguma assistência a seus clientes em termos de aquisição de informação sobre o crédito merecido por outras empresas.

d) A Experiência de Pagamento do Cliente com a Própria Empresa: A maneira mais óbvia de obter uma estimativa da probabilidade de não pagamento de um cliente é verificando se pagou contas anteriores.

Dentro de uma concepção mais abrangente, o crédito deve ser visto e analisado como parte integrante do próprio negócio da empresa comercial (SILVA, 2000). O autor destaca que conhecer o cliente é fundamental. Um bom cadastro e um sistema de crédito eficaz podem ser uma excelente forma de alavancar os negócios. Muitos gerentes e analistas de crédito, em vez de reclamarem, dizendo que os clientes não gostam de fazer cadastro, deveriam, sim, usar suas habilidades de vendas para vender aos clientes a conveniência de fornecer as informações fidedignas para gerar uma relação de parceria mais clara e segura.

Para Schrickel (2000), no processo, a análise e concessão de crédito envolvem incontáveis formas e peculiaridades existentes na sua concessão às pessoas físicas, ou seja, desde a simples venda a varejo de gêneros alimentícios, através da lendária e romântica “caderneta”, até as mais sofisticadas transações bancárias, envolvendo complexas formulações de engenharia financeira.

Salienta que a venda direta ao consumidor, venda a prestação ou no crediário obtidas diretamente nas lojas são comumente encontradas no comércio em “n parcelas”, ou da venda através de cartão de crédito de administradoras ou do próprio lojista, da “compra fiada”, do cheque pós-datado (chamado de cheque pré-datado), entre outras formas mais encontradas no mercado, as pessoas se utilizam para alavancar seu poder de compra ou simplesmente atender às suas necessidades e interesses, como adquirir imóveis, bens duráveis, meios de lazer e ou gêneros de primeira necessidade (SCHRICKEL, 2000).

De acordo com Securato (2002), os parâmetros básicos da concessão de crédito são avaliados mediante profunda análise da ficha cadastral do cliente, a qual deverá contemplar um sistema de pontuação, visando a quantificar os parâmetros definidos e atribuir pesos de acordo com a relevância de cada informação obtida. Conforme a pontuação obtida, a concessão de crédito poderá ser automática ou ser analisada de acordo com a política de crédito da empresa. Acrescenta ainda que a concessão do crédito, além de se nortear nos parâmetros e políticas de crédito estabelecidas, também se baseia nos chamados “C’s do Crédito” (Caráter; Capacidade; Capital; Colateral; Condições; Conglomerado; Consistência; Comunicação e Controle).

Segundo Santos (2000), o processo de análise e concessão de crédito recorre ao uso de duas técnicas: a técnica subjetiva e a técnica objetiva ou estatística. A conceituação, descrição do processo de análise subjetiva de crédito e

sua decisão baseiam-se na experiência adquirida, disponibilidade de informações e sensibilidade de cada analista quanto à aprovação do crédito.

3 ESTUDO DE CASO

3.1 Caracterização e descrição da empresa

O grupo Vip Car é constituído por uma rede nacional de empresas controladas pelos irmãos Nelson Pereira e Salésio Pereira, compreende atividades como revenda de carros novos e semi-novos. Presente na região Sul de Santa Catarina a Vip Car tornou-se referência e tradição na revenda de carros, buscando sempre respeitar o cliente fornecendo veículos de qualidade para continuar crescendo.

Com aproximadamente 20 anos dedicados ao setor de automóveis, seu principal foco de atuação é as concessionárias Renault que representam a maior operação do grupo Vip Car. Construído sobre bases sólidas e com princípios conservadores, o Grupo ganhou reconhecimento nacional por sua filosofia de proteção ao patrimônio de seus clientes.

Atualmente, as principais empresas do Grupo Vip Car são:

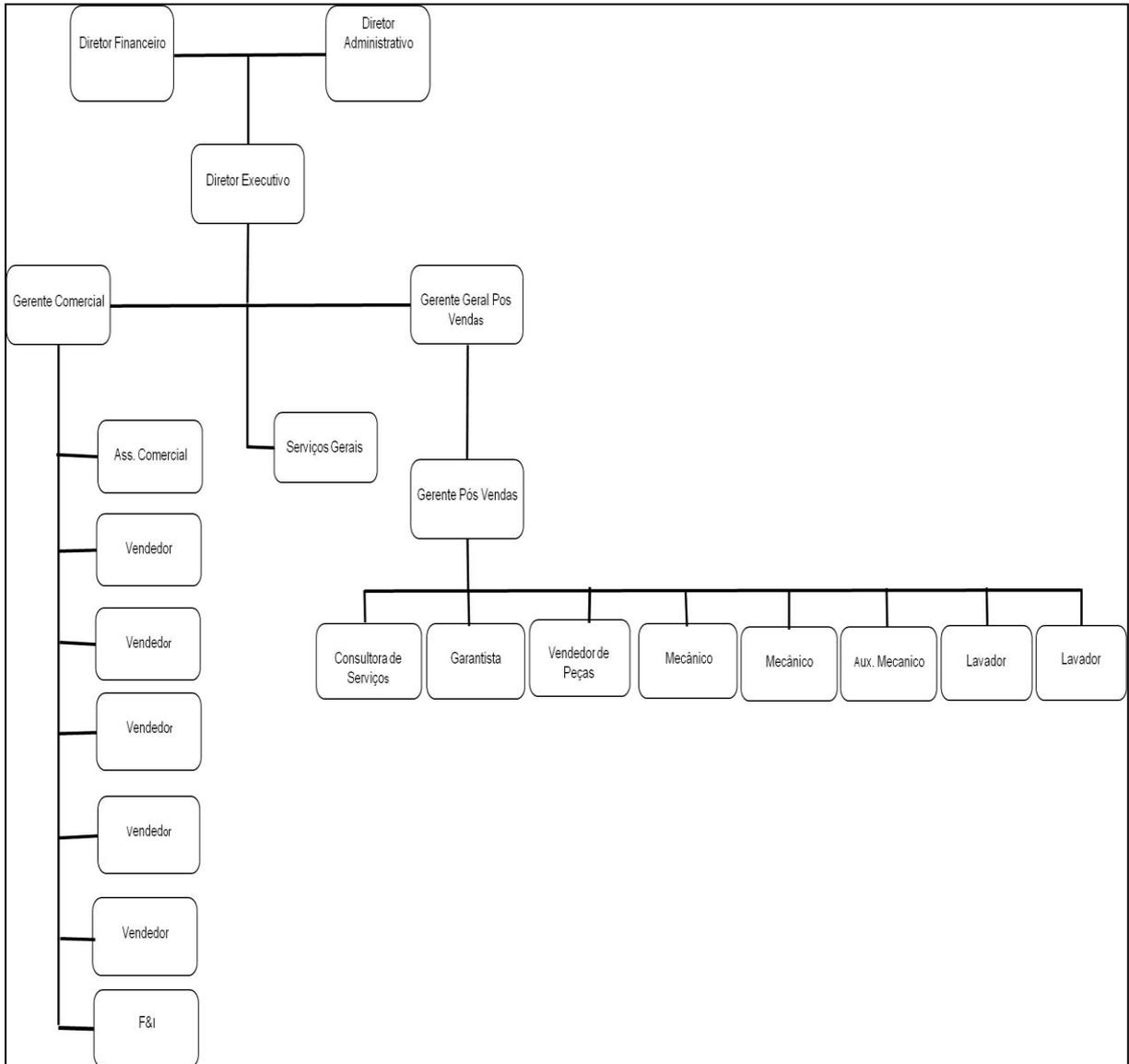
- Vip Car Renault
- Vip Car Nissan
- Vip Car Chery
- Vip Car Kawasaki
- Vip Car Multimarcas
- Repasse Central de Veículos

A Vip Car é uma importante concessionária do Brasil, respeitada nacionalmente, classifica-se entre as cinco maiores concessionária Renault do país. Prestando todos os tipos de serviços e atuando em todas as áreas do setor de automóveis, ela atende todas as necessidades de seus clientes. As atividades vão além das tradicionais operações de venda, estendendo-se para pós-vendas entre outras.

A Vip Car é sempre uma opção de investimento seguro, por sua discrição e confiabilidade em gerir negócios, por sua tradição e solidez no mercado e por sua constante atualização, colocando a disposição de seus clientes os mais qualificados profissionais. Oferecendo produtos e serviços especialmente estruturados de acordo com o perfil de cada um de seus clientes, com atendimento exclusivo, buscando soluções mais adequadas as suas necessidades.

3.2 Estrutura Organizacional

A empresa possui 100 funcionários distribuídos em diversas áreas e filiais. Segue abaixo a estrutura funcional da empresa:



Quadro 4: Organograma

Fonte: Elaborado pelo Autor

Praticamente todas as concessionárias possuem uma estrutura organizacional semelhante formada por três setores:

- a) **Diretoria:** Responsável em passar orientações direta do mais alto nível, tem a função de definir os rumos do negócio e as políticas para a empresa como um todo. No caso da Vip Car são desempenhadas pelos dois sócios da empresa, um mais direcionado a parte

administrativa financeira e outro na parte administrativa comercial. O diretor executivo é um nível intermediário entre diretoria e gerência, na Vip Car é um diretor com poderes ampliados.

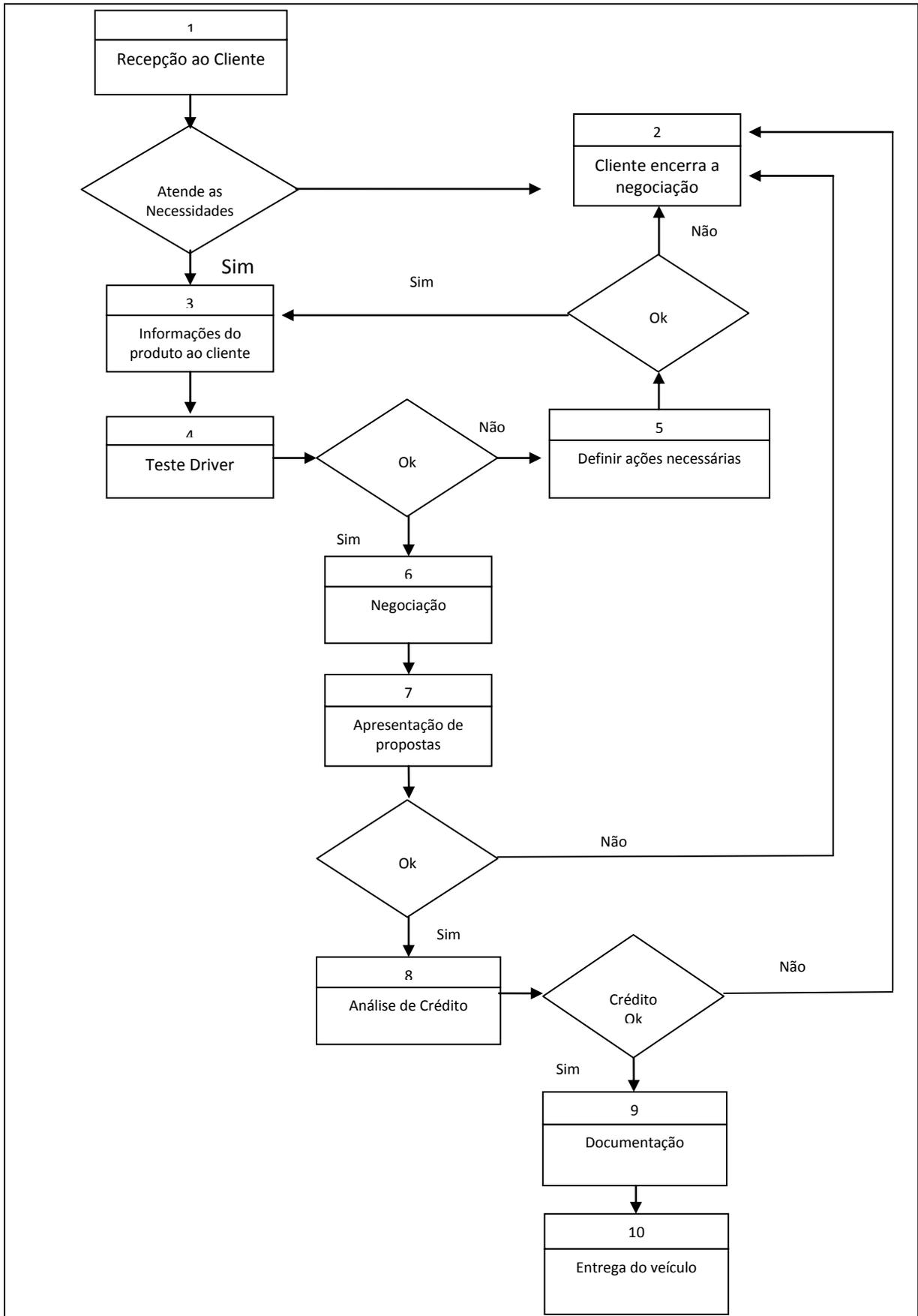
- b) **Comercial:** É responsável pela execução das orientações impostas pela diretoria. Elabora, acompanha os planos de ação para seu departamento, focalizando a geração imediata de resultados. A equipe tem a função de fazer o ciclo de vendas da empresa, o aumento do valor médio das vendas e as melhorias no processo de gestão de propostas.

- c) **Pós- vendas:** Tem o desafio de manter um bom relacionamento com o cliente depois da venda, é fundamental para o crescimento de qualquer concessionária. O pós-vendas tem como objetivo a gestão de estoques, controlar a disponibilidade de peças de reposição, para que no momento em que o veículo venha apresentar problemas o pós-vendas minimize o tempo em que o cliente fique sem o veículo, proporcionando acessibilidade ao serviço de reparo.

3.3 Processo de Prestação de Serviços

O processo de prestação de serviço tem a característica de ser um processo contínuo, o fluxo de sua atividade começa quando o cliente entra na loja desejando comprar um veículo. Cada etapa tem sua maneira e seu tempo de processo, cada cliente tem suas diferenças e particularidades, nessas horas o vendedor tem que se por no lugar do cliente, e analisar o que ele está pretendendo fazer, para que tudo ocorra bem e encerre a negociação na entrega do veículo.

Dessa forma segue abaixo cada etapa na execução do processo de venda do produto comercializado pela Vip Car, onde procura-se demonstrar os momentos dos quais há a possibilidade de negociação com o cliente, podendo assim mostrá-lo as modalidades de credito analisadas nesse trabalho.



Quadro 5: Fluxograma do Processo de Serviços

Fonte: Elaborado pelo autor

Fase 1: Recepção ao cliente.

A recepção ao cliente é basicamente um início de conversação onde verifica-se qual a sua necessidade, ou seja, que tipo de veículo o cliente procura e se há na loja o veículo solicitado.

Fase 2: Cliente encerra a negociação.

Neste caso é quando o cliente considera o negócio inviável. Após todas as estratégias definidas e cumpridas durante o atendimento, ele pode encerrar a negociação em qualquer momento.

Fase 3: Informações do produto ao cliente.

É quando o produto é apresentado ao cliente. Nesse momento é fornecido informações quanto a preço, acessórios, opcionais, motorização e modelos. Mas de todas essas informações a mais importante para o cliente é preço.

Fase 4: Teste Driver.

Esta parte tem papel fundamental durante a negociação, pois informa a possibilidade ou não da continuidade do negócio, o veículo e submetido pelo cliente a uma serie de testes para verificar se ele atende suas expectativas.

Fase 5: Definir ações necessárias.

No caso de problemas e insatisfação no teste driver, define-se através dos resultados quais as ações necessárias para resolvê-lo, se for possível alterações rápidas a tempo de reverter a situação, então segue para a próxima fase.

Fase 6: Negociação.

Depois que o processo passou para fase 6 faz-se uma análise das possibilidades de negócio com o cliente, tal análise depende muito da situação de cada cliente para formulação de uma proposta, há fatores que dificultam a negociação tais como:

- a) Avaliação do veículo usado
- b) Taxa de juros

Isso porque lojista e cliente não conseguem entrar em um consenso na avaliação do veículo, já no caso das parcelas muitos alegam que os juros estão muito altos e deixam de comprar por estes motivos. Quando o cliente tem recursos para pagar o veículo todo em espécie, sem financiar e sem troca, a negociação ocorre de forma tranqüila e fácil, podendo ainda a concessionária conceder descontos e algumas cortesias, como emplacamento grátis.

Fase 7: Apresentação de propostas.

Após o cliente concorda com a avaliação do carro usado e aceitar as taxas de juros aplicadas, é feita uma proposta ao mesmo, nesta etapa a proposta pode ser validada pelo cliente ou não, caso o cliente não aceite a proposta do lojista, verifica-se com a gerência da loja a possibilidade de alterar a proposta e refazer uma melhor, se não for possível alterar a proposta o vendedor comunica o cliente, e ele tem as opções em fazer uma contraproposta ou encerrar a negociação ali mesmo..

Fase 8: Análise de crédito.

O fluxo da atividade começa quando o cliente deseja comprar um veículo e não possui recursos próprios para a aquisição do bem. Por sua vez, a loja preenche uma ficha cadastral de solicitação de crédito e envia para o banco analisar se há possibilidade do crédito ser aprovado, caso ocorra à recusa do crédito, ver qual o motivo da recusa e tentar reverter, se não conseguir encerra-se a negociação. Toda proposta passa por setores de análise específicas como Serasa, SPC. Além disso, analisa-se o local de trabalho e residência com o propósito de confirmar as informações fornecidas, objetivando a diminuição do risco da operação.

Fase 9: Documentação

Depois que o crédito for aprovado, a próxima etapa consiste em unir todos os documentos solicitados pelo banco, como CPF, RG, Comprovante de renda e Residência do cliente. A loja fatura a nota fiscal do veículo, que já sai alienada ou arrendada ao banco que liberou o crédito, anexa todos os documentos junto com a nota fiscal no contrato assinado pelo cliente e envia para o banco fazer o pagamento do crédito liberado para a loja. O banco primeiro inclui o gravame, que é uma alienação fiduciária ou um arrendamento mercantil a favor do banco, somente após o gravame incluso, o banco faz o pagamento.

Fase 10: Entrega do veículo.

E por fim é a entrega do veículo que começa com uma preparação de entrega preenchida pelo vendedor constando todos os dados do cliente, do veículo e o dia que vai ser entregue ao cliente, entrega-se essa preparação para o consultor técnico da oficina, onde o mesmo vai registrar no quadro de entrega, para que os mecânicos revisem o veículo, passando para o processo de limpeza geral do veículo a fim de entregá-lo ao cliente.

3.4 Apresentação e Análise dos dados

A seguir está a pesquisa realizada com o objetivo de coletar dados e analisar o grau de conhecimento dos clientes em relação à liberação de crédito, financiamento e arrendamento de veículos na cidade de Criciúma SC.

A pesquisa foi feita na Concessionária Vip Car Renault de Criciúma, Santa Catarina, no aspecto comercial, levando em consideração a necessidade da solicitação de crédito às instituições financeiras para aquisição do bem na concessionária.

TABELA 1: MODALIDADES DE PAGAMENTO NA VENDA DOS VEÍCULOS NO MÊS DE ABRIL

ITENS	FREQUÊNCIA	%
Á VISTA	37	37%
LEASING	11	11%
CDC	46	46%
OUTROS	6	6%
TOTAL	100	100%

Fonte: Dados do Pesquisador

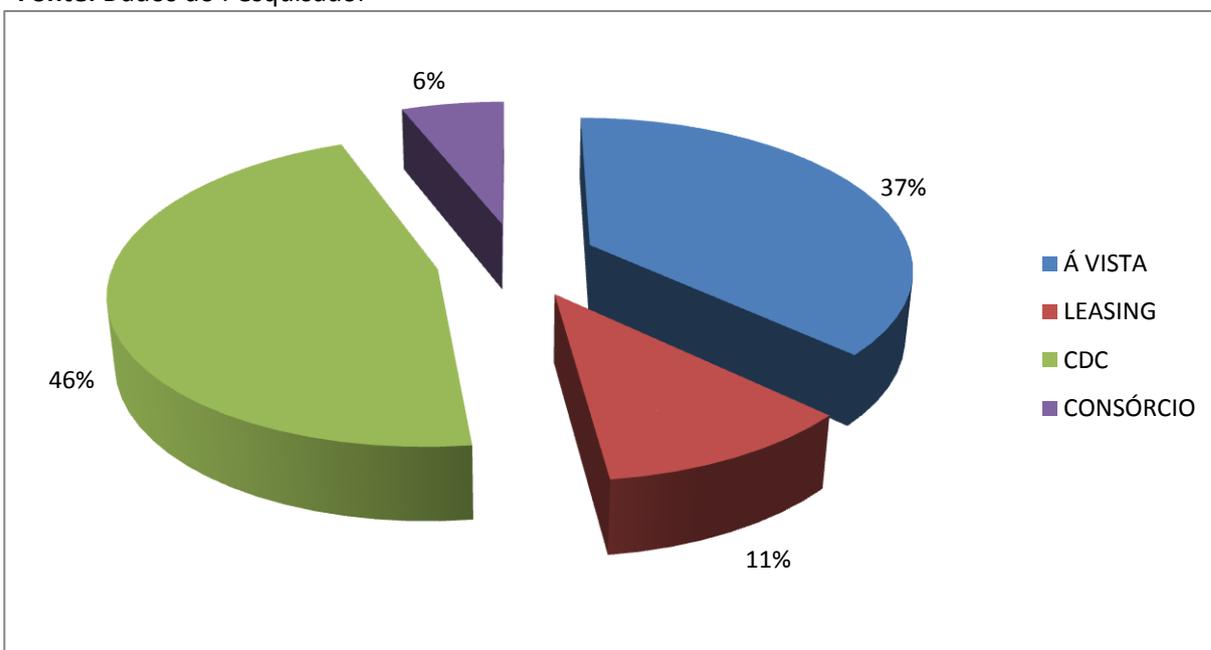


Figura 1: Modalidade de pagamento na venda de veículos no mês de abril

Fonte: Dados do Pesquisador

De acordo com a pesquisa realizada, a figura 4, demonstra que 37% das vendas realizadas para pessoa física foram à vista e não foi necessário a solicitação de crédito para aquisição do veículo, já dos que necessitaram o crédito, 46% optou

pelo Crédito Direto ao Consumidor – CDC, seguido pelo Leasing com 11% e o Consórcio com 6% no mesmo período. Diante disso pode-se perceber que a parceria das concessionárias com as instituições financeiras é de extrema importância, pois mais da metade das vendas no período o cliente não possuía recursos próprios para a aquisição do bem.

TABELA 2: SEXO

ITENS	FREQUÊNCIA	%
MASCULINO	71	65%
FEMININO	39	35%
TOTAL	110	100%

Fonte: Dados do Pesquisador

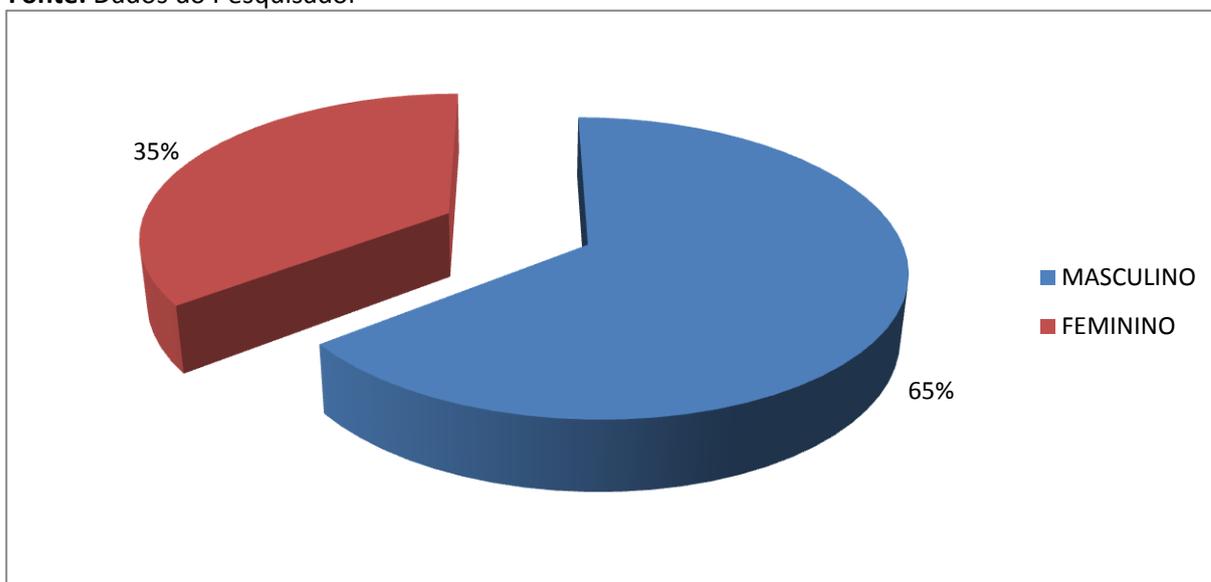


Figura 2: Sexo

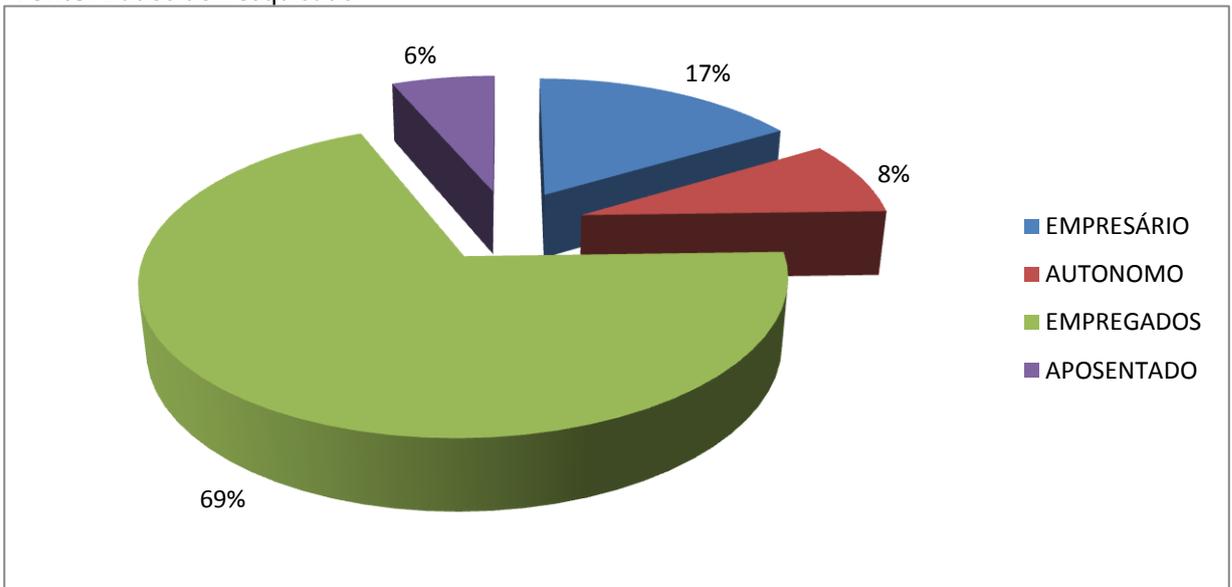
Fonte: Dados do Pesquisador

A figura 5 mostra que 65% dos que financiaram no período da pesquisa foram do sexo masculino, e 35% do sexo feminino.

TABELA 3: PROFISSÃO

ITENS	FREQUÊNCIA	%
EMPRESÁRIO	18	17%
AUTONOMO	9	8%
EMPREGADOS	76	69%
APOSENTADO	7	6%
TOTAL	110	100%

Fonte: Dados do Pesquisador

**Figura 3:** Profissão

Fonte: Dados do Pesquisador

Demonstra a figura 6, que 69% dos clientes que contrataram o serviço de Leasing ou CDC no período da pesquisa são assalariados, 17% são empresários e 8% pode-se elencar como profissional liberal, e por fim 6% são aposentados.

TABELA 4: A ESCOLHA DA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA

ITENS	FREQUÊNCIA	%
BV	29	26%
ITAU	3	3%
BRADESCO	3	3%
RENAULT	74	67%
SAFRA	1	1%
TOTAL	110	100%

Fonte: Dados do Pesquisador

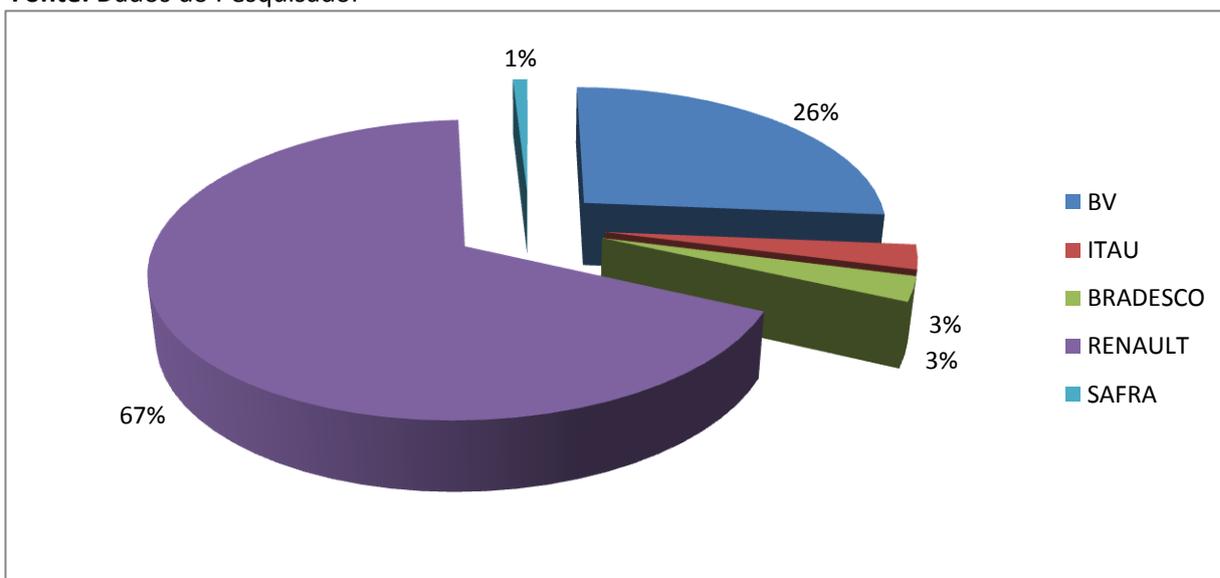


Figura 4: A escolha da Instituição Financeira

Fonte: Dados do Pesquisador

Na figura 7, observa-se que 67% dos financiamentos foram formalizados pelo banco Renault, 26% foram através do banco BV, seguindo com 3% o Itaú e Bradesco, e 1% somou o banco Safra. A opção na escolha da instituição na maioria das vezes quem define é o vendedor, por vários motivos, cada instituição trabalha de uma forma, o mesmo cliente pode ter o crédito liberado na BV, mas na análise do Bradesco ele não tem potencial para suportar a parcela, neste caso como a pesquisa foi feita dentro da Vip Car Renault os financiamentos tem como primeira opção o banco Renault, caso não libere, somente neste caso é solicitado o crédito a outro banco. A parceria com o banco da própria marca geralmente é utilizada na concessionária.

TABELA 5: A ESCOLHA PELA CONTRATAÇÃO DE UM CDC

ITENS	FREQUÊNCIA	%
MENOS BUROCRÁTICO	14	13%
A POSSIBILIDADE DE LIQUIDAÇÃO ANTECIPADA	51	46%
O FATO DO VEÍCULO PERMANECER EM NOME DO FINANCIADO	9	8%
DESCONTO NA ANTECIPAÇÃO DAS PARCELAS	34	31%
PERMITE A TRANSFERÊNCIA DO CONTRATO PARA TERCEIROS	2	2%
TOTAL	110	100%

Fonte: Dados do Pesquisador

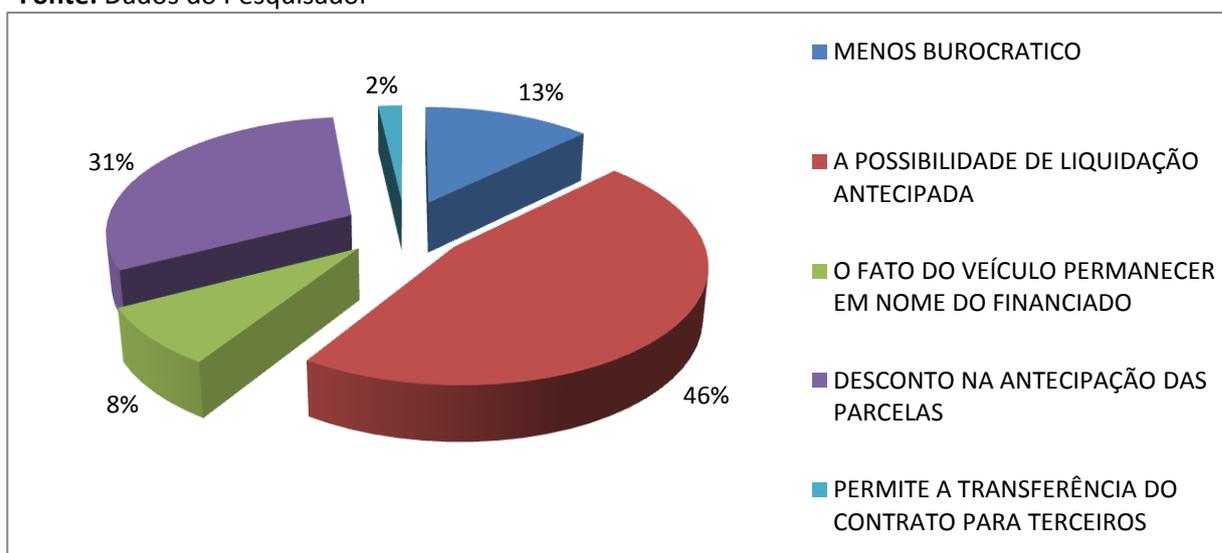


Figura 5: A escolha pela contratação de um CDC

Fonte: Dados do Pesquisador

De acordo com a pesquisa realizada, a figura 8, demonstra que 46% dos clientes pesquisados afirmam que contratam o CDC, pelo motivo da modalidade facultar a liquidação antecipada, em segundo lugar com 31% a escolha deu-se em função do desconto na antecipação das parcelas, a opção menos burocrática ficou com 13%. Já 8% escolheram a alternativa de que o fato do veículo permanecer em nome do financiado foi o motivo da escolha, e por fim 2% foram motivados por permitir a transferência do contrato para terceiros.

TABELA 6: A ESCOLHA PELA CONTRATAÇÃO DE UM LEASING

ITENS	FREQUÊNCIA	%
APRESENTA UM CUSTO MENOR	102	93%
PRETENDE PERMANEÇER COM O BEM ATÉ O FINAL DO CONTRATO	5	4%
O FATO DE O VEÍCULO PERMANECER EM NOME DO BANCO	0	0%
É POSSIVEL A DEVOLUÇÃO DO BEM EM CASO DE INADIMPLÊNCIA	3	3%
NÃO PERMITE A TRANSFERÊNCIA DO CONTRATO PARA TERCEIROS	0	0%
TOTAL	110	100%

Fonte: Dados do Pesquisador

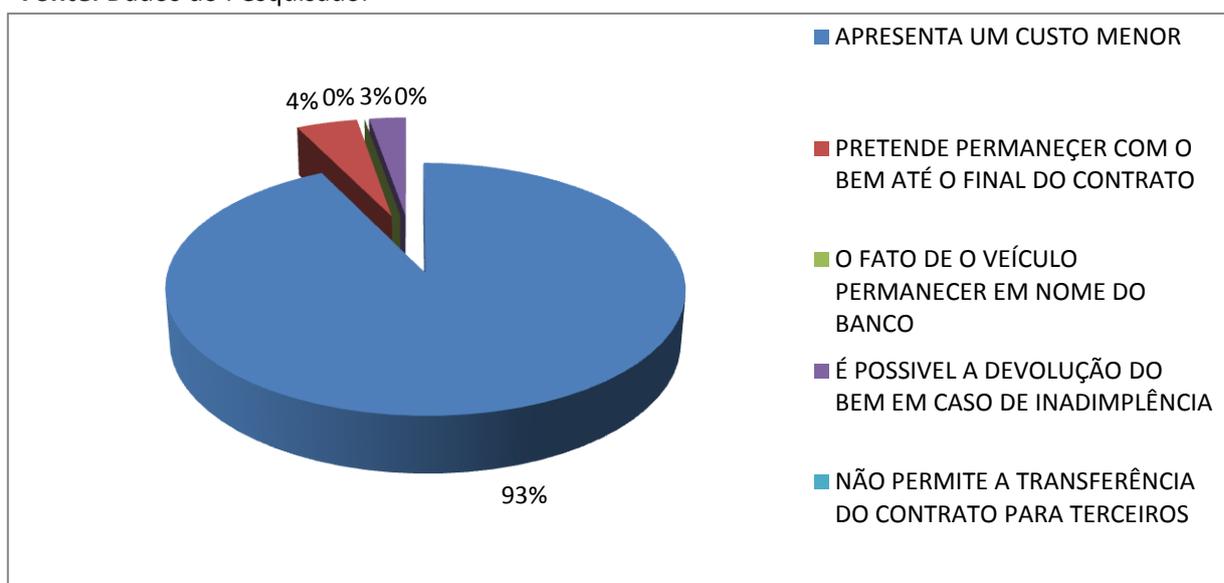


Figura 6: A escolha pela contratação de um LEASING

Fonte: Dados do Pesquisador

A figura 9 apresenta que 93% dos clientes escolheram pela contratação de um Leasing pelo fato de apresentar um custo menor, isso significa que os clientes não estão interessados em benefícios de um ou de outro e sim no valor da parcela, a alternativa que pretende ficar com o bem até o final do contrato somou 4%, e com 3% aparece a possível devolução do bem em caso de inadimplência, o fato de o veículo permanecer em nome do banco e a opção de não permite a transferência do contrato para terceiros, não pontuaram.

TABELA 7: VALOR FINANCIADO NA AQUISIÇÃO DO VEÍCULO, CDC OU LEASING PESSOAS FÍSICA

ITENS	FREQUÊNCIA	%
5.000,00 A 10.000,00	10	9%
10.000,01 A 20.000,00	52	47%
20.000,01 A 30.000,00	35	32%
30.000,01 A 40.000,00	8	7%
MAIS DE 40.000,00	5	5%
TOTAL	110	100%

Fonte: Dados do Pesquisador

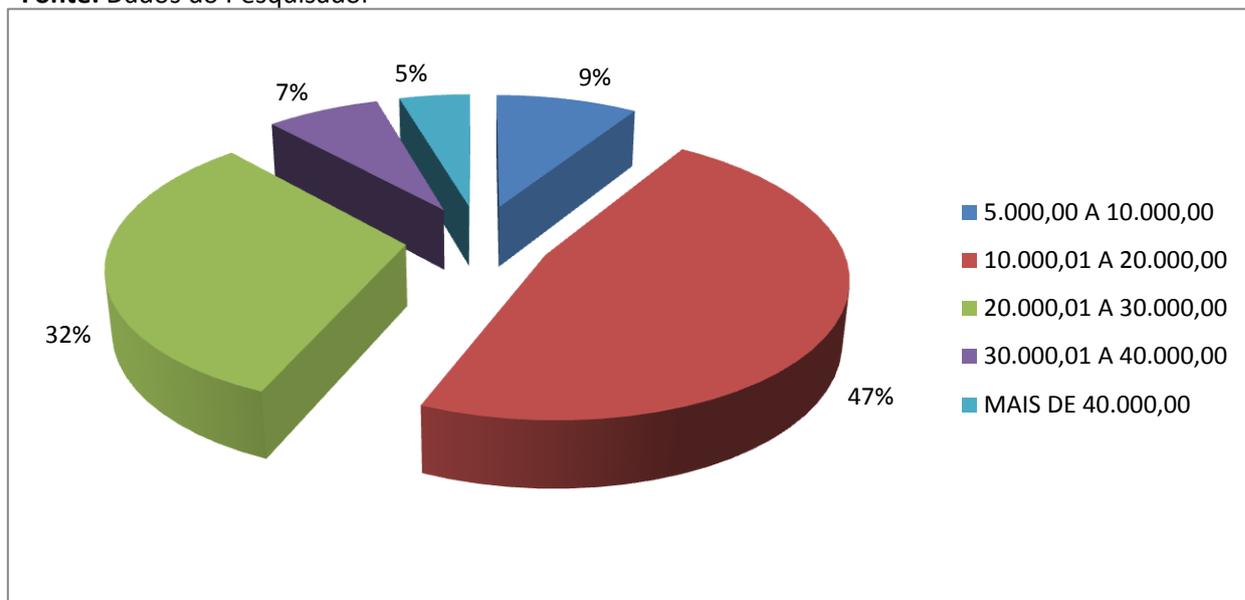


Figura 7: Valor financiado na aquisição do veículo, cdc ou leasing pessoa física

Fonte: Dados do Pesquisador

Na figura 10 conforme se vê 47% dos clientes pesquisados financiaram entre 10 a 20 mil reais, 32% foram os que financiaram entre 20 a 30 mil reais, com 9% ficou os clientes que necessitaram menos crédito, entre 5 a 10 mil reais, já os que precisaram um valor entre 30 a 40 mil reais somaram 7%, e por fim, 5% financiaram mais de 40 mil reais

TABELA 8: PLANOS E PRAZOS DOS FINANCIAMENTOS

ITENS	FREQUÊNCIA	%
12 Meses	10	9%
24 Meses	17	15%
36 Meses	25	23%
48 Meses	20	18%
60 Meses	38	35%
TOTAL	110	100%

Fonte: Dados do Pesquisador

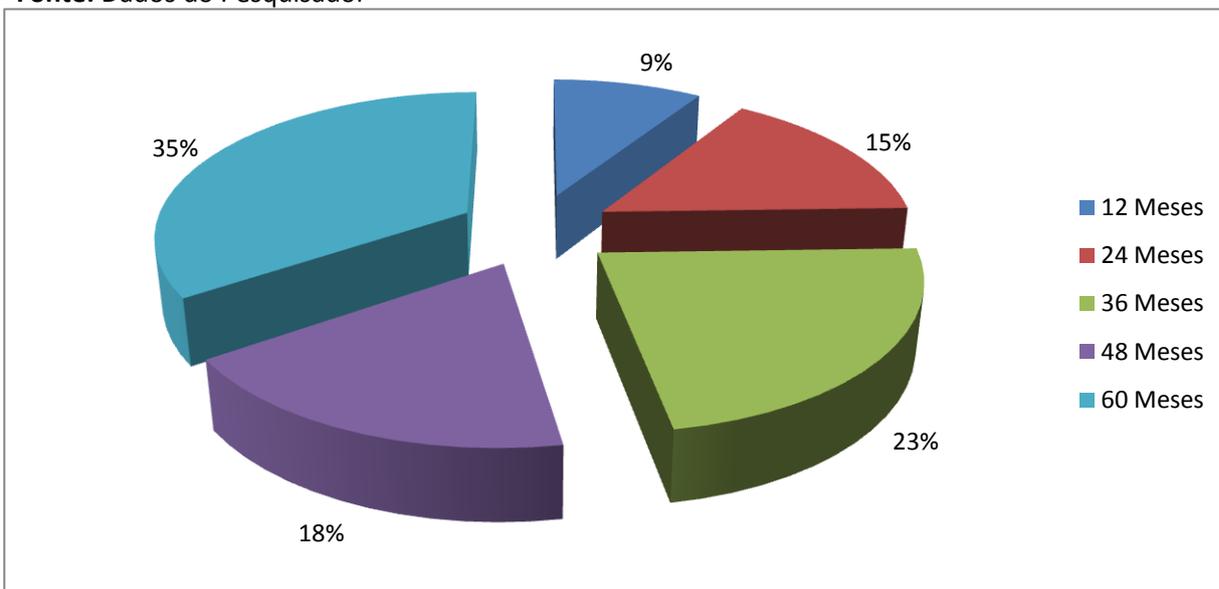


Figura 8: Planos e prazos dos financiamentos

Fonte: Dados do Pesquisador

Demonstra a figura 11, que 35% dos clientes aderiram aos planos de financiamento de 60 meses, a alternativa dos planos de 36 meses pontuaram 23%, já a escolha de planos com 48 meses ficou com 18% das opções, seguido dos planos de 24 meses com 15%, e os planos de 12 meses somaram 9%.

TABELA 9: PERCENTUAL DE ENTRADA NA HORA DA COMPRA

ITENS	FREQUÊNCIA	%
0%	9	8%
MAIS DE 1%	101	92%
TOTAL	110	100%

Fonte: Dados do Pesquisador

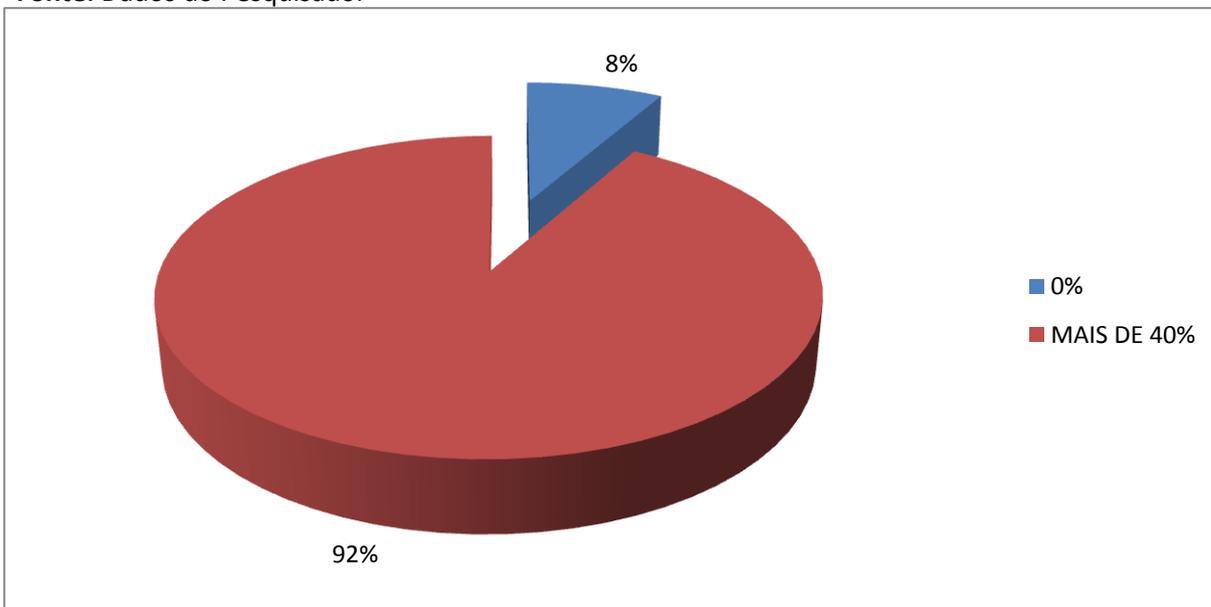


Figura 9: Percentual de entrada na hora da compra

Fonte: Dados do Pesquisador

De acordo com a figura 12, mesmo com juros mais altos os financiamento total do bem representou 8% dos clientes pesquisados, os outros 92% são aqueles que deram algum valor ou veículos usados como entrada, dessa forma esses que não financiaram o veículo total, conseguiram taxas de juros melhores, pelo fato da entrada na hora da compra.

TABELA 10: A ANÁLISE DA LIBERAÇÃO DE CRÉDITO PARA LEASING E CDC

ITENS	FREQÜÊNCIA	%
ANALISTADA INSTITUIÇÃO	107	97%
O LOJISTA	0	0%
AUTOMÁTICO	3	3%
TOTAL	110	100%

Fonte: Dados do Pesquisador

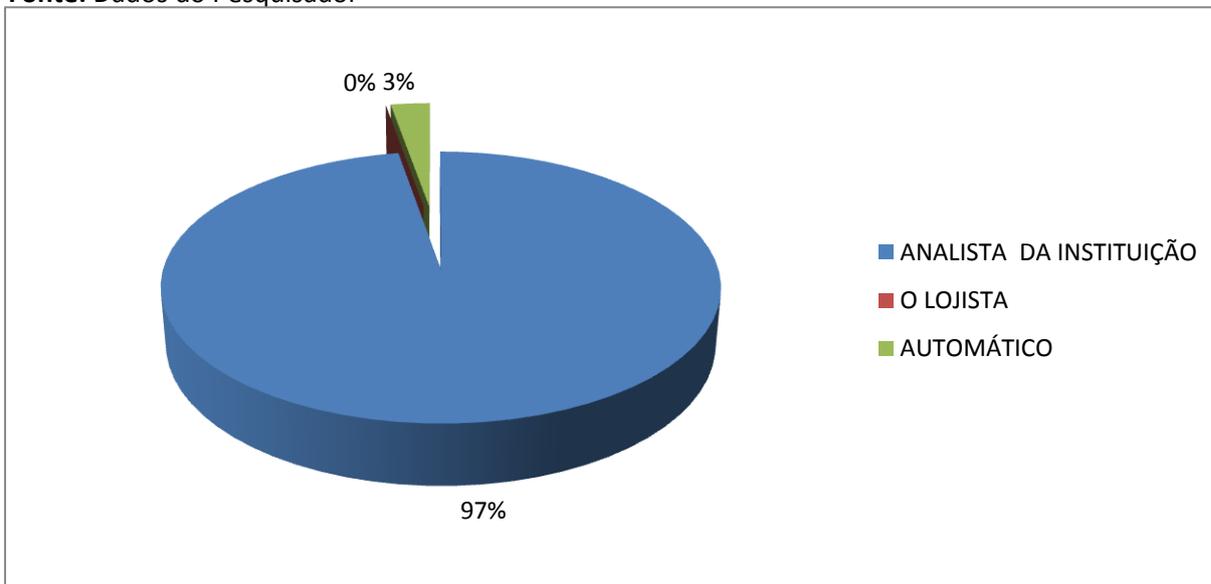


Figura 10: A análise da liberação de crédito para leasing e cdc

FONTE: Dados do Pesquisador

De acordo com a figura 12, demonstra que 97% das análises para a liberação do crédito é feita através dos analistas da própria instituição, no caso do crédito automático é muito difícil acontecer a liberação, como pode-se perceber apenas 3% foram registrados no período da pesquisa, geralmente é uma aprovação utilizada para finais de semana e feriados, e a opção de o lojista aprovar o crédito não teve nenhum caso, até mesmo porque não é de sua função esse tipo de decisão.

TABELA 11: O ÍNDICE DE INADIMPLÊNCIA ACIMA DE 90 DIAS

ITENS	FREQUÊNCIA	%
IRREGULARES	3	3%
REGULARES	107	97%
TOTAL	110	100%

Fonte: Dados do Pesquisador

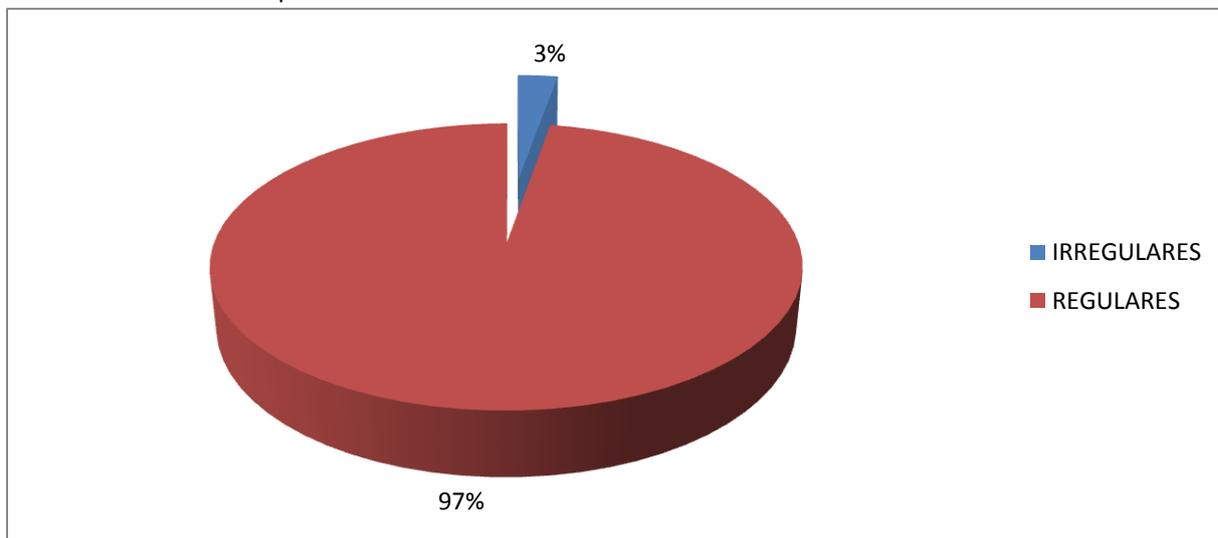


Figura 11: o índice de inadimplência acima de 90 dias

FONTE: Dados do Pesquisador

Na figura 15, foram analisados em um período 110 carteiras de clientes, desses, 97% estão em dia com suas parcelas, somente 3% estão inadimplentes com as instituições por algum motivo. A responsabilidade de cobrar e não perder esses inadimplentes é inteiramente da instituição e não do lojista. Quando uma loja possui uma carteira de clientes com baixa inadimplência, a instituição tem mais confiança e terá menos burocracia na análise e liberação do crédito para os clientes da loja.

TABELA 12: CLIENTES DEMONSTRAM CONHECIMENTO E DOMÍNIO DOS ASSUNTOS

ITENS	FREQUÊNCIA	%
SIM	4	4%
NÃO	106	96%
TOTAL	110	100%

Fonte: Dados do Pesquisador

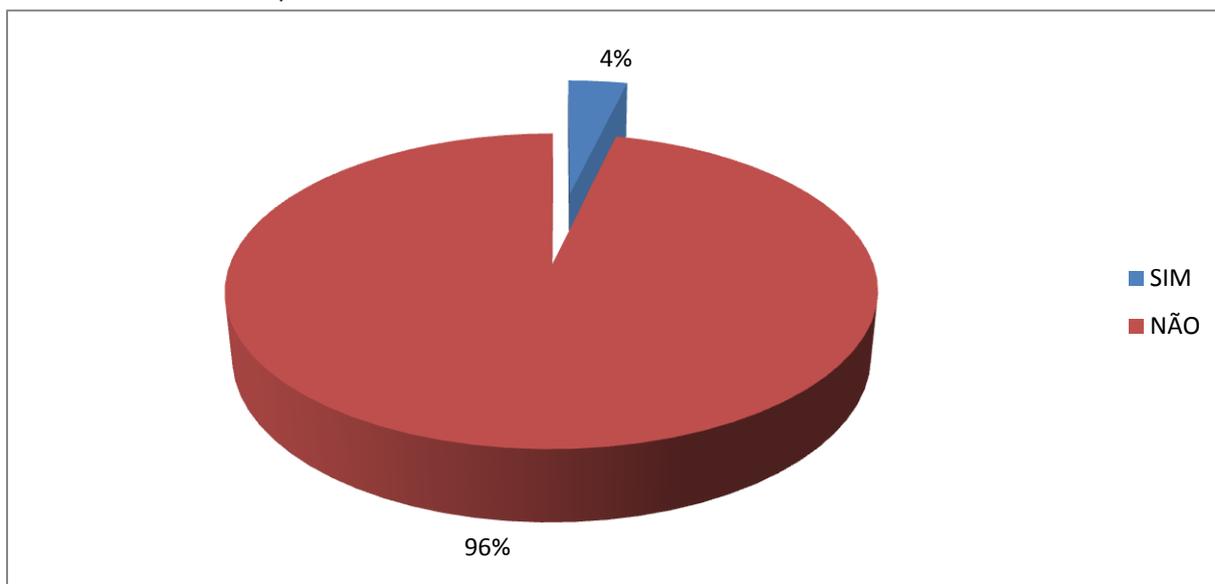


Figura 12: Clientes demonstram conhecimento e domínio dos assuntos tratados

FONTE: Dados do Pesquisador

Destaca-se na figura 16, o grau de conhecimento e domínio dos clientes referente ao Leasing e o CDC na hora da negociação, como pode-se perceber 96% dos clientes pesquisados não possui conhecimento nenhum quando a existência do leasing e o CDC como opções para escolha, simplesmente sabiam que podiam financiar seus veículos através do banco e que para eles eram todos iguais, já 4% dos clientes tinha informações básicas sobre as modalidades de crédito e sabiam quando poderiam optar por uma ou por outra dependendo o momento.

TABELA 13: SATISFAÇÃO GERAL COM O LEASING PESSOA FÍSICA

ITENS	FREQUÊNCIA	%
BOM	4	4%
RUIM	106	96%
TOTAL	110	100%

Fonte: Dados do Pesquisador

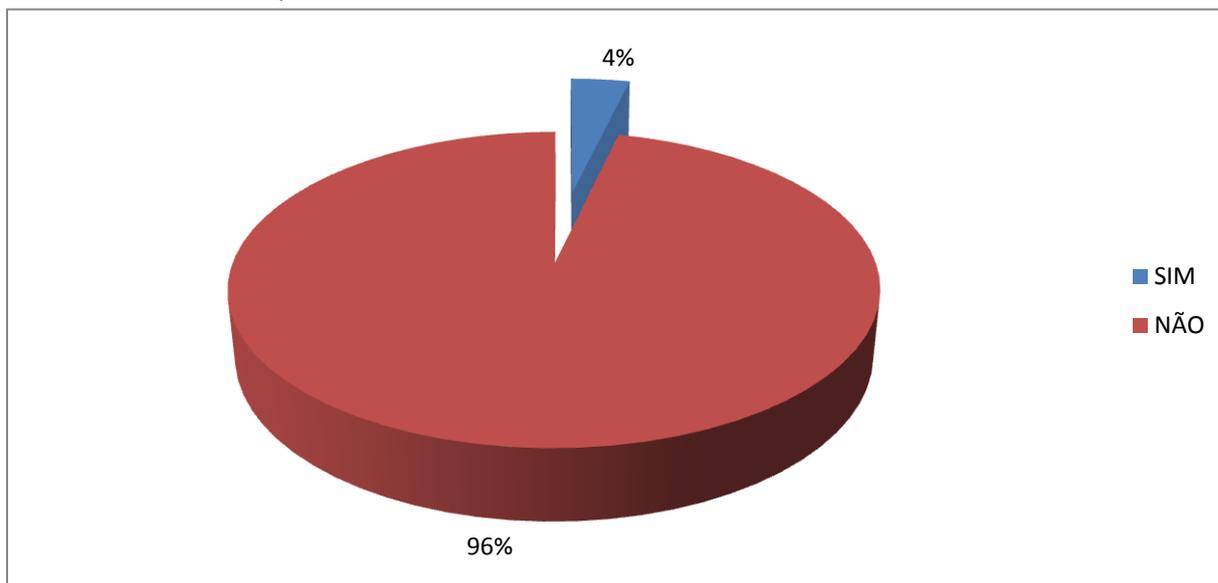


Figura 13: Satisfação geral com o Leasing pessoa física

FONTE: Dados do Pesquisador

Na figura 17, com os números levantados fica mais fácil perceber a satisfação dos clientes em relação ao leasing, 96% dos clientes alegaram que se tivessem domínio e conhecimento no assunto na hora da negociação não optariam pelo Leasing devido ser difícil de negociar descontos em uma possível quitação do contrato e pelo fato de o veículo ficar em nome do banco, já 4% estão satisfeito com o Leasing principalmente por apresentar um custo menor nas parcelas e não se importam em deixar o bem no nome do banco porque não pretendem trocar o bem antes mesmo da quitação do contrato de Leasing.

TABELA 14: SATISFAÇÃO GERAL COM O CDC PESSOA FÍSICA

ITENS	FREQUÊNCIA	%
BOM	108	98%
RUIM	2	2%
TOTAL	110	100%

FONTE: Dados do Pesquisador

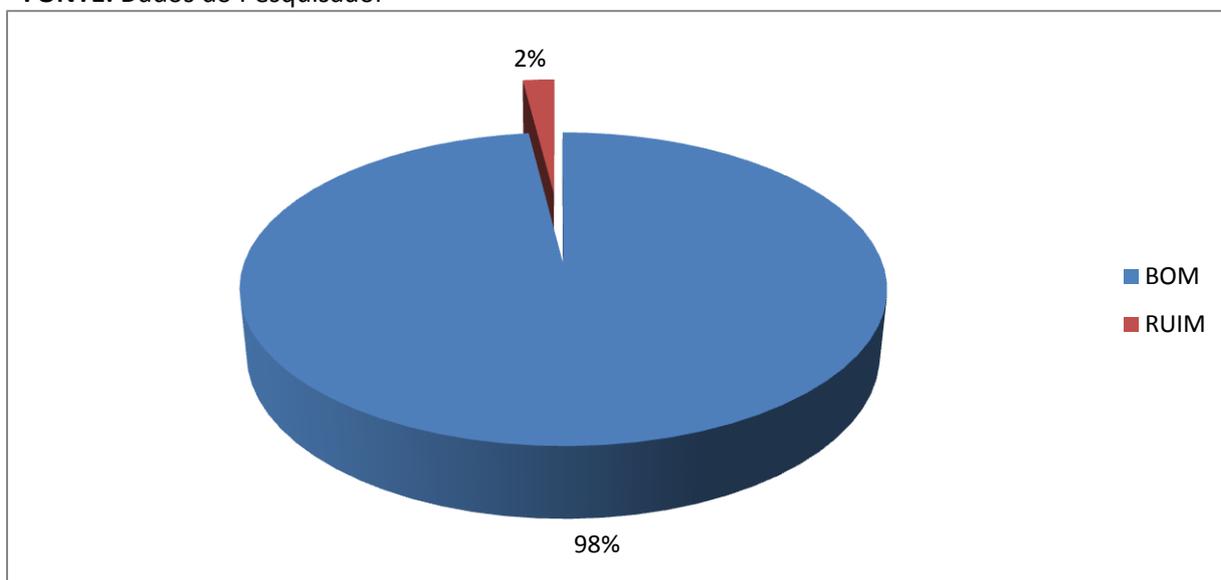


Figura 14: Satisfação geral com o CDC pessoa física

FONTE: Dados do Pesquisador

Na figura 18, demonstra um resultado expressivo para o CDC, 98% dos clientes pesquisados colocam o CDC como o financiamento flexível e o melhor em questão de possíveis negociações entre o cliente e as instituições financeiras, os outros 2% não acharam a mesma coisa e esperava mais benefícios e soluções em relação o CDC.

3.4 Análise da Pesquisa

Analisando os dados da pesquisa realizada no mês de abril, onde foi aplicado um questionário contendo perguntas para identificar fatos relevantes nos financiamentos, através do Crédito Direto ao Consumidor – CDC ou Arrendamento Mercantil - LEASING de veículos na cidade de Criciúma Santa Catarina, foi possível observar que: as vendas dos veículos no período foram divididas em quatro modalidades de recebimento, á vista que na maioria das vezes entra como dinheiro ou cheque, e também tem a opção de transferência ou depósito em conta corrente, através do Leasing que como vimos anteriormente é um arrendamento mercantil,

onde o banco faz o pagamento para a loja e arrenda o veículo ao cliente como se fosse um aluguel, a modalidade que foi mais utilizada nas negociações foi o Crédito Direto ao Consumidor - CDC, que da mesma forma faz o pagamento para a loja e faz uma alienação do veículo como garantia, permanecendo o mesmo em nome do cliente ao contrario do Leasing que o veículo fica em nome do banco, e por fim com um numero pouco expressivo aparecem outras formas de recebimento, que seria parcelamento direto com a loja e os consórcios.

Para os que optaram pelo Leasing ou CDC como forma de pagamento para a pesquisa, também foi possível analisar os números a nível nacional. No Brasil a frota dos veículos em circulação é de aproximadamente 51 milhões, a pesquisa apresentou que desses veículos em circulação 57% da frota possui algum tipo de financiamento ativo, a grande maioria se encontra com alienação fiduciária e o restante dividido entre o Leasing e outros tipos de financiamentos.

Como 69% dos clientes pesquisados são assalariados, é fundamental que eles não comprometam mais que 30% da sua renda para a parcela do financiamento, os planos e prazos dos contratos também não devem se estender por muito tempo, o ideal é que fique em torno dos 24 meses.

A pesquisa apresentou que os clientes escolhem o CDC principalmente pelo fato do desconto na liquidação antecipada do contrato e pela possibilidade de antecipação das parcelas, pois a intenção de todos é sempre terminar antes mesmo do prazo, e com o beneficio do desconto acaba despertando ainda mais o interesse dos clientes tanto as parcelas como o contrato integral. O Leasing foi a escolha dos que preferem uma parcela com um custo menor, já que o Leasing tem esta característica.

Algumas pessoas financiam total o bem, sem entrada na hora da compra os juros se tornam muito mais alto que o normal, na pesquisa a taxa média de juros foi apontada como de 1,42% ao mês e 18,44% ao ano, o banco libera o crédito, mas entende que é uma operação de risco e aumenta os juros neste caso, mas como mostrou a pesquisa muitas pessoas tem comprado com algum valor de entrada. Os valores mais financiados são entre 10 mil a 20 mil reais que somaram 52% dos clientes. Os planos e prazos dos financiamentos ficaram bem divididos, mas mesmo assim o mais solicitado foi o de 60 meses que somou 35% dos clientes.

A análise para liberar o crédito é de 100% das instituições, seus analistas observam todos os dados com cautela, só liberam o crédito se o mesmo tiver renda

suficiente e um histórico sem restrições. Até mesmo porque a pesquisa apresentou um baixo índice de inadimplência, apenas 3%. A análise é a liberação do crédito é de extrema responsabilidade da instituição, pois a concessionária é isenta de cobranças por atraso de pagamento por parte do cliente.

Com relação a facilidade do cliente fazer contato comercial, obteve-se um bom resultado, todos demonstraram satisfeitos com o canal de comunicação e o atendimento no pós-vendas, apoio necessário ao cliente foi um dos pontos fortes na pesquisa.

Sobre o grau de conhecimento dos clientes quanto ao Leasing e o CDC na hora da negociação ficou a baixo do esperado, a grande maioria não tem informações básicas para tomada de decisões em certas situações, e o que era para ser uma aquisição tranqüila às vezes acaba sendo um problema difícil de resolver.

De modo geral com relação ao grau de satisfação dos clientes com os serviços de Leasing e CDC, ficou claro que o CDC tem uma preferência ampla sobre o Leasing, apesar de o Leasing ter um custo menor o CDC esta mais próximo ao cliente, a possibilidade de negociações em momentos de escolha e possível, já o Leasing não da opção de mudança, segue uma linha mais burocrática até o final.

3.5 Diferenças entre Leasing e CDC

Para entender melhor como funciona na prática o sistema de financiamento Leasing e o Crédito Direto ao Consumidor - CDC e quais seus prós e contras, foi utilizado como exemplo à aquisição de um veículo no valor de 28.550,00, parcelado no prazo de 60 meses sem entrada. As taxas demonstradas são as menores oferecidas pelas instituições consultadas.

	<u>Leasing</u>	<u>CDC</u>
<u>Prazos</u>	<u>Planos de 24 a 60 meses.</u>	<u>Planos de até 60 meses.</u>
<u>Impostos</u>	<u>Isento de impostos.</u>	<u>IOF (imposto sobre operação financeira) calculado sobre o valor financiado.</u>
<u>Antecipação Parcela</u>	<u>Não há desconto nas antecipações das parcelas.</u>	<u>Há desconto nas antecipações das parcelas.</u>
<u>Quitação Antecipada</u>	<u>Não há desconto na quitação antecipada do contrato.</u>	<u>Há desconto na quitação antecipada do contrato.</u>
<u>Documentação</u>	<u>Fica em nome do banco arrendado ao comprador.</u>	<u>Fica em nome do comprador, alienado ao banco.</u>
<u>A venda do veículo para terceiros</u>	<u>Necessária autorização burocrática do banco.</u>	<u>É bem menos burocrático.</u>
<u>Exemplo:</u>	<u>Leasing</u>	<u>CDC</u>
<u>Valor do Veículo</u>	<u>28.550,00</u>	<u>28.550,00</u>
<u>Prazo</u>	<u>60 meses</u>	<u>60 meses</u>
<u>Juros Mensais</u>	<u>1,35%</u>	<u>1,37%</u>
<u>Parcelas</u>	<u>777,72</u>	<u>795,06</u>
<u>Valor Final</u>	<u>46.664,00</u>	<u>47.784,00</u>

Tabela 2: Comparativo entre Leasing e CDC

Fonte: Elaborado pelo autor com dados do Banco Safra

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a economia globalizada, é cada vez mais importante que se esteja atento as atividades financeiras de um país. Isso porque as mudanças constantes na economia refletem diretamente no bolso dos consumidores, as instituições financeiras que tem como produto linhas de crédito, trabalha de acordo com as políticas monetárias estabelecidas pelas autoridades monetárias e autoridades de apoio do sistema financeiro nacional. Porém os consumidores devem acompanhar esses altos e baixos, para que possam conhecer melhor o momento certo e a modalidade de crédito mais vantajosa para sua necessidade.

O financiamento e arrendamento de veículos é uma opção para consumidores que não possuem recursos próprios para a aquisição do bem, hoje a frota de veículos em circulação no Brasil é de 51 milhões, desses veículos em circulação, mais da metade possui financiamento ativo ou algum outro tipo de financiamento, balanço esse que confirma o baixo padrão de vida dos brasileiros. As modalidades de Leasing e Crédito Direto ao Consumidor-CDC são as mais usadas para este segmento.

Na concessionária onde foi feito a pesquisa deste trabalho, pode-se perceber que a mesma trabalha em parceria com as instituições financeiras. Normalmente realiza-se um contrato, onde existem cláusulas a serem respeitadas por ambas as partes. Desta forma foi observado que mais da metade dos clientes da concessionária dependeu da liberação de crédito, e que os mesmos não tinham conhecimento das modalidades de crédito existentes, foi coletados dados possíveis para cada um verificar qual o método de financiamento adequado para contratação.

Apresentada a pesquisa, foi verificado que o melhor método para financiamento de veículos na atual fase econômica é o Crédito Direto ao Consumidor-CDC. Apesar de apresentar um custo maior, causada pelo Imposto Sobre Operação Financeira (IOF) que o Leasing é isento da tal tributação, o Crédito Direto ao Consumidor-CDC é de fácil negociação, podendo o veículo ser transferido pelo comprador, caso este tenha dificuldade em pagar as parcelas ou se queira simplesmente vende-lo, além de possibilitar a antecipação das parcelas e quitação do contrato com descontos significantes. Para valer a pena optar pelo Leasing neste momento, o valor final do financiamento devem ser no mínimo 10% inferior ao Crédito Direto ao Consumidor - CDC, e vale à pena comentar que o cliente não deve comprometer mais que 30% de sua renda para pagamento das parcelas, pois o custo total do veículo não fica somente no valor das parcelas, mas também envolve emplacamento, combustível, revisões e etc.

Em fim, o principal objetivo do estudo foi informar que são poucas as pessoas que conhecem as diferentes formas de financiamentos ao entrar em uma concessionária, e que é fundamental analisar a escolha do financiamento de veículos no momento da aquisição.

REFERÊNCIAS

ACEB, Associação Comercial e Empresarial de Bonito. **Consórcio, leasing ou financiamento?** 08/02/2008. Disponível em: <http://www.acebms.com.br/index.php?link_include=includes/artigos.php&cod_artigo=28>. Acesso em: 15 de novembro de 2010.

ALMEIDA, Paulo Henrique; CARVALHO, Inaiá. Família e proteção social. **São Paulo em Perspectiva**, v.17, n.2, São Paulo, Abr./Jun., 2003.

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

ASSAF NETO, Alexandre. **Administração de capital de giro**. São Paulo: Atlas, 2002.

BCB, Banco Central do Brasil. **Taxas de operações de crédito**. Maio, 2011. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/fis/taxas/htms/012040T.asp?idpai=taxacredif>>. Acesso em: 05 de junho de 2011.

BCB, Banco Central do Brasil. **FAQ – Arrendamento mercantil - Leasing**. Junho, 2009. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/?LEASINGFAQ>>. Acesso em: 05 de junho de 2011.

BRITO, Osias Santana de. **Mercado financeiro**. São Paulo: Saraiva, 2005.

_____. **Controladoria de risco: retorno em instituições financeiras**. 1.ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e técnicas de administração financeira**. São Paulo: Atlas, 1989.

CERVO, Amado Ruiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CIRCULAR NORMATIVA DO BANCO ITAÚ. **Conhecimentos e noções bancárias**. São Paulo, 2002.

COSTA, Marco Antônio F. da; COSTA, Maria de Fátima B. da. **Metodologia da pesquisa: conceitos e técnicas**. Rio de Janeiro: Interciência, 2001.

DOUAT, João Carlos. **Risco de crédito**. São Paulo: Atlas, 1995.

DPE/CONAC, Diretoria de Pesquisas/Coordenação de Contas Nacionais. **Sistema de contas nacionais – referência 2000: atividade financeira**. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/indicadores/pib/pdf/13_atividade_financeira.pdf>. Acesso em: 22 agosto 2010.

FARIA, Rogério Gomes de. **Mercado financeiro: instrumentos e operações.** São Paulo: Prentice Hall, p. 281. 2003.

FERNANDES, Antonio Alberto Grossi. **O Sistema Financeiro Nacional comentado:** instituições supervisoras e operadoras do SFN & políticas econômicas, operações financeiras e administração de risco. 1.ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

FINANCENTER, Finanças Pessoais. **Empréstimos e financiamentos.** 2009. Disponível em: http://financenter.terra.com.br/Index.cfm/Fuseaction/Secao/Id_Secao/224>. Acesso em: 05 de junho de 2011.

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

GIL, Antônio Carlos. **Metodologia científica e da pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1994.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios da administração financeira.** Porto Alegre: Bookman, 2001.

GOBE, Antonio Carlos *et al.* **Gerência de produtos.** São Paulo: Saraiva, 2004.

GOMES, Marco Antonio. **Princípios sobre SFN.** São Paulo, no prelo, 2001.

GROPPELLI, A. A.; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração financeira.** Tradução Célio Knipel Moreira. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira: uma abordagem prática.** São Paulo: Atlas, 2001.

JORDAN, B. D.; ROSS, S. A; WESTERFIELD, R. W. **Princípios da administração financeira.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

KUMAR, Anjali (Coord.). **Brasil: acesso a serviços financeiros.** Rio de Janeiro: IPEA, 2004.

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

LOPES, João do Carmo; ROSSETTI, José Paschoal. **Economia monetária.** 7.ed. rev., ampl. e atual. São Paulo: Atlas, 1998.

MARINHO, Henrique. **Política Monetária no Brasil.** 4.ed. São Paulo: Campus, 1996.

MATIAS, A. B.; JÚNIOR, F. L. **Administração financeira nas empresas de pequeno porte.** São Paulo: Manole, 2002.

MEGLIORINI, Evandir; VALLIM, Marco Aurélio. **Administração financeira**: uma abordagem brasileira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

MENESES, Anderson; MARIANO, Fabrício. **Mercado financeiro**: série provas e concursos. São Paulo: Campus, 2011.

MENEZES, Caldeira H. **Princípios de gestão financeira**. Lisboa: Editorial Presença, 1999.

NOVELLO, Márcio. **Autoridades monetárias**. 26 de outubro de 2008. Disponível em: <<http://sistema-financeiro-nacional.blogspot.com/2008/10/autoridades-monetrias-c.html>>. Acesso em: 30 de maio de 2011.

REIS, Carlos Donato. **Manual de gestão e programação financeira de pagamentos**. São Paulo: Edicta, 2000.

REIS, A.C.R. **Estrutura e análise das demonstrações financeiras**. São Paulo: Saraiva, 1998.

ROCHA, Sérgio Caldas. **Teoria da síntese dos contratos de leasing**. 2005. Disponível em: <<http://www.advogado.adv.br/artigos/2005/sergiocaldasrocha/teorialeasing.htm>>. Acesso em: 30 de maio de 2011.

ROCHA, Enéas Nunes. **A função financeira**. Disponível em: <<http://images.caade.multiply.multiplycontent.com/attachment/0/Ra6XnAoKCpoAABFW13A1/A%20FUN%C3%87%C3%83OFINANCEIRA%5B1%5D.ppt?nmid=18301054>>. Acesso em: 22 agosto 2010.

RODRIGUES, Francisco Flavio de A. et.al. **Mercado financeiro**. Rio de Janeiro: SENAC/DN/DFP, 1997.

SÁ, Carlos Alexandre. **Apostila de determinação de limites de crédito nº41**. São Paulo: Up-To-Date, 1999.

SANTOS, Liana Ribeiro dos. **Mulheres que trabalham fora e mulheres que não trabalham fora**: existe diferença no gerenciamento financeiro dos dois grupos? Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - IAG-PUC-Rio. Disponível em: <<http://www.uff.br/rpca/Volume%209/GestaofinMulheres.pdf>>. Acesso em: 30 de maio de 2011.

SANTOS, José Odálio dos. **Análise de crédito**: empresas e pessoas físicas. 1.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

SANTOS, Arlindo. **Análise financeira**: conceitos, técnicas e aplicações. Lisboa: INIEF, 1981.

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

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de crédito**: concessão e gerência de empréstimos. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

SECURATO, José Roberto. **Crédito – análise e avaliação do risco: Pessoas Físicas e Jurídicas**. São Paulo: Editora Saint Paul, 2002.

SEGALLA, Amauri; NICACIO, Adriana. **O Brasil acelera**. 26/10/2010. Disponível em: <<https://poderbrasil.wordpress.com/category/economia/>>. Acesso em: 15 de novembro de 2010.

SELIC, Sistema Especial de Liquidação e Custódia. **Taxa SELIC - origem, conceito, fórmula e legalidade**. Disponível em: <<http://www.direitosdocontribuinte.com.br/page18.htm>>. Acesso em: 15 de novembro de 2010.

SILVA, José Pereira. **Gestão e análise de crédito e risco**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. **Análise financeira das empresas**. São Paulo: Atlas, 1998.

SILVA, Marcos Soares da; DIVINO, José Ângelo. **Estabilidade financeira e estrutura de mercado: evidências internacionais**. Disponível em: <<http://www.anpec.org.br/encontro2010/inscricao/arquivos/000-4abc6a579380808b2bd0230d00b8c4fe.pdf>>. Acesso em: 15 de novembro de 2010.

SOUZA, Terezinha de Fátima Carvalho de; BORGES, Mônica Erichsen Nassif. Fontes de informação financeira no Brasil. **Ci. Inf.** [online]. 1999, vol.28, n.1, pp. 37-48. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v28n1/28n1a05.pdf>>. Acesso em: 30 de maio de 2011.

TAVARES, Rosana. **A função financeira da empresa e a evidenciação contábil dos instrumentos derivativos**. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/Semead/8semead/resultado/trabalhosPDF/355.pdf>>. Acesso em: 22 agosto 2010.

TEIXEIRA, Karla Maria Damiano. **Algumas considerações sobre a administração financeira na família**. 02/12/2008. Disponível em: <<https://www2.cead.ufv.br/espacoProdutor/scripts/verArtigo.php?codigo=16&acao=exibir>>. Acesso em: 30 de maio de 2011.

WESTON, J. Fred; BRIGHAM, Eugene F. **Fundamentos da administração financeira**. São Paulo: Makron, 2000.