

## **O Relacionamento das MPE da Região Nordeste com os Bancos Brasileiros**

**ODERLENE VIEIRA DE OLIVEIRA**

Universidade de Fortaleza  
oderlene@hotmail.com

**SERGIO HENRIQUE ARRUDA CAVALCANTE FORTE**

Universidade de Fortaleza  
sergioforte@unifor.br

## O Relacionamento das MPE da Região Nordeste com os Bancos Brasileiros

### 1 Introdução

A partir das últimas décadas do século XX, uma crescente atenção tem sido dedicada pelos formuladores de políticas públicas às potenciais contribuições de empresas de pequeno porte para o desenvolvimento social e econômico. Esta atenção se associa com o esforço de formulação de novas políticas de estímulo ao desenvolvimento produtivo. A posição privilegiada conferida à promoção das Micro e Pequenas Empresas (MPE) na agenda política durante a década de 1990 reflete seu *status* de prioridade estratégica em muitos países. Em muitos casos, a política pública para MPE se tornou uma parte central das ações permanentes dos governos, convergindo com a criação de novos arcabouços institucionais com posição central dentro da estrutura executiva (MATOS; ARROIO, 2011).

No Brasil, o conjunto de MPE corresponde a mais de 99% do total de empreendimentos formais em funcionamento (SEBRAE, 2011). Segundo Skaf (2006) uma das razões desse percentual se deve ao fato da ocupação de mais nichos de mercados impulsionados pelos movimentos de terceirização e do avanço do progresso técnico respaldando a inserção das MPE como um dos principais pilares de sustentação da economia brasileira, seja pela grande capacidade de geração de empregos, seja pelos inúmeros estabelecimentos geograficamente dispersos.

Na região Nordeste, segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2011), do ponto de vista setorial, as MPE dos setores de comércio, serviços, indústria e construção representam mais de 97% do universo de estabelecimentos formais do nordeste, perfazendo um total de 321 mil estabelecimentos em 2010. Portanto, a mortalidade dessas empresas pode acarretar uma série de consequências, não só para o proprietário, como também para toda nação, já que a sobrevivência desses empreendimentos é condição indispensável para o desenvolvimento econômico do País.

Na maioria das vezes, as MPE têm apresentado certas dificuldades que envolvem obstáculos na obtenção de melhores preços e vantagens. Essas dificuldades são encontradas na compra de matérias-primas e componentes, nos custos de participação em feiras, campanhas publicitárias, reciclagem e treinamento da mão-de-obra, atualização tecnológica, acesso a linhas de crédito e financiamento, aluguéis e finalmente os custos envolvidos na exportação de produtos (BALESTRIN; VARGAS, 2003). Matias (2009) ressaltou que as MPE enfrentam muitos constrangimentos no acesso bancário.

A forma como os bancos se relacionam com as MPE já vem sendo objeto de estudo de alguns pesquisadores. Pizzolato (2007) procurou estudar a percepção dos administradores e gerentes de relacionamento sobre as modificações inseridas no modelo de relacionamento com clientes MPE, desenvolvido e atualizado pelo Banco do Brasil. O autor justificou sua pesquisa ressaltando a necessidade, cada vez mais, das instituições financeiras terem um relacionamento duradouro e rentável com cada cliente. Já Bazzan (2007) buscou apresentar uma comparação entre as percepções das MPE e dos funcionários do Banco do Brasil em relação à demanda e à oferta de produtos e serviços bancários para este segmento. Em 2008, Zica, Martins e Chaves, focaram sua pesquisa em outra vertente - exploraram o panorama geral sobre o crédito no Brasil, os principais fatores de restrição do acesso ao crédito e demais serviços financeiros pela MPE.

Dessa forma, com base no exposto, emergiu a seguinte questão de pesquisa: Como as MPE da região Nordeste estão se relacionando com os bancos brasileiros e quais as suas principais necessidades para com eles? Para tanto, o objetivo geral consistiu em mapear o relacionamento das MPE da região Nordeste para com os bancos brasileiros. Como objetivo específico têm-se: 1) identificar diferenças de relacionamento entre as micro e pequenas

empresas frente aos bancos; e 2) inferir ações por parte dos bancos para suprir problemas de relacionamento com as MPE.

Destaca-se, que a maioria das pesquisas já realizadas nesse tema aborda o relacionamento das MPE com apenas um banco e num contexto local, ou seja, em apenas uma agência. Cabe também destacar que vários estudos (OLIVEIRA; FORTE, 2012; OLIVEIRA; SILVA; ARAÚJO, 2012; SEBRAE, 2011; ALMEIDA, 2011; MINTZBERG; QUINN, 2011; HENDERSON, 1998) ressaltam a importância de se ampliar o conhecimento na atuação desses segmentos de mercado, não só por fazerem parte dos principais pilares de sustentação da economia brasileira, mas também pelo forte desempenho social.

## **2 Referencial Teórico**

Nesta seção se discorre sobre os temas relacionados ao objeto principal do presente estudo. Para tanto, dividiu-se em três subseções elaboradas com base em autores renomados em cada assunto. Inicia-se fazendo um breve relato sobre o cenário das MPE na economia Brasileira. Na subseção seguinte se aborda sobre o relacionamento bancário e ao final desta seção se apresenta a relação dos bancos com as MPE.

### **2.1 Cenário das Micro e Pequenas Empresas na Economia Brasileira**

Há no Brasil uma inquietação de vários pesquisadores preocupados em compreender o universo e principalmente, as características das MPE. As discussões teóricas que seguem acerca deste tipo de organização, ainda não responderam objetivamente as principais questões levantadas sobre esse setor (ALVES et al. 2012).

Não são raros os estudos que buscam justificativas para referenciar o grupo das MPE, bem como, também não são raros, os *papers* que de certa maneira apontam para os seus grandes problemas estruturais e gerenciais (ALVES et al., 2012; ARAGÃO; LOPES; ALVES JUNIOR, 2009; SANTOS; ALVES; ALMEIDA, 2007).

É sabido que as MPE são um dos principais pilares de sustentação da economia brasileira, quer pela sua enorme capacidade geradora de empregos, quer pelo infindável número de estabelecimentos desconcentrados geograficamente (KOTESKI, 2004 apud OLIVEIRA; FORTE, 2012). Matias (2009) enfatiza que as empresas de pequena dimensão têm um papel relevante na criação de riqueza e desemprego em qualquer economia.

Matos e Arroio (2011) reforçam o exposto afirmando que as MPE desempenham um papel muito importante na economia brasileira. Tendo um papel fundamental para o desenvolvimento da economia e responsável por grande parte das ocupações no mercado de trabalho. O maior crescimento tanto no número de empregos quanto número de empreendimentos está sendo no setor de serviço. As oportunidades não estão apenas na área de serviço, pois cada dia cresce mais o número de novos empreendimentos.

Já Souza e Qualharini (2007) ressaltam a importância social das MPE - desempenham um papel social muito forte, gerando recursos para as camadas mais pobres da população e suas atividades estão dirigidas para necessidades de consumo das populações de baixo poder aquisitivo. Apresentando-se como impulsionadoras do desenvolvimento do Brasil.

Dados oficiais indicam que em 2010, havia cerca de 3,4 milhões de estabelecimentos no Brasil, sendo que as micro e pequenas empresas representam 97,5% destes (ver Tabela 1) . Cabe destacar que as MPE contribuem com aproximadamente 40% dos empregos formais e da remuneração de toda economia (MATOS; ARROIO, 2011).

Essa importância das MPE na economia brasileira também é vista pelo aumento do número de estabelecimentos nos últimos anos, entre 1996 e 2011, por exemplo, apresentaram aumento de 60%. Com isso, a taxa de crescimento anual média na primeira década do ano 2000 foi de aproximadamente 44%. A maior parte desse crescimento se deu nos segmentos de comércio com 40,61. Seguido de serviços com, 34,64% e atividades industriais, o qual se

inclui a construção civil, com 15%; e por último as atividades agrícolas com 9,8% (MATOS; ARROIO, 2011).

**Tabela 1:** Estrutura produtiva brasileira, estabelecimento por grandes setores e empregos formais por porte de empresa

<b>Porte</b>	Micro	Pequena	<b>Total</b>
<b>Estabelecimentos</b>			
Indústria	290.480	50.078	340.558
Construção Civil	140.303	17.148	157.451
Comércio	1.183.519	164.624	1.348.143
Serviços	976.840	173.174	1.150.014
Agronegócios	315.849	7.727	323.576
<b>Total</b>	<b>2.906.991</b>	<b>412.751</b>	<b>3.319.742</b>
Porcentagem no total, incluindo média e grande	85,4%	12,1%	97,5%
<b>Empregos Formais</b>			
Porcentagem no total, incluindo média e grande	18,8%	21,6%	40,4%

Fonte: Matos e Arroio (2011, p.12).

Para Koteski (2004) diferentes fatores contribuem para a crescente participação desse tipo de empresa na economia brasileira, sendo eles: a) é resultado da globalização, já que este fenômeno exige que as grandes empresas, ao buscarem uma maior eficiência, terceirizem as atividades de apoio ao negócio principal; b) absorção de mão-de-obra demitida das grandes empresas em decorrência de avanços tecnológicos; c) constatação de gradual redução nas taxas de mortalidade de micro e pequenos estabelecimentos e uma expressiva taxa de natalidade de micronegócios; d) estruturas flexíveis que permitem responder melhor e mais rapidamente às crises econômicas; e) exigência da modernidade, que requer empresas mais enxutas, menores e com maior índice de produtividade; e f) espírito empreendedor do brasileiro: o país está em 6º lugar entre os 31 países mais empreendedores do mundo, segundo pesquisa da Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Ao evidenciar sua importância para o país, vê-se a necessidade das MPE atualizarem-se constantemente a fim de manterem-se competitivas e continuarem a movimentar a economia. No entanto, para que isso ocorra, precisam adaptar-se às transformações impostas pelo atual contexto empresarial e manter bons relacionamentos que possam trazer benefícios, conferindo à empresa um diferencial em relação às demais do seu mercado de atuação (LÖBLER et al., 2012).

Apesar das MPE aparecem em pesquisas estatísticas como as que mais empregam no país. Essas também apresentam a maior volatilidade (SÁ, 2007). Os índices de mortalidade precoce das pequenas empresas brasileiras são alarmantes. Contribuem para esse fato aspectos como o acirramento da concorrência a partir dos anos 90, a excessiva carga tributária nacional, o despreparo dos empreendedores e precariedade de seus mecanismos de planejamento e controle gerencial (ALVES et al., 2012). Pinzetta (2007) acrescenta que as empresas de pequeno porte estariam limitadas em relação ao volume de financiamento concedidos pelos bancos, quanto ao prazo de amortização dos empréstimos, e o acesso ao mercado de capital de longo prazo teria custo proibitivo para estas. Ressaltando assim, também, a importância de um bom relacionamento entre as MPE e as instituições bancárias.

Antes de adentrar especificamente no tema “relacionamento entre as Instituições de Bancárias e as MPE” cabe contextualizar um pouco sobre o tema “relacionamento bancário” – exposto na próxima subseção.

## 2.2 Relacionamento Bancário

O relacionamento bancário trata-se de um assunto de extrema importância para a efetiva realização de negócios, seja para a pequena, média ou grande empresa. De modo geral as médias empresas têm carência em ofertas de crédito, enquanto as grandes possuem excessivas oportunidades. Já as pequenas empresas sofrem barbaramente (IBEF, 2009).

Constatada a importância crescente do relacionamento bancário na fidelização das empresas e, sobretudo, no aumento generalizado da rentabilidade da atividade da banca de retalho, o tema começa também a atrair as atenções do marketing financeiro, e em particular do marketing relacional, a partir de meados da década de 1990, conforme trabalhos de Proença (1995), Carpenter (1998) e Yeung et al. (2002), entre outros.

O conceito de relacionamento bancário ainda não está definido de forma objetiva na literatura sobre intermediação bancária. Numa relação informacional intensiva comum cliente estão geralmente presentes três condições, de acordo com Berger (1999): a) o banco recolhe informação, para além da informação pública disponível; b) a recolha de informação incide sobre a forma de utilização de produtos e serviços, a partir das interações múltiplas decorrentes; e c) a informação é essencialmente qualitativa e permanece confidencial (privada).

Com efeito, o relacionamento bancário é um processo personalizado, de longo prazo, que envolve a transferência de informação privada do cliente para o banco e deve ser proveitoso para ambas as partes (redução dos problemas decorrentes da assimetria informacional para o banco financiador, que os reflecte na empresa financiada em melhores condições de crédito), mas tende a ser assimétrico, dado que o aproveitamento da qualidade do relacionamento e da sua eficácia mantém-se geralmente do lado do financiador. (MATIAS, 2009, p. 23 ).

O Banco do Brasil desenvolveu um modelo de relacionamento para pessoas físicas diferente do modelo direcionado para pessoas jurídicas. Ainda dentro do segmento pessoa jurídica, existe uma diferenciação no modelo de relacionamento com micros e pequenas empresas daquele direcionado para médias e grandes empresas e daquele voltado para grandes corporações (RITTER, 2009). De acordo com Pizzolato (2007) o modelo de relacionamento do Banco do Brasil é um pilar dentre os três segmentados, ou seja, está inserido dentro do pilar Varejo. O autor (p. 20) ressalta que esse modelo tem como objetivo “a fidelização dos clientes e o incremento de receitas de negócios, a partir da oferta de um atendimento compatível com a necessidade do cliente.”

Stone, já em 1998, ressaltava que o conhecimento era a chave para um bom relacionamento e que esse conhecimento se daria de duas formas: 1º) conhecimento acerca dos seus clientes – o que eles percebem, precisam e esperam no momento e como essa situação pode mudar no futuro; 2º) conhecimento acerca da própria organização – suas capacidades, o que ela efetivamente proporciona para os seus clientes, e como esses dois aspectos podem ser afetados pelas políticas futuras.

Adicionalmente Stone (1998) disponibiliza uma relação de sinais de alerta de fracasso no gerenciamento de um relacionamento (Quadro 1).

Fernando Blanco, presidente das seguradoras de crédito Cofase e SBCE e diretor executivo do Banco Natixis Brasil, garante que planejar o crédito, assim como as empresas fazem com os tributos, é uma forma de garantir bons retornos no relacionamento bancário. Ele ressalta que ao detectar a necessidade de crédito com antecedência, aumenta-se a chance de receber boas ofertas e, principalmente, o poder de barganha da companhia perante os bancos. “Fuja da emergência, porque isso afugenta o banco”, destacou Blanco. O executivo ressalta que é preciso mudar uma questão cultural muito latente no Brasil: a de que apenas os bancos entram para ganhar nessa relação. “O tomador de crédito deve tomar a liderança desse processo, ser o agente de mudança do cenário que temos atualmente”, apontou (IBEF, 2009, p. 17).

**Quadro 1:** os sinais de alerta de fracasso no gerenciamento de um relacionamento

- ✓ Precisando encaminhar muitas decisões de gerenciamento de relacionamento individual para gerentes de primeiro escalão;
- ✓ Longos tempos de espera para decisões tipo sim/não de solicitações de clientes;
- ✓ Os sistemas não dão ao pessoal a flexibilidade para lidar com as necessidades do cliente, provocando mal entendidos ou atrasos;
- ✓ As pressões do trabalho não permitem que o pessoal complete as tarefas (frequentemente os clientes vão para o fim da fila e tais circunstâncias) ou forcem o pessoal a se concentrar nos processos formais e não nos clientes;
- ✓ Baixa qualidade de informação dada ao pessoal, de forma que eles não sabem o que dizer para os seus clientes;
- ✓ A motivação, a avaliação e os outros sistemas de administração do pessoal proporcionam uma atenção e recompensas inadequadas para o sucesso de lidar com os clientes;
- ✓ Aumento do índice de reclamações;
- ✓ Baixa motivação do pessoal da linha de frente e/ou elevada taxa de rotatividade; e
- ✓ Aumento do índice de perda dos clientes.

Fonte: Stone (1998, p. 39).

### 2.3 Indústria Bancária Brasileira e sua Relação com as Micro e Pequenas Empresas

Verdade (2007) ressalta a importância das Instituições Bancárias como agentes fundamentais de desenvolvimento, já que ampliam os meios de pagamentos, ao disponibilizarem o Crédito. O capital criado por esse crédito proporciona, dentre outras coisas, acesso às MPE à corrente de bens, podendo adquirir meios de produção, matérias-primas e contratar empregados.

O que se observa é que a distância que separa as pequenas empresas dos empréstimos bancários se aprofundou. As instituições financeiras estão usando programas de análise de risco cada vez mais sofisticados para selecionar os empreendimentos merecedores de recursos. Além disso, continuam exigindo um elenco de garantias que, na prática, estreita ainda mais a já apertada porta de acesso ao crédito, seja para investimentos, seja para custear os gastos do dia-a-dia. (VERDADE, 2007, p. 21).

Oliveira (1988 apud VERDADE, 2007) explica que os bancos geralmente seguem manuais e sistemas padronizados de concessão de crédito, e essa rigidez impede a autonomia dos gerentes e impossibilita a velha prática de relações de confiança com os clientes.

Zica, Martins e Chaves (2008) também explicam sobre as dificuldades encontradas pelas MPE ao buscarem recursos nas instituições financeiras.

É patente que as empresas encontram certas dificuldades ao buscarem recursos para investimentos ou empréstimos em instituições financeiras, sejam elas públicas ou privadas. Estas dificuldades ganham dimensão, sobretudo para o segmento das micro e pequenas empresas, não obstante a importância que assumem dentro da economia do país. Dentre as principais causas apontadas pelos empresários para o encerramento das atividades, encontram-se questões relacionadas ao alto custo de transação dos empréstimos e às dificuldades relativas ao acesso ao Sistema Financeiro Nacional. (p. 1).

A dificuldade de obtenção de capital de giro e de investimento também é apontado por Zuccolotto (2003). O autor ressalta que embora existam diversas linhas disponíveis, estas ainda estão muito burocráticas dificultando seu acesso.

Tradicionalmente mantidas à margem da oferta de créditos, essas empresas aceitam pagar taxas de juros geralmente bem superiores àquelas cobradas de grandes empresas (CARVALHO, 2000).

Em investigações mais recentes, se observa um comportamento diferenciado das instituições bancárias em relação às MPE. Como, por exemplo, na pesquisa realizada por Oliveira e Forte (2009) foi ressaltado que estratégia “foco no segmento de micro e pequenas empresas” foi apontada por 94,9% dos diretores das instituições bancárias brasileiras,

ocupando a segunda posição, como uma das mais prováveis de utilização frente a cenários prospectados para os anos de 2008 a 2012. O que é corroborado por Carvalho (In PAULA; OREIRO, 2007) quando expõe que esse nicho esquecido do mercado de crédito, o da MPE, tem-se mostrado atraente para os bancos.

O Banco Nacional do Desenvolvimento (BNDES) é um dos maiores bancos do Brasil, por sua vez é o maior auxiliar e financiador das Pequenas e Médias Empresas. No ano de 2009 o BNDES teve desembolso recorde, chegando a atingir a casa dos 70 bilhões para o auxílio no desenvolvimento das micro e pequenas empresas. Estas operações são realizadas por intermédio de agentes financeiros credenciados que aprovam o crédito de acordo com cada situação analisada. Estes agentes credenciados são bancos que possuem banco de dados destas empresas e já têm certo relacionamento financeiro e um breve histórico de movimentações financeiras que de certa forma diminuem o risco ao fazer tais empréstimos e financiamentos (MATOS; ARROIO, 2011, p.42).

Para Zica, Martins e Chaves (2008) embora diversos esforços estejam sendo envidados nos últimos anos para a expansão do crédito, como as reduções das taxas de juros básicos, os avanços normativos do Conselho Monetário Nacional e o aprofundamento do crédito para as camadas mais excluídas da sociedade, o segmento das MPE ainda carece de maiores recursos para realizarem suas atividades fins, sob melhores condições de acesso e custos reduzidos.

### 3 Metodologia

A presente pesquisa quanto ao método, classifica-se como quantitativa (RICHARDSON, 1999) e quanto ao tipo como descritiva (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007).

O universo da pesquisa consistiu nas MPE da região nordeste. Como não há um único critério de classificação para as MPE no Brasil, adotou na presente pesquisa a utilizada pelo BNDES, que considera microempresas as com faturamento anual até R\$ 2,4 milhões; e pequenas, maior que R\$ 2,4 milhões e menor ou igual a R\$ 16 milhões (BNDES, 2011).

Com base no referencial teórico, no levantamento de dados secundários nos *sites* de MPE e na coleta de dados primários com 10 MPE elaborou-se o instrumento de pesquisa (questionário estruturado). Este foi pré-testado inicialmente por meio de envio de mensagem ao endereço eletrônico de grupo de *experts* em Atuação de MPE, professores doutores e pós-doutores de programas de pós-graduação em administração, para identificar as falhas porventura existentes na elaboração das perguntas. Também se pré-testou o instrumento com três administradores de MPE em Fortaleza.

Após essa etapa foram feitos os ajustes nos instrumentos de coleta de dados em virtude das críticas e sugestões dos *experts* consultados e deu-se início à identificação das empresas que comporiam a amostra às quais seriam enviados os questionários.

Tendo em vista a população definida para esta pesquisa ser muito grande decidiu-se trabalhar com a amostra. O procedimento selecionado foi amostragem aleatória simples. Fazendo-se uso da fórmula 1 abaixo chegou a amostra de 383 MPE.

$$n = \frac{Z^2 (\alpha / 2) p (1 - p) N}{E^2 (N - 1) + Z^2 (\alpha / 2) P (1 - p)} \quad (1)$$

onde: n = tamanho da amostra (o que desejo saber) ;  $Z^2$  = nível de confiança escolhido, expresso em nº de desvios-padrão; p = percentagem com a qual o fenômeno se verifica;  $\alpha$  = erro estabelecido; P = percentagem complementar (100 – p); E = erro máximo permitido; e N = tamanho da população.

O nível de confiabilidade utilizado foi de 95%, e a margem de erro foi de 5% para mais ou para menos.

A base de dados utilizada foi comprada da empresa Casa Mídia Marketing Direto, situada na rua Augusto Rolim, nº 35, Paulista, São Paulo/SP. Esta empresa reúne informações atualizadas, completas e confiáveis de empresas ou pessoas.

De posse da base de dados das MPE da região nordeste foram enviados os *emails* com os *links* dos questionários. Após 5 dias do envio de cada questionário, foram mantidos contatos telefônicos com algumas empresas para confirmação do recebimento dos *emails* enviados. Tendo em vista a baixa taxa de retorno dos questionários, foi elaborada como estratégia o reenvio dos *emails* a cada sete dias para aquelas que ainda não haviam respondido. Essa foi a fase da pesquisa que mais demandou tempo, tendo o processo se dado no período de abril de 2012 a outubro de 2012.

Os dados coletados foram verificados, codificados e devidamente arquivados no *software* SPSS (Versão 17.0). Adotaram-se como técnicas de análise os métodos descritivo de distribuição de frequência e de tabulação cruzada (STEVENSON, 2001).

## 4 Resultado e Análises

### 4.1 Caracterização das empresas respondentes

A população compreendeu todas as MPE da região nordeste, num total de 854.036 (MTE apud SEBRAE, 2010), sendo 810.720 micros e 43.316 pequenas.

Na Tabela 2, observa-se o número de MPE distribuídos pelos nove estados da região nordeste, com a seguinte distribuição percentual, verificando-se que os estados da Bahia, Ceará e Pernambuco são os que detêm os maiores percentuais de MPE.

**Tabela 2:** Distribuição das MPE por Estado

Porte	AL	BA	CE	MA	PB	PE	PI	RN	SE
<b>Micro</b>	37.205	248.378	158.072	60.228	56.023	127.961	40.437	56.961	25.455
%	4,6	30,6	19,5	7,4	6,9	15,8	5,0	7,0	3,1
<b>Pequena</b>	2.186	12.529	6.878	3.138	2.502	8.649	1.918	3.476	2.040
%	5,0	28,9	15,9	7,2	5,8	20,0	4,4	8,0	4,7
<b>Total</b>	<b>39.391</b>	<b>260.907</b>	<b>164.950</b>	<b>63.366</b>	<b>58.525</b>	<b>136.610</b>	<b>42.355</b>	<b>60.437</b>	<b>27.495</b>
%	<b>4,6</b>	<b>30,5</b>	<b>19,3</b>	<b>7,4</b>	<b>6,9</b>	<b>16,0</b>	<b>5,0</b>	<b>7,1</b>	<b>3,2</b>

Fonte: adaptado do MTE (apud SEBRAE, 2010).

Em função da dificuldade da obtenção de respostas no processo de coleta de dados, foram encaminhados 1200 questionários, sendo 200 questionários para cada um dos três estados destacados no parágrafo anterior, e 100 para os demais, com o intuito de obtenção de 383 respondentes.

Quando foram coletados 383 questionários, com o devido acompanhamento da distribuição por Estados, finalizou-se o processo de coleta.

Dos 383 questionários respondidos (100% da amostra calculada/planejada), 264 referem-se a microempresas (faturamento anual até R\$ 2,4 milhões) e 119 a pequenas empresas (faturamento anual entre R\$ 2,4 milhões e R\$16 milhões), o equivalente à amostra necessária para que se pudesse generalizar os resultados encontrados.

**Tabela 3:** Distribuição percentual das MPE coletadas por Estado

Porte	AL	BA	CE	MA	PB	PE	PI	RN	SE
Micro	8	63	67	16	19	49	14	19	9
Pequena	3	26	33	5	8	22	6	11	5
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>89</b>	<b>100</b>	<b>21</b>	<b>27</b>	<b>71</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>14</b>
%	<b>2,9</b>	<b>23,2</b>	<b>26,1</b>	<b>5,5</b>	<b>7,0</b>	<b>18,5</b>	<b>5,2</b>	<b>7,8</b>	<b>3,7</b>

Fonte: dados da pesquisa (2012).

Na Tabela 3 observam-se os percentuais por estado dos questionários obtidos no processo de coleta. Quanto ao número de empresas por estado em comparação com a Tabela 1, observa-se que somente nos casos de Alagoas, Bahia, e Maranhão a amostra ficou um pouco abaixo do percentual de MPE por Estado (Tabela 3 *versus* Tabela 2), o que não inviabiliza o processo amostral.

**Tabela 4:** Setor econômico das MPE

Segmento	Total	%	Segmento	Total	%
Comércio	295	77,1	Construção	3	00,8
Serviços	81	21,1	Agrícola	0	00,0
Indústria	4	1,00	Outras atividades	0	00,0

Fonte: dados da pesquisa (2012).

Na Tabela 4 é possível constatar que a amostra da pesquisa é representativa dos mais importantes segmentos da economia nacional - setores do comércio e serviços, que vem sendo alvo de movimento intenso de consolidação, impulsionado especialmente pela expansão do crédito.

#### 4.2 Bancos de Relacionamento

**Tabela 5:** Bancos com os quais as MPE se relacionam

Porte	BNB	BB	CEF	Bradesco	Itaú Unibanco	Santander	HSBC	Outros	Total
<b>Micro</b>	126	112	61	11	3	0	0	0	313
<b>Pequena</b>	38	47	14	30	8	3	2	0	143
<b>Total</b>	<b>164</b>	<b>159</b>	<b>75</b>	<b>41</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>456</b>

Fonte: dados da pesquisa (2012).

Em relação aos bancos com os quais as MPE se relacionam, se observa na Tabela 5 que no caso das microempresas o Banco do Nordeste foi o que obteve maior indicação. Já em relação às pequenas empresas foi o Banco do Brasil. Considerando-se os dois portes de empresa o Banco do Nordeste foi quem obteve a maior indicação, seguida do Banco do Brasil.

Ressalta-se que algumas MPE apontaram mais de um banco de relacionamento. Sendo elas: 36 MPE apontaram além do Banco do Nordeste (BNB) também o Banco do Brasil (BB); 17 apontaram o BNB e a Caixa Econômica Federal (CEF); 12 MPE apontaram BNB e o Bradesco; cinco apontaram além do Banco do Brasil também o Bradesco; duas apontaram o Banco do Brasil e o Itaú Unibanco; e uma empresa apontou três bancos, sendo eles: BNB, Bradesco e Santander. Sendo assim teve-se um aumento no total de 73 indicações. O que chamou atenção foi o fato de que das 164 MPE que mantêm relação com o Banco do Nordeste, 66 delas também se relacionam com outros bancos.

Entretanto, considerado que das 164 indicações recebidas para o BNB, 66 delas foram em conjunto com outro Banco, resultando em 98 indicações exclusivas, e no caso do Banco do Brasil, se forem retiradas das 159 indicações, as 38 em que ele aparece com outros bancos, resultaria em um total de 121 indicações exclusivas, podendo-se concluir que o Banco do Brasil é o banco de maior destaque exclusivo na região nordeste para as MPE.

De acordo com Ritter (2009) o Banco do Brasil vem direcionando esforços no intuito de melhorar o seu relacionamento com as MPE tendo desenvolvido um modelo de relacionamento diferenciado daquele direcionado para médias e grandes empresas e daquele voltado para grandes corporações. Pizzolato (2007) o ressalta que esse modelo tem como objetivo “a fidelização dos clientes e o incremento de receitas de negócios, a partir da oferta de um atendimento compatível com a necessidade do cliente.”

#### 4.3 Razões de Relacionamento

Dentre as principais razões para a escolha de um banco de relacionamento, observa-se na Tabela 6 que com 36,6% das indicações a razão “proximidade da agência com sua empresa” foi a mais apontada pelos respondentes. O “portfólio de produtos/serviços” foi a segunda razão mais indicada, com 28,2%. Ressalta-se que 46 empresas apontaram duas razões ao mesmo tempo.

**Tabela 6:** Principais razões para a escolha de um banco de relacionamento

<b>Razão</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
Proximidade da agência com sua empresa	157	36,6
Portfólio de produtos/serviços	121	28,2
Atendimento do gerente	84	19,6
Tarifas competitivas	48	11,2
Outros	19	4,4
<b>Total</b>	<b>429</b>	<b>100,0</b>

Fonte: dados da pesquisa (2012).

O item “outros” que figura na Tabela 6, que recebeu 19 indicações, foram apontadas as razões “financiamentos” e “empréstimos”. Observa-se ainda na Tabela 6, que apesar dos itens “atendimento do gerente” e “tarifas competitivas” serem dois fatores de importância no relacionamento, o canal de distribuição e a variedade de produtos e serviços, ainda são, os fatores preponderantes, podendo-se inferir, que quanto mais o banco é de rede, mais possibilidade de relacionamento com a MPE ele tem.

A principal razão de escolha de um banco de relacionamento vai ao encontro do exposto por Oliveira e Forte (2009) que dentre os motivos que poderiam levar os clientes a usarem os canais de atendimento fora das agências bancárias, apontado por 77% dos respondentes, fora a “proximidade do caixa eletrônico da residência ou trabalho”.

#### **4.4 Produtos bancários que as MPE mais necessitam**

Conforme apresentado na Tabela 7, o primeiro lugar no *ranking* com 40,5% das escolhas é o “crédito para capital de giro”. Em segundo lugar o produto mais necessitado e ou utilizado é “crédito de longo prazo (financiamento)”, com 25,5%, indicando que boa parte das empresas está pensando em expandir seus negócios, o que pode sugerir aquecimento da demanda, e a necessidade de aquisição de inversões fixas (máquina e equipamentos, e instalações).

O produto “cheque empresa” foi marcado em terceiro lugar, mas na realidade é apenas um produto da necessidade imediata de capital de giro, entretanto, apresentado pelos bancos com juros bem maiores, complicando a situação financeira das empresas. Corresponde ao Cheque especial de pessoas físicas (Tabela 7).

**Tabela 7:** Produto oferecido por bancos

<b>Produto oferecido por bancos</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
Crédito para capital de giro	314	<b>40,5</b>
Crédito de longo prazo (financiamento)	198	<b>25,5</b>
Cheque empresa	136	<b>17,5</b>
Desconto de cheques e duplicatas	36	<b>4,6</b>
Pagamento de Dívidas	29	<b>3,7</b>
Seguro empresarial	22	<b>2,8</b>
<i>Leasing</i>	19	<b>2,5</b>
Cartão de Crédito	17	<b>2,2</b>
Aplicações financeiras	3	<b>0,4</b>
Depósito a prazo	1	<b>0,1</b>
Vendor – modalidade de empréstimo que possibilita ao fornecedor / vendedor, cliente de banco, receber à vista, e aos seus compradores, pessoas jurídicas, pagar a prazo.	0	<b>0,0</b>
Comprar – modalidade de empréstimo que possibilita ao comprador, cliente de banco, pagar à vista seus fornecedores, negociando com o BGN o pagamento em condições adequadas a seu fluxo de caixa	0	<b>0,0</b>
Seguro prestamista	0	<b>0,0</b>
Seguro garantia	0	<b>0,0</b>
Comércio Exterior (apoio à exportação e à importação)	0	<b>0,0</b>
Outro	0	<b>0,0</b>
<b>Total</b>	<b>775</b>	<b>100,0</b>

Fonte: dados da pesquisa (2012).

Observe-se ainda na Tabela 7 que a necessidade do produto “cartão de crédito”

evidenciado pelas médias e grandes empresas ainda não é vislumbrada pelas MPE da região Nordeste, o mesmo a se dizer com produtos de “seguro”, apresentando-se, assim, como uma grande oportunidade de negócios para os bancos.

#### 4.5 Serviços bancários que as MPE mais utilizam

A Tabela 8 apresenta o *ranking* dos serviços que as MPE necessitam e/ ou utilizam no relacionamento com os bancos. Em primeiro lugar figura o serviço de “boleto *online*”, ou seja, desconto de duplicatas *online*.

Um nicho que a Tabela 8 apresenta é o serviço de “folha de pagamento” e “pagamento a fornecedores”, já que se acredita que o serviço “custódia de cheques” tende a diminuir com a virtualização e uso de cartões crescentes.

**Tabela 8:** Serviço oferecido por bancos

Serviço oferecido por bancos	Total	%
Boleto <i>online</i>	347	<b>44,1</b>
Custódia de cheques	94	<b>12,0</b>
Folha de pagamento	76	<b>9,7</b>
Pagamento a fornecedores	76	<b>9,7</b>
Cobrança	71	<b>9,0</b>
Pagamentos de taxas e tributos	69	<b>8,8</b>
Internet <i>banking</i> empresarial	18	<b>2,3</b>
Gerenciador Financeiro	14	<b>1,8</b>
Comércio eletrônico	11	<b>1,4</b>
Débito automático	9	<b>1,1</b>
DDA (Débito Direto Autorizado)	1	<b>0,1</b>
Tesouraria	0	<b>0,0</b>
FGTS, INSS	0	<b>0,0</b>
Depósito identificado	0	<b>0,0</b>
Aplicativos	0	<b>0,0</b>
Depósito judicial	0	<b>0,0</b>
Execução indireta da compensação ambiental	0	<b>0,0</b>
Serviços de Mensagens	0	<b>0,0</b>
Recolhimento de Valores	0	<b>0,0</b>
Balcão de Negócios (licitações públicas)	0	<b>0,0</b>
PAB na empresa	0	<b>0,0</b>
Malote (pagamentos e outros)	0	<b>0,0</b>
Outros	0	<b>0,0</b>
<b>Total</b>	<b>786</b>	<b>100,0</b>

Fonte: dados da pesquisa (2012).

Nota-se ainda que o serviço de Débito Direto Autorizado (DDA) ainda não é um serviço atuante, posto que é considerado novíço na praça.

#### 4.6 Valores de Empréstimos

**Tabela 9:** Valor de empréstimo em média por ano que as MPE necessitam

Valor de empréstimo em média por ano	Micro	%	Pequena	%	Total	%
Até R\$ 10.000,00	16	6,1	1	0,8	17	4,4
De R\$ 10.000,01 a R\$ 50.000,00	119	45,1	13	10,9	132	34,5
De R\$ 50.000,01 a R\$ 100.000,00	89	33,7	65	54,6	154	40,2
De R\$100.000,01 a R\$ 500.000,00	28	10,6	31	26,1	59	15,4
Mais de R\$ 500.000,00	0	0,0	6	5,0	6	1,6
Nenhum	12	4,5	3	2,5	15	3,9
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100,0</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>	<b>383</b>	<b>100,0</b>

Fonte: dados da pesquisa (2012).

Os valores de empréstimos em média, por ano, que as empresas necessitam de um banco encontram-se na faixa de R\$10.000,00 a R\$50.000,00 no caso das microempresas, com 45,1% de indicação e, no caso das pequenas empresas, a faixa de maior necessidade é a R\$50.000,01 a R\$100.000,00, com 54,6% de indicação (ver Tabela 9). Cabe destacar que este

questionamento se refere aos valores de empréstimos que as MPE necessitam e não que utilizam.

#### 4.7 Prazo médio de empréstimo

Este questionamento se refere ao prazo que as MPE necessitam e não ao que costuma utilizar quando fazem empréstimos. Conforme exposto na Tabela 10, verifica-se que se pudessem escolher o prazo para pagar um empréstimo, 49,6% das microempresas precisariam de mais de 24 meses para o pagamento. Já as pequenas empresas, com 46,2%, apontaram a faixa “de 12 a 24 meses” para o pagamento do empréstimo. Essa informação é importante para se dimensionar prazos de carências de financiamentos.

**Tabela 10:** Prazo médio de empréstimo

Prazo médio de empréstimo	Micro	%	Pequena	%	Total	%
Até 12 meses	23	8,7	19	16,0	42	10,97
De 12 a 24 meses	98	37,1	55	46,2	153	39,95
Mais de 24 meses	131	49,6	42	35,3	173	45,17
Nenhum	12	4,5	3	2,5	15	3,92
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100</b>	<b>119</b>	<b>100</b>	<b>383</b>	<b>100,00</b>

Fonte: dados da pesquisa (2012).

#### 4.8 Elaboração de projeto

Quando questionados se a empresa já havia elaborado seu projeto ou solicitou a um projetista/escritório de projeto para tomada de recursos financeiros em bancos de desenvolvimento, como observado na Tabela 11, verifica-se que a maioria, praticamente 80% das microempresas não elaboram seus projetos de financiamento, cerca de 19% terceirizam para um projetista. A realidade das pequenas empresas é diferente, pois 59,7% já se utilizam de escritórios de projeto, e praticamente 11% já elaboraram, o que perfaz pouco mais de 70% elaborados com ou sem apoio de consultoria, demonstrando que a realidade das pequenas empresas é muito diferente das microempresas.

**Tabela 11:** Elaboração de projeto ou solicitação a um escritório

Projeto financiamento	Micro	%	Pequena	%	Total	%
Não elaborou	211	<b>79,9</b>	35	<b>29,4</b>	246	<b>64,2</b>
Solicitou a um projetista	51	<b>19,3</b>	71	<b>59,7</b>	122	<b>31,9</b>
A empresa elaborou	2	<b>0,8</b>	13	<b>10,9</b>	15	<b>3,9</b>
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100,0</b>	<b>119</b>	<b>100,0</b>	<b>383</b>	<b>100,0</b>

Fonte: dados da pesquisa (2012).

Resgatando a Tabela 9, para o caso das microempresas a maioria das necessidades de financiamentos situa-se na faixa de R\$10 a 50 mil. Essas informações podem sugerir a necessidade de se rever os processos de concessão de financiamento dos Bancos para essa faixa de valores, para simplificar ao máximo a tomada de financiamento e a elaboração do projeto ou do Plano de Negócio.

#### 4.9 Acompanhamento do Banco após o financiamento

**Tabela 12:** Acompanhamento do Banco após aprovação do financiamento

Projeto financiamento	Micro	%	Pequena	%	Total	%
Não	30	<b>11,4</b>	51	<b>42,9</b>	81	<b>21,1</b>
Sim	23	<b>8,7</b>	33	<b>27,7</b>	56	<b>14,6</b>
Não sabe responder	211	<b>79,9</b>	35	<b>29,4</b>	246	<b>64,2</b>
<b>Total</b>	<b>264</b>	<b>100</b>	<b>119</b>	<b>100</b>	<b>383</b>	<b>100,0</b>

Fonte: dados da pesquisa (2012).

Na Tabela 12 observa-se que praticamente 80% das microempresas não souberam responder se havia acompanhamento do banco após o financiamento tendo em vista nunca terem feito um financiamento, enquanto praticamente 43% das pequenas empresas declararam que os bancos não realizam esse “pós venda”. Mesmo comparando-se quem citou “sim”, o acompanhamento dos Bancos às pequenas empresas é maior do que no caso das microempresas, o que é razoável, posto que o número de microempresas é bem expressivo, inviabilizado os bancos a realizarem este acompanhamento.

Este resultado sugere uma realidade diferente entre as micro e pequenas empresas.

#### 4.10 Dificuldades para operar com Bancos

Dentre as dificuldades que as MPE encontram no momento em que decidem operar com bancos a “insuficiência de garantias reais” foi a mais indicada com 45,7%. A “falta de comprovação e insuficiência de documentos” foi a segunda mais indicada com 30,5% (Tabela 13).

Como outras dificuldades foram apontadas “conta nova”, com sete indicações e “longo tempo de análise das operações”, com quatro indicações (Tabela 13).

Como se observa a falta de garantias é a dificuldade mais expressiva. Isto sugere um dilema: se a maior necessidade de valores é na faixa de R\$10 a 50 mil, haveria necessidade de garantia, principalmente real? Os bancos que observarem esta prática, com planos de negócios simplificados podem operar com vantagem competitiva.

**Tabela 13:** Dificuldades que a MPE encontra quando decide operar com bancos

Dificuldade em operar com bancos	Total	%
Insuficiência de garantias reais	175	45,7
Falta de comprovação e insuficiência de documentos	117	30,5
Custos dos empréstimos	32	8,4
Ausência de históricos de atividades	25	6,5
Dificuldades na gestão do negócio	23	6,0
Outras	11	2,9
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100,0</b>

Fonte: dados da pesquisa (2012).

A questão da “comprovação e insuficiência de documentos” pode ainda ser entendida pelo excesso burocrático de demandas documentais dos bancos para se realizar uma operação de R\$ 10 a R\$ 50 mil, o que pode implicar em maior prazo para a concessão de financiamentos, aborrecimentos, e até a desistência do cliente em operar com aquele banco.

#### 5 Conclusão

Os dados coletados possibilitaram identificar como as MPE da região nordeste estão se relacionando com os bancos brasileiros, cabendo destacar o diagnóstico e as oportunidades de negócios no relacionamento com os bancos.

A amostra da pesquisa é representativa dos mais importantes segmentos da economia nacional - setores do comércio e serviços, que v sendo alvo de movimento intenso de consolidação, impulsionado especialmente pela expansão do crédito.

Em relação aos bancos com os quais as MPE se relacionam, se observa que nas microempresas o Banco do Nordeste foi o que teve maior indicação. Já em relação às pequenas empresas foi o Banco do Brasil. Entretanto, considerando que das 164 indicações recebidas para o BNB, 66 delas foram em conjunto com outro Banco, resultando em 98 indicações exclusivas, e no caso do Banco do Brasil, se forem retiradas das 159 indicações, as 38 em que ele aparece com outros bancos, resultaria em um total de 121 indicações exclusivas, podendo-se concluir que o Banco do Brasil é o banco de maior destaque exclusivo na região nordeste para as MPE.

Dentre as principais razões para a escolha de um banco de relacionamento, com 36,6% das indicações a razão “proximidade da agência com sua empresa” foi a mais apontada pelos respondentes. O “portfólio de produtos/serviços” foi a segunda razão mais indicada, com 28,2%. Observou-se, que apesar dos itens “atendimento do gerente” e “tarifas competitivas” serem dois fatores de importância no relacionamento, o canal de distribuição e a variedade de produtos e serviços, ainda são, os fatores preponderantes, podendo-se inferir, que quanto mais o banco é de rede, mais possibilidade de relacionamento com a MPE ele tem.

Quanto aos produtos oferecidos por bancos, que as MPE necessitam ressalta-se o produto “crédito para capital de giro” refletindo a situação de sobrevivência principalmente para o caso das microempresas. Observe-se, ainda, que a adoção do produto “cartão de crédito” para empresas ainda não é uma realidade para o caso das MPE, o mesmo a se dizer

com produtos de “seguro”, apresentando-se, assim, como uma grande oportunidade de negócios para os bancos.

O produto “crédito de longo prazo (financiamento)” foi o segundo do *ranking* indicando que boa parte das empresas está pensando em expandir seus negócios, o que pode sugerir aquecimento da demanda, e a necessidade de aquisição de inversões fixas (máquina e equipamentos, instalações...).

Quanto aos serviços oferecidos por bancos, que as MPE utilizam, em primeiro lugar o serviço de “boleto *on line*”, ou seja, desconto de duplicatas *on line*, indicando ainda a pesquisa que os serviços “folha de pagamento” e “pagamento a fornecedores” e “Débito Direto Autorizado (DDA)” serão crescentes.

Os valores de empréstimos em média, por ano, que as empresas necessitam de um banco encontram-se na faixa de R\$10.000,00 a R\$50.000,00 no caso das microempresas, com 45,1% de indicação, e no caso das pequenas empresas a faixa de maior necessidade é a R\$50.000,01 a R\$100.000,00, com 54,6% de indicação. Adicionalmente verificou-se que se pudessem escolher o prazo para pagar um empréstimo, 49,6% das microempresas precisariam de mais de 24 meses para o pagamento. Já as pequenas empresas, com 46,2%, apontaram a faixa “de 12 a 24 meses” para o pagamento do empréstimo. Essa informação é importante para se dimensionar prazos de carências de financiamentos.

Quando ao projeto para tomada de recursos financeiros em bancos de desenvolvimento, verificou-se que a maioria, praticamente 80% das microempresas não elaboram seus projetos de financiamento, cerca de 19% terceirizam para um projetista. A realidade das pequenas é diferente, pois 59,7% já se utilizam de escritórios de projeto, e praticamente 11% já elaboraram, o que perfaz pouco mais de 70% elaborados com ou sem apoio de consultoria, demonstrando que a realidade das pequenas empresas é muito diferente das microempresas. Essas informações podem sugerir a necessidade de se rever os processos de concessão de financiamento dos Bancos para as faixas de valores expostas no parágrafo anterior, para simplificar ao máximo a tomada de financiamento e a elaboração do projeto ou do Plano de Negócio.

Praticamente 80% das microempresas não souberam responder se havia acompanhamento do banco após o financiamento tendo em vista nunca terem feito um financiamento, enquanto praticamente 43% das pequenas empresas declararam que os bancos não realizam esse “pós venda”. Mesmo comparando-se quem citou “sim”, o acompanhamento dos Bancos às pequenas empresas é maior do que no caso das microempresas, o que é razoável, posto que o número de microempresas é bem expressivo, inviabilizando os bancos a realizarem este acompanhamento. Este resultado sugere uma realidade diferente entre as micro e pequenas empresas.

Dentre as dificuldades que as MPE encontram no momento em que decidem operar com bancos a “insuficiência de garantias reais” foi a mais indicada com 45,7%. A “falta de comprovação e insuficiência de documentos” foi a segunda mais indicada com 30,5%. Se pode observar que a falta de garantias é a dificuldade mais expressiva. Isto sugere um dilema: se a maior necessidade de valores é na faixa de R\$10 a 50 mil, haveria necessidade de garantia, principalmente real? Os bancos que observarem esta prática, com planos de negócios simplificados podem operar com vantagem competitiva. A questão da “comprovação e insuficiência de documentos” pode ainda ser entendida pelo excesso burocrático de demandas documentais dos bancos para se realizar uma operação de R\$ 10 a R\$ 50 mil, o que pode implicar em maior prazo para a concessão de financiamentos, aborrecimentos, e até a desistência do cliente em operar com aquele banco.

Pode-se inferir pela situação das empresas pesquisadas que as MPE ainda necessitam muito de ajuda dos bancos, seja para sanar problemas financeiros, e aí entra a questão de financiamento ao capital de giro e também para inversões fixas (instalações, máquinas e

equipamentos), quanto para desenvolvimento de produtos, programas de inovação e de qualidade, principalmente para o caso das pequenas empresas.

Em um balanço geral, conclui-se que as MPE no Nordeste: 1) preferem se relacionar com bancos próximos às suas unidades e que tenham um completo portfólio de produtos e serviços; 2) necessitam de produtos de curto prazo, como financiamento a capital de giro, produtos estes que ainda prevalecem sobre os produtos de longo prazo (financiamento a inversões fixas, por exemplo); 3) os serviços *on line* são prioritários no *portfólio* de necessidades das MPE para com os bancos, indicando que tecnologia da informação é fator indispensável para a competitividade desses; e 4) a realidade da necessidade financeira das MPE ainda está na faixa de até R\$100 mil para com os bancos;

Espera-se que estes resultados possam contribuir com informações que levem ao desenvolvimento de ações que possibilitem melhor relacionamento dos bancos brasileiros para com a MPE da região nordeste. Sugerem-se como pesquisas futuras que o presente estudo seja elaborado com as MPE das outras regiões brasileiras.

### Referências

- ALVES, Ricardo César et al. Estratégias: “Construídas” nas Micro e Pequenas Empresas em Redes de Cooperação: um estudo no Mercado Central de Belo Horizonte. In: ENCONTRO DA ANPAD, XXXVI., 2012, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.
- ARAGÃO, L.; LOPES, C. S.; ALVES JUNIOR, M. D. Redes de cooperação de pequenas e médias empresas: os fatores competitivos aplicados a uma rede de supermercados. In: ENCONTRO DE ESTUDOS EM ESTRATÉGIA. 4., 3Es, 2009, Recife. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, p. 1-16, 2009.
- BALESTRIN, A.; VARGAS, L.M. Redes horizontais de cooperação como estrutura favorável para o desenvolvimento das PMEs. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO., 27., 2003, Atibaia. **Anais...** Atibaia: ANPAD, 2003.
- BAZZAN, Mariléia Pieniz. **Comparação entre a demanda das micro e pequenas empresas e os produtos e serviços bancários oferecidos pelo Banco do Brasil S/A.** 2007. 47f. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Administração)-Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre: UFRGS, 2007.
- CARPENTER, M. Banks and their small business clients: some implications for relationship marketing. **Irish Marketing Review**, v. 10, n.2, p. 33-42, 1998.
- CARVALHO, Fernando J. Cardim de. Sobre a preferência pela liquidez dos bancos. In: DE PAULO, Luiz Fernando; OREIRO, José Luiz. **Sistema Financeiro: uma análise do setor bancário.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; DA SILVA, R. **Metodologia Científica.** 6. Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- IBEF. Instituto Brasileiro de Executivos de Finanças de São Paulo. **Crédito.** IBEF News, nov. 2009.
- KOTESKI, M. A. As micro e pequenas empresas no contexto econômico brasileiro. **Revista FAE BUSINESS**, n. 8, p. 16-18, maio, 2004.
- LÖBLER, Mauri Leodir et al. Validação de Instrumentos para Mensurar os Fatores Influenciadores na Aquisição e na Implantação de Sistemas de Informações em Micro e Pequenas Empresas. In: ENCONTRO DA ANPAD, XXXVI., 2012, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.
- MATIAS, Miguel Neves. O relacionamento bancário e o financiamento das PME: uma revisão da literatura. **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, v.8, n.1, 2009.
- MATOS, Marcelo Pessoa; ARROIO, Ana. **Políticas de apoio a micro e pequenas empresas no Brasil: avanços no período recente e perspectivas futuras.** 2011.

OLIVEIRA, O. V. de; FORTE, S. H. A. C. A Indústria Bancária Brasileira: construindo cenários prospectivos e identificando as estratégias de utilização mais provável. **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**. Portugal, v. 8, n.2, abr./jun. 2009.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. Canais de Atendimento Eletrônicos Alternativos: estudo de caso em uma instituição financeira pública. In: CONGRESSO DE ADMINISTRAÇÃO DA ESPM, IV, 2009. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. Estratégias e Ferramentas Competitivas Adotadas pelas Micro e Pequenas Empresas da Região Nordeste. In: ENCONTRO LUSO-BRASILEIRO E CONGRESSO IBERO-AMERICANO DE ESTRATÉGIA - ELBE 2012, IV e I., 2012, Lisboa. **Anais...** Lisboa, Portugal, 2012.

OLIVEIRA, J. R. C.de; SILVA, W. A. C.; ARAÚJO, E. A. T. In: ENCONTRO DA ANPAD, XXXVI., 2012, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

PINZETTA, Diogenes Hildeberto. **Alocação de crédito para micro e pequenas empresas**. 2007. 35f. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em administração)-Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS, 2007.

PIZZOLATO, Vinícius. **O novo modelo de encarteamento de micro e pequenas empresas do Banco do Brasil na percepção de seus administradores e gerentes de relacionamento**. 2007. 65f. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Administração)-Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS, 2007.

RATTNER, H. **Pequena e média empresa no Brasil**. São Paulo: Saraiva, 1997, 281p.

RITTER, Euzébio Luiz. **O Marketing de Relacionamento na Conquista e Manutenção de Clientes Pessoas Jurídicas da Agência Armazém-SC do Banco do Brasil**. 2009, 45f. TCC (Especialização em Administração)-Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre: UFRGS, 2009.

SÁ, Tônia Aguilar. **Atendimento a micro e pequenas empresas: um estudo de satisfação dos clientes Micro e Pequena Empresa atendidos na Agência do Banco do Brasil de Dom Pedrito**. 2007. 56f. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Administração)-Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre; UFRGS, 2007.

SEBRAE. **Taxa de Sobrevivência das Empresas no Brasil**. 2011. Disponível em: <<http://www.biblioteca.sebrae.com.br>>. Acesso em: 02 set. 2012.

SKAF, P. **Diagnóstico oportuno, apoio imprescindível**. Onde estão as Micro e Pequenas Empresas do Brasil. 2006.

SOUZA, Wendel; QUALHARINI, Eduardo. O planejamento estratégico nas micro e pequenas empresas. In: III Workshop Gestão Integrada: Riscos e Desafios. **Anais...** São Paulo: Centro Universitário Senac, 2007.

STEVENSON, William, J. **Estatística Aplicada a Administração**. São Paulo: Habra, 2001.

STONE, Merlin. **Marketing de Relacionamento**. São Paulo: Littera Mundi, 1998.

VERDADE, I. de F. C. **A Importância do Crédito para as Micro e Pequenas Empresas**. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Gestão de Negócios Financeiros)-Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS, 2007.

YEUNG, M.; GING, L.; ENNEW, C. Customer satisfaction and profitability: a reappraisal of the nature of the relationship. **Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing**, v. 11, n.1, p. 24-33, 2002.

ZICA, R. M. F.; CHAVES, A. F. B.; MARTINS, H. C. Dificuldades e Perspectivas de Acesso ao Sistema Financeiro Nacional pelas Micro e Pequenas Empresas. **Revista de Administração Pública**, São Paulo, v.42, n.1, 2008. Fundação Getúlio Vargas.

ZUCCOLOTTO, Rita de Cássia. **Financiamento para micro e pequenas empresas**. 2003.