

1. Aumenta o interesse dos empreendedores por empréstimos

24/09/2008 • Gazeta Mercantil • Jornal • IBMEC SÃO PAULO • D3

São Paulo, 24 de Setembro de 2008 - As pequenas empresas brasileiras precisam de crédito, mas apenas uma pequena parte busca recursos no mercado. A constatação é resultado de uma pesquisa realizada pelo Sebrae em 2006, que mostrou que 57% das empresas pesquisadas demandam financiamento bancário, enquanto as tomadoras efetivas de crédito não passam de 22%. Segundo consultores, o cenário tem mudado do ponto de vista das instituições financeiras, que estão mais abertas à concessão de crédito, mas os erros cometidos pelos empresários continuam os mesmos.

De acordo com o gerente da assessoria de acesso aos serviços financeiros do Sebrae, Fábio Campos, as carteiras dos bancos públicos e privados para empréstimo às pequenas e médias empresas têm crescido como nunca.

"Nos últimos dois anos, os bancos públicos e privados começaram a olhar de forma diferente o segmento de pequenas e médias empresas no País. Se, antes, o crédito para pessoa física ou para a grande empresa era o foco principal, hoje esse panorama já começou a mudar", afirma. O interesse por este mercado cresceu, segundo Campos, porque nos últimos anos os bancos nacionais perderam participação nos financiamentos para as grandes empresas, que preferiram demandar crédito no exterior. O segmento de pessoa física, apesar de promissor, ainda era arriscado por conta da inadimplência.

"Foi aí que as instituições começaram a avaliar a possibilidade de investir nas pequenas empresas, com o objetivo de acompanhar o seu crescimento e fidelizar o cliente", explica.

O superintendente do segmento PJ do Banco Real, Antonio Pulchinelli, confirma que o mercado de crédito para pequenas e médias empresas traz grandes oportunidades. "Além de rentável, o financiamento para uma empresa desse porte agrega no relacionamento", diz.

Mas o cenário otimista não impede que o empresário sofra para conseguir crédito no mercado. O gerente do Sebrae revela que os principais limitadores para o financiamento ainda são os projetos considerados inviáveis, assim como a falta de garantias. Situação que pode ser revertida quando o empreendedor se compromete a fazer um planejamento financeiro. "O pequeno empresário tem a crença de que o banco não se interessa por informações do negócio, o que não é verdade. Quanto mais dados forem disponibilizados à instituição financeira, maior a chance de conseguir crédito", garante.

O professor e coordenador de cursos executivos do Ibmecc São Paulo, David Kallás, também acredita na eficácia do planejamento financeiro. "Planejamento é a palavra de ordem, tanto para investir em um novo negócio quanto para crescer", afirma.

Kallás diz que o próprio empresário tem receio de tomar crédito no mercado, acreditando que irá ter problemas com burocracia e demora na concessão do financiamento. "Os empreendedores não só não conhecem as alternativas de crédito que existem no mercado, como muitos deles optam por opções mais caras, como cheque especial e agiotas, em busca de mais rapidez e facilidade", explica.

Valorização e transparência

O superintendente do Banco Real acredita que a empresa transparente dá segurança e ganha pontos na hora de demandar financiamento. "Um planejamento que mostre que o empresário conhece o negócio e o mercado em que irá atuar dá muito mais segurança ao banco", conta.

Pulchinelli afirma ainda que, com as informações sobre a empresa, a instituição financeira consegue direcionar melhor sobre a linha de crédito certa e ajudar no crescimento sustentável da companhia.

"Por outro lado, pendências jurídicas, trabalhistas e histórico de inadimplência podem impedir que o financiamento aconteça e os projetos se desenvolvam", alerta o superintendente executivo do Banco Real, Antonio Pulchinelli.

(Gazeta Mercantil/relatório - Pág. 2)(Vívian Teixeira)