

Realidade do investimento e financiamento no setor de tecnologia de informação e comunicação em Campina Grande Pb: um estudo comparativo entre teoria e prática

Juliano César Pereira da Silva

Sídia Fonseca Almeida

José Sebastião Rocha

Paoline Levy Pereira de Almeida

Resumo:

O presente artigo relata uma pesquisa sobre a realidade das empresas do setor de Tecnologia de Informação e Comunicação e do Arranjo Produtivo Local da cidade de Campina Grande Pb, cujo objetivo geral foi identificar as principais barreiras encontradas por tais empresas ao necessitarem de uma linha de financiamento para seus investimentos, bem como conhecer os fatores que levam essas empresas a tomarem decisões de investir e financiar. Quanto à metodologia utilizada, foi realizada uma pesquisa exploratória, descritiva e quantitativa, constituída de uma revisão bibliográfica e de uma pesquisa de campo. Os dados foram tratados segundo os parâmetros básicos da estatística descritiva. Os resultados evidenciaram que o setor produtivo estudado mostra-se, de fato, economicamente muito atrativo e com grande potencial de expansão, embora tenham sido verificadas as seguintes restrições ao seu crescimento: ausência de linhas de crédito adequadas, prazos e juros mais compatíveis com o faturamento; inexistência de políticas de incentivo por parte dos governos federal, estadual e municipal; e, por fim, falta de apoio de algumas instituições capazes de impulsionar tal desenvolvimento.

Área temática: *Gestão de Custos para Micros, Pequenas e Médias Empresas*

Realidade do investimento e financiamento no setor de tecnologia de informação e comunicação em Campina Grande – Pb: um estudo comparativo entre teoria e prática

Juliano César Pereira da Silva (UFCG) – juliano_cesar1@yahoo.com.br

Sídia Fonseca Almeida (UFCG) – sidia.fonseca@gmail.com

José Sebastião Rocha (UFCG) – josesrocha@uol.com.br

Paoline Levy Pereira de Almeida – (UFCG) – paoline@terra.com.br

Resumo

O presente artigo relata uma pesquisa sobre a realidade das empresas do setor de Tecnologia de Informação e Comunicação e do Arranjo Produtivo Local da cidade de Campina Grande – Pb, cujo objetivo geral foi identificar as principais barreiras encontradas por tais empresas ao necessitarem de uma linha de financiamento para seus investimentos, bem como conhecer os fatores que levam essas empresas a tomarem decisões de investir e financiar. Quanto à metodologia utilizada, foi realizada uma pesquisa exploratória, descritiva e quantitativa, constituída de uma revisão bibliográfica e de uma pesquisa de campo. Os dados foram tratados segundo os parâmetros básicos da estatística descritiva. Os resultados evidenciaram que o setor produtivo estudado mostra-se, de fato, economicamente muito atrativo e com grande potencial de expansão, embora tenham sido verificadas as seguintes restrições ao seu crescimento: ausência de linhas de crédito adequadas, prazos e juros mais compatíveis com o faturamento; inexistência de políticas de incentivo por parte dos governos federal, estadual e municipal; e, por fim, falta de apoio de algumas instituições capazes de impulsionar tal desenvolvimento.

Palavras-chave: Decisões de investimento. Decisões de financiamento. Fontes de financiamento de capital.

Área Temática: Gestão de Custos para Micros, Pequenas e Médias Empresas.

1 Introdução

O avanço tecnológico que tem ocorrido no mundo nos últimos anos tem ocasionado grandes mudanças na vida e no dia-a-dia das pessoas e das empresas. As comunicações, as transações comerciais e a administração das empresas têm sido significativamente facilitadas devido ao surgimento de tecnologias de informação e comunicação que agilizam processos que antes emperravam diante da burocratização excessiva, ou até mesmo da forma de execução. Um dos desafios das empresas do mundo inteiro tem sido acompanhar o avanço tecnológico, uma vez que ele provoca mudanças cada vez mais rápidas.

A adequação às novas e constantes mudanças tornou-se inevitável para o desenvolvimento sustentável e para sobrevivência das empresas. A tradicional padronização, praticada principalmente nos tempos da industrialização, há muito deixou de ser o foco das organizações, dando lugar à informação e ao conhecimento e exigindo das organizações uma estrutura organizacional mais flexível, integrada e conectada às necessidades do mercado.

Diante desse cenário, tem crescido consideravelmente o número de empresas em todo o mundo que se dedicam a prover as tecnologias de informação e comunicação mais adequadas às necessidades de cada empresa.

Estes setores TIC, isto é, Tecnologia de Informação e Comunicações, são conhecidos por ter em sua composição empresas dos mais diversos perfis. Por exemplo, empresas de TI podem trabalhar tanto com o desenvolvimento e/ou comercialização de *hardware* e/ou *software*, como com a prestação de serviços. Empresas de Comunicações podem se dedicar ao desenvolvimento de projetos, venda de equipamentos, desenvolvimento de *software* (como jogos para celulares, etc), assistência técnica, etc. (Fundação PaqTcPB, 2004, p. 6).

No Brasil, esse segmento de empresas vem tendo destaque nacional e internacionalmente. Empresas como a HP e Motorola estão cada vez mais interessadas no potencial mercadológico e na qualidade dos profissionais de TI do Brasil. Ressalta-se ainda que o número de pequenas empresas que se dedicam a essa atividade vem crescendo ano após ano e conquistando premiações nacionais e internacionais. O faturamento dessas empresas é outro ponto de destaque. Para se ter uma idéia, as 200 maiores empresas de tecnologia no país representaram cerca de 9% do PIB brasileiro em 2003 e movimentaram 44,5 bilhões de dólares no mesmo ano. (INFO EXAME, 2004).

A Paraíba vem ganhando destaque com as empresas desse setor que se encontram mais precisamente nas cidades de João Pessoa, Patos e Campina Grande, sendo esta considerada o pólo tecnológico da região. Em Campina Grande-Pb, onde esse tipo de empresa teve um incremento a partir dos anos 80 e foi consolidado de fato nos anos 90, encontram-se instalados centros tecnológicos em regime de parceria, a exemplo da HP/PaqTc-PB/UFMG e da Motorola/PaqTc-PB/UFMG. A cidade já recebeu visitas de empresários chineses e japoneses que querem conhecer de perto o seu potencial para este tipo de atividade empresarial.

O Arranjo Produtivo Local (APL) formado pelas empresas desse setor em Campina Grande conta com o apoio de algumas instituições públicas e privadas, como a Universidade Federal de Campina Grande, através dos cursos de graduação e pós-graduação em Informática e Engenharia Elétrica, e o Parque Tecnológico da Paraíba (PaqTc-PB), através da sua incubadora tecnológica existente.

Em 2004, o Sebrae, em parceria com a Fundação Parque Tecnológico da Paraíba (PaqTc-PB), realizou uma pesquisa e constatou que o número de empresas que compõem atualmente o APL de TIC na região metropolitana de Campina Grande gira em torno de 100 empresas, com a grande maioria instaladas no centro da cidade, existindo a possibilidade do surgimento de novas e ampliação das existentes devido ao potencial do setor e da atividade econômica. São empresas que em sua maioria têm menos de 10 anos de existência e com um quadro de funcionários bastante reduzido sendo em média 3 funcionários e poucos casos de pessoal terceirizado e/ou estagiários.

O capital intelectual dessas empresas é formado por pessoas com formação em nível superior - a grande maioria - e os demais em fase de formação superior. Algumas dessas empresas apresentam horários flexíveis de trabalho, principalmente as empresas que trabalham na área de *software* e desenvolvimento de sistemas, sendo que a maior parte delas mantém um horário fixo. Em geral, as empresas atuam na fabricação de *hardware* e no desenvolvimento de *software* e sistemas.

Grande parte dessas empresas é prestadora de serviços nas áreas de comercialização, consultoria e treinamento, utilizando-se de visitas aos clientes, vendas diretas, televendas, comércio eletrônico, dentre outras maneiras de comercializarem seus produtos/serviços. A divulgação é feita através de campanhas publicitárias em revistas e jornais especializados, além de manter-se sempre uma pesquisa de satisfação junto aos clientes. Com relação ao setor financeiro da empresa, é comum a existência de dúvidas entre os empresários na hora de buscar recursos para o financiamento de investimentos de curto e longo prazo, fazendo surgir alguns questionamentos: Qual fonte de financiamento utilizar? Qual o custo do capital financiado? Qual o melhor projeto para investir? Entretanto, para que sejam encontradas

respostas coerentes a essas questões, de maneira que possam gerar o crescimento e desenvolvimento sustentável da organização, é necessário que a administração dos recursos financeiros seja feita com extrema competência, objetivando sempre a maximização dos lucros e da riqueza dos proprietários, que resume o objetivo maior da gestão financeira.

No Brasil, e em particular, em Campina Grande (PB), as empresas enfrentam grandes dificuldades na hora de obter recursos para o financiamento de suas atividades, quer sejam produtivas ou comerciais, tanto no que se refere à disponibilidade, quanto no que trata dos custos, o que impõe limites à taxa de crescimento sustentado e exalta a importância do tema financiamento. Recursos insuficientes ou a custos elevados frustram projetos de investimentos que poderiam gerar produto, emprego e renda.

Diante do exposto, a temática abordada é de reconhecida importância, tanto para os empresários do setor, como para o desenvolvimento local sustentável. Contudo, constatou-se a inexistência de estudos científicos aprofundados sobre as condições de investimentos e financiamentos de curto e longo prazo para as empresas de TIC em Campina Grande – PB. E foi exatamente com a intenção de preencher esta lacuna e com a expectativa de poder colaborar para o aumento do acervo teórico referente ao tema, que se realizou a pesquisa científica em busca de respostas ao seguinte questionamento central: *Quais as principais barreiras encontradas pelas empresas de TIC da cidade de Campina Grande (PB), quando estas precisam de uma linha de financiamento para seus investimentos?* Assim, com o objetivo principal de identificar tais barreiras, a pesquisa buscou alcançar os seguintes objetivos específicos: apresentar os tipos de projetos de investimento fixo predominantes na realidade das referidas empresas; relacionar os fatores determinantes dos projetos de investimento realizados pelas mesmas; conhecer a realidade de tais empresas, sob o aspecto de financiamento; identificar a preferência da administração nas referidas empresas quanto às fontes de financiamento (capital próprio ou de terceiros) e apontar as dificuldades enfrentadas por tais empresas no que diz respeito à captação de recursos junto às Instituições Financeiras, para efeitos de financiamento dos seus projetos de investimento.

2. Fundamentação teórica

2.1 Fontes de financiamento para investimentos de longo prazo

A captação de recursos financeiros de longo prazo no Brasil é um dos aspectos críticos de sucesso das empresas que operam no país devido às altas taxas de juros praticadas pelos bancos nacionais e estrangeiros.

A justificativa para a percepção das altas taxas de juros praticadas no Brasil está pautada em fatores como: o baixo nível de poupança interna, as baixas taxas de crescimento, a excessiva abertura econômica sem proteção adequada, além dos elevados depósitos compulsórios que as instituições bancárias têm de realizar e da taxa de contribuição, que deveria ser provisória, sobre as movimentações financeiras (CPMF).

As economias mais desenvolvidas apresentam um sistema de intermediação mais ajustado às necessidades de mercado e bem diversificado, de maneira que possam realizar sua função fundamental que é a de direcionar recursos de agentes superavitários (poupadores) para financiar os investimentos dos agentes deficitários (investidores).

A importância da intermediação financeira fundamenta-se no desequilíbrio entre o nível de poupança e investimento de uma economia. O agente econômico carente de recursos para financiar suas atividades recorre a empréstimos que são viabilizados por agentes, que dispõe de recursos excedentes ao seu consumo, através da intermediação financeira.

Além da captação de recursos financeiros por parte das empresas, é necessário que estas disponham de profissionais capacitados e competentes para cuidar da administração financeira e fazer uso dos recursos disponíveis e captados de forma a direcioná-los para o

alcance dos objetivos das empresas e, principalmente, para a maximização da riqueza dos proprietários. Admitindo-se que a maioria das empresas sofrem pela escassez de recursos financeiros para realização de suas atividades e investimentos, o administrador financeiro torna-se a chave para o sucesso ou insucesso de uma empresa.

Existem várias maneiras da empresa se financiar, como, por exemplo, o financiamento bancário, o financiamento através do mercado de capitais, tendo como intermediária a Bolsa de Valores e, também, o financiamento em outros países (financiamento externo). Porém, quais são as particularidades de cada financiamento? Quais as conseqüências de cada tipo de financiamento? Em qual (is) dele (s) a organização deve enquadrar-se?

De acordo com Gitman (2004, p. 343), existem quatro fontes básicas de financiamento de longo prazo: dívidas a longo prazo, ações preferenciais, ações ordinárias e lucros retidos. Assaf Neto (2005, p. 381) reúne essas fontes em: *mercado acionário*, em que são realizados financiamentos por meio de recursos próprios, e *mercado de empréstimos e financiamentos*, onde se processam captações de recursos de terceiros. De maneira similar, Lemes Júnior, Rigo e Cherobim (2005, p. 261) dividem essas fontes da seguinte forma: 1) recursos próprios gerados internamente por lucros retidos – capital próprio; 2) recursos externos sob a forma de endividamento – capital de terceiros; e 3) recursos externos sob a forma de emissão de ações – capital próprio. Apesar de nem todas as empresas usarem cada uma dessas fontes de financiamento, ao menos uma dessas estará presente na estrutura de capital de cada empresa.

Mas, para as empresas brasileiras, quando se fala em financiamento, a realidade é bastante obscura: 1) o setor bancário encontra-se despreparado para dar o apoio necessário às micro, pequenas e médias empresas, cobrando juros exorbitantes e fora da realidade empresarial; e, 2) apesar de todo esforço da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e da Bolsa de Valores, o mercado de capitais ainda é uma realidade impossível para a maioria das empresas, devido às exigências e dificuldades que a lei impõe às empresas que desejam atuar neste tipo de mercado, sem contar com a alta carga tributária que incide nos valores que são transacionados.

Como é possível perceber, é um assunto que merece toda atenção por parte das autoridades governamentais. É preciso que elas adotem medidas que proporcionem a geração de financiamentos, não só para os setores industriais/produtivos estratégicos, mas também que sejam mais adequados para as micro, pequenas e médias empresas. Tais medidas se caracterizam com a redução da taxa básica de juros (SELIC) que, conseqüentemente, reduzirá os *spreads* bancários e ações que proporcionem o desenvolvimento do mercado de capitais, como, por exemplo, diminuição da carga tributária, dentre outros.

2.2 Fontes de financiamento de curto prazo

As fontes de financiamento de curto prazo dizem respeito às operações financeiras disponíveis para que as empresas possam suprir suas necessidades circulantes, sendo desenvolvidas basicamente no mercado de crédito.

O mercado de crédito busca suprir a demanda por recursos de curto e médio prazo da economia, constituindo-se por todas as instituições financeiras bancárias e monetárias (bancos comerciais). As modalidades básicas de crédito oferecidas neste tipo de mercado são:

- **Operações de Desconto:** representa a negociação de um título de crédito em data anterior ao seu vencimento, antecipando o recebimento do crédito mediante a cessão de seus direitos ao mutuante. Também é considerado um desconto um empréstimo de curto prazo que seja realizado mediante a emissão de uma nota promissória, já que o crédito ocorrerá em data posterior a sua negociação;

- **Factoring:** tem como principais clientes as pequenas e médias empresas, representando uma modalidade de assistência financeira de curto prazo, destinando-se a

compra de créditos (valores a receber) de curto prazo das empresas produtoras. Uma importante característica da atividade de *factoring* – e que a diferencia da atividade de desconto bancário – consiste na transferência, juntamente com os valores a receber, dos riscos envolvidos nesses ativos. Dessa forma, além de proporcionar a liquidez imediata de seu cliente, a empresa de *factoring* também absorve o risco pelo recebimento de seus valores realizáveis (ASSAF NETO, 2005).

• **Crédito Rotativo:** refere-se a uma conta tipo empréstimo, aberta pelos bancos, para que as empresas possam financiar suas necessidades de capital de giro. Como garantia pela negociação, a empresa entrega duplicata à instituição financeira, que abre uma linha de crédito para a empresa como base no valor nominal das duplicatas entregues como garantia. Os saques do crédito concedido devem ser realizados conforme a necessidade de capital de giro da empresa, processando-se normalmente mediante cheques. Ao passo que as duplicatas forem sendo liquidadas pelos sacados, a empresa deve substituí-las junto ao banco, como forma de manter o limite e a rotatividade do crédito concedido (LEMES JÚNIOR, RIGO E CHEROBIM, 2005).

3 Aspectos metodológicos

O presente estudo caracterizou-se como sendo uma pesquisa exploratória, descritiva e quantitativa.

O universo da pesquisa foi constituído por aproximadamente 100 empresas que compõem o setor de tecnologia de informação e comunicação do município de Campina Grande – Pb, de acordo com o cadastro do Parque Tecnológico e SEBRAE. A amostra recolhida para a realização da pesquisa pode ser considerada como sendo uma amostra não-probabilística de conveniência ou de acessibilidade, pois o pesquisador realizou a pesquisa com as empresas que eram mais acessíveis devido ao prazo e o tempo disponíveis para a sua realização. Foram consultadas 26 empresas, o que equivale a 26% do universo, tornando a pesquisa bastante representativa.

Os sujeitos da pesquisa foram as pessoas que respondem diretamente pelas empresas que integram o plano amostral da pesquisa (empresários, diretores, sócios ou gerentes).

Os dados foram coletados por meio de: a) Pesquisa Bibliográfica, por meio da leitura de livros, revistas especializadas, jornais, projetos e relatórios de pesquisa e sites na Internet, com os diversos dados relacionados ao assunto; b) Pesquisa de Campo, com a aplicação de um questionário elaborado a partir da pesquisa bibliográfica e baseado em um formulário, adaptado de Cavalcanti Júnior (2004), tendo como parâmetros os objetivos do trabalho, já mencionados anteriormente, através do qual foram coletados os dados oriundos de fontes primárias. Todo o processo de elaboração e aplicação do instrumento teve como base as variáveis selecionadas a partir da Fundamentação Teórica, sendo que os investimentos e financiamentos de curto e longo prazo foram as principais variáveis que deram sustentabilidade à pesquisa, além dos aspectos afins relacionados ao tema. Por fim, os dados foram tratados segundo os parâmetros básicos da estatística descritiva, tais como média, frequência, moda e desvio-padrão.

4 Apresentação e discussão dos resultados

Os resultados obtidos estão expostos de acordo com cada módulo metodológico:

4.1 Módulo I – Perfil da empresa

No que se refere ao perfil das empresas consultadas, pode-se dizer que elas possuem características muito semelhantes em sua forma de organização e gestão. São empresas muito atuantes e conhecidas na cidade, algumas até merecendo destaque no exterior.

As pessoas que responderam o instrumento de pesquisa são sócios/proprietários ou ocupam cargo de gerência, correspondendo a 65,38% e 30,77%, respectivamente, o que concede à pesquisa maior credibilidade e garantia à autenticidade das respostas, já que essas pessoas são os responsáveis diretos ou indiretos pelo processo de tomada de decisão e, conseqüentemente, respondem pelos investimentos e financiamentos, realizados ou a realizar, das empresas em questão.

Do total pesquisado, 65,48% são empresas jovens que atuam no mercado há pouco tempo (entre 02 e 10 anos), com maior representatividade no intervalo de 02 a 05 anos (38,46%), ratificando a atratividade econômica que o setor vem apresentando nos últimos anos.

De acordo com a classificação adotada pelo SEBRAE, que tem como parâmetro de medição do porte das empresas o número de funcionários, constatou-se na amostra analisada que 88,46% das empresas que compõe a amostra são microempresas, tendo empregado no máximo até 09 funcionários. O que também foi observado é que praticamente inexistente a expansão dessas empresas sob a forma de filiais, o que reforça a classificação dada ao porte das referidas empresas.

Por serem microempresas e atuarem num mercado onde a exigência maior é por qualidade da mão-de-obra e não por quantidade da mesma, o fator de geração de empregos não é uma característica presente nas empresas estudadas, observando-se uma grande procura por profissionais de alta qualificação e especialização nos produtos e serviços ofertados pelo setor.

Pela classificação do BNDES quanto ao porte das empresas, adotando como parâmetro para essa classificação o faturamento bruto anual e podendo aplicá-la a empresas da indústria, comércio e serviços, ficou evidente, através da pesquisa, que quase todas as empresas consideradas na amostra estão classificadas como microempresas. Visto que a questão “faturamento” é bem delicada e, geralmente, não tratada de bom grado pelos dirigentes das empresas, faz-se necessário ressaltar que apesar disso as respostas fornecidas são dignas de confiança e credibilidade, uma vez que as pessoas prestadoras das informações não ofereceram qualquer barreira e consideraram a margem muito alta para o faturamento das empresas do setor estudado. No que se refere à estrutura de capital, todas as empresas consultadas apresentam unicamente capital nacional na sua estrutura de capital. A participação de capital estrangeiro ainda não é considerada pelos dirigentes das empresas.

4.2 Módulo II – Perfil dos investimentos de longo prazo

Com relação aos aspectos dos investimentos de longo prazo nas empresas do setor de tecnologia de informação e comunicação da cidade de Campina Grande –Pb, constatou-se que metade das empresas pesquisadas realiza tanto investimentos de expansão (compra de novas instalações, máquinas, equipamentos, objetivando a expansão das vendas, o aumento da participação no mercado e da área de atuação), quanto de substituição (reposição ou atualização tecnológica de novas máquinas, equipamentos, computadores e *softwares*, visando manter um padrão de qualidade dos serviços e/ou produtos), com o objetivo principal de aumentar as vendas e melhorar a qualidade dos produtos e/ou serviços ofertados e, com isso, mantendo, conquistando e fidelizando cada vez mais clientes.

O processo de tomada de decisões realizado pelas empresas estudadas, no que concerne às decisões de investimentos de longo prazo, se dá de maneira bem balanceada entre decisões independentes, em que a escolha de um determinado projeto de investimento não depende da escolha, realização ou concretização de um outro projeto, e decisões dependentes, em que a aprovação e escolha de um projeto de investimento está condicionada à realização ou concretização de outro. Entretanto, faz-se necessária uma observação com relação às respostas fornecidas sobre as decisões de investimentos de longo prazo. Acredita-se que tenha

havido distorções na interpretação das questões acerca desse tema pelas pessoas que responderam o instrumento de pesquisa, visto que grande parte das empresas pesquisadas tem seus recursos financeiros limitados, como a própria pesquisa mostrou, o que não fornece suporte à tomada de tais decisões como afirmaram os respondentes, mas sim, a decisões mutuamente excludentes, em que a escolha de um projeto elimina automaticamente a escolha de qualquer um dos demais projetos em análise.

Contudo, a observação feita anteriormente não anula os objetivos apontados pelas empresas para efetuarem investimentos de longo prazo, tendo em vista que o aumento da concorrência e da oferta de vários tipos de produtos e serviços tem forçado as empresas a tornarem-se mais competitivas não só em preço, mas, principalmente, em qualidade de produtos e/ou serviços oferecidos.

Deve ser destacado também que o critério principal considerado pelas empresas consultadas quando estão avaliando várias alternativas de projetos de investimentos é o custo apresentado por esses projetos, seguido pelo retorno esperado do investimento e pelo tempo que o projeto levará para ser implantado.

4.3 Módulo III – Perfil dos financiamentos de longo prazo

Quanto ao perfil dos financiamentos de longo prazo, o que prevalece em 61,54% das empresas é o capital próprio, como medidor da capacidade de investir, à qual depende da disponibilidade de recursos financeiros próprios com predominância do aporte de capital por parte do(s) sócio(s)/proprietário(s) como fonte de financiamento. A captação de recursos financeiros através da emissão de ações ordinárias é uma opção utilizada por apenas uma das empresas pesquisadas, tendo em vista que a maioria esmagadora das empresas tem na sua Razão Social a personalidade jurídica “Responsabilidade Limitada – LTDA”, impedindo o acesso e o financiamento por meio do mercado de capitais, através da Bolsa de Valores, visto que essa modalidade de financiamento só é permitida às Sociedades Anônimas (S.A). Os lucros retidos também são apontados como uma das principais fontes de financiamento de longo prazo de capital próprio por 38,46% dos entrevistados.

No caso do capital próprio não ser suficiente para financiar os investimentos de longo prazo, foi surpreendente o fato de que uma boa parcela dessas empresas (38,46%) preferir não investir a ter que recorrer ao capital de terceiros para suprir suas necessidades de financiamentos de longo prazo. Dentre as empresas que optam por captar recursos financeiros de terceiros, 57,69% afirmaram ser as Instituições Financeiras nacionais a alternativa mais acessível, apesar de ser considerada ainda muito difícil para maioria das empresas.

A atitude das empresas que decidem por não investir se tiverem que buscar financiamento através de recursos de terceiros, pode ser explicada pelas barreiras encontradas para captação desses recursos. Primeiro, as opções de se financiarem pela emissão de debêntures ou ações preferenciais não são possíveis para quase todas as empresas consultadas devido a sua personalidade jurídica, como foi explicado anteriormente. Depois, a burocracia imposta pelas Instituições Financeiras é apontada como a principal dificuldade, de acordo com as empresas pesquisadas, para que elas possam realizar operações de empréstimos. As empresas alegam que as Instituições Financeiras nacionais fazem muitas exigências e pedem garantias que não têm condições de serem cumpridas por elas, como: tempo de atuação da empresa no mercado deve ser igual ou superior a 10 anos (e, como vimos anteriormente, a maioria das empresas estudadas tem de 02 a 05 anos), o nível de faturamento anual exigido foge da realidade de grande parte das empresas, o saldo de caixa exigido que deve ser mantido prejudicaria a liquidez das empresas, etc.

Somando-se a essas dificuldades, temos o elevado custo de captação desses recursos, onde as altas taxas de juros praticadas atualmente inviabilizam qualquer tipo de empréstimo que as empresas queiram e/ou necessitem realizar. Além disso, as condições de pagamento

como o prazo de pagamento e o prazo de carência são considerados muito curtos, mesmo sendo de longo prazo (superior a 01 ano). Para as empresas pesquisadas, o difícil não é encontrar linha de crédito que se enquadre às suas necessidades, mas sim, suportar as condições impostas pelas Instituições Financeiras nacionais.

4.4 Módulo IV – Perfil dos Investimentos de Curto Prazo

Felizmente, boa parte das empresas entrevistadas (69%) realiza pelo menos um tipo de planejamento financeiro, como orçamento de caixa, previsão de vendas, demonstração dos resultados projetados, projeção de despesas, entre outros. Entretanto, não se deve deixar de reconhecer o número elevado de empresas (30,77%) que não utilizam ao menos uma simples técnica de gestão de caixa, por exemplo.

A questão dos investimentos e financiamentos de curto prazo é tratada por 76,92% das empresas de maneira subjetiva, baseada na experiência administrativa do gerente/sócio/proprietário ou em experiências vividas em períodos anteriores. As reservas de caixa, por exemplo, não são projetadas através de uma técnica, mas de acordo com a experiência dos administradores, apesar das empresas em questão afirmarem realizar planejamento financeiro.

Mesmo realizando reservas monetárias de caixa, apenas 23,08% do total de empresas aplicam essa reserva em algum investimento de liquidez imediata que venha a gerar juros. Todavia, dessas poucas empresas que resolvem aplicar o excedente de caixa, a maioria (83,31%) opta por investir em aplicações oferecidas pelas Instituições Financeiras bancárias nacionais. Apenas uma empresa afirmou aplicar seu excedente de caixa em títulos negociáveis de alta liquidez. Foi percebido também que não existe muito esforço por parte das empresas para manutenção de um limite mínimo e fixo de reservas monetárias em caixa.

No que diz respeito às vendas, evidenciou-se um certo equilíbrio entre o número de empresas que vendem mais à vista que a prazo (42,31%) e as que vendem mais a prazo que à vista (38,46%). Tal fato pode ser explicado pelo fato de parte dessas empresas trabalharem mais na prestação de serviços, onde, geralmente, o pagamento é feito à vista, e outra parte trabalhar mais com venda de produtos, onde se tem mais facilidade de conceder prazo, e pela homogeneidade da amostra pesquisada, à qual constituiu-se por empresas com características bastante semelhantes, devido à natureza dos produtos e serviços comercializados, exigindo que elas busquem se diferenciar através de outros atributos, como atendimento, serviços de entrega de mercadorias, atendimento domiciliar, confiabilidade nos prazos de entrega de produtos e na qualidade destes, etc.

Quanto ao prazo concedido pelas empresas na realização de suas vendas, é notória a preferência de 39,13% das empresas por um prazo máximo de 90 dias, o que leva ao entendimento de que esse também é o prazo máximo que a empresa aceita arriscar-se a financiar suas atividades através do capital de giro. Esse risco é aumentado de certa forma, devido à maioria das empresas não usarem nenhuma técnica de gerenciamento de estoques. A falta de uma técnica que norteie os investimentos em estoque, como Modelo do Lote Econômico de Compra, Ponto de Ressuprimento, Sistema MRP, Sistema *Just-In-Time* etc pode gerar a falsa idéia dos custos que esses estoques geram e da necessidade de investir ou não no aumento ou redução dos mesmos, ou pelo menos, numa melhor gestão que possa resultar na redução dos custos.

4.5 Módulo V – Perfil dos financiamentos de curto prazo

No que diz respeito ao capital de giro necessário para operacionalização da empresa, 61,54% das empresas pesquisadas detectam sua necessidade mais comumente através da experiência administrativa do gerente/sócio/proprietário. Apenas 15,4% das empresas se

baseiam num planejamento financeiro prévio para perceber qual sua real necessidade de capital de giro.

Por não ter uma gestão de estoques mais organizada, apesar de manter um prazo médio para as duplicatas a receber, a percepção da necessidade de capital de giro da empresa fica a cargo, na grande maioria das empresas pesquisadas (61,54%), da experiência administrativa do gerente/sócio/proprietário, a exemplo do que também acontece com a gestão do caixa das empresas.

Quando a subjetividade da experiência administrativa falha na detecção das necessidades de capital de giro das empresas, 65,4% delas recorre às operações de *factoring*, merecendo destaque o grande número existente dessas instituições na cidade de Campina Grande – Pb. Talvez, a partir daqui, surja a relevância de um estudo mais aprofundado sobre o desempenho e a importância desse tipo de instituição não-financeira na economia da referida cidade.

Apenas duas empresas afirmaram recorrer a empréstimos junto às Instituições Financeiras do país, e nenhuma das empresas pesquisadas afirmou emitir notas promissórias.

Com relação ao controle de um limite mínimo de caixa a ser mantido pelas empresas, a forma com que essas empresas conseguem os recursos de curto prazo para manter o limite estipulado por elas é bem diversificada, existindo ainda uma boa quantidade de empresas (26,9%) que, mesmo adotando um limite, não são rigorosas em mantê-lo.

5. Considerações finais

Finalmente, depois de tudo o que foi abordado e feitas as devidas considerações, é possível assegurar que o setor de Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) em Campina Grande, representado pelo Arranjo Produtivo Local (APL), mostra-se, de fato, economicamente muito atrativo e com grande potencial de expansão, tendo em vista a quantidade de empresas já existentes e as que, mesmo atuando informalmente, buscam organizar-se para poder competir de igual para igual num mercado cada vez mais dinâmico e que exige buscas constantes por atrativos de diferenciação entre as empresas devido às imposições naturais oriundas dos clientes reais e potenciais.

Mas, para que esse setor possa realmente crescer, é necessário que a grande quantidade de dificuldades apresentadas por este estudo seja sanada, e, mais que isso, é oportuna a criação de alternativas mais acessíveis de fontes de financiamento para os investimentos necessários as empresas que compõem o referido setor. Um Arranjo Produtivo Local (APL) de destaque nacional e internacional como é o da cidade de Campina Grande não pode ter seu desenvolvimento podado por restrições financeiras.

Entretanto, é pertinente ressaltar a ausência de administradores financeiros na condução das empresas pesquisadas. Boa parte dos problemas enfrentados por essas empresas poderia ser solucionada se estivessem à frente delas profissionais especializados que pudessem realizar planejamentos com bases mais seguras e, com isso, alocar recursos por meio de fontes mais adequadas às necessidades das empresas. Até mesmo organizações que prestassem consultorias, principalmente financeira, a esse APL já amenizariam e/ou reduziriam os problemas atualmente existentes.

Um fator preocupante mostrado pela pesquisa é que não existe apoio de quaisquer instituições a este segmento produtivo, mesmo essas empresas compondo um Arranjo Produtivo Local (APL) de destaque nacional e internacional. Da mesma forma, foi constatado que a forma de organização associativa não faz parte dos interesses da grande maioria das empresas pesquisadas.

Sem a criação de linhas de crédito adequadas, prazos e juros mais compatíveis com o faturamento, políticas de incentivo por parte dos governos federal, estadual e municipal, um apoio mais efetivo das diversas instituições capazes de ajudar a consolidar tal

desenvolvimento e uma organização mais participativa desse setor, as microempresas que o compõem enfrentarão cada vez mais dificuldades para crescer ou mesmo sobreviver num mercado tão dinâmico como o que pertencem.

Referências

ARAÚJO, Alexandre Guerra de...[*et al*]; SANTOS, Carlos Alberto dos (Org.). **Sistema Financeiro e as Micro e Pequenas Empresas: diagnósticos e perspectivas**. 2. ed. Brasília: Sebrae, 2004.

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor**. 2. ed São Paulo: Atlas, 2005.

CAVALCANTI JÚNIOR, Antônio Carlos Ferreira. **Perfil dos Investimentos e do Financiamento de Longo Prazo nos Supermercados em Campina Grande –PB**. 137 fl. 2004. Relatório de Estágio Supervisionado (Curso de Bacharelado em Administração). Centro de Humanidades. Universidade Federal de Campina Grande. Campina Grande.

Fundação Parque Tecnológico da Paraíba. **APL TIC de Campina Grande – PB**. Arranjo Produtivo Local de Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicações – TIC Campina Grande, PB. Cadastro, Diagnóstico e Plano de Ações, Campina Grande, dezembro 2004.

GITMAN, Lawrence J.. **Princípios de Administração Financeira**. Tradução Antônio Zoratto Sanvicente. 10. ed. São Paulo: Addison Wesley, 2004. Título original: Principles of Managerial Finance.

INFO EXAME. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/info200/2004/index.shl>> Acessado em: 09 set 2005.

LEMES JUNIOR, Antonio Barbosa; RIGO, Cláudio Miessa; CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo. **Administração Financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. Rio de Janeiro: Campus, 2005.