



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

Centro Regional de Viseu – Instituto de Gestão e das Organizações da Saúde

Mestrado em Gestão: Especialização em Gestão de Negócios

Produtos Bancários para Empresas: O Caso do EuroBic

João Pedro Maciel Alexandre

**Orientação: Professor Doutor Luís Bernardes
Coorientação: Professora Doutora Susana Pereira**

Viseu, março de 2020

Produtos Bancários para Empresas: O Caso do EuroBic

*Dissertação apresentada ao Centro Regional de Viseu da Universidade
Católica Portuguesa para obtenção do grau de mestre em Gestão, na área
de especialização em Gestão de Negócios*

*Orientação: Professor Doutor Luís Bernardes
Coorientação: Professora Doutora Susana Pereira*

João Pedro Maciel Alexandre

Viseu, março de 2020

I keep wondering at night, “Will I have a bank the next morning, or will some technology company be doing banking without needing a bank?”

Uday Kotak

Agradecimentos

Um mestrado, além de ser uma aprendizagem individual da partilha de conhecimentos por parte dos docentes, é também uma experiência rica no sentido em que se conhecem colegas, potencialmente de trabalho no futuro ou não, e onde ocorre também uma troca de vivências e de sabedoria. Desta forma, é neste contexto que desejo expressar o meu agradecimento a todos aqueles que se cruzaram pela minha vida durante estes anos de estudo na Universidade Católica Portuguesa seja na forma de estímulos, partilha de experiências, palavras ou ações, que me permitiram o finalizar desta dissertação.

Aos meus pais, pois foram sempre os meus pilares e apoiantes de todas as minhas decisões, mesmo quando estas não correram da melhor forma. Obrigado por todo o apoio, sacrifício, esforço, dedicação, amor e carinho.

À minha irmã, avós e tio que juntamente com os meus pais sempre me apoiaram e me ajudaram a ultrapassar momentos menos bons e me apoiaram. Sem eles eu nunca teria conseguido alcançar o que já alcancei.

A todos os meus amigos pela partilha de bons e maus momentos, força transmitida e pela possibilidade de partilharem comigo momentos de realização pessoal.

A todos os professores e colegas de curso que de alguma maneira contribuíram para que estes anos passassem a voar.

Ao professor Doutor Paulo Pereira, como coordenador do mestrado e por ser um bom ouvinte nos momentos de algum desagrado.

Ao Professor Doutor Luís Bernardes e Doutora Susana Pereira, enquanto orientador e coorientadora respetivamente deste estudo, pela partilha de ideias, pelas análises críticas, pelo rigor e pela reiterada transmissão de saber, mas fundamentalmente pela pronta disponibilidade e pelo incentivo.

Aos meus colegas de trabalho pela ajuda na obtenção dos contactos e no esclarecimento de todas e quaisquer dúvidas existentes relacionadas com a temática em questão.

A todos os participantes do estudo, nomes de grandes empresas da região, que mesmo com o grande volume de trabalho do seu quotidiano, dispensaram um pouco do seu tempo e atenção para colaborar nesta investigação.

Obrigado.

Resumo

Este trabalho é fruto do estágio e da experiência profissional adquiridos no EuroBic, em particular no Gabinete de Empresas de Viseu do EuroBic, onde tem sido possível estabelecer uma relação de grande proximidade com as empresas da região, as suas necessidades de financiamento e a forma como encaram a relação com o sistema bancário.

A tese está dividida em duas partes. A primeira parte reflete sobre as evoluções do sistema bancário global e nacional, incluindo a sua relevância crescente no plano económico e financeiro, o aumento da concorrência, o impacto dos progressos tecnológicos nesta atividade e a necessidade de desenvolver uma metodologia de negócio que privilegie a proximidade da relação com o cliente.

Na segunda parte, a tese recorre às respostas fornecidas a um questionário enviado aos clientes do Gabinete de Empresas de Viseu do EuroBic para testar, em primeiro lugar, se o volume de negócios das empresas pode influenciar significativamente a escolha dos produtos e serviços bancários do EuroBic e, em segundo lugar, um conjunto de outras questões relacionadas com a relação banco – cliente.

Os resultados empíricos obtidos denotam uma maior apetência das grandes empresas por produtos mais complexos. Contudo, não podemos concluir categoricamente que existe já um elevado grau de customização dos produtos de financiamento oferecidos pelo EuroBic às maiores empresas. As respostas obtidas confirmam genericamente a importância que a relação banco – cliente tende a assumir no negócio bancário. Todavia, os resultados sugerem ainda uma grande margem de progresso neste domínio, tal como no domínio da formatação dos produtos de financiamento destinados às empresas.

Palavras-chave: sistema bancário; bancos; EuroBic; produtos e serviços bancários; financiamento; atendimento ao cliente; cliente; satisfação de clientes.

Abstract

This work is the result of the internship and professional experience acquired at EuroBic, in particular at the EuroBic Viseu Business Office, where it has been possible to establish a close relationship with companies in the region, their financing needs and how they view the relationship with the banking system.

The thesis is divided into two parts. The first one reflects on the evolution of the global and national banking system, including its growing relevance in the economic and financial plan, the increase in competition, the impact of technological progress in this activity and the need to develop a business methodology that privileges proximity customer relationship.

In the second one, the thesis uses the answers provided to a questionnaire sent to customers of the EuroBic Viseu Business Office to test, firstly, whether the turnover of companies can significantly influence the choice of EuroBic banking products and services, and, secondly, a set of other issues related to the bank - customer relationship.

The empirical results obtained show a greater appetite for large companies for more complex products. However, we cannot categorically conclude that there is already a high degree of customization of the financing products offered by EuroBic to the largest companies. Moreover, the answers obtained generally confirm the importance that the bank - customer relationship tends to assume in the banking business. Even so, the results still suggest a great margin of progress in this area, as well as in the format of the financing products intended for companies.

Keywords: banking system; banks; EuroBic; banking products and services; financing; customer service; client; client satisfaction.

Índice geral

Agradecimentos	9
Resumo.....	10
Abstract	11
Índice geral	12
Índice de tabelas	14
Lista de abreviaturas e siglas.....	16
Introdução	17
I PARTE - REVISÃO DA LITERATURA.....	21
CAPÍTULO 1: A RELAÇÃO ENTRE O SISTEMA BANCÁRIO NACIONAL E AS EMPRESAS: ENQUADRAMENTO TEÓRICO	23
1.1. Breve História da Banca Nacional	23
1.2. EuroBic: principais pontos de ênfase	36
1.3. Literacia Financeira.....	40
1.4. Produtos/Serviços Bancários: caso geral e o caso específico do EuroBic.....	45
1.5. Factos recentes sobre o crédito às empresas e perspetivas futuras.....	53
II PARTE – ESTUDO EMPÍRICO	60
CAPÍTULO 2: A INVESTIGAÇÃO E A SUA METODOLOGIA	61
2.1 Justificação do estudo.....	62
2.2. Questão de investigação e objetivos.....	63
2.2.1 Objetivo geral.....	64
2.2.2 Objetivos específicos:.....	64
2.3 Tipo de estudo	65
2.4. Hipóteses	66
2.5. População e amostra.....	67
2.5.1. Caracterização da amostra.....	67
2.6. Instrumento de recolha de dados	69
2.7. Procedimentos de recolha de dados.....	71
2.8. Análise dos dados.....	72
2.9. Procedimentos éticos.....	74
CAPÍTULO 3: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS.....	75

3.1. Análise descritiva	75
3.1.1 Dados financeiros	75
3.1.2 Relação com o Gabinete de Empresas de Viseu.....	76
3.1.3 Produtos/serviços bancários	77
3.2. Análise inferencial.....	81
3.3. Discussão dos resultados	82
Conclusão	85
Bibliografia.....	87
Anexo.....	91

Índice de tabelas

Tabela 1 – Crédito Bancário às Empresas (saldos em fim de período, dezembro de 2018).....	54
Tabela 2 – Central de Responsabilidades de Crédito (dezembro de 2018)	55
Tabela 3 - Empresas Portuguesas com taxas de juro acima da Zona Euro	55
Tabela 4 - Caracterização sociodemográfica da amostra.....	68
Tabela 5 - Dados financeiros	75
Tabela 6 - Relação com o Gabinete de Empresas de Viseu.....	76
Tabela 7 - Produtos/serviços bancários	77
Tabela 8 - Produtos/serviços bancários preferenciais	78
Tabela 9 - Produtos/serviços bancários usufruídos no EuroBic.....	78
Tabela 10 - Produtos/serviços bancários que os clientes consideram ter melhores condições no EuroBic, comparativamente com outras instituições de crédito.....	79
Tabela 11 - Razões que levaram a escolher os produtos/serviços bancários no EuroBic.....	79
Tabela 12 - Teste de Kruskal-Wallis entre o volume de negócios da empresa e a escolha do produto bancário.....	81

Lista de abreviaturas e siglas

BPI	Banco Português de Investimento
BCP	Banco Comercial Português
BCE	Banco Central Europeu
BPP	Banco Privado Português
BPN	Banco Português de Negócios
CCC	Contas Correntes Caucionadas
CDE	Créditos Documentários de Exportação
CDI	Créditos Documentários de Importação
CMVM	Comissão do Mercado de Valores Mobiliários
CEE	Comunidade Económica Europeia
DCEN	Direções Coordenadoras de Empresas Norte
DCES	Direções Coordenadoras de Empresas Sul
EBITDA	Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization
EUIPO	Propriedade Intelectual da União Europeia
FEX	Financiamento Externos
GPF	Gestão de Pagamentos a Fornecedores
GB	Garantias Bancárias
INFE	International Network on Financial Education
NPL	Non-Performing Loans
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
OIC	Outras Instituições de Crédito
OPE	Ordens de Pagamento Emitidas e Recebidas
OPR	Ordens de Pagamento Recebidas
PAEF	Programa de Assistência Económica e Financeira
RDE	Remessas Documentárias de Exportação
RDI	Remessas Documentárias de Importação

Introdução

O modelo de negócio dos bancos alterou-se consideravelmente ao longo das últimas décadas. Os bancos deixaram de depender quase exclusivamente das atividades bancárias comerciais tradicionais - um negócio assente na transformação de maturidades, com depósitos remunerados a curto prazo e empréstimos concedidos a longo prazo -, para dar um relevo cada vez maior às atividades não tradicionais, como a banca de investimento e negociação, como é o caso das ações.

Esta evolução trouxe novas oportunidades para os bancos gerarem lucros, mas tornou os bancos mais complexos e expostos a riscos e a maiores flutuações em termos de rentabilidade. Este fato foi bem evidente durante a crise de 2007/2008, que afetou principalmente os grandes bancos orientados para os investimentos financeiros, mas que acabou por ter efeitos transversais a todo o sistema bancário, dada a ligação crescente entre os diversos ramos do sistema financeiro.

Esta alteração de modelo de negócio orientada para objetivos mais ambiciosos foi determinada, em larga medida, pelos avanços tecnológicos, que facilitaram simultaneamente a modernização do negócio bancário, mas também um aumento da concorrência a todos os níveis. Por exemplo, as inovações tecnológicas têm tornado mais fácil aos fundos de investimento gerir os seus valores imobiliários e contas de clientes (Terpstra et al., 2014), mas levaram à emergência de competidores com uma filosofia totalmente nova, como se vê pelo caso das instituições *fintech* (*startups* que trabalham para inovar e otimizar serviços do sistema financeiro com custos operacionais muito menores).

A competitividade intensiva em termos de quantidade e qualidade torna extremamente difícil para uma empresa diferenciar-se dos seus concorrentes.

Como resultado, excelentes processos de negócios que são atividades estruturadas relacionadas que produzem um serviço ou produto específico para os seus clientes e ativos intangíveis, tais como marcas, a satisfação do cliente e recursos humanos de excelência podem tornar-se fontes essenciais de vantagens competitivas sustentáveis (Chien & Tsai, 2012; Teece, 2007; Wang & Ahmed, 2007). Estas mudanças levantam também questões sobre se medidas qualitativas / não-financeiras, tais como a satisfação do cliente e a satisfação no trabalho têm efeitos sobre o desempenho da empresa. Entre eles, a lealdade do cliente tem sido considerada uma das mais importantes vantagens competitivas no atual ambiente de

negócios, em que o poder de compra do cliente está a aumentar, enquanto as empresas enfrentam desafios permanentes dos seus concorrentes (Pan, Sheng & Xie, 2012; Sharma, 2007). Ou seja, para construir uma competitividade sustentável manter a lealdade do cliente a longo prazo parece constituir-se como uma tarefa obrigatória.

O estudo de Pacheco et al. (2019) tende a confirmar esta perceção, embora não ignore a importância da variedade de produtos e serviços oferecidos. O estudo teve como objetivo analisar os principais fatores associados à escolha dos serviços bancários pelos clientes e determinar os fatores que influenciam o cliente a escolher uma instituição bancária. Os resultados do estudo determinaram que os fatores que mais influenciam os clientes na escolha dos serviços bancários são o bom atendimento ao cliente, a qualidade de serviços, a variedade de produtos/serviços e as condições de segurança que estas instituições oferecem.

Também Ryding (2010) nota o aumento do poder do cliente e direcionamento crescente das empresas para uma estratégica focada no cliente, especialmente através do uso de novas tecnologias para a construção de relacionamentos.

A tese aqui apresentada procura explorar estas observações, tirando partido da experiência pessoal adquirida no sistema bancário, em particular na resposta às necessidades dos clientes e como observador factual da emergência de um relacionamento banco-cliente cada vez mais orientado para a satisfação das necessidades específicas desses clientes.

O capítulo inicial fornece um enquadramento sobre a evolução do setor bancário nacional e da relação com o sistema empresarial do nosso país. O capítulo prático pretende ser um contributo, baseado na experiência e na informação adquirida pessoalmente no Gabinete de Empresas de Viseu do EuroBic, no sentido de perceber até que ponto a customização dos produtos de financiamento é já uma realidade consolidada e de que forma é que a relação banco - cliente influencia o perfil deste último.

Neste sentido, formulou-se a seguinte questão de investigação: Será que o volume de negócios da empresa influencia a escolha do produto bancário do EuroBic? A escolha desta questão em particular foi muito condicionada pela escassez de dados disponíveis. Contudo, como foi dito, a resposta à mesma pode ser encarada como um pequeno contributo para sabermos até que ponto existe já uma customização relevante dos produtos de financiamento do EuroBic em função, neste caso, da dimensão da empresa cliente. Independentemente das restrições a nível de dados, a escolha da variável dimensão não foi casual, dado que a mesma

é tipicamente destacada no estudo da relação entre banca e empresa (ver, por exemplo, os diversos estudos da Central de Balanços do Banco de Portugal).

Os dados foram obtidos com base nas respostas a um questionário enviado pelo autor desta tese aos representantes de empresas que são clientes do Gabinete de Empresas de Viseu do EuroBic. A taxa de resposta foi de aproximadamente 15%.

Assim, o objetivo geral é: Averiguar se o volume de negócios da empresa influencia a escolha do produto bancário do EuroBic.

Como objetivos específicos foram colocados os seguintes aspetos, cuja resposta é possível com base no questionário enviado às empresas: averiguar quais os produtos/serviços bancários que os clientes usufruem na globalidade dos bancos (EuroBic ou outros); verificar quais os produtos/serviços bancários que os clientes usufruem no EuroBic; constatar quais os produtos/serviços bancários que os clientes consideram ter melhores condições no EuroBic, comparativamente com outras instituições de crédito; conhecer as razões que levaram os clientes a escolherem os produtos/serviços bancários que detêm no EuroBic; perceber o grau de satisfação dos clientes perante esses produtos/serviços; verificar a perceção dos clientes face ao atendimento proporcionado pelo EuroBic em geral e pelo Gabinete de Empresas de Viseu em particular.

Para se responder às questões de investigação, o presente estudo é de natureza quantitativa, transversal e de carácter descritivo-correlacional. Enquanto estudo quantitativo possibilita realizar generalizações a outras populações tendo por base os resultados numéricos obtidos, permitindo estabelecer relações de causa e efeito.

Relativamente ao teste principal (relação entre a dimensão da empresa e a escolha do produto bancário do EuroBic), os resultados empíricos denotam uma maior apetência das grandes empresas por produtos mais complexos comparativamente às pequenas empresas: um resultado expetável. Contudo, as correlações obtidas não são estatisticamente significativas, pelo que não podemos concluir afirmativamente que existe já um elevado grau de customização dos produtos de financiamento oferecidos às maiores empresas.

Um facto marcante nas respostas obtidas é a avaliação maioritariamente positiva obtida nas questões sobre o relacionamento entre o cliente e o banco, sendo de realçar em particular as respostas sobre os motivos da escolha de certos produtos e serviços bancários no EuroBic, em que se destacou bastante a importância dada à boa relação de fidelidade com o

banco. Isto confirma genericamente a relevância que este aspeto tende a assumir no negócio bancário. Apesar de tudo, os dados obtidos indiciam que existe ainda bastante margem de progresso neste domínio, tal como no caso da formatação específica ou individualizada dos produtos de financiamento destinados às empresas.

A tese está organizada da seguinte forma: o capítulo 1 estabelece o enquadramento teórico, analisando de forma evolutiva a relação entre o sistema bancário nacional e as empresas. O capítulo 2 inclui a investigação em si e a metodologia utilizada, passando pelos objetivos, as hipóteses e a análise dos dados. No capítulo 3 é feita a apresentação e a discussão dos dados recolhidos, sendo depois elaborada a conclusão do estudo.

I PARTE - REVISÃO DA LITERATURA

CAPÍTULO 1: A RELAÇÃO ENTRE O SISTEMA BANCÁRIO NACIONAL E AS EMPRESAS: ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1.1. Breve História da Banca Nacional

A segunda metade do século XIX foi marcada por um grande dinamismo da prática das instituições financeiras em Portugal. A consolidação da banca central tornou-se uma realidade, a implementação da banca de investimento fortaleceu-se com o surgir de várias instituições e o desenvolvimento da banca colonial criou-se como solução de fomento para esses territórios relativos a Portugal (Carvalho, 2013).

O desenvolvimento do sistema bancário em Portugal esteve associado ao espírito regenerador presente aquando da introdução do liberalismo nas políticas iniciadas pelos governos de Fontes Pereira de Melo (1851-56 e 1871-86). Desta forma, aliado ao investimento público em infraestruturas e vias de comunicação, foram também outorgadas novas leis afetas e direcionadas a estimular a constituição de sociedades anónimas e, principalmente, estabelecimentos bancários e de crédito à indústria e à agricultura. Esta intenção estava ligada ao aumento na necessidade de financiamento da parte do Estado português para poder executar a política de obras públicas desse período (Carvalho, 2013).

Foi neste período que se começou a multiplicar a fundação de bancos emissores (instituição financeira que emite cartões de pagamento como um banco membro das organizações de cartões e recebe transações dos seus titulares de cartões de outros bancos membros ou comerciantes) no país. O Banco de Lisboa (primeiro banco emissor propriamente dito a existir em Portugal) havia sido criado no ano de 1821. Este foi substituído em 1846 pelo Banco de Portugal (BdP). Em simultâneo existia o Banco Comercial do Porto, que também possuía privilégio emissor desde a sua fundação em 1835. A pluralidade na emissão foi aumentada com a autorização de funcionamento de novos bancos emissores entre 1858 e 1873. Estes estavam todos sediados no norte do país, nas cidades do Porto, Guimarães e Braga. O banco sediado nesta última, o Banco do Minho, foi criado por Lei de 15 de junho de 1864, com autorização para emissão até ao limite de 75% do seu capital, à semelhança do que havia sido estabelecido para os restantes bancos do Norte. Esta pluralidade foi revertida com

o Contrato de 10 de dezembro de 1887 a atribuir o exclusivo da emissão para todo o país ao BdP, perdendo os restantes sete bancos esse privilégio. As negociações sobre os moldes como os bancos emissores do Norte teriam as suas notas em circulação resgatadas prolongaram-se, tendo a pluralidade da emissão prosseguido até que foi ratificada o seu fim efetivo em Decreto de 9 de julho de 1891 (Carvalho, 2013).

Paralelamente à política de dinamização do sistema bancário português e com o intuito de fomentar a economia das possessões Ultramarinas portuguesas, o Banco Nacional Ultramarino (BNU) foi fundado pela Carta de Lei de 16 de maio de 1864. Resultado da iniciativa do seu fundador e governador vitalício, Francisco de Oliveira Chamiço, e do governo do Partido Progressista Histórico de então, a sua missão autorizava o banco a desenvolver todas as operações bancárias e também o exclusivo da emissão fiduciária nas então colónias. Foi-lhe também autorizado o exercício de banca comercial em Portugal continental e ilhas adjacentes. Nos anos seguintes e tal como estava obrigado pela Carta de Lei, o BNU inaugurou filiais em Angola, Cabo Verde, Índia e S. Tomé e Príncipe, que na altura eram os territórios com uma situação mais estável e próspera, por esse motivo mais seguros de trazer dividendos ao banco. A função emissora foi igualmente iniciada aquando da instalação da sua primeira filial em Luanda em 1865 (Carvalho, 2013).

A expansão e diversificação da banca comercial, incentivada pelos decretos formulados pelos governos de 1850 até 1870, estavam ligadas à necessidade de diversificação das fontes de financiamento da dívida pública que o Estado português precisava. Foi assim que surgiram vários bancos e casas bancárias. Entre eles figuravam: a Caixa de Crédito Eborense de Évora, em 1873 (transformou-se posteriormente, em 1875, no Banco Eborense); o Banco Agrícola, Comercial e Industrial de Vila Real, em 1874; o Banco do Douro de Lamego, em 1874; o Banco de Bragança, em 1875; a casa bancária Sousa Júnior Sucessores de Guimarães, em 1875; e o Banco de Barcelos, em 1875. O capital destas entidades cingia-se dos mínimos de 33 contos (na altura) do Banco Eborense aos 1.000 contos do Banco de Bragança (Carvalho, 2013).

A crise bancária de 1891 decorreu da especulação desenfreada sobre as transferências vindas do Brasil, que, entretanto, cessaram e da correspondente elevada quantidade de créditos concedidos em Portugal. Associado a estes factos, a falência da casa bancária britânica, Baring Brothers, que era o banqueiro do Estado português em Londres, impediu este último de recorrer ao financiamento internacional, o que, em conjunto com a tensão diplomática com o Reino Unido em torno do “ultimato do mapa cor-de-rosa”, agravou

o prenúncio de crise com algumas instituições bancárias a enfrentarem vagas de levantamentos. Não obstante as garantias que o BdP avançou para salvaguardar a integridade da economia portuguesa e o financiamento do Estado verificou-se o desaparecimento imediato ou gradual de cerca de um quinto das instituições bancárias existentes pré-crise. Quanto aos bancos até aqui referidos, estes, apesar das dificuldades, mantiveram o seu funcionamento. No entanto, foi decorrente desta crise de 1891 que o privilégio emissor passou a ficar concentrado no BdP (Carvalho, 2013), como atrás se referiu.

Com o início da I Guerra Mundial (1914), Portugal registou um aumento inflacionista do custo de vida e uma abrupta desvalorização da moeda – que, entretanto, tinha sido alterada para o escudo com a implantação da República em 1910. A reversão desta situação ocorreu no ano de 1924 quando nos mercados cambiais terminou a desvalorização da moeda, devido à evolução positiva da economia mundial que ajudou a estabilizar os processos inflacionistas dos vários países europeus e a aumentar as receitas fiscais em Portugal (Carvalho, 2013).

Socorrendo-se do seu papel consolidado de banco comercial e emissor para as ex-colónias, o BNU expandiu a sua rede de agências no então Ultramar, no Brasil, na rede internacional e também no território nacional. Neste último, aproveitando também a conjuntura económica intermitente atrás mencionada e que afetava a estabilidade económica de muitas entidades bancárias, o BNU adquiriu outros bancos ou trespasou as instalações de outras casas bancárias. Foi este o caso da sua agência no Porto, trespasada em 1917 da casa bancária Pinto da Fonseca & Irmão. No campo das aquisições, estas deram origem à inauguração de mais agências do BNU nas anteriores instalações dos bancos adquiridos. Tal verificou-se nas seguintes localidades: em Évora, com a compra do Banco Eborense (1919); em Vila Real, com a compra do Banco Agrícola, Comercial e Industrial de Vila Real (1919); em Lamego, com a compra do Banco do Douro (1921); e em Bragança, com a compra do Banco de Bragança (1923). Estas e outras constituições de agências conferiram uma nova dimensão que tornou o BNU no terceiro banco, depois do BdP e da Caixa Geral de Depósitos (CGD), a possuir uma rede de agências na generalidade de Portugal continental (Carvalho, 2013).

A denominada Grande Depressão que afetou a economia mundial em 1929 e que se agravou nos anos seguintes, também atingiu Portugal com repercussões no sistema bancário nacional. Muitos foram as instituições que tiveram de falir. O BNU, mais dependente das transações internacionais devido à sua presença no então Ultramar, atingiu o ponto de rutura.

A intervenção do Estado em 1931, com tomada de posição no capital do banco (através do financiamento da CGD) e a nomeação de um Conselho Administrativo para substituir os órgãos demissionários da anterior gerência, impediu a falência do BNU (Carvalho, 2013).

Outro dos bancos aqui referidos que teve de fechar portas foi o Banco do Minho – um dos primeiros bancos emissores no período da pluralidade emissora em Portugal continental. Em virtude da sua insolvência, os ativos e passivos do banco foram incorporados, precisamente, no BNU em 1933 (Carvalho, 2013).

O Banco Pinto da Fonseca & Irmão – que havia sido constituído a partir da casa bancária com o mesmo nome em 1914 – também teve de declarar falência em 1934 no decurso das dificuldades económicas atrás mencionadas.

Em contraponto, o Banco de Barcelos adquiriu em 1936 a casa bancária Sousa Júnior Sucessores para, nas instalações desta, estabelecer a sua filial para a cidade de Guimarães. No entanto, também este começou a ressentir-se com os efeitos da Depressão, que continuou a afetar a economia portuguesa durante as décadas de 1930 e 1940. Como consequência também o Banco de Barcelos terminou a sua atividade no ano de 1940 (Carvalho, 2013).

Com a extinção do Banco de Barcelos, o seu espólio foi adquirido pelo Banco Ferreira Alves. Este tinha sido fundado em 1936, no Porto, com base numa casa bancária do mesmo nome. O Banco Ferreira Alves fez parte de uma série de bancos fundados nesta década, em que muitos tiveram uma duração efémera, mas este conseguiu ter uma vida mais duradoura (Carvalho, 2013).

Depois do crash de Wall Street ter desencadeado a crise económica mundial que se prolongou pela década de 1930, o eclodir da II Guerra Mundial prolongou os seus efeitos para a primeira metade da década seguinte (Carvalho, 2013).

Em Portugal, a ditadura do Estado Novo havia-se consolidado através da publicação da Constituição de 1933. O país sofreu também com as dificuldades de abastecimento de mercadorias e o aumento dos preços dos bens. Em termos bancários, aos bancos foi-lhes decretado a sua especialização e maior supervisão bancária da parte do ministério das Finanças. Neste sentido, a constituição de um Conselho Bancário – formado pelos governadores dos dois bancos emissores e pelos administradores dos principais bancos nacionais – contribuiu também para a regulamentação e hierarquização do sistema bancário. A Lei n.º 1.894 de 11 de abril de 1935 traduzia essas alterações (Carvalho, 2013).

Com esta Lei, o governo português procurou lidar com a crise presente impedindo a proliferação das instituições de crédito. E, efetivamente, durante aquele período inicial somente dois bancos foram formados e ambos constituídos a partir de casas bancárias. Um deles era o Banco Raposo de Magalhães estabelecido em 1942, na cidade de Alcobaça. Para além destes, surgiu um novo banco formado pela fusão do, atrás referido, Banco Ferreira Alves com a casa bancária Joaquim Pinto Leite, Filho & Cia. (fundada na década de 1850, no Porto), que assim deram origem ao Banco Ferreira Alves & Pinto Leite em 1943 (Carvalho, 2013).

Esta foi também a realidade prosseguida pelos restantes agentes do sistema bancário português. Não houve novos bancos a serem constituídos e a quota de mercado dos depósitos e créditos nacionais começou-se a concentrar nos grandes grupos financeiros que se foram formando – nos 30 anos seguintes ao fim da II Guerra Mundial, um conjunto de aquisições e fusões de estabelecimentos bancários exemplificavam essa estabilidade. Estas movimentações contribuíram para a sofisticação do setor bancário, que acompanhou também as evoluções técnicas da altura nomeadamente ao nível da introdução de novos métodos de pagamento (Carvalho, 2013).

Somente após ter superado a sua fase de dificuldades económicas e de restabelecer o seu papel como principal banco comercial e emissor das ex-colónias, o BNU regressou a uma política de aquisições. Esse marco foi a aquisição do Banco Raposo de Magalhães, em 1950. Mais tarde, em 1961, comprou o Banco Ferreira Alves & Pinto Leite. Estas datas são exemplificativas do período de estabilização do sistema bancário português com o número de instituições a manterem-se, sem ser fundada nenhuma nova entidade, sendo a ação mais comum a fusão entre instituições. Dentro do espaço do Ultramar português, este período foi marcado pela instalação de outros bancos comerciais portugueses nas principais cidades dessas possessões portuguesas, onde começaram a aumentar a sua quota de mercado, fruto do aumento das exportações – principalmente, de Angola e de Moçambique (Carvalho, 2013).

Este período – que foi de cristalização das figuras principais no sistema bancário português e de crescimento económico em Portugal, mas também de aumento da taxa de inflação de ano para ano – internacionalmente foi marcado pelo retomar do crescimento económico das nações europeias, facto que estava relacionado com o início do processo de integração europeia, com o estabelecimento da Associação Europeia de Comércio Livre-EFTA (1960) e a criação da Comunidade Europeia do Carvão e do Aço (1951) – esta última

foi a primeira organização no que viria a evoluir para a atual União Europeia (UE) (Carvalho, 2013).

Outro movimento importante foi o processo de descolonização das possessões europeias, que se iniciou na década de 1960 e que em Portugal foi efetuada após o 25 de Abril de 1974. Este processo implicou o fim da atividade do BNU nas ex-colónias e a passagem dos seus ativos e passivos para os bancos centrais dos novos países. A exceção foi Macau, onde o banco continuou instalado como banco comercial, bem como com o privilégio emissor. Uma vez que o cerne dos seus lucros estava na emissão fiduciária nas ex-colónias, a perda dessa função afetou também o seu dinamismo e a sua progressão económica estagnou a partir de 1975 (Carvalho, 2013).

Depois do derrube da ditadura do Estado Novo, para além de se ter exercido a descolonização, as primeiras eleições livres, entre outras mudanças estruturais, ao nível bancário, o que se verificou foi a quase integral nacionalização das instituições existentes. As primeiras a serem nacionalizadas foram o BdP e o BNU a 13 de setembro de 1974. Seguiram-se outros bancos através do Decreto-Lei n.º 132-A/75, de 14 de março.

A revolução de 25 de Abril de 1974 e as consequentes nacionalizações que tiveram lugar no ano seguinte vieram marcar uma viragem única no panorama financeiro nacional. Catorze bancos comerciais foram nacionalizados, bem como duas casas bancárias e a Companhia Geral do Crédito Predial Português. No seguimento dos acontecimentos do 11 de março de 1975, a maioria das instituições bancárias e companhias seguradoras, com exceção das instituições de capital estrangeiro, foram nacionalizadas. Isto significa que as instituições particulares pertencentes a conhecidas famílias – Pinto & Sotto Mayor, Fonsecas & Burnay, Espírito Santo ou Pinto Magalhães, por exemplo – passaram para as mãos do Estado português, às quais escaparam o Banco do Brasil, o Bank of London & South America e o Crédit Franco-Portugais, por serem instituições estrangeiras. Também as 19 caixas económicas existentes e todo o sistema de caixas de crédito agrícola mútuo não foram abrangidos pelo programa de nacionalizações, enquanto a CGD se manteve, naturalmente, sob alçada estatal (Batista & Lopes, 2018).

A época seria marcada por um terrível sentimento de expropriação por parte das famílias que viram os seus rentáveis negócios passar para o domínio público sem poderem fazer nada para o impedir (Batista & Lopes, 2018).

Os anos seguintes seriam o espelho da determinação de muitas delas para reaver o património e também o poder perdido. A partir de então, o sistema bancário nacional jamais voltaria a conhecer tempos de calma, cenário que se mantém até aos dias de hoje (Batista & Lopes, 2018).

O pedido de Portugal de adesão à Comunidade Económica Europeia (CEE) foi formulado a 28 de março de 1977. Após longas negociações – devido, sobretudo, às dificuldades de inserção da economia portuguesa no espaço de uma união significativamente mais desenvolvida – foi assinado o tratado de adesão a 12 de junho de 1985 (Batista & Lopes, 2018).

A privatização do setor bancário do Estado português, que havia sido nacionalizado em 1975, ocorreu entre 1988 e 1999, num esforço de se adequar às regras da economia de mercado e abordar em simetria financeira a sua adesão à Comunidade Europeia. Tanto o BdP como a CGD e o BNU mantiveram-se propriedade estatal. O primeiro continuou como banco central nacional.

Foi necessário passar praticamente uma década até que fosse autorizada a existência de iniciativa privada no setor financeiro nacional, por força de uma revisão constitucional promovida pelo Bloco Central (aliança política entre o Partido Socialista e o Partido Social-Democrata). Em 1984 surge a Associação Portuguesa de Bancos (APB), que se mantém até hoje, e à qual os associados podem voluntariamente aderir. No ano seguinte, são fundados o Banco Português de Investimento (BPI) e o Banco Comercial Português (BCP). O Banif, por seu lado, aparece em 1988, após transformação da Caixa Económica do Funchal. Na mesma altura, o grupo Mello compra a Sociedade Financeira Portuguesa (que mais tarde dá origem ao Banco Mello), e os bancos estrangeiros começam a ganhar protagonismo. Citibank, Deutsche Bank e Banco de Tóquio são apenas alguns dos que foram chegando entre os finais da década de 1980 e o início da década de 1990. O setor fervilhava, com as grandes famílias e grupos económicos de novo de olhos postos na banca. Muitas delas procuravam reaver instituições que tinham perdido para o Estado, como o Grupo Espírito Santo e outros aproveitam para reforçar ainda mais a sua presença, como o grupo Champalimaud. Muitas das reprivatizações foram feitas em diversas fases e algumas delas foram pautadas por episódios controversos (Batista & Lopes, 2018).

A década de 1990, logo após a criação da atual UE, trouxe a Portugal duas vagas significativas de aparecimento de bancos. Uma primeira que aconteceu durante o ano de 1993,

com o surgimento de instituições como o Finibanco, o Banco Nacional de Investimento ou o Banco Mello. Já durante o ano de 1997, Portugal assistiria ao nascimento do Banco Privado Português (BPP), do Interbanco e do Banco Alves Ribeiro.

Em 1998 surge o Banco Central Europeu (BCE), do qual Portugal (através do BdP) foi um dos primeiros membros. Isto trouxe inevitavelmente novas alterações a serem acomodadas pelo setor financeiro nacional, sobretudo em matérias de supervisão bancária. Recorde-se que foi também no início desta década que a União Económica e Monetária começou a dar os primeiros passos, introduzindo novas regras relativas aos poderes dos bancos centrais nacionais. A adoção da moeda única foi efetivada em 1999, tendo Portugal pertencido ao grupo dos países que primeiro adotou o euro, numa altura em que a maior parte dos bancos já estavam novamente nas mãos de particulares, e depois de uma leva de fusões e aquisições que daria origem ao cenário financeiro que vigorou durante os primeiros anos do século XXI (Batista & Lopes, 2018).

A reprivatização do setor foi um dos grandes motores das fusões e aquisições que se foram vivendo em Portugal no final do século XX, e que tiveram o seu expoente máximo no final da década de 1990 e no início dos anos 2000. Champalimaud, Mello, CUF e Espírito Santo destacaram-se nas movimentações, querendo recuperar património, promovendo fusões e aquisições e continuando a tentar reforçar a sua posição no setor financeiro. Foram vários os processos de fusões e aquisições que tiveram lugar na banca durante este tempo. Muitos desses negócios foram complexos e quase sempre protagonizados pelo mesmo núcleo restrito de famílias, grupos económicos ou financeiros (Batista & Lopes, 2018).

Depois de a maior parte das instituições já estar nas mãos de privados, algumas das mais relevantes fusões e aquisições realizadas em Portugal foram, por exemplo, a absorção da União de Bancos Portugueses e do Banco Nacional de Investimento pelo Banco Mello e o desaparecimento do Banco Mello e do Banco Português do Atlântico (BPA), que se fundem com o BCP. Já no início dos anos 2000 é criado o Santander Totta por incorporação do Santander Portugal, Totta & Açores e Crédito Predial Português. O Efisa e o BNU também já não existiam, por incorporação no Banco Português de Negócios (BPN) e na CGD, respetivamente. O panorama financeiro parecia, apesar de tudo, começar a apresentar alguma estabilidade e serenidade depois dos anos turbulentos que se seguiram ao 25 de Abril. O ano de 2008 viria, no entanto, alterar *o statu quo* da banca nacional (Batista & Lopes, 2018).

O ano de 2007 marca uma viragem profunda no setor da banca mundial. Hoje, mesmo passado mais de 10 anos desde a implosão da pior crise financeira desde a Grande Depressão de 1929, ainda são sentidas réplicas. Desde o verão de 2007 até pelo menos 2009 que os banqueiros não tiveram mãos a medir com as perdas geradas pela crise do mercado hipotecário de alto risco norte-americano (conhecido como subprime). Os meses que se seguiram foram marcados por uma sangria na banca, com muitas instituições a fecharem as portas, como foi o caso do histórico banco norte-americano Lehman Brothers. Dos EUA à Europa, as feridas criadas pelo subprime foram bem profundas. Mas, para a banca nacional, ainda a respirar à superfície desta crise, o pior estava por chegar.

Quando em maio de 2010 Fernando Ulrich, presidente do BPI, afirmou que Portugal não se conseguia financiar e que o país ia “bater numa parede” dentro de semanas, não estava a exagerar. Portugal, assim como alguns países do sul da Europa, viviam um clima de desconfiança por parte dos investidores que fizeram disparar o preço de financiamento da República nos mercados internacionais. Em outubro de 2010, Teixeira dos Santos, ministro das Finanças, admitia a eventual necessidade de um resgate caso a yield (taxa de juro implícita) das obrigações do Tesouro chegasse aos 7%. Menos de um ano depois, com os títulos de dívida do Estado a 10 anos a negociarem com yields acima dos 10% e a dívida pública a suplantar largamente os 100% do PIB, o primeiro-ministro José Sócrates anunciou que tinha endereçado à Comissão Europeia um pedido de assistência financeira. A banca respirou de alívio com a decisão, pois durante vários meses foi a fonte quase exclusiva de financiamento do Estado. Além disso, o Programa de Assistência Económica e Financeira (PAEF) elaborado pela Comissão Europeia, Banco Central Europeu e Fundo Monetário Internacional incluía montantes destinados à recapitalização da banca, bem como condicionalidades à libertação desses montantes, sendo que a CGD estava excluída da hipótese de receber esta ajuda. Contudo, esse balão de oxigénio revelou-se insuficiente para que os banqueiros pudessem voltar aos tempos de glória. Os anos que se seguiram mostraram que o buraco ainda tinha margem para ser aprofundado. Aliás, em outubro de 2011, a agência de notação de risco Fitch publicou um relatório em que perspetivava um panorama sombrio para a banca. Os analistas referiram que “os principais bancos portugueses continuam vulneráveis à crise de dívida” e que “dois anos de recessão, dificuldades de acesso aos mercados e as incertezas sobre a Europa têm um efeito direto nas perspetivas de capacidade de financiamento dos bancos portugueses no curto e longo prazo”. O tempo tem-se encarregado de mostrar que os analistas da Fitch não se enganaram (Batista & Lopes, 2018).

Condensando o referido anteriormente, o setor bancário tem sofrido oscilações a todos os níveis, podendo-se considerar até um setor instável. Mas isto não acontece apenas em Portugal. O BCE publicou um relatório a 23 de outubro de 2017 onde conclui que se registou o desaparecimento de um em cada quatro bancos na Europa (European Central Bank, 2017). Isto fez com que aumentasse o número de clientes por agência e consequentemente aumentasse também a carteira de clientes de cada gestor bancário. Portugal não fugiu à tendência observada na Europa, pelo que temos assistido a uma quebra bastante acentuada do número de balcões dos bancos presentes em território nacional e também do seu número de colaboradores (Batista & Lopes, 2018).

Longe vão os tempos em que Portugal contava com cerca de cinco dezenas de instituições financeiras, entre bancos de retalho, caixas económicas, caixas de crédito agrícola mútuo e casas comerciais, no continente e ilhas.

Em pouco mais de 40 anos, com nacionalizações, fusões, aquisições e resoluções, o cenário do sistema financeiro nacional mudou radicalmente. Hoje, existem cerca de 30 bancos autorizados, com o número de instituições que operam no país a crescer, algumas delas apenas sucursais das casas-mãe sedeadas em algum outro país do mundo.

Muitas alterações tiveram lugar ao longo dos anos. O setor assistiu a episódios de quase tudo. Foram vários os banqueiros que caíram em desgraça, muitas famílias que se desligaram do mundo financeiro e tantas voltas e reviravoltas em negócios que estiveram quase a acontecer e que nunca se concretizaram. Contas feitas, em 2020 assinalam-se 45 anos desde as nacionalizações que mudariam para sempre a história do panorama financeiro do país. Depois de quase todos os bancos terem pertencido ao Estado português, hoje, mais de quatro décadas passadas, nunca se ouviu falar tanto de “espanholização” ou “angolanização” da banca portuguesa. As novas regras europeias, que obrigaram os bancos a reforçar rácios de capital e a proverem-se de almofadas financeiras para fazer face a cenários de *stress*, expuseram as fragilidades que muitos deles enfrentaram durante anos, levando até ao desaparecimento de alguns. Uma situação que levou vários grupos económicos espanhóis e angolanos a aproveitar o momento para fechar bons negócios e garantir uma porta de entrada ou de reforço de posição no país.

É muito improvável que algo volte a ser como outrora. O mundo mudou, as regras também e os negócios ainda mais. O tempo das poderosas famílias parece ter acabado, e cada

vez mais as instituições adquirem um caráter internacional e com o capital disperso entre vários acionistas.

Solidez e segurança quase absoluta. Foi assim que durante anos os bancos foram descritos. E mais sério ainda: desde a década de 1980 que se assumiu que os bancos e os seus banqueiros estavam num patamar intocável. Isso contribuiu sobremaneira para que ao longo de quase três décadas a banca tivesse carta branca no panorama nacional. Mas as coisas mudaram radicalmente nos últimos 10 anos.

A grande crise financeira de 2007/2008 e a subsequente crise da dívida destaparam a cortina de fumo que durante décadas foi criada em redor do setor. O tempo veio mostrar que os erros e os exageros, tal como na vida de qualquer empresa, pagam-se caro, como ficou bem espelhado com o fim do BPN, BPP, BES e Banif.

Como o BPN foi comprado pelo Banco BIC (atual EuroBic) em 2011, importa rever o caso do Banco Português de Negócios mais ao detalhe.

Depois de três anos de calma e sem operações de relevo no setor financeiro, o ano de 2008 chegaria com uma notícia de enorme impacto: o BPN, criado em 1993 e liderado por José Oliveira e Costa até fevereiro desse ano, foi nacionalizado, depois de terem sido descobertos indícios de crimes de fraude fiscal e branqueamento de capitais, e de a instituição se debater com um elevado índice de falta de liquidez. Estas revelações foram feitas pelo antigo ministro das Finanças, Miguel Cadilhe, depois de assumir a presidência do BPN em junho desse ano. Quatro meses depois, o país assistiria à primeira nacionalização bancária desde o 25 de Abril de 1974, com a integração do BPN na CGD. Na altura, o governo liderado por José Sócrates criou três sociedades-veículo para acomodar os ativos do BPN e consequentemente proceder à sua venda. Foi também o Estado quem assegurou os postos de trabalho dos milhares de funcionários do universo BPN durante vários anos.

Figuras como Cavaco Silva ou Dias Loureiro viram os seus nomes envolvidos nas investigações ao caso BPN, o que o transformaria também num episódio político relevante em Portugal. Em 2011, com o pedido de resgate internacional, chegou também a urgência de alienação dos ativos da instituição. O banco BIC comprou o BPN livre de ativos tóxicos por 40 milhões de euros – já no governo do então Primeiro-Ministro Passos Coelho – e foram também vendidos, por exemplo, o BPN Crédito (36 milhões), o Efisa (38 milhões), o BPN Gestão de Ativos (3,2 milhões) e a Real Vida Seguros (27 milhões). Mas entre aumentos de capital, salários e limpezas de balanços, os documentos do Tribunal de Contas sobre a

nacionalização do BPN apontavam, no final de 2019, para um valor a rondar os 5 mil milhões de euros. José Oliveira e Costa foi constituído arguido em vários processos relacionados com a gestão do banco, tendo sido mesmo condenado.



Figura 1 – número de agências bancárias

De acordo com os dados da Associação Portuguesa de Bancos, reproduzidos na Figura 1, os bancos encerraram um terço dos seus balcões nos dez anos posteriores à crise de 2008. O resgate financeiro de Portugal, a resolução do BES, o fim do Banif e os enormes prejuízos nos grandes bancos explicam parte dos encerramentos. A digitalização dos serviços financeiros e da economia e a forte concorrência das "fintechs", como são chamadas as instituições financeiras digitais, fez o resto. Numa década, encerraram mais de 2000 balcões no país: Lisboa perdeu 600 agências, 40% do total; o Porto viu fechar mais de 400 balcões (37,8%), enquanto no Funchal desapareceram 63 agências bancárias, nada menos de 41,4%, a maior quebra percentual.

Na tentativa de resistir aos novos desafios, os bancos têm vindo a desenvolver as suas áreas digitais, a criar aplicações e a incentivar os clientes a aderir ao "e-banking". Há cada vez mais serviços bancários prestados *online*. Em setembro de 2019 entrou em vigor a diretiva dos pagamentos, que trará ainda mais concorrência por parte de "fintechs".

Portugal tem crescido de uma forma instável. Nas últimas três décadas foram privatizadas e nacionalizadas empresas, Portugal aderiu ao euro, foi resgatado e os portugueses tiveram que “salvar” bancos. Hoje a situação parece relativamente mais estabilizada, mas a banca nacional continua a enfrentar enormes desafios, alguns ainda herdados dos erros passados e da crise financeira, outros como consequência de uma economia europeia que está há mais de dez anos dependente de estímulos monetários e de baixas taxas de juro, que põem em causa a essência do negócio bancário.

1.2. EuroBic: principais pontos de ênfase

Tendo em conta que este trabalho é fruto do estágio e da experiência profissional no EuroBic, apresentam-se os principais pontos de ênfase do EuroBic, tendo como referência o Relatório e Contas do EuroBic (2018).

Atualmente, segundo dados do BdP, há cerca de 30 bancos autorizados, entre as quais está o Banco BIC Português, S.A. que tem como marca o nome EuroBic.

Sendo considerado como um banco pequeno no mercado nacional, a sua carteira representa apenas 4% da população no que toca ao volume de negócios das empresas, tendo uma representação de 2% do mercado nacional bancário (volume de negócios). O Universo BIC teve a sua origem no Banco BIC, S.A. que nasceu em Angola em 2005. Em 2008, em resultado da aposta na expansão internacional, em particular no mercado europeu, o Banco BIC Português, S.A. iniciou a sua atividade em Portugal.

Em 2012, com a aquisição do BPN ao Estado Português, o Banco BIC Português, S.A., assumiu uma posição de mercado mais abrangente, passando a englobar na sua atividade as linhas de negócio de banca de empresas, banco correspondente de bancos angolanos, banca de retalho dirigida a particulares e pequenos negócios e ainda *private banking*.

O Universo BIC tem vindo desde então a reforçar a sua projeção internacional através da abertura e aquisição de outras instituições financeiras. Em 2013, adquiriu uma instituição financeira em Cabo Verde que redenominou como Banco BIC Cabo Verde S.A., e em 2014 abriu um escritório de representação em Joanesburgo, África do Sul. Em 2015, com o intuito de aproveitar as sinergias que advêm da sua proximidade com Angola e África do Sul, os acionistas do Banco BIC Português, S.A., constituíram de raiz um banco comercial na Namíbia – o Bank BIC Namibia, Ltd, que iniciou a sua atividade em junho de 2016.

Em 2017, o Banco BIC foi obrigado a mudar de marca depois do Tribunal da Relação de Lisboa ter dado razão ao BIG na questão das semelhanças de imagem e nome entre as duas marcas e que confundiam os clientes. Dando cumprimento à decisão do tribunal, o BIC passou então a chamar-se EuroBic a partir de junho de 2017.

Esta mudança nunca satisfaz totalmente as pretensões do BIG, que continuou a ver redundâncias entre as duas marcas, argumentando que a introdução do prefixo "Euro" não

veio mudar substancialmente naquilo que é a percepção do mercado. Ou seja, as marcas ainda hoje confundem os clientes, segundo reclama o BIG.

Meses depois de ter anunciado a nova marca, o BIC deu entrada com o registo do nome EuroBic junto do Instituto Nacional de Propriedade Industrial em janeiro de 2018. Só em maio de 2019 é que obteve luz verde daquela autoridade para usar aquela marca em Portugal.

Ao mesmo tempo que seguia o processo de registo de marca em Portugal, o BIC também fez vários pedidos para registar a marca comunitária EuroBic no Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (EUIPO, na sigla em inglês). O EUIPO gere os direitos conferidos pelas marcas e os desenhos e modelos na União Europeia. Porém, nesta instância o processo tem revelado mais contratempos para o BIC.

Em 2018, a marca EuroBic desenvolveu um equilibrado processo de afirmação institucional, dando sequência ao programa de *rebranding* lançado em 2017 e procurando consolidar um posicionamento de inovação e digitalização suportado por um programa transformacional de grande ambição e profundo alcance estratégico. No dia 22 de setembro desse ano, o EuroBic comemorou os seus 10 anos de existência.

O banco tem assente cinco pilares principais: Confiança, Conhecimento, Consigo, Cooperação e Crescimento. É com base nestes pilares que é formado o seu slogan: “Crescemos juntos”.

Relativamente ao capital humano do EuroBic, há vários pontos a destacar, desde logo uma tendência diferente do restante setor quanto ao número de colaboradores. Se em 2013 eram 1350, no fim de 2018 eram 1464, tendo havido desde 2013 sempre um aumento, havendo apenas, de 2017 para 2018, uma redução de 0,9% tendo atingido o pico em 2017 com 1460 colaboradores). Olhando para a pirâmide etária, verifica-se que o grande bolo dos colaboradores tem idades compreendidas entre os 40 e os 50 anos, sendo a média de idades em 2018 de 43 anos, sendo um pouco inferior à média do setor, 47 anos. Por fim, na distribuição por géneros, o quadro de colaboradores apresenta 56% de homens e 44% de mulheres, verificando-se uma tendência de progressiva convergência quantitativa. Os colaboradores com habilitações académicas superiores representam 58%.

A evolução da atividade do EuroBic em 2018 foi caracterizada por um forte crescimento do seu volume de negócios e uma melhoria estrutural da rentabilidade, traduzida na evolução positiva do seu resultado principal. Em 2017 teve um volume de negócios na

ordem dos 10 milhões de euros e em 2018 aumentou esse volume de negócios para um pouco mais que 11 milhões de euros tendo representado um aumento de 8,9%. Relativamente ao ativo total líquido, era de cerca de 7 milhões de euros no fim de 2017 aumentando cerca de 10% relativamente ao período homólogo e no fim de 2018 aumento 6% para cerca de 7,5 milhões de euros. O resultado líquido em 2018 ascendeu a 42,5 milhões de euros, o melhor resultado obtido nos dez anos de atividade, tendo sido mesmo o banco “pequeno” com mais lucro nesse ano, invertendo a tendência dos restantes bancos ditos pequenos que na sua globalidade viram os seus lucros reduzidos para metade. Este resultado compara positivamente com os 25 milhões de euros registados no ano anterior, representando um aumento de 69,6%. Além do resultado líquido, aumentou em 4,9% o produto bancário, houve um crescimento da margem financeira de 4,3%, as comissões líquidas aumentaram 4,2% e ainda um aumento da carteira de crédito na ordem dos 11,5%. Os clientes com depósitos aumentaram 7,7% e houve uma diminuição do crédito com incumprimento de 19,8%.

O EuroBic conta com inúmeras agências espalhadas pelo país, mas no início de 2010 conta apenas com 13 gabinetes de empresas, de entre os quais o Gabinete de Empresas de Viseu que engloba empresas deste distrito e ainda do distrito da Guarda e Castelo Branco.

Relativamente à parte das empresas, o EuroBic acompanha as entidades do segmento *Medium Enterprise & Corporate*, isto é, empresas cuja faturação anual excede os 7,5 milhões de euros ou que integrem um grupo que atinja, em valores consolidados, aquele volume de faturação.

Os 13 gabinetes de empresas existentes no banco estão repartidos pela DCEN (Direções Coordenadoras de Empresas Norte) e DCES (Direções Coordenadoras de Empresas Sul). Estes 13 gabinetes apresentaram em 2018 um volume de negócios de 3.527 milhões de euros que correspondeu a um aumento de 8,3% relativamente ao mesmo período de 2017. Esta melhoria significativa explica-se em parte pela angariação de 271 novas empresas.

Principais marcos históricos desde a sua constituição:

2008 – Constituição do Banco BIC Português, S.A., com sede em Lisboa. Início de atividade com abertura do primeiro Centro de Empresas/Agência em Lisboa e Porto.

2009 – Expansão geográfica para Viseu, Aveiro, Leiria e Braga.

2010 – Abertura da Agência de Alvarenga, a primeira especialmente vocacionada para a captação de recursos.

2012 – Aquisição da rede comercial do BPN ao Estado Português e consequente fusão das duas entidades.

2013 – Primeira campanha de publicidade institucional com o objetivo de apresentar o Banco BIC à sociedade portuguesa.

2014 – Primeira campanha de crédito habitação em televisão desde 2008, atingindo a liderança na recordação total declarada no mês de referência (abril).

2017 – *Rebranding* EuroBic. Lançamento do novo site corporativo. Lançamento da App EuroBic para clientes particulares.

2018 – Início do programa de transformação digital e operativa. Restruturação da área de seguros.

1.3. Literacia Financeira

Com a alteração substancial dos hábitos de poupança e de endividamento das pessoas e das empresas, pode afirmar-se que a literacia financeira desempenha um papel importante não só nas condições de vida das pessoas e no equilíbrio da economia, mas também na medida em que influencia a qualidade do relacionamento entre a banca e o cliente. Uma fraca literacia financeira por parte da população tende a perpetuar práticas bancárias arcaicas e a adiar a necessária transformação e modernização do sistema bancário.

A literacia financeira consiste na compreensão de várias áreas financeiras, incluindo a gestão de finanças pessoais, dinheiro e investimentos. Concentra-se na capacidade de gerir questões de finanças pessoais e empresariais de maneira eficiente e inclui o conhecimento para tomar decisões apropriadas sobre investimentos, seguros, imóveis, orçamento familiar, reforma, planeamento tributário, financiamento, entre outros. É a capacidade de fazer julgamentos informados e tomar decisões efetivas, visando a gestão do dinheiro (Schagen, 1997), implica possuir competência e aptidão para utilizar os conhecimentos obtidos na área financeira (Moore, 2003) e, no caso das entidades com maior dependência ou maior relação com o sistema bancário, deve consistir também na compreensão dos princípios de mercado e no conhecimento dos instrumentos, organizações e regulação, fatores relevantes para a tomada de decisões financeiras (*Financial Industry Regulatory Authority, 2003*).

A OCDE, em 2005, foi mais longe na relevância e no alcance que deu a esta questão e definiu a literacia financeira como o processo que faculta aos consumidores/investidores uma significativa compreensão dos produtos financeiros, resultando na adoção de comportamentos financeiros ajustados. Todavia, o mesmo organismo ressalva que o acesso à informação não garante, por si só, uma melhor perceção dos conceitos e não garante a melhoria no processo de decisão. Por conseguinte, a formação é uma medida suplementar às medidas de proteção do consumidor/investidor e de regulação financeira, como garantia de um melhor e mais eficiente funcionamento dos mercados financeiros e dos seus agentes.

Existem muitas definições do conceito de “literacia financeira”. No entanto, podemos concluir que o termo resume o conjunto de conhecimentos, de formação e atitudes necessárias para permitir o reconhecimento e a compreensão dos fundamentos das finanças pessoais, a fim de se gerirem recursos financeiros de forma eficiente para uma vida inteira de bem-estar financeiro (Huston, 2010). Indivíduos informados e com literacia são capazes de tomar decisões responsáveis.

Além disso, cidadãos mais bem informados e com níveis mais altos de literacia financeira contribuem para a estabilidade do sistema financeiro, escolhendo os produtos que melhor se ajustam ao seu perfil de risco (Banco de Portugal, 2010; Atkinson & Messy, 2012). Além disso, o ambiente em que os consumidores são solicitados a tomar decisões financeiras está a tornar-se cada vez mais complexo. Essa situação agrava a dificuldade de entender e decidir conscientemente de maneira assertiva. Alguns dos fatores referidos como possíveis barreiras para decisões financeiras bem-sucedidas são a sobrecarga de escolha, a complexidade e a incerteza, os efeitos de tempo e as pressões, sobre (e sob) confiança, o autocontrolo e a quantidade de informações divulgadas e como elas são apresentadas (*Australian Securities and Investments Commission, 2011*).

Apesar das imposições políticas na regulamentação da divulgação adequada de produtos financeiros e de serviços disponíveis, alguns estudos sugerem que muitas pessoas, incluindo pequenos empresários não possuem literacia financeira adequada para lidar com as suas próprias finanças (Brown, Saunders & Beresford, 2006).

Em Portugal também existem dados interessantes sobre esta matéria. O 2.º Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa, realizado em 2015 no âmbito do Plano Nacional de Formação Financeira, teve como finalidade conhecer os níveis de literacia financeira da população portuguesa nas suas três dimensões: atitudes, comportamentos e conhecimentos financeiros, bem como identificar as áreas e os grupos populacionais com maiores défices de literacia financeira. Este Inquérito compreendeu questões que já tinham sido contempladas no Inquérito de 2010 (primeiro inquérito realizado neste âmbito), possibilitando uma comparação entre os resultados obtidos. Contudo, o Inquérito de 2015 decorreu num contexto mais amplo em comparação com o de 2010 (amostra de 1100 entrevistados com idade ≥ 16 anos, estratificada em conformidade com critérios de género, idade, localização geográfica, situação laboral e nível de escolaridade), contando com a participação de três supervisores financeiros e com a sua integração ao nível do exercício de comparação internacional dos níveis de literacia financeira dinamizado pela *International Network on Financial Education (INFE)*, a rede de formação financeira da OCDE.

Os resultados do referido Inquérito à Literacia Financeira de 2015 revelam que a inclusão financeira da população portuguesa é elevada, com registo de uma melhoria nestes indicadores em relação a 2010. Em 2015, 92,5% dos participantes eram titulares de pelo menos uma conta de depósito à ordem, com uma percentagem de 88,9% em 2010, um valor percentual que subiu para 93,5% entre os maiores de 18 anos, enquanto em 2010 era de

90,7%. Cerca de 73% dos entrevistados, em 2015, possuíam igualmente pelo menos um seguro, com 4,4% a terem investimentos em valores mobiliários. Ficou demonstrada uma melhoria dos hábitos de poupança, apesar de se manifestarem alguns sinais de inércia na aplicação dessa poupança em produtos financeiros. Em 2015, 59% dos entrevistados referiram ter hábitos de poupança (52%, em 2010), todavia, 60,8% dos que referiram poupar afirmaram que deixavam o dinheiro na conta de depósito à ordem. No que concerne às atitudes e aos comportamentos na gestão do orçamento familiar, os entrevistados revelaram prudência, assentes numa ponderação cuidadosa das despesas. Maioritariamente, os entrevistados relataram preferir poupar antes de comprar, controlar sistematicamente as suas finanças pessoais, pagar as suas contas a tempo e não considera ter demasiadas dívidas.

Na escolha de produtos financeiros, os resultados do Relatório de 2015 demonstram que existe um nível elevado de confiança dos entrevistados nas instituições, o que é análogo aos resultados apurados em 2010. Cerca de 83% referiram que leem a informação pré-contratual dos produtos financeiros disponibilizada pelas instituições, contudo esta nem sempre é o elemento chave na tomada de decisões. O conselho do funcionário ao balcão assumiu-se como um fator decisivo na escolha dos produtos financeiros, com uma percentagem de 59,1% dos casos, seguindo-se o conselho de familiares e amigos (51,1%). No que respeita aos conhecimentos financeiros, as respostas dadas em 2015 reiteram algumas lacunas, quer em questões gerais de numeracia financeira, quer em conceitos diretamente associados aos produtos financeiros. Nas questões sobre numeracia, 58,4% acertaram no cálculo de juros simples, todavia só 39,5% reconheceram o efeito dos juros compostos. Ao nível dos produtos bancários, 82% identificam corretamente o saldo de uma conta de depósito à ordem num extrato bancário, mas apenas 21,4% sabiam o que é o *spread* e 10,5% o que é a Euribor. Nos seguros, 62,7% demonstram saber em que consiste o prémio de seguro e 46,2% o que é a franquia de um seguro. No âmbito dos produtos de investimento, ficou demonstrado algum conhecimento acerca das ações, todavia apenas 4% sabiam o significado de capital garantido num valor mobiliário. O Relatório concluiu que os grupos populacionais com maiores défices de literacia financeira são os jovens e os idosos, os estudantes, os desempregados, os reformados, as mulheres, os que possuem baixos níveis de escolaridade e de rendimentos, constituindo-se, deste modo, como grupos populacionais prioritários ao nível da estratégia de formação financeira.

Recentemente, a INFE/OCDE revelou as conclusões do estudo de comparação internacional dos níveis de literacia financeira, que possibilitam fazer uma comparação da

situação portuguesa com a de um conjunto de 30 países, compreendendo 17 países da OCDE, com recurso a um conjunto de questões comuns aos questionários usados nos diferentes países. A literacia financeira foi analisada pela INFE fundamentando-se nas suas três vertentes: atitudes, comportamentos e conhecimentos financeiros. Para cada país foi calculado um indicador agregado de cada uma destas vertentes e um indicador global de literacia financeira. Entre os 30 países analisados, Portugal surge em 5.º lugar no indicador de atitudes financeiras, em 8.º lugar no indicador de comportamentos financeiros e em 13.º lugar na vertente de conhecimentos financeiros. No indicador global de literacia financeira, Portugal ocupa a 10.ª posição, acima da média de todos os países analisados e dos 17 países da OCDE que participaram no estudo.

Segundo o Plano Nacional de Formação Financeira (2019), os supervisores financeiros e o Ministério da Educação propuseram-se dar continuidade à implementação da estratégia de promoção da educação financeira nas escolas, prevendo a dinamização de dois novos cursos de formação para professores de centros de formação da Região de Lisboa e Vale do Tejo e da Região Norte. A parceria entre os supervisores financeiros, o Ministério da Educação e quatro associações do setor financeiro (Associação Portuguesa de Bancos, Associação Portuguesa de Seguradores, Associação Portuguesa de Fundos de Investimento, Pensões e Patrimónios e Associação de Instituições de Crédito Especializado) preparou o denominado *Caderno de Educação Financeira 4* que tem como público-alvo alunos e professores do ensino secundário, completando, deste modo, a oferta de materiais pedagógicos de apoio à educação financeira nas escolas, que passa por cobrir todos os níveis do ensino básico e secundário. À semelhança dos anos transatos, a divulgação dos cadernos de educação financeira, em 2019, conta com o apoio da Rede de Bibliotecas Escolares.

O curso de formação de professores é promovido pela Direção-Geral da Educação, contando com a colaboração de supervisores financeiros, sendo acreditado pelo Conselho Científico Pedagógico da Formação Contínua. Abrange sessões teóricas e práticas, num total de 25 horas de formação presencial, tendo os professores que realizar um relatório com a sugestão de implementação de temas de educação financeira, após o curso de formação. Nas sessões presenciais são abordados os seguintes conteúdos: “Referencial de Educação Financeira para a Educação Pré-Escolar, o Ensino Básico, o Ensino Secundário e a Educação e Formação de Adultos; Planeamento e Gestão do Orçamento Familiar; Sistema Financeiro; Contas e Meios de Pagamento; Poupança – Depósitos a Prazo; Poupança – Ações, Obrigações e Fundos de Investimento; Poupança – Produtos do Setor Segurador e dos Fundos de Pensões;

Seguros; Crédito e Prevenção e Gestão do Incumprimento; Apresentação de Propostas de Operacionalização do Curso pelos Formandos”. Os supervisores financeiros continuam disponíveis para apoiar ações de formação de professores nas regiões autónomas dos Açores e da Madeira, em colaboração com as respetivas Secretarias Regionais de Educação (Plano Nacional de Formação Financeira, 2019, pp. 10-11).

1.4. Produtos/Serviços Bancários: caso geral e o caso específico do EuroBic

Existe uma grande variedade de produtos bancários apontados para as empresas, seja para reforçar o capital circulante, o capital fixo ou para outros fins mais específicos. Estes tipos de créditos têm vindo a aumentar mais recentemente, isto depois de 2017 ter sido o ano mais baixo no que toca ao crédito às empresas, desde que o Banco de Portugal começou a recolher estes dados (2003). Em 2017 o valor dos “Novos Empréstimos Bancários” a empresas ascendeu a 28,8 mil milhões de euros às empresas, enquanto em 2018 houve um aumento 9,5% relativamente ao ano anterior, atingindo o nível mais elevado desde 2015. Esta trajetória, que 2019 terá confirmado, é possível devido à melhoria existente dos dois lados do mercado: a banca, que tem demonstrado mais disponibilidade a conceder crédito e no lado da procura por parte das empresas devido ao melhor clima de negócios e de confiança das mesmas.

Há uma série de produtos que potenciam essencialmente o apoio à tesouraria das empresas, ou seja, são créditos de curto prazo. São exemplos deste tipo de crédito, as contas correntes caucionadas, contas correntes de cheques pré-datados, efeitos (descontos de livranças e de letras), descobertos bancários, GPF (Gestão de Pagamentos a Fornecedores) também conhecido como *confirming* e *factoring*. Para financiar atividades especificamente relacionadas com o exterior, existem ainda as RDE (Remessas de Exportação), FEX (Financiamentos Externos) e os CDI e CDE (Créditos Documentários de Importação e de Exportação, respetivamente). Para os créditos de longo prazo, há as garantias bancárias, os mútuos e ainda os *leasings*.

Mas para qualquer banco, e o EuroBic não foge à regra, é necessário inicialmente conhecer a empresa a quem se vai dar crédito. Além da empresa, é essencial conhecer os seus sócios e ter acesso aos documentos contabilísticos da empresa dos últimos 3 anos da mesma. Ou seja, é sempre essencial fazer uma prospeção profunda, para depois se fazer uma proposta de crédito. Caso seja uma empresa recente, tenta-se sempre procurar o máximo tipo de dados e obter toda a informação possível dos intervenientes. Após toda essa informação, ela deve ser carregada para posteriormente ser gerado um nível de risco associado à empresa, que vai depois influenciar a tipologia, os montantes e o custo do crédito a conceder.

Um dos principais produtos bancários de apoio às tesourarias das empresas é a Conta Corrente Caucionada (CCC), que funciona como uma conta com um certo plafom para ser usado conforme se queira, mas que normalmente serve para combater necessidades de

tesouraria. Desta forma, a CCC pode ser utilizada e assim que se tem dinheiro novamente disponível à ordem, ela deve ser amortizada, visto que sempre que está a ser utilizada, o cliente está a pagar juros ao banco. Esta conta normalmente é renovável semestralmente. É um contrato de crédito em que o Banco se compromete, durante um certo período de tempo, a disponibilizar recursos financeiros ao Cliente até ao limite acordado. Desta forma, o Cliente recorre aos capitais que o Banco disponibiliza, na medida das suas necessidades, pagando juros apenas pelas importâncias efetivamente utilizadas.

A Conta Corrente dos Cheques Pré-Datados funciona praticamente da mesma maneira que a CCC, com a diferença que o banco apenas disponibiliza o dinheiro em troca de cheques pré-datados, isto é, se um cheque tem data de vencimento num dia, a entidade bancária adianta esse dinheiro no dia solicitado pelo Cliente e até à data de vencimento cobra juros. Tem também associado um limite para o montante e também para a validade dos cheques. Os serviços prestados neste contexto consistem na guarda, gestão e cobrança de cheques emitidos com data futura. O EuroBic encarrega-se da sua apresentação nos Serviços de Compensação do BdP, em conformidade com as datas de emissão, e assegura o respetivo crédito na conta do Cliente. Os Clientes ainda têm a hipótese de contratar esta modalidade com adiantamento sobre os valores entregues. Estes cheques podem ser sobre o EuroBic ou sobre Outras Instituições de Crédito (OIC). Assim, elimina os processos de guarda, tratamento operativo e apresentação dos cheques pré-datados, bem como a carga administrativa desses processos. Ao garantir a guarda e conservação dos cheques, o EuroBic anula os riscos de roubo, extravio, deterioração ou destruição dos cheques. O Cliente pode alterar as datas de cobrança dos cheques ou mesmo retirá-los, de acordo com regras pré-definidas contratualmente.

Relativamente aos Efeitos, existem as livranças e as letras. As Livranças são uma forma de financiamento a curto prazo, especialmente dirigida ao apoio da tesouraria das empresas porque satisfazem as necessidades de tesouraria pelo prazo desejado. É um título de crédito negociável, pelo qual o subscritor (emitente) se compromete a pagar ao seu credor (beneficiário) ou à ordem deste, uma determinada importância, numa certa data. Constitui, portanto, uma promessa de pagamento feita pelo subscritor ao beneficiário. Este documento confere ao banco um meio de protestar junto das instâncias legais um incumprimento, no caso de o Cliente faltar ao compromisso de pagamento das suas prestações. Além do subscritor e do beneficiário, poderá haver um avalista que é a entidade que se responsabiliza pelo pagamento do título de crédito, na totalidade ou em parte, normalmente consequência de

exigência do sacador, para se defender do risco presente na operação de crédito. Poderá ainda haver um endossante (entidade que transfere os seus direitos por meio do ato de endosso) e um endossado (entidade à qual são transmitidos os direitos pelo endossante).

As Letras são um título de crédito pelo qual uma pessoa (sacador) ordena a outra (sacado) que lhe pague a si ou a um terceiro (tomador ou beneficiário) determinada importância, em determinada data. Ou seja, a letra é uma ordem de pagamento passada pelo credor ao devedor. A vantagem da letra como forma de financiamento é o facto de poder ser descontada junto a um banco. Qualquer letra tem uma data de vencimento marcada de acordo com o prazo do crédito concedido. Elas podem ser pagáveis à vista (aquando da sua apresentação), a um certo termo de vista (pagável num certo prazo), a um certo termo de data (vencimento determina-se conforme o prazo contado a partir da data de emissão) e pagável num dia fixado (vence no dia nela indicado). Os efeitos que não sejam liquidados integralmente na data de vencimento, podem ser reformados. Podem ainda ser letras domiciliadas (à data de vencimento da letra, esta segue para o domicílio para ser paga; quando não é paga a letra vem devolvida sendo cobradas despesas de devolução ao sacador) ou não domiciliadas (8 dias antes do prazo de vencimento da letra é enviado um aviso de débito ao sacado, o qual terá à data de pagamento proceder à regularização da situação).

O Descoberto Bancário é a possibilidade de um Cliente levantar fundos ou fazer pagamentos a partir da sua conta de depósito à ordem, num montante que excede o saldo dessa conta, ou seja, é um serviço prestado pelo banco aos seus Clientes permitindo-lhes que, sem terem a conta devidamente provisionada para o efeito, possam movimentar fundos, até determinado limite e por um período autorizado, numa conta de depósitos à ordem. Esta modalidade de crédito é usada casuisticamente, para fazer face às necessidades de tesouraria e tem normalmente um custo mais elevado.

Atualmente, o EuroBic tem 4 produtos especializados em comercialização, sendo eles a Gestão de Pagamentos a Fornecedores, o *Factoring* e os *Leasings* Mobiliário e Imobiliário.

A Gestão de Pagamentos a Fornecedores (GPF) ou *Confirming* é o serviço de gestão de pagamentos através do qual o Banco se constitui como entidade centralizadora dos pagamentos do Cliente (Devedor) aos seus Fornecedores (Aderente) agindo como seu agente pagador e otimizando o pagamento a Fornecedores. Sendo um serviço especializado do EuroBic, este comunica aos Fornecedores que o seu Cliente lhe deu instruções para proceder

ao pagamento de um conjunto de créditos (normalmente faturas), numa data futura. Através desta comunicação, os Fornecedores notificados têm a garantia que os créditos vão ser liquidados pelo EuroBic na sua data de pagamento. Neste tipo de crédito há um contrato de GPF (estabelece os termos e condições em que o banco apoiará o Cliente na sua gestão dos pagamentos aos Fornecedores), um contrato de cessão de créditos (celebrado com um Fornecedor e o banco em que fica estabelecida a forma como se processa a cessão dos créditos confirmados pelo Cliente), uma ordem de pagamento (dada pelo Cliente ao banco para se proceder ao pagamento das faturas numa data futura), um aviso de pagamento (dado pelo banco aos Fornecedores das ordens de pagamento recebidas pelos Clientes e a data em que as mesmas serão executadas), uma data de vencimento (previamente acordada entre o Cliente e o seu Fornecedor que corresponde à data em que o Cliente deveria efetuar os seus pagamentos que coincide com a data em que o Cliente efetua o pagamento do montante ao banco), uma data de pagamento aos Fornecedores (que é o mesmo que a data de vencimento ou, nos casos em que o Fornecedor solicite a antecipação do pagamento, a data em que o pagamento antecipado é efetuado), um limite de crédito (que é o valor máximo de envolvimento estabelecido no contrato de GPF) e um limite de crédito disponível (que é a diferença entre o limite de crédito e o valor de faturas confirmadas em cada momento, através de ordens de pagamento do Cliente e avisos de pagamento do EuroBic).

De uma forma mais sucinta, o GPF é um produto/serviço direcionado para empresas de bom/muito bom risco que pretendam fazer o *outsourcing* da tarefa administrativa de pagamento aos Fornecedores, negociar prazos de pagamento mais favoráveis com os seus Fornecedores, conseguir descontos financeiros/comerciais junto dos seus Fornecedores, possibilitar aos seus Fornecedores acesso a crédito mais barato e a garantia de recebimento dos seus créditos. O aviso de pagamento informa o Fornecedor do montante que o banco irá efetuar em data futura, por conta e ordem do Cliente. A partir da emissão do aviso de pagamento, o banco garante o pagamento do montante constante nesse aviso.

O *Factoring* ou Cessão Financeira é a atividade que consiste na tomada de créditos de curto prazo (faturas), resultantes do fornecimento de bens ou serviços por parte da empresa aderente aos seus Clientes. Deste modo, é assegurado ao Cliente do banco a gestão e cobrança dos ditos créditos, podendo haver lugar a um financiamento por antecipação de fundos. O Aderente (Cliente do Banco) entrega regular e periodicamente a faturação sobre a carteira de devedores (Clientes do Aderente) selecionada. Aos devedores é enviada uma carta de notificação genérica, a qual é devolvida posteriormente ao fator (EuroBic). Desta forma, este

produto disciplina as cobranças, uma vez que há redução do prazo médio de cobranças, melhora a tesouraria da empresa aderente, reduz custos administrativos, atenua o risco de crédito, uma vez que é assumido pelo banco, liberta recursos humanos e financeiros e constitui uma fonte alternativa de financiamento.

As Garantias Bancárias (GB) são instrumentos de crédito concedido sob a forma de crédito por assinatura. Trata-se de uma modalidade de concessão de crédito em que não há lugar ao desembolso de fundos, mas sim à assunção de um compromisso perante terceiros relativo ao cumprimento de determinadas obrigações, caso estas não sejam honradas pelo Cliente. Trata-se de uma declaração de capacidade financeira, sendo um serviço prestado pelo banco em que não existe um compromisso perante entidades terceiras. Após a emissão da GB, é cobrado ao Cliente um prémio de três em três meses sobre o valor da garantia.

O Mútuo é uma linha de crédito destinada a projetos de investimento de mais longo prazo que visem o aumento da competitividade e/ou da produtividade da empresa. Este tipo de financiamento é feito e definido à medida das necessidades e especificidades exigidas por cada projeto.

O *Leasing* ou Locação Financeira pode ser feito relativamente a bens móveis ou imóveis. É um contrato pelo qual o banco se obriga, mediante retribuição (renda), a ceder ao Cliente o gozo temporário de uma coisa móvel ou imóvel, que o Cliente poderá adquirir, decorrido o período acordado, mediante o pagamento do valor residual definido contratualmente. É uma forma de financiamento rápida e flexível de aquisição de viaturas e equipamentos para o caso do *Leasing* Mobiliário e de aquisição ou construção de instalações para o caso do *Leasing* Imobiliário. O *Leasing* Mobiliário divide-se em automóvel, outros equipamentos e de máquinas que circulem na via pública. Já o *Leasing* Imobiliário engloba todos os bens imóveis, suscetíveis de serem dados em locação tais como terrenos, escritórios, lojas, consultórios, armazéns, fábricas, hotéis, etc. Ambos os tipos de *Leasing* têm como principais vantagens a rapidez de decisão e formalização, flexibilidade negocial, taxas atrativas, prazos adequados ao investimento e vantagens fiscais e contabilísticas.

Relativamente aos produtos/serviços relacionados com o estrangeiro, conhecidos como *Trade Finance*, temos as Remessas Documentárias de Exportação e Importação (RDE e RDI), Financiamento Externos (FEX), Créditos Documentários de Importação e Exportação (CDE e CDI), Cheques sobre o Estrangeiro, Pagares, Ordens de Pagamento Emitidas e Recebidas (OPE e OPR), Garantias Bancárias na Ordem Externa e ainda Banca de

Correspondentes. Destes, destacam-se as RDE's, os FEX's, os CDE's e CDI's e os Cheques sobre o Estrangeiro.

As Remessas Documentárias são um serviço que visa obter a liquidação de uma transação comercial sendo os respetivos documentos enviados através do sistema bancário. Estes documentos são enviados para o Banco do Importador para entrega sob determinadas condições, de acordo com instruções do Exportador. É um meio de pagamento internacional que oferece uma maior segurança devido à intervenção das entidades financeiras e garante o bom pagamento da mercadoria, no caso de esta ser entregue ao comprador na modalidade de remessa de documentos contra pagamento. Neste tipo de crédito, há 5 intervenientes: Exportador, Banco Remetente, Banco Intermediário, Banco Apresentador e Importador. O Exportador é o vendedor, é aquele que confia a operação de cobrança ao seu Banco. O Banco Remetente é o Banco ao qual o Sacador confiou a operação de cobrança e que gere todo o processo. O Banco Intermediário é todo o Banco que, para além do Remetente e Apresentador, intervém na cobrança. O Banco Apresentador é o que faz a apresentação da cobrança ao Importador e o Importador é o comprador, é aquele a quem deve ser apresentada a operação, de acordo com a ordem de cobrança. Nas RDE's, o EuroBic é parte ativa em todo o processo pois o envio de documentos é efetuado pelo EuroBic a pedido do seu Cliente (Exportador). Nas RDI's, o EuroBic tem uma atitude mais passiva uma vez que serve de intermediário entre o banco do Exportador e o Cliente EuroBic (Importador). Os documentos são entregues ao Cliente do EuroBic sob determinadas condições definidas pelo Exportador.

O FEX funciona como um empréstimo em Euros ou Moeda Estrangeira concedido pelo Banco BIC Português, SA (Mutuante) ao seu cliente (Mutuário) para fazer face a operações comerciais ou situações de investimento realizadas no estrangeiro. Para o Exportador, permite antecipar as receitas de exportação e para o Importador permite financiar e postecipar o momento da liquidação de importações. Não tem risco cambial, caso o financiamento seja na mesma moeda da exportação e são permitidas liquidações antecipadas e parciais.

O Crédito Documentário é um instrumento de crédito através do qual um Banco (Emitente) se compromete, por conta e ordem de um seu Cliente (Ordenador), a aceitar/pagar ao beneficiário um montante determinado, numa dada moeda, desde que sejam cumpridos os termos do crédito: isto é, desde que apresente os documentos exigidos em boa ordem e dentro da validade do crédito. Este produto destina-se, assim, a empresas importadoras e exportadoras, de bom risco, com boa solvabilidade e/ou capacidade técnica, preferencialmente

conhecedoras da atividade do comércio internacional. Neste tipo de operações os Bancos agem como intermediários entre o comprador e o vendedor, e apenas terão em consideração os documentos e não as mercadorias, serviços e/ou quaisquer prestações às quais os documentos possam reportar. Este instrumento garante ao beneficiário o recebimento do valor da mercadoria vendida e/ou serviços prestados, desde que ele cumpra os termos do crédito, não ficando assim dependente da capacidade ou vontade do comprador honrar o pagamento. É um meio de pagamento internacional que oferece uma maior segurança devido à intervenção das entidades financeiras e este aumento da segurança do recebimento permite ao exportador conceder aos seus Clientes prazos de pagamento mais favoráveis, aumentando a sua capacidade competitiva.

Neste tipo de crédito há 6 entidades intervenientes: Importador, Banco Emitente, Banco Notificador, Banco Negociador, Banco Confirmador e Exportador. O Importador é aquele que dá ao Banco instruções para abertura do crédito. O Banco Emitente é o Banco que recebe as instruções do Importador e que procede à abertura do Crédito Documentário. O Banco Notificador é o Banco que avisa o Exportador da abertura do crédito e age a pedido do Banco Emitente. O Banco Negociador é o Banco que recebe do Exportador os documentos mencionados na carta de crédito e que os envia ao Banco onde o crédito é pagável. O Banco Confirmador é o Banco situado em geral no país do Exportador, que assume perante este ou o Banco Negociador, solidariamente com o Banco Emitente, a responsabilidade do pagamento do crédito. Intervém quando ao Exportador não basta a garantia do Banco Emitente, em geral domiciliado no país do comprador. Nos CDI's, o cliente EuroBic é o Importador e, portanto, o EuroBic toma parte ativa no processo. Nos CDE's, a natureza do compromisso assumido pode ser crédito irrevogável não confirmado (compromisso do Banco Emissor pelo pagamento ou negociação dos documentos, de acordo com o estipulado) ou confirmado (para além do compromisso do Banco Emissor, também o Banco do Exportador assume responsabilidades perante o mesmo).

A Compra de Cheques Emitidos no Estrangeiro é um serviço que permite negociar ou descontar cheques sobre Bancos estrangeiros, permitindo maior rapidez na disponibilização de fundos. Permite concluir uma transação originada no estrangeiro, garantindo maior rapidez no recebimento de fundos. Há 4 tipos de cheques: Particular (cheques sacados sobre o estrangeiro por particulares e empresas sobre contas próprias, em qualquer moeda), Bancário (cheques emitidos por Bancos e sacados sobre outros Bancos no estrangeiro seus correspondentes ou sobre as suas próprias sucursais no estrangeiro, em

qualquer moeda), *Traveller's Cheques* (cheques pagáveis à vista pelo valor facial, ao portador, desde que a contra-assinatura que este tem de apor no espaço próprio do cheque, na presença do colaborador EuroBic coincida com a primeira assinatura que efetuou sobre o mesmo cheque, quando adquiriu junto do agente vendedor; este tipo de cheque é muito utilizado como um meio alternativo e seguro de transporte de divisas por turistas) e *Pagaré* (documento financeiro na moeda Euro emitido e sacado em Espanha cujo aspeto e menções são idênticas ao do cheque vulgar, com exceção no que respeita à data a partir da qual é exigível o seu pagamento). Neste tipo de operação há duas modalidades: Compra e Tomada em Regime de Cobrança. Na Compra, o Banco BIC Português, SA compra o cheque ao Cliente e credita de imediato a conta deste (exclusivo para clientes EuroBic). No caso de os cheques não serem pagos pelo banco sacado e, portanto, serem devolvidos, o Banco BIC Português, SA reserva o direito de debitar ao Cliente que os apresentou a quantia em causa, pois os cheques são comprados salvo bom fim. Em situações de fraude, a devolução dos cheques pode verificar-se muitos meses, ou até, anos depois, conforme os países. Na Tomada em Regime de Cobrança, o EuroBic só credita ou paga ao seu portador do cheque o respetivo valor após se ter assegurado do seu pagamento final junto do banco sacado. O cheque pode ser bem pago, mas posteriormente pode ser detetada a situação de fraude e a consequente devolução dos fundos ao banco cobrador. Nestes casos, a devolução dos cheques pode verificar-se muitos meses, ou até, anos depois, conforme os países.

1.5. Factos recentes sobre o crédito às empresas e perspetivas futuras

São muito raras as empresas que não recorrem ao crédito para se financiarem (seja crédito bancário, crédito comercial ou crédito concedido pelo grupo económico a que pertencem). Para financiar as suas necessidades de tesouraria ou os seus projetos de investimento, as empresas recorrem frequentemente a fontes de financiamento externas, sobretudo crédito bancário (algumas recorrem a empréstimos do grupo económico a que pertencem e muito poucas a títulos da dívida, incluindo a emissão de obrigações).

De acordo com o Banco de Portugal (Estudos da Central de Balanços, 34), em 2017 a dívida remunerada das empresas não-financeiras em Portugal superou ligeiramente os 50% do seu passivo, sendo que cerca de 40% da dívida remunerada (ou seja, pouco mais de 20% do passivo) foram “empréstimos bancários”. Este valor (algo entre 20 a 25% do passivo) tem sido a norma nos últimos anos, sendo que no caso das “pequenas e médias empresas” o peso dos “empréstimos bancários” no passivo tem superado os 30%. Já no caso das “grandes empresas”, o peso dos “empréstimos bancários” no passivo tem rondado os 10% apenas.

Ainda segundo a mesma fonte, existem cerca de 62% de empresas não-financeiras em Portugal que não recorrem a “empréstimos bancários” como forma de financiamento. Contudo, trata-se quase exclusivamente de (jovens) microempresas integradas em grupos económicos, que por necessidade (dificuldade de acesso ao sistema bancário) ou estratégia garantem o seu financiamento junto do grupo económico em que estão inseridas.

Como se percebe, esta “hierarquia de decisões financeiras” resulta da cultura empresarial prevalente e das características específicas do setor empresarial, do sistema bancário e dos mercados financeiros em geral, cujo funcionamento é mais afetado do que os outros mercados pela existência de assimetrias de informação entre os seus participantes e pela dimensão das empresas.

Em 2018, o novo crédito às empresas atingiu o maior valor desde 2015, tendo sido emprestados mais de trinta mil milhões de euros, segundo os dados do BdP. As grandes responsáveis por esta recuperação têm sido as grandes empresas, ou seja, aquelas em que as operações superam um milhão de euros. Por outro lado, no grupo das microempresas e das pequenas e médias empresas, o aumento dos “novos empréstimos” registado em 2018 apenas se verificou no segmento das microempresas, enquanto nas pequenas e médias empresas o financiamento bancário continuou a contrair.

Os empréstimos concedidos pelos bancos às empresas apresentaram, em dezembro de 2018, uma taxa de variação anual de 0,3%. De acordo com o Boletim Estatístico do Banco de Portugal: “Este indicador não era positivo desde maio de 2011”. Desde então, o crédito bancário às empresas esteve sempre a contrair tendo atingido durante 2018 um mínimo histórico.

A respeito da relação entre a dimensão das empresas e o nível de financiamento bancário é de registar que se olharmos para o *stock* do crédito bancário (e não para o fluxo anual), as microempresas (empresas com muito reduzida dimensão e menos de 10 empregados que apresentam um maior risco e níveis de incumprimento mais elevado) representavam no final de 2018 mais de 30% da carteira total do crédito dos bancos, sendo que as grandes empresas pesavam apenas 15% no financiamento bancário à atividade empresarial, tendo este valor diminuído face ao ano anterior apesar do aumento de “novos empréstimos” registado em 2018 neste segmento. Perante estes dados não surpreende que exista ainda uma grande margem de progressão em Portugal no que toca ao grau de sofisticação das operações de crédito e da qualidade da relação banco – cliente.

Tabela 1 – Crédito Bancário às Empresas (saldos em fim de período, dezembro de 2018)

Microempresas	21.477
Pequenas empresas	18.202
Médias empresas	15.739
Grandes empresas	10.245

Em milhões de euros

Fonte: Banco de Portugal, Boletim Estatístico

Outro dado favorável em 2018 foi a redução significativa do incumprimento. Pela primeira vez desde a crise económica, o rácio de incumprimento é inferior a 10%. Entre dezembro de 2016 e dezembro 2018, a percentagem de crédito vencido diminuiu de 15,2% para 9,6%.

Tabela 2 – Central de Responsabilidades de Crédito (dezembro de 2018)

Menos de 10% de crédito em incumprimento										
	dez-16	nov-17	dez-17	nov-18	dez-18	dez-16	nov-17	dez-17	nov-18	dez-18
	(rácio de crédito vencido - em %)					(devedores com crédito vencido - em %)				
Empréstimos em incumprimento										
Sociedades não financeiras	15,2	14,4	13,5	11,2	9,4	27,2	25,8	25,1	22,6	21,1
Por dimensão:										
Microempresas	27,1	24,5	22,6	20,0	16,7	28,6	26,7	25,9	23,3	21,6
Pequenas empresas	13,5	12,5	12,0	10,3	8,5	22,1	22,6	22,3	20,3	19,3
Médias empresas	10,2	9,1	8,7	4,6	3,8	19,2	20,5	20,2	18,8	17,9
Grandes empresas	2,8	3,2	3,1	4,9	4,0	9,9	10,2	10,1	10,8	10,8

Fonte: Banco de Portugal – Central de Responsabilidades de Crédito

O aumento do crédito às empresas em 2018 não foi sentido apenas em Portugal. O crédito às empresas na Zona Euro aumentou também, entre 3% e 4%, conforme a medida utilizada (ajustada ou não de operações de titularização).

Os juros cobrados pelos bancos por estes empréstimos variam mediante diversos fatores, pelo que é difícil fazer uma avaliação precisa e detalhada da evolução dos mesmos. Contudo, em termos médios, no final de 2018 os Bancos estavam a cobrar uma taxa de 2,46% no crédito às empresas de acordo com o BdP. Esta taxa de financiamento é mais elevada para operações até um milhão de euros: 2,67%. Por outro lado, a taxa média para as operações acima de 1 milhão de euros estava apenas em 2,29%. Apesar de baixas, estas taxas praticadas em Portugal estão acima da média da Zona Euro (1,48% no final de 2018), traduzindo ainda um custo de financiamento mais elevado para as empresas portuguesas.

Tabela 3 - Empresas Portuguesas com taxas de juro acima da Zona Euro

	Portugal					Área do euro(3)				
	dez-16	nov-17	dez-17	nov-18	dez-18	dez-16	nov-17	dez-17	nov-18	dez-18
	(taxa acordada anualizada - taa - em %)									
Empréstimos										
Sociedades não financeiras	2,76	2,58	2,16	2,43	2,46	1,63	1,56	1,56	1,51	1,48
Operações até 1 milhão €	3,21	2,95	2,87	2,76	2,67	2,23	2,13	2,09	2,02	1,97
Operações acima de 1 milhão €	2,23	2,05	1,58	1,98	2,29	1,42	1,30	1,37	1,30	1,32
Particulares:										
Habituação	1,83	1,54	1,57	1,36	1,41	1,78	1,88	1,85	1,83	1,81
Consumo	7,14	7,18	6,88	7,06	6,77	5,38	5,57	5,26	5,58	5,39
Outros fins	4,53	3,62	3,26	4,12	3,75	2,31	2,43	2,19	2,43	2,24

Fonte: Banco de Portugal e Banco Central Europeu (com cálculos do Banco de Portugal)

Fazendo uma retrospectiva ao setor bancário, facilmente concluímos que os últimos anos não deixaram saudades. Contudo, nem tudo foi mau. Dessa forma, os Bancos prepararam-se de uma forma mais eficaz para a década pós colapso de 2008. No que toca ao futuro, os presidentes dos grandes bancos em Portugal estão otimistas. Na conferência “O futuro do dinheiro” organizada no fim de 2018 pela TSF e Dinheiro Vivo, o presidente do Novo Banco, António Ramalho, defendeu que uma das prioridades para a próxima década é a mudança do conceito de como a banca trabalha com as empresas. Já Miguel Maya, presidente do Millennium BCP, referiu que os grandes pilares passam pela mobilidade, transportes, ambiente e energia. Paulo Macedo, presidente da CGD, considera ser fundamental o aumento do investimento industrial. Relativamente ao grande desafio da digitalização, é sabido que a banca terá de se adaptar rapidamente devido à entrada das *fintechs* no setor e à revolução digital em que estamos inseridos. É por isso fundamental investir nos disruptores futuros para tentar adquirir conhecimento e tecnologia, avisa Pedro Siza Vieira, ministro adjunto e da economia. Fazendo um apanhado daquilo com que poderemos vir a contar no futuro, estima-se que 90% dos custos com processos de verificação dos Bancos vão desaparecer com a inteligência artificial e 82% dos Bancos esperam aumentar as parcerias com *fintech* num futuro próximo (até 2025).

A política monetária agressiva, no sentido expansionista e acomodatória, implementada nos últimos anos pelo BCE foi determinante para tirar a economia europeia da crise. Portugal também tirou partido da descida da taxa de juro de referência do BCE para mínimos históricos e do enorme programa de compra de ativos (que facilitou o financiamento do Estado e de algumas empresas), com o reflexo na vida das empresas (a taxa de juro média suportada pelas empresas portuguesas baixou da fasquia dos 3% pela primeira vez desde 2006) e consequências positivas evidentes na sua posição financeira. Ou seja, no que se refere ao desempenho financeiro das empresas portuguesas, percebemos que este tem estado em clara melhoria.

Quando confrontados com o futuro da banca, alguns dos principais nomes nacionais referem estar a preparar-se da melhor forma para não perderem o andamento das tecnológicas financeiras que entraram de rompante no mercado português e mundial. Com a desmaterialização dos serviços bancários através da digitalização (com grande aposta no *netbanking*), a relação entre consumidores e marcas bancárias tornou-se mais distante. É importante perceber de que forma pode o marketing desempenhar um papel ao nível da manutenção/reforço dessa relação numa altura em que a tendência é para que cada vez menos

pessoas se dirijam aos balcões, levando a uma conseqüente redução do número de agências e, simultaneamente, da presença das marcas nas ruas das cidades.

O diretor de comunicação do Millennium BCP considera que “a relação entre consumidores e marcas bancárias está mais próxima, não só emocionalmente como também fisicamente”, considerando que, pelo contrário, “a migração para o digital, fenómeno inquestionável e real, permite-nos estar bem próximo dos nossos clientes, em todo o lado, em todas as ruas”. “Estamos à distância de um clique, onde quer que o cliente esteja”, resume, embora reconheça que “o *netbanking*, ou melhor, o *mobile banking*, veio obrigar os bancos a refundarem-se e a reinventarem o seu modelo de negócio”.

“Entendemos a crescente digitalização da oferta de produtos e serviços bancários e a aposta em canais diretos como uma oportunidade para um relacionamento mais próximo com os clientes”, concorda o diretor de marketing estratégico do Crédito Agrícola que recorda que “com esta facilidade de interação e importância na vida das pessoas, o dispositivo móvel e o computador tornaram-se em meios que permitem uma proximidade significativa com os clientes, que terão como expectativa que o seu banco lhes proporcione uma interação e experiência adequadas a este contexto de relacionamento”.

“É preciso não esquecer que os balcões estão a fazer também uma profunda transformação digital, com a introdução de novas soluções digitais de mobilidade, digitalização e automação e uma nova forma de prestar serviço”, salienta a diretora de comunicação, marca e responsabilidade social do BPI, banco em que 80 por cento dos clientes empresariais utilizam os canais digitais. “O nosso enfoque está na transformação dos momentos-chave de venda e serviço aos clientes, e articular completamente a relação digital e presencial para tirar partido das vantagens de cada um dos canais em cada instante”, conclui a responsável.

No mesmo sentido, a responsável de marketing do Santander afirma que “a aposta passa por desenvolver relações de proximidade com os clientes prestando um serviço de qualidade e excelência, qualquer que seja o canal de contacto”. “Os canais digitais são complementares a uma relação de confiança representada por uma marca capaz de construir todos os dias o caminho certo da fidelização, da transparência, da solidez, da capacidade de estar perto das necessidades mais prementes dos empresários e das famílias portuguesas”, salientando que “temos de ter a capacidade de pensar em permanência no que pode fazer a diferença para os nossos clientes”. Como exemplo aponta o projeto Work Café Santander,

espaços da marca onde as pessoas podem estar a trabalhar, a ter reuniões ou simplesmente tomar o pequeno-almoço.

Com todas estas diversas medidas, os bancos pretendem que haja uma inovação e modernização dos serviços prestados, uma desmaterialização burocrática dos processos, um reforço de competências nos recursos humanos que tenha como consequência uma melhoria contínua na proximidade e personificação das relação banco-cliente.

No panorama europeu, o responsável do Fundo Europeu de Investimento (FEI), Alessandro Tappi alerta, contudo, para um problema diferente, que escapa ao controlo dos bancos. De acordo com Tappi o facto de os bancos na Europa não terem atualmente incentivos para conceder crédito penaliza as empresas e a economia europeia (citado em Tavares, 2019).

O FEI, organismo do Banco Europeu de Investimento, tem como missão apoiar as PME europeias e executar a política da União Europeia em termos práticos. O Fundo cria e desenvolve capital de risco e de crescimento, dá garantias e cria instrumentos de financiamento. Nos acordos com os bancos, o FEI dá garantias e reparte o risco na concessão de crédito (Tavares, 2019).

O Fundo tem sido fundamental na aplicação do chamado Plano Juncker, ou Plano de Crescimento para a Europa. Segundo dados de fevereiro de 2019, Portugal já recebeu apoios de 8,8 mil milhões de euros do FEI no âmbito do plano. Sem este apoio, fica mais difícil a algumas PME terem acesso a financiamento.

"Os bancos já não podem ser bancos porque não podem conceder crédito. Porque fazer empréstimos custa muito em termos de capital", afirmou Tappi. Com a crise, "os bancos reduziram substancialmente a sua capacidade de financiar a economia, ou seja, as PME." Acresce que os constrangimentos regulatórios são muitos: como diz o responsável do FEI: "Quando se tem de alocar o dobro do capital para a carteira de crédito, claro que há uma tendência para não se emprestar. Não se incentiva a concessão de crédito" (citado em Tavares, 2019).

Tudo "para prevenir a próxima crise financeira". É certo que o responsável do FEI não espera que haja uma "nova grande crise", apesar de prever que "as taxas de incumprimento vão subir em toda a Europa", o que só não aconteceu ainda devido às baixas taxas de juro. Contudo, alerta que " Se houvesse uma nova grande crise seria devido a

problemas soberanos, a la brexit. Se outro país decidir tornar-se difícil com a Europa, teremos um problema" (citado em Tavares, 2019).

No futuro, o FEI deverá continuar a financiar PME, mas deverá apoiar prioritariamente as empresas mais voltadas para a economia sustentável, defende Alessandro Tappi. A *blue economy* - dedicada a proteger os recursos marítimos -, a *green economy* - amiga do ambiente - e a inclusão social são temas que chamam a atenção do FEI e que deverão fazer parte do orçamento do próximo programa: um programa que terá incorporada "uma filosofia" que não tem existido até agora.

II PARTE – ESTUDO EMPÍRICO

CAPÍTULO 2: A INVESTIGAÇÃO E A SUA METODOLOGIA

O conhecimento científico é definido por Lakatos e Marconi (2017) como um conhecimento baseado em factos reais, que se podem constituir em problemas de investigação, sendo verificável por processos experimentais e organizado sistematicamente em corpos lógicos que formam as teorias. Consideram que o conhecimento científico é real, porque lida com fatos; contingente, pelas suas experiências; sistemático, pela sua metodologia, ordenada de maneira lógica e conexa; verificável, pois afinal, hipóteses não comprovadas não pertencem ao campo da ciência; falível, por não ser definitivo nem absoluto.

Este tipo de conhecimento a que se ambiciona resulta da aplicação da metodologia científica enquanto disciplina que, “examina e avalia as técnicas de pesquisa bem como a geração ou verificação de novos métodos que conduzem à captação e processamento de informações com vista à resolução de problemas de investigação” (Barros & Lehfeld, 2007).

A metodologia é assim o meio que possibilita atingir um resultado ambicionado, ou seja, o caminho utilizado pelo investigador para recolher as informações necessárias, confiáveis e relevantes sobre uma temática a ser estudada numa investigação. Coutinho (2014) assegura que é pelo itinerário da metodologia que se consegue precisar como o fenómeno em estudo vai ser planeado e quais os caminhos que delimitam a sua realização. Os procedimentos metodológicos constituem uma etapa determinante para a concretização do estudo, descrevendo as diferentes etapas percorridas, para atingir os objetivos delineados, dando resposta à questão de partida, que se passa a descrever neste mesmo capítulo.

Assim sendo, e após revisão bibliográfica sobre o tema em estudo, apresentam-se os elementos, imprescindíveis, do processo de investigação.

2.1 Justificação do estudo

A pertinência da escolha do tema está relacionada com o grande interesse que o setor bancário desperta, por ser um tema ainda pouco explorado e que grande parte da sociedade, apesar de lidar com produtos bancários diariamente, ainda desconhece, como se prova pelos reduzidos níveis de literacia financeira. A nível empresarial esta desinformação não é tão generalizada, mas também existe. Há uma vasta oferta de produtos bancários para empresas e grande parte dos bancos comerciais, além de estarem virados para os particulares e para as famílias, têm nas empresas uma grande fonte de rendimento. Concretamente para o caso do EuroBic, este tem inúmeras agências espalhadas pelo país, mas como se disse conta apenas com 13 gabinetes de empresas, de entre os quais o Gabinete de Empresas de Viseu.

Importa referir que a base de dados usada é do EuroBic. A possibilidade de utilizar esta base de dados, em particular, adveio da realização de um estágio nesta entidade bancária, iniciado a 1 de junho de 2018, com conclusão no seu Gabinete de Empresas de Viseu. Além do setor bancário sempre ter sido uma área de bastante interesse, a facilidade de acesso a informação e a curiosidade que o tema me desperta foram as grandes motivações de natureza pessoal para a realização desta dissertação.

2.2. Questão de investigação e objetivos

O ponto de partida para este capítulo empírico é a ideia que foi sendo expressa ao longo desta tese de que, no que respeita ao papel da banca como financiador da atividade empresarial, o futuro do negócio bancário passa muito por investir na proximidade da relação com o cliente, quer para garantir a sua confiança e fidelidade quer para conseguir disponibilizar os produtos e serviços que melhor respondem às necessidades específicas das empresas.

De acordo com Freixo (2011), a definição das questões da pesquisa é presumivelmente o passo mais importante a ser considerado num estudo de pesquisa, já que a forma de uma questão fornece um indício importante para traçar a estratégia de pesquisa que será adotada. Para o mesmo autor, o problema de investigação pode ser formulado como perguntas, estas deverão ser delimitadas a uma dimensão viável, claras e precisas, assumindo-se como a fase que deve potenciar o conhecimento do fenómeno em estudo, de uma forma significativa.

Neste sentido, formulou-se a seguinte questão de investigação:

- Será que o volume de negócios da empresa influencia a escolha do produto bancário do EuroBic?

A escolha desta questão em particular foi condicionada pelos dados disponíveis e pelo facto de muitos estudos e estatísticas sobre o financiamento (nomeadamente os estudos e estatísticas do Banco de Portugal) utilizarem a dimensão das empresas como um dos critérios principais de diferenciação. Como argumentado na introdução, a resposta a esta questão pode ser encarada como um contributo para saber até que ponto existe já uma customização relevante dos produtos de financiamento do EuroBic em função, neste caso, da dimensão da empresa cliente.

Após ter sido elaborada a questão de investigação, foi necessário definir objetivos que estivessem de acordo com essa questão, pois são os mesmos que delimitam o alcance do estudo e indicam os aspetos que se pretendem analisar.

A definição dos objetivos de uma investigação permite determinar o que se pretende alcançar com o processo de estudo. Os objetivos podem ser gerais ou específicos, sendo que os primeiros sintetizam a questão central de investigação, e os específicos se constituem como

linhas orientadoras que mostram o caminho para alcançar a problemática desta investigação (Pocinho, 2012). Neste sentido, formularam-se os seguintes objetivos:

2.2.1 Objetivo geral

- Averiguar se o volume de negócios da empresa influencia a escolha do produto bancário do EuroBic.

2.2.2 Objetivos específicos:

- Averiguar quais os produtos/serviços bancários que os clientes usufruem na globalidade dos bancos (EuroBic ou outros);

- Verificar quais os produtos/serviços bancários que os clientes usufruem no EuroBic;

- Constatar quais os produtos/serviços bancários que os clientes consideram ter melhores condições no EuroBic, comparativamente com outras instituições de crédito;

- Conhecer as razões que levaram os clientes a escolherem os produtos/serviços bancários que detêm no EuroBic;

- Perceber o grau de satisfação dos clientes perante esses produtos/serviços;

- Verificar a perceção dos clientes face ao atendimento proporcionado pelo EuroBic em geral e pelo Gabinete de Empresas de Viseu em particular.

A este respeito, a definição de alguns objetivos específicos visou também obter uma ideia geral sobre a qualidade da relação banco-cliente para o caso do Gabinete de Empresas de Viseu do EuroBic, realçando assim a importância que este aspeto tem vindo a assumir na estratégia de desenvolvimento deste banco e do sistema bancário em geral.

2.3 Tipo de estudo

Para se responder às questões de investigação, o presente estudo é de natureza quantitativa, transversal e de carácter descritivo-correlacional. Enquanto estudo quantitativo possibilita realizar generalizações a outras populações tendo por base os resultados numéricos obtidos, permitindo estabelecer relações de causa e efeito. Pretende-se, assim, explorar relações entre as variáveis e descrevê-las (Fortin, 2009).

O recurso à metodologia quantitativa deve-se ao facto de os dados facultarem realidades objetivas quanto às variáveis em estudo, suscetíveis de serem conhecidas. Este tipo de estudo “visa analisar a incidência, distribuição e relações entre variáveis que são estudadas tal e qual existem, em contexto natural, sem manipulação, sendo quase sempre classificados em função desses três objetivos básicos: descrever, explicar ou ainda explorar” (Coutinho, 2014, p. 277).

Assim, assumiu-se desenvolver um estudo descritivo uma vez que se pretende descobrir a incidência e a distribuição de determinados traços ou atributos de uma determinada população. O presente estudo pode ser caracterizado como tal, porquanto se pretende estudar a distribuição do traço (variável) numa amostra representativa da população alvo (Coutinho, 2014).

2.4. Hipóteses

Qualquer tema de investigação apresenta no problema a dificuldade sentida, pelo que se torna primordial a procura de uma resposta “provável, suposta e provisória”, que se traduz na hipótese (Lakatos & Marconi, 2007). Numa investigação, as hipóteses estabelecem uma relação prevista entre duas ou mais variáveis, dependente e independentes. As hipóteses relacionam-se entre si (Pocinho, 2012).

Deste modo, de acordo com o problema em estudo, procurar-se-á o estabelecimento de relações entre as variáveis, formulando-se, deste modo, as hipóteses que se pretendem estudar:

H₀: O volume de negócios da empresa influencia a escolha do produto bancário.

H₁: O volume de negócios da empresa não influencia a escolha do produto bancário.

2.5. População e amostra

A amostra consiste numa parcela convenientemente selecionada de um universo (população), ou seja, é um subconjunto da população (Lakatos & Marconi, 2007). Tendo em conta a temática de estudo, a população do mesmo incidu em empresas clientes do Gabinete de Empresas de Viseu do EuroBic. A amostra em estudo é do tipo não probabilístico por conveniência ou acidental. É constituída por 38 clientes do Gabinete de Empresas de Viseu do EuroBic. Foram contactadas cerca de 300 empresas, mas o número de respostas obtidas e válidas para o estudo em questão foi de 38, não sendo representativa (apenas 15% de respostas) em função do tipo de empresas respondentes, o que se constituiu como uma limitação ao presente estudo, não permitindo fazer generalizações dos resultados obtidos. Mesmo assim podemos dizer que a amostra é razoavelmente diversificada tendo em conta as suas características finais, diferenciadas e abrangentes, como a seguir se apresenta.

2.5.1. Caracterização da amostra

Na amostra total, a maioria dos clientes do Gabinete de Empresas de Viseu do EuroBic é do sexo masculino (73,7%), com idades compreendidas entre os 26 e os 65 anos, com prevalência dos participantes na faixa etária dos 36-45 anos (42,1%). Maioritariamente, os participantes possuem a licenciatura/bacharelato (57,9%). O principal setor de atividade é o comércio (36,8%), seguindo-se a indústria (31,6%). Estão em maior representatividade os participantes residentes no Distrito de Viseu (42,1%), com expressividade especial para os que residem no Concelho de Viseu (36,8%). Em igual valor percentual (26,3%) encontram-se os participantes que são clientes do EuroBic há mais de 10 anos e entre 1-4 anos (cf. tabela 3).

Tabela 4 - Caracterização sociodemográfica da amostra

Variáveis	N	%
Sexo		
Feminino	10	26,3
Masculino	28	73,7
Grupo etário		
26-35 anos	4	10,5
36-45 anos	16	42,1
46-55 anos	8	21,1
55-65 anos	10	26,3
Habilitações literárias		
Ensino Secundário	6	15,8
Licenciatura/Bacharelato	22	57,9
Pós-Graduação/Mestrado/Doutoramento	10	26,3
Principal setor de atividade		
Automóvel	4	10,5
Comércio	14	36,8
Indústria	12	31,6
Saúde	2	5,3
Transportes	2	5,3
Outro	4	10,5
Zona de residência		
Concelho de Viseu	14	36,8
Distrito de Viseu	16	42,1
Fora do Distrito de Viseu	8	21,1
Tempo que é cliente do EuroBic		
< 1 ano	2	5,3
1 – 4 anos	10	26,3
4 – 7 anos	8	21,1
7 – 10 anos	8	21,1
> 10 anos	10	26,3

2.6. Instrumento de recolha de dados

O instrumento de recolha de dados é um meio utilizado para colher todas as informações oportunas e pretendidas da amostra selecionada, para posteriormente se submeter a tratamento estatístico, possibilitando obter conclusões, tendo em conta as hipóteses e a fundamentação teórica prévia. Freixo (2011) refere que a elaboração de um instrumento de recolha de dados consiste em traduzir os objetivos específicos da investigação em parâmetros bem rígidos, atendendo a regras básicas para o seu desenvolvimento, obtendo, desta forma, informação válida e pertinente para a realização da investigação. Neste sentido, o instrumento de colheita de dados pelo qual se optou neste estudo de investigação foi o inquérito por questionário elaborado *ad hoc*, ou seja, para fins específicos do estudo tendo em conta a revisão bibliográfica e a experiência do investigador na área (cf. Anexo I). Este é constituído por quatro partes:

Parte I - Dados gerais e demográficos, cujas perguntas permitem recolher informação para a caracterização sociodemográfica da amostra), nomeadamente: género, idade, habilitações literárias, principal setor de atividade, zona de residência e há quanto tempo é cliente do EuroBic.

Parte II - Dados financeiros, onde constam 3 questões: de quantos bancos é cliente, de quantos produtos/serviços bancários é cliente e qual o volume de negócios (aproximado) da sua empresa (ano 2018);

Parte III - Relação com o Gabinete de Empresas de Viseu, com formato de resposta tipo *likert*, na qual é solicitado aos participantes que assinalem a sua perceção (1 - Péssima, 2 - Má, 3 - Suficiente, 4 - Neutra, 5 - Boa, 6 - Muito Boa, 7 -Excelente) no que diz respeito ao atendimento proporcionado pelo EuroBic em geral e pelo Gabinete de Empresas de Viseu em particular;

Parte IV - Contém uma lista de produtos/serviços bancários para que os participantes possam indicar os que usufruem na globalidade dos bancos (EuroBic ou outros), sendo esta uma questão de escolha múltipla. É também pedido que, desses produtos/serviços escolhidos anteriormente, indiquem, por ordem preferencial, os 3 mais importantes (para a atividade da sua empresa em particular), indicando igualmente quais destes produtos/serviços bancários usufruem no EuroBic e quais consideram ter melhores condições no EuroBic comparativamente com outras instituições de crédito. Constam também um conjunto de

questões com formato de resposta tipo *likert*, relativamente às razões que levaram a escolher os produtos/serviços bancários que detêm no EuroBic, assinalando a sua perceção para a importância atribuída a cada um dos itens indicados (1-Nada, 2- Muito Pouco, 3-Pouco, 4-Razoavelmente, 5-Consideravelmente, 6-Muito, 7-Bastante).

2.7. Procedimentos de recolha de dados

Tendo em atenção os objetivos mencionados anteriormente, o processo de obtenção de dados dividiu-se em dois momentos diferentes: o da recolha de informação secundária, através da consulta e recolha de bibliografia em livros, revistas, trabalhos realizados, internet e bases de dados, e o da recolha de informação primária através da aplicação de questionários aos clientes do banco, as empresas.

Qualquer questionário possui três objetivos específicos (Malhotra, 2006), sendo estes:

- A criação da informação necessária através das questões que irão ser colocadas aos entrevistados;
- A forma de elevar, motivar e encorajar o respondente a envolver-se no questionário, a cooperar e a completá-lo;
- A minimização dos erros de resposta.

2.8. Análise dos dados

O tratamento de dados foi efetuado recorrendo ao programa *Statistical Package for the Social Science* (IBM® SPSS® Statistics) – versão 24. Para tal, procedeu-se a uma prévia codificação numérica das variáveis presentes no instrumento de colheita de dados, que permitiu a análise estatística dos dados numéricos através de testes estatísticos, de acordo com a função das variáveis na investigação. A análise estatística pode ser realizada essencialmente de duas formas, através da estatística descritiva e da estatística inferencial, ambas relacionadas com o nível de mensuração ou carácter escalar das variáveis em estudo – nominal, ordinal, intervalar ou de razão (Fortin, 2009).

Foram recolhidos o conjunto de dados brutos de maneira a poderem ser interpretados e se responder às questões de investigação, recorrendo-se à estatística descritiva. Independentemente da natureza dos dados, a estatística descritiva visa: “organizar e descrever os dados de forma clara; identificar o que é típico e atípico; trazer à luz diferenças, relações e/ou padrões” (Coutinho, 2014, p. 152).

Para além da estatística descritiva, fez-se também uso da estatística inferencial, uma vez que é através desta que é possível “generalizar os resultados de uma amostra de sujeitos, ao conjunto da população”, ao prever o comportamento ou as características da população total, permitindo avaliar um parâmetro, avaliar uma relação e/ou prever um valor (estabelecer uma relação de causa-efeito), recorrendo, para tal, ao uso de testes não paramétricos (Fortin, 2009, p. 440).

Na opinião de Coutinho (2014, p. 192), “nenhum teste estatístico pode provar que uma variável provocou uma mudança noutra variável”, apenas que as diferenças entre as médias das pontuações de cada um dos grupos são ou não fruto do mero acaso.

Foi utilizado o teste não paramétrico *Teste de Kruskal-Wallis* que deve ser utilizado nas situações em que a ANOVA não pode ser utilizada, nomeadamente quando as variâncias são muito heterogéneas. O *Teste de Kruskal-Wallis* pode ser usado para comparar as distribuições de duas ou mais variáveis, observadas em uma ou mais amostras independentes (Marôco, 2014; Pestana & Gageiro, 2014).

Para os testes aplicados assumiu-se um grau de confiança de 95%, rejeitando-se a existência de associações com níveis de significância igual ou superiores a 5%. Foram assim adotados os níveis de significância estabelecidos por Pestana e Gageiro (2014):

- $p \geq 0,05$ – não significativo;
- $p < 0,05$ – estatística ligeiramente significativa;
- $p < 0,01$ – estatística muito significativa;
- $p < 0,001$ – estatística muitíssimo significativa.

Os dados analisados são reportados em tabelas que possibilitam a síntese e uma adequada interpretação dos mesmos.

2.9. Procedimentos éticos

Qualquer investigação deverá ser levada a cabo tendo por base princípios éticos baseados no respeito pela dignidade humana, nomeadamente o respeito pelo consentimento livre e esclarecido, o respeito pelos grupos vulneráveis, o respeito pela vida privada e pela confidencialidade das informações pessoais, o respeito pela justiça e pela equidade, o equilíbrio entre vantagens e inconvenientes, a redução dos inconvenientes e a otimização das vantagens (Fortin, 2009).

Aos participantes foi garantida a completa confidencialidade. Garantiu-se que os dados recolhidos apenas seriam utilizados no âmbito do estudo, que a participação de cada um era voluntária podendo desistir em qualquer momento do preenchimento do instrumento de recolha de dados e que pela sua participação não usufririam de qualquer benefício ou malefício.

CAPÍTULO 3: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

Neste capítulo serão apresentados os resultados da investigação, através de análises estatísticas, reportando-se diretamente às questões de investigação. Enquanto estudo descritivo-correlacional, os resultados serão, numa primeira fase, apresentados com recurso à análise descritiva e, posteriormente, far-se-á uso da estatística inferencial de modo a analisar a existência de relações entre as variáveis estudadas. Ambos os procedimentos serão acompanhados pela apresentação de tabelas, como forma de facilitar ao leitor uma consulta rápida e global, complementado, assim, a exposição escrita dos dados.

3.1. Análise descritiva

3.1.1 Dados financeiros

Constata-se que 52,6% dos participantes são clientes de mais de 4 bancos e 47,4% entre 2-4 bancos. Com igual percentagem (42,1%, respetivamente) registam-se os clientes com 4-6 e com mais de 6 produtos/serviços bancários. Quanto ao volume de negócios (aproximado) da sua empresa (ano 2018), verifica-se que a maioria (31,6%) dos clientes referiu um volume de negócios aproximado de 1M€-5M€, 21,1% possui um volume de negócios de 10M€-20M€ e, com igual valor percentual (21,1%), um volume de negócios superior a 250M€ (cf. tabela 3).

Tabela 5 - Dados financeiros

Variáveis	N	%
Cliente de quantos bancos		
> 4 bancos	20	52,6
2-4 bancos	18	47,4
Número de produtos/serviços bancários de que é cliente		
> 6	16	42,1
4-6	16	42,1
1-3	6	15,8
Volume de Negócios (aproximado) da sua empresa (ano 2018)		
> 250M€	8	21,1
100M€-250M€	2	5,3
50M€-100M€	0	0
20M€-50M€	4	10,5
10M€-20M€	8	21,1
5M€-10M€	2	5,3
1M€-5M€	12	31,6
<1M€	2	5,3

3.1.2 Relação com o Gabinete de Empresas de Viseu

No que diz respeito à relação com a Instituição, constata-se que estão em maioria os clientes que têm boa relação com a Instituição (47,4%), secundados pelos que referem ter muito boa relação (42,1%). Verifica-se que 42,1% dos clientes admitem ter muito boa relação com o seu gestor, 36,8% uma boa relação e 21,1% uma excelente relação. Apura-se que 47,4% dos clientes referem uma boa facilidade de comunicação, velocidade e perspicácia de resposta via *e-mail*, tendo 36,8% classificada essa facilidade de comunicação como muito boa e 15,8% excelente. Constata-se que 42,1% dos clientes consideram muito boa a facilidade de comunicação, velocidade e perspicácia de resposta via telefone, tendo 36,8% classificado de boa facilidade de comunicação via telefone e 15,3% como excelente. Sobressaem os clientes que admitem muito boa resolução das questões colocadas ao Gabinete de Empresas de Viseu (42,1%), secundados pelos que classificam a resolução e problemas colocados como boa (36,8%), tendo, em igual valor percentual (10,5%) os que consideram uma excelente resolução de problemas e os que se revelam neutros a este propósito. Em relação à simpatia e profissionalismo dos colaboradores, constata-se que prevalecem os clientes que a classificam como muito boa (42,1%), tendo 31,6% referido que esta relação é boa e 21,1% classificaram-na como excelente. A maioria dos clientes (42,1%) classifica a eficácia e facilidade de utilização das ferramentas digitais do banco como sendo muito boa, seguindo-se os que a consideram boa (31,6%), com apenas 5,3% a classificá-la de excelente e 21,1% revelam-se neutros.

Tabela 6 - Relação com o Gabinete de Empresas de Viseu

Variáveis	N	%
Relação com a Instituição		
Neutra	2	5,3
Boa	18	47,4
Muito Boa	16	42,1
Excelente	2	5,3
Relação com o seu gestor		
Boa	14	36,8
Muito Boa	16	42,1
Excelente	8	21,1
Facilidade de comunicação, velocidade e perspicácia de resposta via e-mail		
Boa	18	47,4
Muito Boa	14	36,8
Excelente	6	15,8
Facilidade de comunicação, velocidade e perspicácia de resposta via telefone		

Neutra	2	5,3
Boa	14	36,8
Muito Boa	16	42,1
Excelente	6	15,8
Resolução das questões colocadas		
Neutra	4	10,5
Boa	14	36,8
Muito Boa	16	42,1
Excelente	4	10,5
Simpatia e profissionalismo dos colaboradores		
Neutra	2	5,3
Boa	12	31,6
Muito Boa	16	42,1
Excelente	8	21,1
Eficácia e facilidade de utilização das ferramentas digitais do banco		
Neutra	8	21,1
Boa	12	31,6
Muito Boa	16	42,1
Excelente	2	5,3

3.1.3 Produtos/serviços bancários

Procurou-se saber quais os produtos/serviços bancários que os clientes usufruem na globalidade dos bancos (EuroBic ou outros), constatando-se que todos os clientes indicaram um *mix* de produtos/serviços bastante diversificado, sendo os mais prevalentes Outros Financiamentos de Médio e Longo Prazo (n= 24), Contas Corrente Caucionadas (n=22), Contratos Mútuos (n=16) e Garantias Bancárias (n=16).

Tabela 7 - Produtos/serviços bancários

Variáveis	N
Outros Financiamentos de Médio e Longo Prazo	24
<i>Leasings</i>	24
Contas Corrente Caucionadas	22
Garantias Bancárias	16
Contratos Mútuos	16
Livranças	8
Gestão de Pagamentos a Fornecedores - GPF (<i>confirming</i>)	8
Financiamento Externos (FEX's)	6
Remessas de Exportação (RDE's)	6
Créditos Documentários de Importação (CDI's)	4
Descobertos Bancários	4
<i>Factoring</i>	4
Créditos Documentários de Exportação (CDE's)	2
Letras	2
Cheques Pré-datados	2

Dos produtos/serviços escolhidos, o preferencial foi as Contas Correntes Caucionadas (CCC), com 68,4% das respostas. Importa referir também os Contratos Mútuos (15,8%) e Outros Financiamentos de Médio e Longo Prazo (10,5%).

Tabela 8 - Produtos/serviços bancários preferenciais

Variáveis	N	%
Contas Correntes Caucionadas (CCC)	26	68,4
Contratos Mútuos	6	15,8
Outros Financiamentos de Médio e Longo Prazo	4	10,5
Financiamentos	2	5,3
Garantias	2	5,3
Leasing	2	5,3
Remessas de Exportação	2	5,3
Gestão de Pagamento a Fornecedores (GPF)	2	5,3

Também no caso do EuroBic o *mix* de produtos/serviços bancários que os clientes usufruem é bastante diversificado, sendo mais expressivos as Contas Corrente Caucionadas (52,6%), os Contratos Mútuos (42,1%), Outros Financiamentos de Médio e Longo Prazo (31,6%), os *Leasings* (26,3%), a Gestão de Pagamentos a Fornecedores - GPF (*confirming*), as Remessas de Exportação (RDE's) e as Livranças, com idêntico valor percentual (15,8%, respetivamente).

Tabela 9 - Produtos/serviços bancários usufruídos no EuroBic

Variáveis	N	%
Contas Corrente Caucionadas	20	52,6
Contratos Mútuos	16	42,1
Outros Financiamentos de Médio e Longo Prazo	12	31,6
Leasings	10	26,3
Gestão de Pagamentos a Fornecedores - GPF (<i>confirming</i>)	6	15,8
Remessas de Exportação (RDE's)	6	15,8
Livranças	6	15,8
Cheques Pré-datados	2	5,3
Financiamento Externos (FEX's)	2	5,3
Descobertos Bancários	2	5,3
Factoring	2	5,3
Créditos Documentários de Exportação (CDE's),	2	5,3
Garantias Bancárias	2	5,3

Em relação aos produtos/serviços bancários que os clientes consideram ter melhores condições no EuroBic, comparativamente com outras instituições de crédito, constata-se que os mais referenciados foram as Contas Corrente Caucionadas (36,8%), *Leasings* (31,6%),

Contratos Mútuos (15,8%), Garantias Bancárias (15,8%) e Remessas de Exportação (RDE's) (15,8%).

Tabela 10 - Produtos/serviços bancários que os clientes consideram ter melhores condições no EuroBic, comparativamente com outras instituições de crédito

Variáveis	N	%
Contas Corrente Caucionadas	14	36,8
<i>Leasings</i>	12	31,6
Contratos Mútuos	6	15,8
Garantias Bancárias	6	15,8
Remessas de Exportação (RDE's)	6	15,8
Outros Financiamentos de Médio e Longo Prazo	4	10,5
Cheques Pré-datados	2	5,3
Créditos Documentários de Importação (CDI's)	2	5,3
Gestão de Pagamentos a Fornecedores - GPF (<i>confirming</i>)	2	5,3
Letras	2	5,3
<i>Factoring</i>	2	5,3

Quanto às razões que levaram os clientes a escolher os produtos/serviços bancários que detêm no EuroBic, verifica-se que a maioria atribui bastante importância à boa relação de fidelidade (52,6%), 47,4% atribuiu muita importância à diversificação, 42,1% atribuíram muita importância à boa relação com o seu gestor e 42,1% a facilidade de contacto, com uma considerável importância. Cheques Pré-datados (n= 6), e Remessas de Exportação (RDE's), *Leasings* (n= 6).

Tabela 11 - Razões que levaram a escolher os produtos/serviços bancários no EuroBic

Variáveis	N	%
As condições/custos existentes		
Nada	2	5,3
Muito pouco	4	10,5
Pouco	2	5,3
Razoavelmente	6	15,8
Consideravelmente	10	26,3
Muito	10	26,3
Bastante	4	10,5
A boa relação e fidelidade		
Nada	2	5,3
Razoavelmente	2	5,3
Consideravelmente	4	10,5
Muito	10	26,3
Bastante	20	52,6
A boa relação com o seu gestor		
Nada	2	5,3
Razoavelmente	2	5,3
Consideravelmente	10	26,3
Muito	16	42,1
Bastante	8	21,1
A facilidade de contacto		
Nada	2	5,3
Pouco	2	5,3

Razoavelmente	12	31,6
Consideravelmente	16	42,1
Muito	6	15,8
Diversificação		
Nada	2	5,3
Pouco	2	5,3
Razoavelmente	6	15,8
Consideravelmente	10	26,3
Muito	18	47,4

3.2. Análise inferencial

Para Pestana e Gageiro (2014), pode-se estabelecer um limite para amostras de pequena dimensão (N=40). Após a análise descritiva dos dados obtidos, com o objetivo de estudar relações e associações entre as variáveis independentes e a variável dependente, procede-se de seguida à análise inferencial dos mesmos dados, recorrendo, para tal, ao uso de teste não paramétrico, *Teste Kruskal-Wallis*, tendo em conta a reduzida dimensão da amostra (N=38).

De acordo com o teste estatístico realizado, o produto financeiro que mostra maior sensibilidade ao aumento do volume de negócios são as Contas Correntes Caucionadas (CCC) (M=20,95), seguido da Gestão de Pagamentos a Fornecedores (GPF) (M=18,00) e dos Contratos Mútuos (CM) (M=17,80). Contudo, a relevância estatística deste resultado não é suficientemente profunda para se estabelecer uma ordenação robusta dos produtos financeiros escolhidos em função do volume de negócios das empresas, resultando na aceitação da H_1 : O volume de negócios da empresa não influencia a escolha do produto bancário.

Tabela 12 - Teste de Kruskal-Wallis entre o volume de negócios da empresa e a escolha do produto bancário

Produto bancário	Contas Correntes Caucionadas (CCC)	Gestão de Pagamentos a Fornecedores (GPF)	Contratos Mútuos (CM)	X ²	p
	Ordenação Média	Ordenação Média	Ordenação Média		
Volume de negócios	20,95	18,00	17,80	0,759	0,684

3.3. Discussão dos resultados

Em traços gerais pode dizer-se que os resultados mostram que, face às empresas menores, as empresas com maior volume de negócios denotam maior apetência por produtos mais complexos e exigentes. Contudo, uma vez que as correlações obtidas não são estatisticamente significativas, este resultado parece decorrer mais da natureza genérica dos próprios produtos e da política do banco relativamente aos mesmos do que da existência de um elevado grau de customização dos produtos de financiamento oferecidos às maiores empresas.

Um facto marcante é a avaliação maioritariamente “Boa” ou “Muito Boa” obtida nas questões sobre o relacionamento entre o cliente e o banco, e em particular a resposta dada sobre os motivos da escolha de certos produtos/serviços bancários detidos no EuroBic, em que a maioria dos respondentes atribui bastante importância à boa relação de fidelidade com o banco. Isto confirma genericamente a preponderância que este aspeto tende a assumir no negócio bancário. Apesar de tudo, a participação algo reduzida das empresas neste estudo e o número pouco expressivo de avaliações “Excelente” indiciam que existe ainda elevada margem de progresso neste domínio, tal como no caso da formatação específica ou individualizada dos produtos de financiamento destinados às empresas.

Assim, numa análise mais detalhada das respostas, constata-se que o produto financeiro que mostra maior sensibilidade ao aumento do volume de negócios são as Contas Correntes Caucionadas (CCC) (M=20,95), seguido da Gestão de Pagamentos a Fornecedores (GPF) (M=18,00) e dos Contratos Mútuos (CM) (M=17,80). Posto isto, verifica-se que o volume de negócios da empresa tem alguma influência na escolha dos produtos/serviços bancários, mas ao mesmo tempo, devido à relevância estatística pouco significativa, observa-se que não existe uma customização clara destes produtos/serviços de financiamento em função da dimensão das empresas.

A preferência pelas Contas Correntes Caucionadas (CCC) pode dever-se ao facto de funcionarem como um crédito de uso mais simples, onde basta apenas um diretor financeiro, por exemplo, através da internet solicitar que seja utilizada parte ou a totalidade do *plafond* de crédito disponível, passando esse montante a estar imediatamente disponível na conta à ordem. Este tipo de crédito poderá ser utilizado sempre que o cliente pretende, pagando apenas juros quando esse montante está ao seu dispor.

O facto das maiores empresas terem uma utilização superior das CCC pode ter a ver com a política do banco relativa a garantias. A garantia desempenha um papel importante nos contratos de empréstimo bancário (Berger & Udell, 2005). De igual modo, as projeções financeiras, a variedade de serviços, a duração e a existência de uma linha de crédito correspondem igualmente aos componentes importantes na definição das taxas de juros. A idade e a dimensão da empresa são frequentemente referidas por Petersen e Rajan (1994) como elementos importantes para a diminuição de taxas de juros, embora os resultados do presente estudo não apontem neste sentido, e constata-se que os participantes referem pouca influência destes fatores na definição das taxas de juros.

O que acontece nas CCC é que uma entidade financeira, como o EuroBic, tem mais confiança, e por isso um menor risco associado, em dar um maior *plafond* de crédito a um cliente que tenha melhores Demonstrações Financeiras, com Resultados Líquidos bons, um bom Volume de Negócios, bons saldos médios, etc. Assim, um cliente que tenha esses indicadores num nível muito bom, conseguirá um *plafond* para a CCC superior a outro cliente com esses indicadores menores, sendo sempre tudo analisado *a priori* pelo departamento de risco, que tem inúmeros fatores em conta. Desta forma, é perceptível o porquê de se observar uma maior utilização das CCC por parte das empresas com um maior Volume de Negócios.

De uma forma geral, na avaliação de um pedido de crédito, os bancos focam-se essencialmente sobre uma série de variáveis que consideram ser vitais para a concessão de financiamento. Em Portugal, em consonância com os resultados encontrados por Beck et al. (2008) em vários países, as análises dos bancos inquiridos incidem sobre as avaliações financeiras das empresas para estender um crédito. Da mesma forma, a história de crédito da empresa com o banco é observada pelos bancos como um segundo fator para a concessão do crédito.

A segunda e terceira opções de crédito para as empresas com maior volume de negócio, Gestão de Pagamentos a Fornecedores (GPF) e Contratos Mútuos, têm em comum o facto de serem créditos com alguma burocracia associada. O GPF é um crédito especializado do EuroBic, onde o cliente envia para o banco um *e-mail* (se não entregar originais e tiver uma declaração genérica de autorização associada a esse e-mail) com três documentos, sendo eles: a carta do cliente para o banco onde consta o contrato de cessão de créditos celebrado entre o BIC e os fornecedores, a ordem de pagamento a fornecedores, a instrução de transferência e a autorização de débito. Adicionalmente, enviam a proposta de ordens de pagamento onde constam os fornecedores, o número e tipo de documento, data de emissão e

vencimento e ainda o montante. Por fim, um ficheiro *excel* onde consta a informação da cessão de créditos GPF. Depois dos clientes enviarem isto de uma forma correta ao banco (ao gabinete de empresas), estes enviam para os seus serviços centrais, que processam a transferência e enviam para os fornecedores do cliente do banco a lista de documentos a pagamento e o resumo dos movimentos onde consta especificado o crédito da fatura solicitada bem como as despesas associadas.

Quanto aos Contratos Mútuos, são créditos que se fazem com as Sociedades de Garantias Mútuas (SGM). A Garantia Mútua (como a Norgarante para grande parte dos clientes do Gabinete de Empresas de Viseu do EuroBic) intervém nos processos de financiamento como uma espécie de fiadora das empresas. Quando a empresa necessita de crédito, contacta o banco, que juntamente com a SGM trabalham o *dossier* da empresa no que toca ao risco do negócio e da operação em concreto. Depois do financiamento ser aprovado pelo banco com intervenção da SGM, contrata-se a operação passando a empresa a adquirir o estatuto de mutualista da SGM e o financiamento é concedido. A grande vantagem deste crédito é a possibilidade de a empresa obter condições mais favoráveis. O custo final que a empresa suporta por um financiamento bancário com Garantia Mútua tende a ser mais baixo do que seria caso recorresse ao empréstimo do banco de forma individual, dado que as entidades bancárias estão conscientes de que a obtenção de uma garantia por parte de uma SGM lhes permite a partilha do risco e, assim, apresentar melhores condições à empresa, contribuindo ainda para libertar *plafonds* bancários. Além disso, as instituições bancárias podem ainda contar com o apoio da SGM na identificação da solução de financiamento mais adequada e na montagem da operação. Por estas razões, os bancos estão disponíveis para praticar uma taxa de juro mais baixa e prazos mais alargados do que no caso em que as empresas não beneficiam da garantia da SGM.

Dito isto, a falta de significado estatístico dos resultados não permite dizer que o perfil de financiamento escolhido pelos clientes do EuroBic se distingue essencialmente pela dimensão das empresas. É certo que as empresas com maior volume de negócios estão mais bem colocadas para aceder a certos produtos, mas isto acontece sobretudo na medida em que tenham indicadores de desempenho económico e de risco mais favoráveis ou na medida em que tenham uma melhor relação de confiança com o banco. No geral, contudo, a escolha de produtos de financiamento parece depender mais de fatores como a burocracia, a estratégia do banco e o relacionamento entre banco e cliente.

Conclusão

Este estudo destacou a necessidade de desenvolver o negócio bancário numa direção de maior proximidade com o cliente, de forma a acompanhar a maior concorrência, a evolução tecnológica e os desafios de rentabilidade que o sistema bancário enfrenta. Por conseguintes, os bancos podem beneficiar de estratégias mais orientadas de financiamento e relacionamento, consoante as características das suas empresas clientes.

Neste sentido, o estudo presente procurou testar até que ponto há sinais de customização de produtos de financiamento no EuroBic, usando como amostra os clientes do Gabinete de Empresas de Viseu deste banco. Os resultados não foram conclusivos e mostram que há muitos progressos a fazer nessa direção. Mais animadoras foram as respostas sobre a qualidade da relação cliente-banco.

Dito isto, é importante reconhecer que estas conclusões estão muito condicionadas pelas limitações que enfrentámos em termos da disponibilidade de dados, das variáveis estudadas e da participação dos questionados. Esta é matéria para rever num contexto de maior participação e mais generalizado.

Atualmente existe uma poderosa combinação de novas regulamentações, evolução das necessidades dos clientes e o aparecimento de novos atores e tecnologias como as *fintech* que conduzem o mercado para uma nova direção e para um ponto de inflexão, criando uma oportunidade para os bancos aproveitarem a iniciativa de aumentar a sua participação de mercado junto das PME.

Contudo, acertar as operações bancárias das empresas, os desafios e os riscos num período de intensa incerteza económica é mais difícil. Para manter a participação no mercado, os bancos devem mudar o seu foco, a forma de apresentação dos seus produtos e serviços por forma a atrair mais o cliente e, devem-se envolver completamente para perceber as oportunidades através de uma abordagem mais centrada no cliente.

No sentido de capitalizar totalmente o potencial de crescimento representado por este ponto de inflexão nas empresas, a consultora Accenture acredita que os bancos devem aplicar a inovação em toda a cadeia de valor, aprendendo lições de outras indústrias e empresas bem-sucedidas neste segmento. As empresas, atualmente, desejam coisas mais diversas além dos serviços bancários tradicionais, ou seja, mais ajuda financeira adequada e inovadora, serviços distintos e que possam atrair melhor os seus clientes.

Em Portugal, o sistema bancário tem sofrido grandes e significativas mudanças, estando agora numa fase de transição. Talvez por isso esteja também em melhores condições para redefinir a sua estratégia futura com base nestes novos paradigmas.

Bibliografia

- 2.º Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa (2015). Divulgação dos resultados do 2.º Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa. Acedido em <https://www.bportugal.pt/page/divulgacao-dos-resultados-do-2o-inquerito-literacia-financeira-da-populacao-portuguesa>
- Atkinson, A., & Messy, F. (2012). *Measuring Financial Literacy: Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study*. Paris: OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, No. 15, OECD Publishing.
- Australian Securities and Investments Commission (2011). *National financial literacy strategy*. Sydney. Acedido em <https://asic.gov.au/media/1343576/rep229-national-financial-literacystrategy.pdf>
- Banco de Portugal (2010). *Relatório do Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa*. Lisboa: Departamento de Supervisão Comportamental.
- Banco de Portugal (2018). *Boletim Estatístico: dezembro 2018*. Lisboa. Acedido em <https://www.bportugal.pt/publicacao/boletim-estatistico>
- Banco de Portugal (2019). *Boletim Estatístico: fevereiro 2019*. Lisboa. Acedido em <https://www.bportugal.pt/publicacao/boletim-estatistico>
- Banco de Portugal (2019). *Central de Balanços*. Lisboa. Acedido em <https://www.bportugal.pt/page/central-de-balancos>
- Barros, A. & Lehfeld, N., (2007). *Fundamentos de metodologia científica*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Batista, A.F. & Lopes, M.V., (2018). *A metamorfose da banca nacional*. Acedido em <https://www.forbespt.com/a-metamorfose-da-banca-nacional/>
- Berger, A. & Udell, G., (2005). Small Business and Debt Finance. In Z.J. Acs e D.B. Audretsch. *International Handbook Series on Entrepreneurship*. (pp. 299-328) Great Britain: Kluwer Academic Publishers.
- Brown, R. B., Saunders, M. N., & Beresford, R. (2006). You owe it to yourself: the financially literate manager. *Accounting Forum*, 30(2), 179-191.
- Carvalho, N. F. (2013). *O desenvolvimento da banca portuguesa. Fusão CGD - Banco Nacional Ultramarino*. Acedido em https://www.cgd.pt/Institucional/Patrimonio-Historico-CGD/Estudos/Pages/Fusao-CGD-BNU_v1.aspx

- Chien, S. & Tsai, C. (2012). Dynamic capability, knowledge, learning, and firm performance. *Journal of Organizational Change Management*, 25(3), 434-444.
- Coutinho, C. P. (2014). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. Coimbra: Almedina.
- Dvorak, T. e Hanley, H. (2010), Financial literacy and the design of retirement plans. *Journal of Socio-Economics*, 39, 645-652.
- European Central Bank (2017). *Report on financial structures*. Acedido em <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/reportonfinancialstructures201710.en.pdf>
- Financial Industry Regulatory Authority (2003). *NASD Investor Literacy Research*. Nova Iorque: Executive Summary, Applied Research & Consulting LLC.
- Fortin, M. (2009). *O Processo de Investigação: Da conceção à realização*. (5ª ed.). Loures: Lusociência – Edições Técnicas e Científicas.
- Freixo, M. (2011). *Metodologia Científica: Fundamentos, métodos e técnicas*. (3ª ed.). Lisboa: Instituto Piaget.
- Gathergood, J. (2012). Self-control, financial literacy and consumer over-indebtedness. *Journal of Economic Psychology*, 33,. (3), 590-602.
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*. 44, 296-316.
- Lakatos, E. M., e Marconi, M. D. (2007). *Fundamentos de metodologia científica*. (6ª ed.). São Paulo: Atlas.
- Malhotra, N., (2006). *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. (4ª ed.). São Paulo: Prentice Hall.
- Marôco, J. (2014). *Análise de equações estruturais: Fundamentos teóricos, Software e aplicações*. (2ª ed.). Pêro Pinheiro: Report Number.
- Mendel, L. (2007). Financial Literacy of High School Students. *Manual de pesquisa em finanças do consumidor*, 163-183.
- Mohelská, H. & Nemcová, Z. (2011). Issues of Financial Literacy Education., *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 28, 365-369.

- Moore, D.L. (2003). Survey of Financial Literacy in Washington State: Knowledge, Behaviour, Attitudes, and Experiences. Technical Report. *Social and Economic Sciences Research Center*, Washington: Pullman.
- OECD (2005). *Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness*. OECD Publishing.
- Pacheco, L., Tavares, O., F. & Cordeiro S. (2019). Fatores Associados à Escolha de Serviços Bancários: Uma Aplicação aos Bancos de Benguela, em Angola. *European Journal of Applied Business Management*, 5(1), 13-30
- Pan, Y., Sheng, S., & Xie, F. T. (2012). Antecedents of customer loyalty: An empirical synthesis and reexamination. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(1), 150-158.
- Pestana, M. H., & Gageiro, J. N. (2014). *Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS*. (6ª ed). Lisboa: Edições Sílabo.
- Petersen, M.A. & Rajan, R.G., (1994). the effect of credit market competition on lending relationships. *Journal of finance*, 49, 3-37.
- Plano Nacional de Formação Financeira (2019). *Na formação financeira todos contam*. Acedido em <https://www.asf.com.pt/NR/rdonlyres/29311E7A-64E2-49D7-BA91-1CF7A77961D4/0/ProgramaSFF2019A5web.pdf>
- Pocinho, M., (2012). *Metodologia de Investigação e Comunicação do Conhecimento Científico*. (1ª ed). Lisboa: Lidel - edições técnicas.
- Ryding, D. (2010). The impact of new technologies on customer satisfaction and business to business customer relationships: Evidence from the soft drinks industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 17(3), 224-228.
- Schagen, S. (1997). *Financial Literacy in Adult Life*. Berkshire: National Foundation for Educational Research.
- Sharma, A. (2007). The metrics of relationships: Measuring satisfaction, loyalty and profitability of relational customers. *Journal of Relationship Marketing*, 6(2), 33-50.
- Tavares, E. (2019). *Empresas europeias dependem em demasia do financiamento bancário*. Acedido em <https://www.dinheirovivo.pt/economia/empresas-europeias-dependem-em-demasia-do-financiamento-bancario/>

- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319-1350.
- Terpstra, M., Kuijlen, T. & Sijtsma, K. (2014). How to develop a customer satisfaction scale with optimal construct validity, quality & quantity, 48, 5, 2719-2737
- Van-Rooij, M, V., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, 101, 449-472.
- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2007). Dynamic capabilities: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 9 (1), 31-51.
- Wolfe-Hayes, M. A. (2010). Financial literacy and education: An environmental scan. *The International Information & Library Review*, 42, (2), 105-110.

Anexo

Produtos Bancários para Empresas: O Caso do EuroBic

Exmo.(a) Senhor(a): Venho por este meio solicitar a resposta ao questionário inserido na dissertação de Mestrado em Gestão: Especialização em Gestão de Negócios, do Centro Regional de Viseu – Instituto de Gestão e das Organizações de Saúde da Universidade Católica Portuguesa, intitulada “Produtos Bancários para Empresas: O Caso do EuroBic”. Este trabalho académico tem por objetivo entender o lado do cliente relativamente às escolhas tomadas para a obtenção de crédito, desde o combate às dificuldades de tesouraria (curto prazo) até a créditos de médio e longo prazo percebendo também o grau de satisfação dos clientes perante estes produtos/serviços.

A informação recolhida através deste questionário é confidencial e destina-se exclusivamente a fins académicos. A sua colaboração é indispensável para o sucesso desta dissertação.

Agradeço desde já a sua participação.

João Alexandre

E-mail: joao11alexandre@gmail.com

***Obrigatório**

Parte I

Dados Gerais e Demográficos

Género *

Masculino

Feminino

Idade *

- 18 - 25 anos
- 26 - 35 anos
- 36 - 45 anos
- 46 - 55 anos
- 56 - 65 anos
- > 65 anos

Habilitações Literárias *

- Ensino Primário
- Ensino Secundário
- Licenciatura/Bacharelato
- Pós-Graduação/Mestrado/Doutoramento

Principal Setor de Atividade *

- Construção
- Indústria
- Saúde
- Automóvel
- Transportes
- Imobiliária
- Comércio
- Outra

Residência *

- Concelho de Viseu
- Distrito de Viseu
- Fora do Distrito de Viseu

Há quanto tempo é cliente do EuroBic? *

- < 1 ano
- 1 - 4 anos
- 4 - 7 anos
- 7 - 10 anos
- > 10 anos

Parte II

Dados Financeiros

É cliente de quantos bancos? *

- 1
- 2 - 4
- > 4

É cliente de quantos produtos/serviços bancários? *

- 1 - 3
- 4 - 6
- > 6

Qual o Volume de Negócios (aproximado) da sua empresa (ano 2018)? *

- > 250M€
- 100M€ - 250M€
- 50M€ - 100M€
- 20M€ - 50M€
- 10M€ - 20M€
- 5M€ - 10M€
- 1M€ - 5M€
- < 1M€

Parte III

Relação com o Gabinete de Empresas de Viseu

Parte IV

Relativamente aos produtos/serviços bancários, assinale:

Quais destes produtos/serviços bancários usufrui na globalidade dos bancos (EuroBic ou outros):

- Contas Corrente Caucionadas
- Cheques Pré-datados
- Livranças
- Letras
- Descobertos Bancários
- Gestão de Pagamentos a Fornecedores - GPF (confirming)
- Factoring
- Remessas de Exportação (RDE's)
- Financiamento Externos (FEX's)
- Créditos Documentários de Importação (CDI's)
- Créditos Documentários de Exportação (CDE's)
- Cheques Sobre o Estrangeiro
- Garantias Bancárias
- Contratos Mútuos
- Leasings
- Outros Financiamentos de Médio e Longo Prazo

Dos produtos/serviços escolhidos anteriormente, escolha por ordem preferencial os 3 mais importantes (para a atividade da sua empresa em particular):

A sua resposta

Quais destes produtos/serviços bancários usufrui no EuroBic:

- Contas Corrente Caucionadas
- Cheques Pré-datados
- Livranças
- Letras
- Descobertos Bancários
- Gestão de Pagamentos a Fornecedores - GPF (confirming)
- Factoring
- Remessas de Exportação (RDE's)
- Financiamento Externos (FEX's)
- Créditos Documentários de Importação (CDI's)
- Créditos Documentários de Exportação (CDE's)
- Cheques Sobre o Estrangeiro
- Garantias Bancárias
- Leasings
- Contratos Mútuos
- Outros Financiamentos de Médio e Longo Prazo

Dos produtos/serviços escolhidos anteriormente, escolha por ordem preferencial os 3 mais importantes (para a atividade da sua empresa em particular):

A sua resposta

Quais destes produtos/serviços bancários considera ter melhores condições no EuroBic, comparativamente com outras instituições de crédito:

- Contas Corrente Caucionadas
- Cheques Pré-datados
- Livranças
- Letras
- Descobertos Bancários
- Gestão de Pagamentos a Fornecedores - GPF (confirming)
- Factoring
- Remessas de Exportação (RDE's)
- Financiamento Externos (FEX's)
- Créditos Documentários de Importação (CDI's)
- Créditos Documentários de Exportação (CDE's)
- Cheques Sobre o Estrangeiro
- Garantias Bancárias
- Leasings
- Contratos Mútuos
- Outros Financiamentos de Médio e Longo Prazo

