

## 1. Introdução

A contratação de serviços financeiros reveste-se da máxima importância, devendo eliminar-se todos os factores subjectivos que possam influenciar o processo de decisão.

Uma boa gestão obriga à optimização das condições de financiamento, eliminando-se o máximo de critérios subjectivos que possam condicionar a decisão, pelo que um princípio elementar é a consulta de um número mínimo de entidades financeiras.

A selecção de serviços bancários tem como objectivo a fundamentação da escolha dos produtos e serviços financeiros a utilizar, a qual decorre da análise comparada das ofertas apresentadas pelas entidades financeiras consultadas.

Reconhecendo-se que a parceria entre o sistema financeiro e a economia real constitui um inegável factor de desenvolvimento da actividade económica, a tomada de decisão relativamente às opções de financiamento e às entidades potencialmente financiadoras constitui uma decisão crucial que exige reflexão.

A pluralidade das entidades bancárias a operar no mercado português oferecem um conjunto de serviços diferenciados que, desde logo, são apresentados no âmbito da seguinte segmentação: (i) Particulares, (ii) Empresas e, (iii) Investidores.

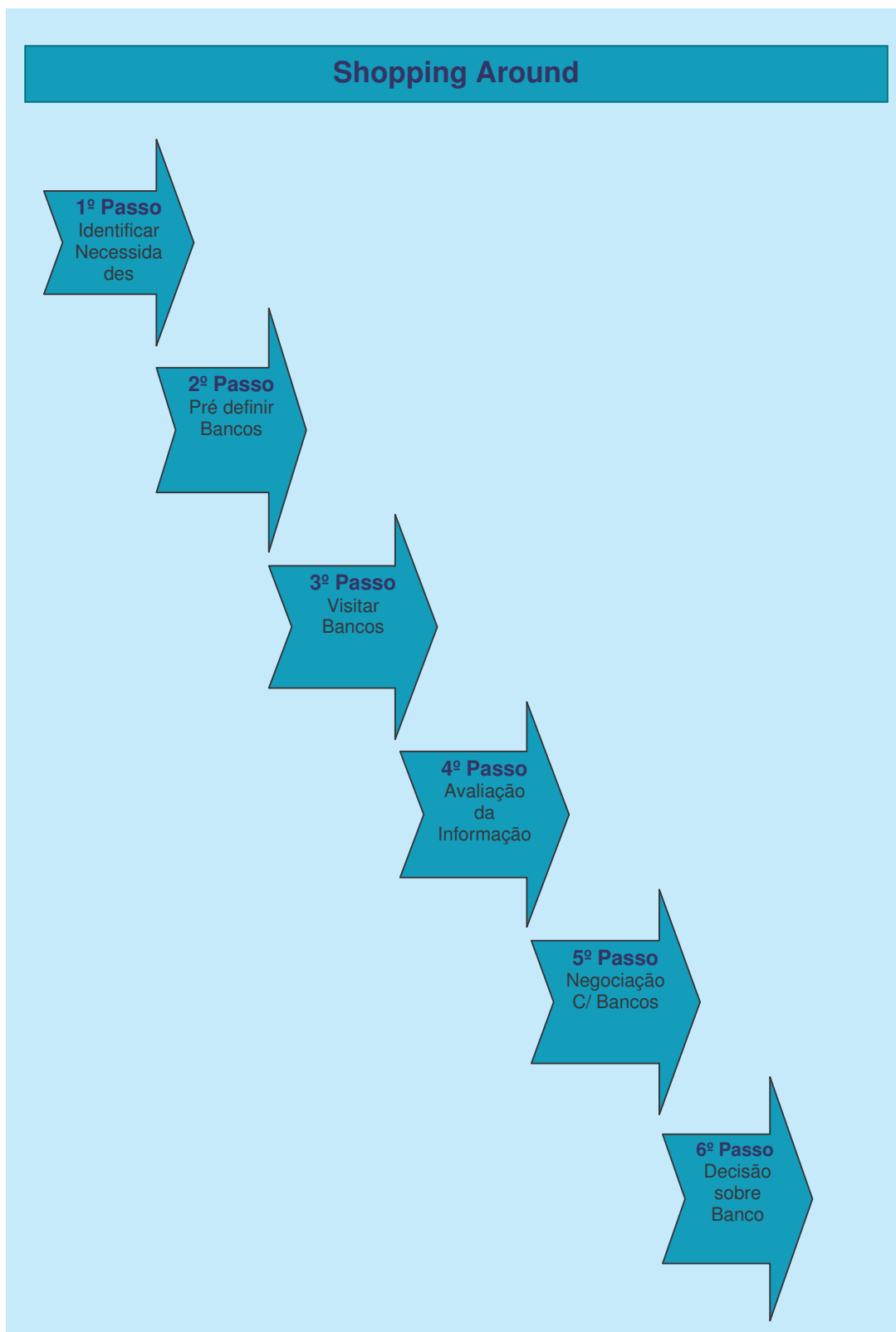
Esta segmentação visa, no essencial, ajustar os serviços prestados pelas entidades bancárias às necessidades e perspectivas específicas da sua clientela.

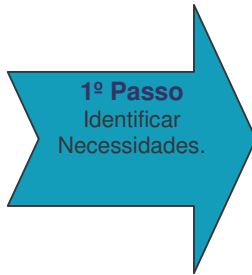
## 2. Objectivos/Vantagens de concretizar a selecção de serviços bancários

A concretização de um processo de *Shopping Around* apresenta benefícios facilmente constatáveis, entre os quais:

- Identificação das características dos serviços prestados e produtos disponibilizados pelas diferentes entidades bancárias;
- Acréscimo do poder negocial da empresa no âmbito dos produtos e serviços a contratar;
- Maior sustentação na escolha do(s) serviço(s) e produto(s) financeiro(s) e na contratação do(s) prestador(es) de serviços que melhor concorra(m) para a concretização dos objectivos que se colocam à empresa.

### 3. Processo

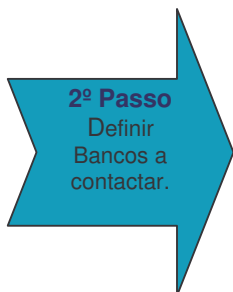




Não se podendo equacionar e definir soluções para problemas / necessidades que se desconheçam, impõe-se o conhecimento das necessidades específicas a colmatar.

Assim, importa:

- (i) Que o investimento<sup>1</sup> a concretizar seja identificado e valorizado<sup>2</sup> de forma exhaustiva?
- (ii) Que se considere o arranque da actividade como um momento em que se verificam essencialmente *out-flows*, pelo que há que estimar, de forma prudente, esta fase e o respectivo custo.
- (iii) Que sejam identificados os meios financeiros próprios disponíveis e o seu cronograma de mobilização.
- (iv) Que se identifiquem as necessidade de crédito e a respectiva tipologia<sup>3</sup>.
- (v) Que se identifiquem as necessidade de serviços?, [TPA, pagamento de salários, pagamentos nacionais e internacionais – transferências]
- (vi) ....



Perante a diversidade de bancos a operarem no mercado Português e na óbvia dificuldade de os contactar a todos, pode optar-se um conjunto de critérios para sustentar a escolha efectuada, designadamente:

- ✓ Factores de proximidade física,
- ✓ Alguma experiência pessoal ou colhida junto de terceiros [credíveis] sobre a eficácia do funcionamento de determinada(s) entidade(s) bancária(s)<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Incluindo o Investimento em Fundo de Maneio.

<sup>2</sup> A título de sugestão apresenta-se, em anexo, uma Ficha Tipo.

<sup>3</sup> Sem que se pretenda que seja exhaustiva apresenta-se, em anexo, uma de Ficha associada à tipologia dos produtos e serviços financeiros.

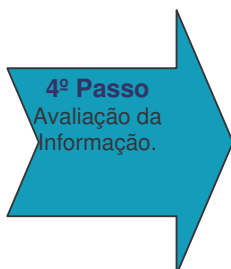
- ✓ Evitar a consulta a um número elevado de bancos, sendo 4/5 um número razoável de Bancos a consultar.



A visita a bancos deve ter como perspectiva a obtenção de respostas objectivas e esclarecedoras às diferentes questões.

Pelo que:

1. Todas as questões deverão ser sistematizadas, de forma a que as respostas sejam, também elas, o mais objectivas e esclarecedoras possível.
2. Para melhorar a percepção das questões por parte das entidades bancárias, dever-se-à proceder à entrega de um documento que perspective a actividade que se pretende desenvolver e que simultaneamente fundamente as questões colocadas.
3. A prévia marcação de uma reunião permite garantir a disponibilidade de um elemento da entidade bancária, e ao nível de agência, para responder às diferentes questões e num contexto de maior disponibilidade de tempo.
4. Caso a entidade bancária se manifeste nesse sentido, não se deverá excluir a possibilidade de que a reunião decorra nas instalações da empresa.



Recolhida a informação, deverá a mesma ser objecto de análise comparada.

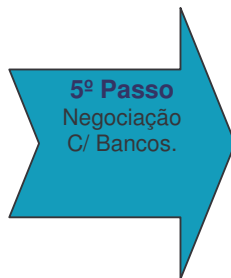
---

<sup>4</sup> Sublinha-se o facto de que qualquer experiência passada não pode constituir garantia de funcionamento futuro, independentemente da natureza da experiência.

De forma a melhor visualização, sugere-se a formatação de uma matriz de análise que deverá incorporar toda a informação recolhida.

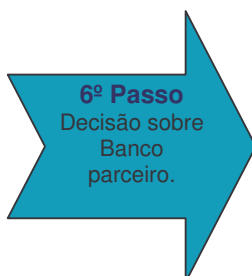
Aspectos objecto de atenção:

- ✓ Todas as entidades responderam a todas as questões?
- ✓ Para cada questão, a tipologia das soluções é semelhante?
- ✓ Quando se tratar de soluções de financiamento considerar as seguintes variáveis: (i) Tipo da solução proposta; (ii) Prazo, (iii) Custo e (iv) Colaterais (garantias).
- ✓ Quando se tratar de serviços, identificar o custo por cada serviço, comissões e impostos aplicáveis.
- ✓ Clarificar: (i) Afectação ou não de gestor de conta (ii) Periodicidade da emissão de extractos; (iii) Serviços de informação e serviços *on line* disponíveis;



A análise comparada deverá habilitar o Promotor para uma 2ª reunião com o conjunto das entidades bancárias de forma a:

1. Obter resposta ao eventualmente não respondido na 1ª ronda.
2. Obter melhores condições de oferta de produtos e serviços.



Ajustada a análise efectuada em 4 com a informação obtida em 5, poder-se-á concluir sobre qual a(s)

entidade(s) que melhores condições oferece(m) para satisfazer as necessidades da empresa.

Caso se considere que ainda há espaço negocial com a totalidade ou com algum dos bancos, o resultado desta última negociação poderá servir de base a uma nova ronda negocial de forma a otimizar as condições da oferta de produtos e serviços bancários.

Reconheça-se que, dificilmente, um único banco apresentará, relativamente a todos os produtos e serviços, a melhor oferta. Nestas circunstâncias poderão haver vantagens em trabalhar com 2 ou três entidades bancárias. Ao acréscimo de trabalho administrativo associado à opção de trabalhar com mais do que um banco, contrapõem-se as potenciais vantagens da oferta associada à opção pela diversidade bancária.

#### 4. Conclusões

Tendo em consideração que “cada caso é um caso”, não há qualquer pretensão de que a metodologia apresentada constitua a “receita única”. É, tão somente, uma hipótese generalista de abordagem ao tema em questão, já que as características e as necessidades específicas de cada negócio/empresa condicionam as opções a tomar.

#### 5. Referências úteis

Associação Portuguesa de Bancos: <http://www.apb.pt/LinksUteis/Nacionais/>

Banco de Portugal: [www.bportugal.pt](http://www.bportugal.pt)

Comissão do Mercado de Valores Mobiliários: [www.cmvm.pt](http://www.cmvm.pt)

SIBS - Sociedade Interbancária de Serviços, S.A.: [www.sibs.pt](http://www.sibs.pt)

Gabinete de Estudos e Formação - <http://www.esfgabinete.com>