

Cheque especial: perigo à vista!

O cheque especial é um dos tipos de crédito que os bancos oferecem aos seus clientes. Uma vez concedido, o cheque especial pode ser facilmente acessado pelo correntista. Essa é uma grande vantagem do serviço, mas muitas vezes é nessa facilidade que os clientes se perdem.

O cheque especial é um instrumento para ser usado apenas em casos de emergência, porque seu objetivo é socorrer o cliente numa situação imprevista. Por exemplo: para cobrir o pagamento de uma despesa não programada e feita às pressas, como o conserto de um automóvel.

Mesmo nesses casos, o cheque especial deve ser usado se o cliente está seguro de que cobrirá sua conta corrente no prazo de alguns dias. Caso contrário, o melhor é conversar com o gerente do banco e verificar quais créditos mais baratos a instituição oferece. Muitas vezes o cliente usa o cheque especial para financiar gastos e estender sua renda, o que não é aconselhável.

Para usar o cheque especial de forma eficiente, o cliente deve levar em conta os seguintes pontos:

- O cheque especial é um crédito para usar em casos de despesas não previstas e por um período curto;

- Como se trata de um empréstimo que o banco fornece sem pedir garantias, a taxa de juros é superi-

or à taxa dos empréstimos pessoais;

- Como o custo de ficar no cheque especial é alto, o cliente não deve usá-lo como extensão dos seus rendimentos (salário, aposentadoria, etc.);

- Na prática, financiar o orçamento doméstico com o cheque espe-



cial é aumentar os gastos, porque juros serão cobrados;

- Caso o cliente precise de crédito por um prazo maior, o ideal é conversar com o banco sobre quais empréstimos pessoais estão à disposição; e

- Se o cliente não precisa de crédito e usa o cheque especial, a recomendação é planejar melhor o orçamento compatibilizando os gastos com os ganhos, e acompanhar a conta corrente evitando o uso desta linha de crédito.

No final de abril de 2009, o saldo de cheque especial utilizado somava R\$ 18,05 bilhões. O cheque especial representa cerca de 2% de todo o crédito concedido no país e cerca de 4% do crédito concedido a pessoas físicas.

* Informações da FEBRABAN - Federação Brasileira de Bancos

Jogos Pan-americanos movimentaram a economia do País, diz a Fipe

Os Jogos Pan-americanos Rio 2007 trouxeram vários benefícios para a economia do Brasil e da cidade do Rio de Janeiro, conclui o estudo "Impactos socioeconômicos dos Jogos Pan-americanos Rio 2007", feito pela Fundação Instituto de Pesquisa Econômica (Fipe), a pedido do Ministério

do Esporte. De acordo com a pesquisa, a movimentação econômica do evento esportivo superou R\$ 10 bilhões e criou 178.955 empregos.

O estudo observou a movimentação em 42 setores da economia e estimou os impactos socioeconômicos gerados pela operação do

Pan em cada área.

Os resultados demonstram que para cada R\$ 1 milhão investido pela organização dos Jogos (União, Estado, Município e CO-Rio), a economia nacional movimentou R\$ 1,879 milhão, provocando movimentação total de R\$ 10,2 bilhões na economia brasilei-

Paula Sória.

Quando observadas as diferenças entre a confiança dos jovens por sexo, é possível notar maior confiança dos homens nas marcas Topper e Umbro. "Esse resultado é atribuído pela proximidade dessas marcas com o futebol", analisa Cecília Russo, sócia-diretora da Troiano Consultoria de Marca.

Na visão das executivas, a grande surpresa do levantamento foi o desempenho da marca Olympikus. "Como uma marca nacional, Olympikus consegue um desempenho de destaque diante desse cenário de gigantes multinacionais, pois ocupa a terceira posição no ranking, superando Puma e Reebok", comenta Cecília Russo.

Hábitos de comportamento

Do total de jovens entrevistados, 89% praticam algum tipo de esporte e 59% dedicam-se entre 1h e 2h por dia a atividades esportivas. Os esportes mais praticados são caminhada (39%), futebol (19%) e corrida (18%). O futsal figura como quarto esporte mais praticado, com 17% de citações.

A pesquisa também buscou saber quais são os ídolos esportivos dos adolescentes. Chama a atenção o fato de Ayrton Senna, um ídolo morto em 1994, ser ainda hoje o nome mais relevante, à frente Kaká, Felipe Massa e outros mais atuais. Isolando as respostas femininas, vê-se maior relevância para nomes do vôlei, com Bernardinho e Giba na terceira e quinta colocações, respectivamente.

Sobre a pesquisa

A pesquisa foi realizada em março com 390 jovens internautas brasileiros de 15 a 19 anos.

Adidas e Nike lideram ranking de marcas esportivas

Marca	Índice
Nike	58
Adidas	58
Olympikus	37
Puma	30
Reebok	28
Mizuno	13
Fila	12
Topper	10
Speedo	9
Wilson	6
Umbro	5
Diadora	5
Asics	2

IND. VITÓRIA

Seu prêmio em troféus, medalhas e placas

www.vitoria.ind.br

e-mail: vitoria@vitoria.ind.br
Fone.: (47) 4009 2300
Joinville - SC
Filial Campinas - SP
Fone.: (19) 3273 0036

À venda nas lojas de esportes e premiações

ASSOCIE-SE À

ABRALEME

FONE.: (11) 3227-8559
abraleme@abraleme.com.br



THE **FOX 40**
WHISTLES

Representante no Brasil

zon@livre
SPORTS

Fone.: (11) 3315.0277