

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

BRUNO SAZAM MORETTI

**UM ESTUDO SOBRE CONCESSÃO DE CRÉDITO
EM UMA INDÚSTRIA CERÂMICA**

**CRICIÚMA,
2012**

BRUNO SAZAM MORETTI

**UM ESTUDO SOBRE CONCESSÃO DE CRÉDITO
NUMA INDÚSTRIA CERÂMICA**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de bacharel no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof. Fabrício Machado Miguel

**CRICIÚMA,
2012**

BRUNO SAZAM MORETTI

**UM ESTUDO SOBRE CONCESSÃO DE CRÉDITO
NUMA INDÚSTRIA CERÂMICA**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel, no Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Análise de Crédito.

Criciúma, 12 de julho de 2012.

BANCA EXAMINADORA

Fabício Machado Miguel – Especialista - (UNESC) - Orientador

Ângelo Périco - Especialista - (UNESC) – Examinador 1

Milla Guimarães - Especialista - (UNESC) - Examinador 2

Dedico este trabalho a Deus, minha família pela paciência que dispuseram nesta minha caminhada de estudos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pela oportunidade de realizar mais um sonho; aos meus pais Dirceu Moretti e Neide Sazam por ter me educado e fazer com que me tornasse a pessoa que sou hoje, e também por sempre me incentivarem aos estudos; a minha namorada Érika, pela paciência nos momentos que estive ausente, a todos professores do curso por compartilharem seus conhecimentos adquiridos.

Agradeço também a todos meus colegas de classe, em especial aos meus amigos Geraldo, Mario, Rodrigo e Giovanni Carlessi, com os quais tenho maior afinidade, e também criei laços mais fortes de amizade, amizade que certamente vai durar por toda a vida. Agradeço também ao meu primo Egberto Burigo Junior por todo companheirismo tido no tempo que tive na universidade.

Um agradecimento em especial ao meu orientador professor Fabrício Miguel Machado, o qual aceitou compartilhar todo o seu conhecimento na sua orientação para realização deste estudo.

Agradeço a empresa e os colaboradores entrevistados que me acolheram de forma muito educada e disponibilizaram parte do seu tempo para o auxílio do meu objetivo.

Enfim, a todos que contribuíram com esta caminhada de sucesso:

MUITO OBRIGADO!

RESUMO

Moretti, Bruno Sazam. **Um estudo sobre concessão de crédito em uma indústria Cerâmica**. 2012. 53p. Orientador: Fabrício Machado Miguel. Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC. Criciúma - SC

O presente trabalho apresenta um estudo sobre a concessão de crédito em uma indústria cerâmica. Como objetivos apresenta-se identificar os procedimentos necessários para diminuir os riscos existentes na concessão de crédito para garantir o recebimento das vendas e conseqüentemente reduzir o índice de inadimplência; verificar as medidas adotadas na empresa para a análise de crédito; buscar em literaturas específicas possíveis métodos ou instrumentos utilizados para resguardar as empresas dos riscos na concessão de crédito; identificar equipamentos que possam contribuir para a tomada de decisão na concessão do crédito. Na fundamentação teórica buscaram-se através de literatura, conhecimentos necessários para conceituar administração financeira, políticas de crédito, análise e risco de crédito, Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício, Órgãos de Informação e as garantias da liberação do crédito. Os procedimentos metodológicos utilizados foram: pesquisa bibliográfica e estudo de caso, onde tem como exemplo uma empresa demonstrando os processos necessários para a concessão de crédito nas empresas do mesmo ramo. Conclui-se nesse estudo que a empresa avaliada utiliza alguns métodos para análise dos créditos, tais como: (i) Comercialização apenas para pessoas de natureza jurídica; (ii) Critérios de controle diferenciados para cada ramo de atividade do cliente; (iii) Utilização do sistema EQUIFAX, SERASA, CCB e DEPS. Cada informação, ou dado, abrangem todos os fatores possíveis de análise que interferem na situação financeira da empresa, exemplo as causas e necessidade de recursos financeiros e capacidade de pagamento, menor os riscos de não pagamento da parte do cliente.

Palavras-chave: Políticas de crédito; Análise de crédito; Garantias na liberação do crédito.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Organograma da empresa - Empresa BSM Revestimentos Cerâmicos S.A	37
Figura 2: Características dos clientes	38
Figura 3: Distribuição das vendas	39
Figura 4: Fluxograma de análise de crédito	41
Figura 5: Fórmula para cálculo do prazo médio	43
Figura 6: Carteira de clientes com inadimplência	45
Figura 7: Fluxograma de cobrança.....	47
Figura 8: Percentual de inadimplência por grupo	49

LISTA DE QUDROS

Quadro 1: Fluxo de caixa de curto prazo – empresa varejista. Prazo de cobertura mensal e período de informação diário	28
---	----

LISTA DE SIGLAS

AMREC – Associação dos Municípios da Região Carbonífera

CDC – Crédito Direto ao Consumidor

BACEN – Banco Central do Brasil

DASPC – Departamento de Atendimento ao SPC

BP – Balanço Patrimonial

DRE – Demonstrativo do resultado do exercício

DFC – Demonstrações do fluxo de caixa

IOG – Investimento Operacional em Giro

SPC – Serviço de proteção ao crédito

SCPC – Serviço Central de Proteção ao Crédito

CCB – Convênio Cadastral Bandeirante

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 TEMA E PROBLEMA	11
1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA.....	12
1.3 JUSTIFICATIVA	12
1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	13
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA.....	15
2.2 INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS	16
2.3 CRÉDITO	17
2.4 POLÍTICAS DE CRÉDITO.....	18
2.4.1 Os “C” do crédito	19
2.4.2 Caráter	19
2.4.3 Capacidade	20
2.4.4 Condições	20
2.4.5 Capital	20
2.4.6 Conglomerado	21
2.4.7 Colateral	21
2.5. ANÁLISE E RISCO CRÉDITO.....	22
2.6. BALANÇO PATRIMONIAL.....	24
2.7 (DRE) DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO	25
2.8 DEMONSTRAÇÕES DO FLUXO DE CAIXA (DFC).....	26
2.9 INADIMPLÊNCIA.....	28
2.10. ÓRGÃOS DE INFORMAÇÃO.....	29
2.10.1 Serasa	30
2.10.2 SPC –Serviço de proteção ao consumidor	30
2.10.3 Sites de análises de créditos	31
2.10.3.1 Equifax	32
2.10.3.2 DEP`S	33
2.10.3.3 CCB	34
2.11. GARANTIAS NA LIBERAÇÃO DE CRÉDITO	34
2.11.1 Com aval	34

2.11.2 Penhor	34
2.11.3 Permuta	35
3 ESTUDO DE CASO	36
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	36
3.2 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	37
3.3 CARACTERÍSTICAS DOS CLIENTES	38
3.4 DISTRIBUIÇÃO DAS VENDAS	39
3.5 PROCESSOS DA ANÁLISE DO CLIENTE (FERRAMENTAS PARA A ANÁLISE DO CRÉDITO)	40
3.6 FLUXOGRAMA DA ANALISE DO CRÉDITO.....	41
3.6.1 Descrição das etapas	42
3.7 PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO	43
3.8 PRAZO MÉDIO DE VENDAS.....	44
3.9 PRINCIPAIS FORMAS DE PAGAMENTO	44
3.10 PRINCIPAIS CLIENTES VENCIDOS	45
3.10.1 Fluxograma de Cobrança	46
3.10.2 Descrição das etapas	47
3.10.3 Cobradoras Terceirizadas.	48
3.10.4 Percentual de Inadimplência por grupo	49
4 CONSIDERACOES FINAIS.....	51
REFERÊNCIAS	52

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar o funcionamento da análise de crédito em uma empresa cerâmica. Para chegar a estas características foi necessário abordar e conhecer todo o funcionamento do sistema de análise de algumas empresas da região.

Somente após ter o conhecimento dos procedimentos utilizados pela empresa em estudo, foi possível identificar o perfil adotado e sugerir-lhe a forma mais correta quanto à necessidade e expectativa de recebimento do crédito aprovado.

Para efeitos de melhor entendimento, o presente estudo está dividido em:

Primeiro capítulo: Introdução, Tema e problema, Objetivos gerais e específicos e por Justificativa;

Segundo capítulo: Fundamentação Teórica tendo como principais tópicos de estudo; Administração Financeira, Instituições Financeiras, Crédito, Políticas de Crédito, Análise e Risco de Crédito, Balanço Patrimonial, DRE, Órgãos de Informação e Garantias na Liberação de Crédito.

Terceiro capítulo: Estudo de caso.

1.1 TEMA E PROBLEMA

As concessões de crédito buscam atender as necessidades de aquisição de um produto, seja para pessoa física ou jurídica. Normalmente no caso das pessoas jurídicas esse crédito é fornecido para a compra das matérias-primas necessárias para o funcionamento da instituição.

Nas empresas da área cerâmica o diferencial está na análise, feita de forma aprofundada e ágil. Quando o cliente procura determinada empresa, nesse caso, as da região da AMREC, para adquirir as cerâmicas, ele vem disposto a atender as expectativas, estas de qualidade e atendimento, assim deve-se ter muita atenção com o cliente e com isso buscar estratégias que satisfaçam as necessidades antes que a concorrência o faça.

Como o trabalho se dá no segmento cerâmico, o resultado das empresas é obtido na venda de piso, porcelanato, pastilhas, todos os revestimentos em geral.

O surgimento desse tema deu-se pelo fato do pesquisador ter como problema: Como diminuir os riscos existentes na concessão de crédito e assim garantir um baixo índice de inadimplência e também o patrimônio numa indústria cerâmica?

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

O objetivo geral da pesquisa é verificar a forma de análise de crédito numa indústria cerâmica. Para alcançarmos o objetivo geral têm-se os objetivos específicos da pesquisa:

- Buscar em literaturas específicas possíveis métodos ou instrumentos utilizados para resguardar as empresas de riscos na concessão de crédito;
- Identificar os procedimentos necessários para diminuir os riscos existentes na concessão de crédito para garantir o recebimento das vendas e a diminuição dos índices de inadimplência numa indústria cerâmica;
- Identificar *software* que possam contribuir para a tomada de decisão na concessão do crédito.

1.3 JUSTIFICATIVA

No mercado atual, a escassez dos recursos atinge grande maioria das empresas em todo o Brasil, assim é comum observar essas instituições efetuando compras a prazo, principalmente empresas com data de fundação recente, independente do ramo de atuação, e outro fator que também contribui muito para isso, foi o aumento das modalidades de venda a prazo.

De acordo com essas necessidades, as empresas que normalmente concedem esses créditos devem estar bem munidas e capacitadas para efetuar a análise das empresas solicitantes de crédito de forma bem apurada e segura.

Então, pela inconstância da economia nos últimos anos, as empresas podem estar em um dado momento no auge da vida financeira e em seguida passando por dificuldades irremediadas. Diante deste cenário, os gestores precisam tomar decisões rápidas, mas que gerem resultados constantes para poder estabilizar a situação das contas a receber, sem ter constantes surpresas.

Como a maioria das empresas do ramo cerâmico da região da AMREC é de grande porte, e as vendas são em quantidades altas, normalmente para empresas revendedoras, condomínios e grandes construtoras assim os valores dessas transações são elevados.

Assim não basta por parte dos colaboradores responsáveis pela análise de crédito na instituição ter entusiasmo, conhecimento técnico, e saber de que forma trabalham os clientes para ter êxito no recebimento do crédito. E preciso mais que isso, é necessário que sejam observadas certas normas de como a empresa trabalha, quais as garantias oferecidas, qual a situação financeira atual, qual o atraso médio que a empresa tem com os fornecedores, volume de compras mensal e se a empresa possui alguma ação judicial por inadimplência. Com isso se faz necessário trabalhar com equipamentos de análise modernos que, atualmente o mercado oferece, e que podem ter todas as informações necessárias, para assim gerenciar e os riscos existentes na concessão de crédito.

1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A seguir serão apresentados, os métodos de abordagem escolhidos para a aplicação da pesquisa, bem como o local em que a pesquisa acontece e todos os procedimentos de coletas de dados.

De acordo com Oliveira (1999), a pesquisa objetiva constituir uma série de compreensões para a descoberta de respostas às indagações e questões que existem em todos os ramos do conhecimento humano.

Realizou-se uma pesquisa bibliográfica para adquirir todo o embasamento teórico. Essa pesquisa foi feita por meio de livros, *internet*, artigos, enfim, fontes necessárias para a confecção deste.

Pesquisa bibliográfica: procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos tais como livros, artigos de periódicos e informações disponibilizadas na internet.

Conforme Lakatos e Marconi (2003), a pesquisa bibliográfica é um resumo geral sobre os principais trabalhos que já foram realizados, considerados importantes por fornecerem dados atuais e relevantes relacionados com o tema.

Pesquisa de campo descritiva: Consiste na observação dos fatos tal como eles ocorrem espontaneamente, na coleta de dados.

Segundo Lakatos e Marconi (2003), o contato direto, pesquisa de campo ou de laboratório geralmente são feitos com pessoas que fornecerão dados ou possíveis fontes úteis para busca de mais informações, mais conteúdo sobre o tema abordado.

Conforme Oliveira (1999), o estudo descritivo possibilita desenvolver um nível de análise onde é permitido identificar as diferentes formas dos fenômenos, as ordenações e a classificação.

Conseqüentemente será realizado um estudo de caso em uma dessas organizações, onde por meio de algumas informações como: demonstrações econômico-financeiras, quais tipos de ferramentas utilizadas para contribuir com a análise, como é feito o processo para clientes novos, quais etapas são seguidas, enfim fatores relevantes no risco da concessão de crédito. Esse é um forte instrumento onde se encontra regras e procedimentos que devem ser seguidos, o qual vai engrandecer a confiabilidade da pesquisa e ser uma base ao longo das atividades de estudo.

Diante de todos estes procedimentos pretende-se chegar à esfera de responder o questionamento apresentado, bem como, atingir os objetivos propostos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Percebe-se em meio à estabilidade econômica do país nos últimos anos que mudanças significativas favoreceram o mercado financeiro brasileiro de crédito. E com a redução das taxas e juros pelo Banco Central as operações de crédito vêm aumentando cada vez mais, possibilitando novas negociações.

2.1 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

A administração financeira agrega a aplicação de recursos da empresa de forma eficiente, conseqüentemente maximizando o lucro.

Conforme Wright (1974), o lucro será o gás vital do setor privado, seja na indústria e comércio. As pessoas passam a economizar o dinheiro ao invés de gastá-lo por vários motivos, o principal é obter o retorno desse valor, diga-se, uma recompensa pelo adiantamento do usufruto e os riscos que correu.

Como complementa Neto (2007), a administração financeira tornou-se um campo de estudo, não só teórico como prático também, que objetiva, assegurar um processo empresarial melhor e mais eficiente quanto à captação e alocação de recursos de capital.

A administração financeira somada às demais áreas da empresa compõe as áreas funcionais, e todas elas cabem, segundo Megliorini, (2009), as funções básicas de planejar, organizar, coordenar, dirigir e controlar.

Gitman, (2001) afirma que todas as demais áreas dentro de uma organização devem interagir com a área financeira, a fim de garantir um bom andamento das funções, e isso também serve para o administrador financeiro, que por sua vez deve também interagir com as demais áreas.

Blauth (1977), o objetivo da administração financeira fundamenta posteriormente maximizar os lucros. O trabalho do administrador financeiro resume-se basicamente num dilema: liquidez *versus* lucratividade.

Na administração financeira, o objetivo econômico das empresas é valorizar ao máximo o valor de mercado a longo prazo, assim estaria aumentando a riqueza da empresa (HOJI, 1999).

Quando se cria uma empresa, o principal objetivo é o lucro e nesse sentido o administrador financeiro tende a trabalhar da melhor maneira possível para fazer com que as empresas obtenham sempre o melhor resultado, dentro do menor tempo possível, sabe-se que o mercado é imprevisível, e é imprescindível que o administrador financeiro tenha recursos para controlar a movimentação de caixa (HOJI, 1999).

Cabe a administração financeira assessorar a empresa como um todo, no sentido de fazer com que os ganhos obtidos por ela sejam suficientes não só para cobrir todos os gastos, mas também para gerar lucros. Para que isso aconteça é necessário aplicar o dinheiro de forma eficiente, distribuindo-o por todos os setores da empresa. Para Groppelli (2002), complementa afirmando que as finanças são aplicações que visam aumentar a riqueza, e ter rentabilidade com o menor risco possível.

Para garantir o alcance dos objetivos gerais de uma empresa, todos os setores que a constituem precisam responder de forma competente aos objetivos específicos da organização. No caso da administração financeira, o papel principal é o de garantir à empresa o alcance de lucros (NETO, 2007).

A administração financeira centraliza-se na obtenção e utilização dos recursos necessários e essenciais para uma eficiente operação interna (BLAUTH, 1977).

2.2 INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

Instituições Financeiras geralmente são escolhidas pelo cliente, e é nestas empresas, onde que são realizadas as transações econômicas seja uma aplicação ou um empréstimo.

Segundo Gitman (2004), as instituições financeiras podem atuar de forma intermediária, canalizando a poupança de indivíduos, empresas e órgãos de governos para empréstimos e aplicações.

Conforme Cobra (2000), uma instituição por mais reputada e respeitada que seja, deve estar constantemente agregando valor aos produtos e serviços que oferece, satisfazendo os desejos dos clientes, que atualmente são o bem maior da empresa, notadamente uma empresa de serviços financeiros.

Assim como em qualquer outro segmento, a oferta de produtos e de serviços das instituições deve ser orientada para atender as necessidades e os desejos dos clientes.

Complementando ainda conforme Brito (2003), com o surgimento desses intermediadores financeiros, foi possível desenvolver-se economicamente em diversos setores, sendo pela expansão na carteira de clientes, hoje atende com pessoas físicas e jurídicas, seja por meio da atuação em um setor específico, exemplo, as exportações. Hoje a gama de produtos e serviços é bem maior, existe mais opções para suprir outras demandas e conseqüentemente facilitar a vida de todos os envolvidos.

As instituições financeiras atuam na concessão de créditos como intermediadores, tanto nos recursos de terceiros como na função especial do processo. Ao intermediar as negociações, as instituições financeiras multiplicam a moeda escritural ou bancária, realocando os recursos em áreas abundantes para as áreas onde há escassez, acarretando forma atuante no crescimento econômico (FORTUNA, 1996).

2.3 CRÉDITO

Para Silva (1998), crédito é a capacidade que alguém tem para obter dinheiro, mercadoria ou serviço mediante compromisso de honrar posteriormente em determinado prazo, conforme tudo que foi combinado.

Ferreira (1998) destaca que o crédito como soma fica a disposição de alguém num banco, etc., mediante certas vantagens e necessidade de uma conta.

Conceitua Schrickel (2000), que a concessão de crédito é um ato de vontade ou disposição de uma pessoa, física ou jurídica em ceder temporariamente, parte do próprio patrimônio a um terceiro, mediante a expectativa de que este patrimônio volte integralmente, quando não em quantidade maior.

Neste sentido Oliveira (1996) diz que há crédito, no ponto de vista econômico, quando há a troca de um bem presente por um bem futuro. O objetivo está na confiança que se mostra presente, pois ao entregar ao devedor o 'bem presente' o credor acredita fielmente que receberá de volta o pagamento em prazo determinado. O elemento objetivo se constitui no prazo, é, o diferimento de tempo entre as prestações.

Ortolani (2000), quando há o descumprimento de obrigações assumidas contratualmente pelo devedor, denomina-se como inadimplência sejam elas pecuniárias ou não. Ao contrário do que não cumpre, tem-se o cliente que está cumprindo com as obrigações contratuais, ou seja, está adimplente.

Para evitar a inadimplência é necessário reduzir ao máximo o risco no fornecimento de crédito. É indispensável uma análise criteriosa, sobre as informações do cliente que deseja efetuar a compra no prazo (ORTOLANI, 2000).

A organização que trabalha com vendas, ou mesmo na concessão de crédito deve estipular uma política de crédito, a qual determina o rumo para as decisões relacionadas a este.

2.4 POLÍTICAS DE CRÉDITO

Cada empresa define diferentes formas de selecionar os clientes, de acordo com as possibilidades.

Conforme Silva (1998), as políticas são formas que determinam padrões de decisão ou mesmo regras na resolução de problemas similares.

Algumas políticas de crédito são mais rigorosas outras mais maleáveis, dependendo das características da empresa e dos produtos ou serviços oferecidos. Mueller (1990) destaca que a política de crédito é o suporte que orienta a cultura e consciência de crédito de um banco. O objetivo da política é avaliar o cliente e decidir se libera ou não crédito. Esta avaliação é realizada por meio do cadastro do cliente, onde constam as informações pessoais e profissionais deste.

Ao optar por uma política de crédito mais rigorosa, com certeza a empresa estará diminuindo os riscos e conseqüentemente diminuindo as vendas. Inversamente, uma política de crédito mais maleável fará com que as vendas aumentem, juntamente com as possíveis perdas. De acordo com Paiva (1997), a

definição e a manutenção de uma política de crédito têm como objetivo nortear todos os envolvidos seja de forma direta e indiretamente nas decisões de aplicação dos ativos.

Segundo Sinkey (1989), o processo de crédito, envolve três tarefas básicas: a decisão da concessão de crédito ao cliente, o acompanhamento do desempenho e a recuperação desses créditos vencidos ou irregulares.

Quanto mais rígidos os critérios de concessão, menor será o investimento nas carteiras de empréstimos, o que diminuirá o risco de inadimplência. Da mesma forma, quanto mais flexíveis forem os critérios, mais a empresa estará se expondo ao risco de inadimplência.

2.4.1 Os “C” do crédito

Os “C’s” do crédito são elementos de vital importância na concessão de crédito, estes podem ser utilizados para o estabelecimento da política de crédito, para a organização dos departamentos de crédito, para a estruturação dos sistemas de avaliação de riscos e para a normatização da área de crédito (ORTOLANI, 2000).

As bases primárias de créditos são os 4 “C’s” divididos em dois grupos:

a) Aspectos Pessoais: Caráter e Capacidade

b) Aspectos financeiros: Condições e Capital

Outros dois “C’s” podem vir à tona quando os “C’s” financeiros não dão sustentação para o crédito almejado ou a capacidade plena é questionável:

Conglomerado e Colateral.

2.4.2 Caráter

Tendo por base a confiança, a concessão de crédito é baseada na vontade do devedor de liquidar as obrigações do que está registrado em contratos, que pode ser sob o título de caráter.

Santi Filho (1997), o caráter refere-se à finalidade de pagar, um bem importante e parâmetro decisivo para concessão de crédito, independente do valor negociado.

2.4.3 Capacidade

O caráter e a capacidade são dois atributos que se misturam e se confundem a partir do momento em que se depara com uma situação do tipo “tenho vontade de pagar, mas não consigo”.

A capacidade que o associado terá de honrar com o pagamento do empréstimo solicitado.

Para Santos (2003) capacidade, é o julgamento que o analista faz referente à habilidade dos clientes no gerenciamento e conversão dos negócios em renda ou receita.

2.4.4 Condições

Diz respeito ao micro e macro cenário em que o tomador de empréstimos está inserido. Para Santi Filho (1997), têm-se quatro quesitos para serem avaliados na apuração dos riscos ligados ao “C” condições: Informações sobre o mercado e produtos; o ambiente macroeconômico e setorial; o ambiente competitivo; e dependência do governo.

Essa análise é feita considerando variáveis micro e macro econômicas externas ligadas ao ramo de atividade ou profissão do tomador de empréstimo. Os gerentes precisam saber o que está acontecendo nas linhas da política econômica, assim como nas políticas cambiais.

Da mesma forma, com relação aos concorrentes, uma avaliação nas empresas do setor concorrente, a avaliação dos riscos envolve o conhecimento dos principais concorrentes, dos clientes que eles estão atendendo, do tamanho relativo, da taxa de crescimento do setor e da disputa em termos de preços dos produtos (SANTI FILHO, 1997).

2.4.5 Capital

Segundo Santi Filho (1997), o gerente de crédito deve avaliar três aspectos básicos quanto ao risco sob a ótica do “C” capital: Analisar o perfil

empresarial, o exame da rentabilidade do Patrimônio Líquido e a avaliação do IOG – Investimento Operacional em Giro. Analisa-se aqui, as condições financeiras que o tomador tem para saldar seus empréstimos no prazo pré-determinado.

Refere-se à situação econômica do tomador de empréstimo, no caso de empresas, a solidez, estrutura de composição, e os recursos próprios que venham ser obtidos futuramente a fim de honrar com os compromissos financeiros.

2.4.6 Conglomerado

Conglomerado é a análise do grupo empresarial ao qual pertence o cliente, este constituído de empresas e ligações societárias.

Silva (1998), não é o bastante conhecer só a situação de uma empresa, é preciso conhecer também as empresas coligadas ou controladoras para se formar um único conceito sobre a solidez do conjunto. Pode acontecer de determinado pedido de empréstimo para uma empresa com boa situação financeira seja transferido para outras empresas, que apresentam situações financeiras bem ruins ou até mesmo estarem em fase falimentar.

É de responsabilidade dos departamentos técnicos das instituições que operam com crédito, a avaliação do risco do Conglomerado.

2.4.7 Colateral

Segundo Schrickel (2000)O Colateral, tradução do termo inglês de idêntica grafia, significa a garantia. Dessa forma, o “C” Colateral, representa o que pode ser oferecido pelo tomador de crédito visando compensar as suas fraquezas, o colateral numa decisão de crédito, serve para equilibrar e enfraquecer eventuais impactos negativos que possam enfraquecer um dos três elementos: capacidade, capital e condições. Este enfraquecimento insinua maior risco e o colateral visa compensar esta elevação do risco, das incertezas futuras quanto ao repagamento do crédito.

O Colateral complementa os outros “C’s” de crédito, podendo servir sozinho na tomada de decisão.

2.5 ANÁLISE E RISCO CRÉDITO

A análise leva em consideração os questionamentos em torno da decisão de conceder ou não o crédito, a situação exige reflexão, averiguação, pois o risco e o crédito estão juntos, na mesma proporção.

A importância da análise é saber qual o grau de risco que a instituição terá ao fornecer limite de crédito para os clientes, e qual a possibilidade de não receber o pagamento na data combinada pelas partes (SCHRICHEL, 2000).

A análise de crédito informará qual a disponibilidade que o cliente tem quanto ao pagamento, à capacidade financeira, quais as garantias que a empresa pode oferecer e como anda a estabilidade da empresa. Assim a concessão da venda a prazo acaba se tornando uma parte muito relevante na liberação da compra.

Schrickel (2000) diz que, o principal objetivo da análise de crédito numa instituição é o de identificar os riscos nas situações, corroborar conclusões quanto a capacidade de pagamento do tomador do crédito, e fazer indicações relativas à melhor estruturação do tipo de crédito a conceder.

Groppelli (2002), afirma que os métodos de avaliação de riscos de crédito podem ser divididos em dois distintos grupos: análise tradicional e métodos modernos de avaliação de riscos.

Análise é uma avaliação do perigo que um crédito pode trazer para a instituição. O tipo de metodologia que a empresa escolher é fundamental para saber qual tática que ela irá adotar frente a cada possibilidade de risco.

Schrickel (2000) afirma que embora a análise de crédito deva lidar com eventos passados do tomador do crédito, com uma avaliação histórica, as decisões de crédito devem considerar unicamente o futuro desse mesmo tomador. O risco situa-se no futuro; no passado, encontram-se apenas histórias.

Para Santi Filho (1997, p. 15):

[...] a avaliação do caráter do tomador de crédito integra o que é chamado risco técnico. Conceituado como risco, pois é passível de verificação quanto às probabilidades objetivas de estimação, em contraposição à incerteza que ocorre quando não existem dados históricos acerca do tomador. É técnico, à medida que as fontes disponíveis de informação podem ser pesquisadas e o resultado apresentado indicará, com bastante segurança, o que se pretende avaliar [...].

Quem proporciona o crédito, fornece também produtos ou serviços, mediante a uma garantia de pagamento, assim enquanto o compromisso não se concretizar o risco irá existir.

Para Silva (1998), quando se efetua uma operação de crédito, têm-se como contrapartida a promessa do cliente, do tomador de crédito, o pagamento de tal operação no prazo estipulado. No entanto isso nem sempre ocorre, o que leva as instituições a adotarem medidas capazes de analisar o risco de acordo com a capacidade ou as garantias que o cliente oferece ou tem.

No departamento financeiro o risco tem a mesma definição, porém de uma maneira mais ampla, que é o risco de prejuízo financeiro. Para a instituição o risco de crédito representa a perda do valor do custo para a fabricação do produto ou do serviço executado.

Schrickel (2000) destaca que, o risco sempre estará presente em qualquer empréstimo, não há como emprestar sem correr riscos. Porém, o risco deve ser compatível ao negócio da empresa e a margem mínima almejada, o lucro. Entende-se que todo risco que não seja, a princípio, verdadeiro extrapola o bom-senso.

Em todas as instituições os riscos sempre estarão presentes, o que diferencia um risco de outro, é que, um pode ser considerado risco aceitável, tolerável e outros não. O risco deve ser razoável e compatível com o negócio da instituição, com o que ela considera na pior das hipóteses uma perda tolerável, em caso de perda mesmo.

Na visão de Schrickel (1995), o principal objetivo da análise de risco e crédito numa instituição financeira é o de identificar os riscos nas situações de empréstimo, comprovar conclusões quanto à capacidade de pagamento do tomador, e fazer recomendações relativas à melhor estruturação e o melhor tipo de empréstimo a conceder.

Deve-se sempre lembrar que existe o risco do recebimento não se concretizar, assim já evitar a inadimplência e de extrema importância reduzir os riscos no momento da análise do crédito. Conforme afirma Schrickel (1995), a análise de risco e crédito envolve a habilidade de fazer uma decisão de crédito, onde se encontra um cenário de incertezas e constantes mudanças e informações incompletas. A habilidade de identificar o grau de risco depende da capacidade de

analisar corretamente a situação num todo, e chegar a uma conclusão clara, prática e fácil de ser implementadas.

Para isso deve ser feito uma análise bem apurada sobre todas as informações do cliente que deseja efetuar a compra.

2.6 BALANÇO PATRIMONIAL

O balanço patrimonial é uma demonstração contábil de um determinado período formado por bens, direitos e obrigações, onde é apresentada toda a posição financeira e patrimonial de uma empresa.

De acordo com Santos (2003), apresenta de um lado, um grupo de contas que estes os bens e direitos que a empresa possui em determinado momento. Esse conjunto de bens e direitos é designado de ativo. Apresenta um conjunto de contas que identificam as obrigações e dívidas da empresa e o capital próprio (patrimônio líquido) que a empresa possui em determinado momento. O conjunto de obrigações é designado de passivo total ou capital de terceiros.

O ativo representa todos os bens e direitos que a empresa possui, evidenciando onde a empresa aplicou os recursos.

O passivo representa as obrigações, evidenciando de onde vieram os recursos, os quais podem ser de terceiros ou próprios.

O balanço patrimonial compreende o ativo, o passivo e o patrimônio líquido. Bodie e Merton (1999,) fazem as seguintes considerações:

O balanço de uma empresa mostra seus ativos (o que é de sua propriedade) e seu passivo (o que deve) em um determinado momento. As diferenças entre o ativo e o passivo correspondem ao seu patrimônio líquido também chamado patrimônio dos proprietários. Os valores de ativos e passivos e patrimônio líquido divulgados nos balanço de uma empresa são medidos pelos custos históricos de aquisição, de acordo com os princípios contábeis geralmente aceitos.

A diferença entre ativo e passivo constitui o patrimônio líquido, ou seja, o capital que os proprietários investiram na empresa e os lucros que a empresa gerou com as atividades.

O resultado líquido de vendas mede o desempenho da empresa em relação à margem.

Conforme Santi Filho (1997), a relação entre resultado líquido (lucro líquido ou prejuízo) com as vendas indica o resultado obtido com o nível de atividades, ou seja, dado um determinado nível de vendas, uma vez subtraídos todos os impostos, custos e despesas, o que efetivamente restou é o lucro ou prejuízo do negócio.

As vendas/ativo medem o desempenho da empresa em relação a eficiência. O resultado obtido com a relação indica quanto investimento da empresa está propiciando de geração de receitas.

O balanço patrimonial permite medir o grau de endividamento, o capital de giro e liquidez.

2.7 (DRE) DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

A demonstração inicia-se com a receita operacional bruta ou vendas brutas, o qual segundo Matarazzo (1998); “[...] e constituída pelo valor bruto faturado” e dela “devem ser deduzidos os impostos incidentes sobre vendas, vendas canceladas e os abatimentos concedidos” desta forma chega-se receita operacional líquida.

Para Silva (1998), na receita operacional líquida é a parte da empresa, o que ficará para a mesma cobrir os custos e despesas e para gerar lucro.

A demonstração do resultado do exercício representa a apuração do resultado econômico da empresa ao final do exercício social, demonstrando se a mesma obteve lucro ou prejuízo no período.

Silva (1998) diz que, a demonstração do resultado do exercício, demonstra o resultado obtido pela empresa em determinado período, isto é, se teve lucro ou prejuízo. Nota-se que, enquanto o balanço patrimonial representa a posição da empresa em determinado momento, a demonstração do resultado acumula as receitas, os custos e as despesas relativas a um período de tempo, mostrando o resultado e possibilitando conhecer os componentes principais.

As principais informações tiradas das demonstrações de resultado estão relacionadas com os índices de lucratividade e de efetiva dependência da empresa do capital bancário, permitindo medir a lucratividade, a rentabilidade e a produtividade.

2.8 DEMONSTRAÇÕES DO FLUXO DE CAIXA (DFC)

A demonstração do fluxo de caixa mostra todo o fluxo de dinheiro que entra e sai da empresa em determinado período, ou seja, a origem e a aplicação do dinheiro, e ainda o resultado financeiro da mesma.

Fluxo de caixa indica a origem de todo o dinheiro que entrou no caixa, bem como onde foi aplicado esse dinheiro que saiu do caixa no mesmo período, e, ainda o Resultado do Fluxo Financeiro (MARION, 1998).

Santos (2003) trata-se da demonstração onde são mostrados os fluxos de caixa da atividade operacional, dos investimentos e dos financiamentos realizados pela empresa, ao longo do período.

A demonstração do fluxo de caixa pode ser elaborada pelo método indireto ou pelo método direto.

Silva (1998) diz que, a utilidade do DFC para a tomada de decisão é muito importante, por meio deste é possível o planejamento e controle do caixa, é possível também verificar com antecedência a falta ou sobra de dinheiro, a necessidade de empréstimos ou possibilidade de investimentos, a melhor época para aquisição de bens entre outros.

Concorda também Zdanowicz (2004) que, por meio do fluxo de caixa é possível planejar, organizar, dirigir e controlar os recursos da empresa durante o tempo de cobertura, mas também é importante estar atento, pois pode ser necessário fazer alterações não previstas.

O autor Santos (2003) ordena outras finalidades do fluxo de caixa:

a) Planejar a contratação de empréstimos e financiamentos – A contratação de linhas de crédito para suprir necessidades da empresa precisa ser feita no tempo e quantidade certos, muitas linhas de crédito requer algum tempo para sua negociação e contratação. Por esse motivo, a empresa precisa saber antecipadamente quando vai usar recursos de terceiros;

b) Maximizar o rendimento das aplicações das obras de caixa – No mercado financeiro, as taxas de juros por unidade de tempo crescem com o prazo de aplicação. Esse crescimento é devido à tendência do investidor em exigir uma taxa de juros maior para poder aplicar o dinheiro por prazos maiores;

c) Avaliar o impacto financeiro de aumento das vendas – quando o valor das vendas da empresa aumentam rapidamente, em virtude de melhora dos

preços, ou aumento da quantidade vendida, é necessário projetar o impacto sobre a posição de caixa;

d) Avaliar o impacto financeiro de variações de custos – em determinadas situações, a empresa pode ver-se obrigada a não repassar aumentos de custos, sob pena de perder mercado. As informações fornecidas pelo fluxo de caixa servirão para mostrar como a decisão de operar com prejuízo ou lucros reduzidos impactará a situação financeira da empresa.

O método indireto deve ser efetuado com base no lucro líquido, ajustando os valores das operações de receitas e despesas que não afetaram o caixa da empresa, por meio das variações patrimoniais é possível identificar os fatores que contribuíram de forma positiva ou negativa a variação das disponibilidades da empresa (SANTOS, 2003).

No método direto são evidenciados todos os recebimentos e pagamentos que afetaram a variação do caixa começando pela receita de venda recebida, em vez do lucro líquido, e levando em conta os pagamentos e recebimentos ocorridos no período considerado (SANTOS, 2003).

Destaca Hoji (1999) como classificação das atividades econômicas que compõe o fluxo de caixa:

- **Atividades de operações:** Nessas atividades pode-se destacar o recebimento com vendas, impostos sobre compra e venda, salários e encargos, juros pagos e juros recebidos entre outros.

- **Atividades de investimentos:** Nessas atividades pode-se enumerar a aplicação de investimentos permanentes, aplicação em imobilizado, e as respectivas vendas.

- **Atividades financeiras:** Neste destaca-se o resgate de investimentos temporários, a captação de empréstimos, a integralização do capital, dividendos pagos entre outros.

Quadro 1: Fluxo de caixa de curto prazo – empresa varejista. Prazo de cobertura mensal e período de informação diário.

Elementos	Meses				
	Jan	Fev	...	Nov	Dez
1. Entradas de caixa					
Recebimentos de venda à vista					
Recebimentos de vendas futuras					
Recebimentos de vendas com cartão de crédito					
Recebimentos de vendas pelo crediário					
Operações de crédito					
Resgate de aplicações financeiras					
Juros de aplicações financeiras					
Recebimentos de alugueis					
Aporte de capital					
Outras entradas de caixa					
1.1 Total das entradas					
2. Saídas de caixa					
Fornecedores					
Prestadores de serviços					
Folha de pagamento					
Encargos sociais					
Impostos					
Antecipação de pagamentos					
Juros de financiamentos					
Pagamento de principal					
Despesas bancárias					
Pagamento de aluguel					
Água, luz, gás, telefone e internet					
Realizações de aplicações financeiras					
Outras saídas					
2.1 Total das saídas					
3. Saldo de caixa (1.1-2.1)					
4. Saldo inicial de caixa					
5. Saldo inicial de aplicação financeira diária					
6. Aplicação ou Resgate					
7. Saldo inicial de permanência em bancos					
8. Variação da permanência em bancos					
9. Saldo final de aplicações diárias (5+6)					
10. Saldo final de permanência em bancos (7+8)					
Saldo final de caixa (4+9+10)					

Fonte: Santos (2001, p. 62)

2.9 INADIMPLÊNCIA

O perigo que incorre no caso da concessão de crédito e o de inadimplência na qual o tomador de crédito não cumpre o que foi acordado, o combinado no momento da concessão. Ortolani (2000) trata-se do descumprimento de obrigações assumidas por meio de contrato pelo devedor, sejam ela pecuniárias

ou não. Do cliente que está cumprindo honrosamente com as obrigações contratuais diz-se que esta adimplente.

Freqüentemente o termo é usado como sinônimo de situação de atraso de dívida é um dos principais motivos de inadimplências no Brasil e causado pelo desemprego.

De acordo com Gitman (1997), a principal causa da inadimplência é falta de administração, o que seria responsável por mais de 50% de todos os casos.

Para enfraquecer a inadimplência, as empresas precisam reduzir os riscos ao fornecer crédito, dessa forma, é imprescindível uma análise detalhada sobre as informações do cliente, como pretendem pagar, as garantias que o mesmo oferece. Blatt (1998), diz que um ponto chave para o departamento de crédito do credor é monitorar constantemente o cliente, mesmo depois de concedido o crédito, uma análise periódica.

Vários são os fatores que deverão ser analisados com muita cautela, para que os riscos de inadimplência seja o menor possível. Quanto mais informações conter no cadastro do cliente, maior será a chance do analista identificar os riscos.

2.10 ÓRGÃOS DE INFORMAÇÃO

Determinadas organizações tem como objetivo fornecer informações às empresas referente aos clientes. Com essas informações em mãos pode-se verificar o comportamento deste em compras feitas em outros estabelecimentos. Essas informações são de grande valia para definir se o cliente realmente merece o crédito ou não. Em muitos casos o crédito não é liberado, pelo motivo de o nome da empresa constar em um desses órgãos de informação.

Schrickel (2000) acrescenta que, as fichas cadastrais podem ser formadas por uma equipe de informantes mantidos pela própria instituição, ou serem obtidos mediante contrato de prestação de serviços de empresas especializadas. Estarem 100% preenchido e quanto mais atualizado possível melhor. Especial ênfase deve ser dada aos rendimentos, bens (quantidade, qualidade e valor), endereços, informações de terceiros acerca de práticas comerciais conhecidas, além das pesquisas de praxe (SPC, SERASA e outros.). Informações sobre o cliente

nunca são demais, necessário é ter este acompanhamento periódico, o histórico do tomador de crédito.

A informação obtida no cadastro juntamente com as dos órgãos de informações tem por finalidade auxiliar a liberação do crédito.

Essas informações podem ser positivas, apresentando o relevante histórico de adimplência e todas as operações contratadas por ele, mostrando as formas e os prazos de pagamento.

Por outro lado existe também a prevenção para que os tomadores de crédito não passem a se tornar inadimplentes no futuro.

2.10.1 Serasa

Instituição na qual se obtém as informações dos bancos, referente a protestos, cheques sem fundo, ações civis, concordatas e falências, seja de pessoas físicas e jurídicas (LEONI, 1997).

O Serasa constitui-se numa das maiores empresas do mundo em análise e informações para decisões de crédito e apoio a negócio, atua de forma completa, com cobertura nacional e internacional por meio de acordos operacionais com as principais empresas de informações de todos os continentes. (SERASA, 2008)

Para esta instituição o principal foco são os serviços bancários, onde é possível efetuar consultas de pessoas físicas e jurídicas referente a protestos, cheque sem fundo, concordatas, falências, ações civis, com total interligação entre todos os estados.

2.10.2 SPC – Serviço de proteção ao consumidor

Refere-se a um departamento da Câmara de dirigentes Lojistas, registrados no DASPC, órgão sem fins lucrativos e que tem como principal objetivo auxiliar no desenvolvimento de operações mercantis.

Esse serviço de proteção ao crédito fornece ao lojista ou empresa que está efetuando uma venda, informações sobre a situação do crédito do cliente, se

possui registro de débitos em outras empresas ou se possui referências comerciais boas.

Essa associação é formada por empresas que realizam vendas no crediário tendo esses os mesmos interesses. E constituídos por dados e históricos de clientes que não cumpriram as dívidas dentro do prazo determinado. Os lojistas de onde houve a inadimplência encaminham para a associação do município.

Leoni (1997) destaca que, obtêm-se as seguintes informações: protestos, cheques sem fundo tanto de pessoas físicas, como jurídicas; registro de débitos e passagens creditícias, somente para pessoas físicas. Estas informações ficam salvas até serem regularizadas, ou seja, quitada a dívida.

O SPC foi criado para centralizar todas as informações de proteção ao crédito, e também é uma empresa.

2.10.3 Sites de análises de créditos

A finalidade da análise do crédito é descobrir o grau de risco que a empresa terá ao fornecer crédito para os clientes e da possibilidade de não receber o pagamento deste crédito no prazo combinado.

A análise de crédito tem por função, a averiguação quanto à disponibilidade do cliente quanto ao pagamento, sua capacidade financeira, estabilidade e garantias que pode oferecer. Dessa forma, é uma parte relevante no processo de liberação da compra.

Menciona Schrickel (2000) que, o principal objetivo da análise de crédito numa instituição financeira ou mesmo para o prestador é o de identificar os riscos nestas negociações, evidenciar conclusões quanto à capacidade de pagamento do tomador, e fazer recomendações relativas à melhor estruturação e tipo de empréstimo a conceder.

A análise de crédito é a avaliação do risco de crédito dos clientes das instituições. A escolha da metodologia de análise é o aspecto fundamental da definição estratégica que a empresa adota.

Entre os métodos tradicionais destaca-se: (GROPPELLI, 2002)

- Análise clássica;

Trata-se de uma avaliação formal e individual do cliente, envolvendo dessa forma o máximo de informações na hora da análise de crédito.

- Análise baseada em garantias;

Trata-se de uma amarração de um bem ou de uma responsabilidade conversível em numerário que assegure a liquidação do empréstimo;

- Modelos de crédito massificado;

São créditos concedidos pelos bancos por meio de linhas diretas ao consumidor (CDC) e de empréstimo pessoal, destinadas à prestação de serviços e aquisição de bens duráveis com amortizações mensais fixas, já com os encargos envolvidos. Atualmente é um dos segmentos mais rentáveis do sistema financeiro, mesmo tendo os maiores índices de inadimplência.

- Modelos de *rating*

São modelos quantitativos são usados para derivar escores de classificação de empréstimos.

2.10.3.1 Equifax

A Equifax é a mais tradicional, reunindo e mantendo informações de mais de 400 milhões de pessoas e empresas no mundo.

Equifax do Brasil Ltda., empresa com mais de 100 anos de existência e presente em mais de 15 países, tendo iniciado suas atividades no Brasil, em 1998, com a aquisição da SCI, empresa fundada em 1974 e pioneira no fornecimento de informações restritivas e positivas sobre pessoas jurídicas no País.

Trata-se de informações em forma de relatórios, sobre o comportamento comercial empresas de todo Brasil, essas avaliações permitem identificar o potencial de compra dos parceiros comerciais, proporcionando maior lucratividade para os negócios.

2.10.3.2 DEP`S

Automação e gestão inteligente de crédito. Fundada em 2004, a Deps busca atender os clientes com as ferramentas apropriadas e com uma consultoria especializada em cada tipo de organização. “O diferencial que a empresa oferece para o mercado é a segurança das informações e a facilidade nos processos de integração de dados e operacionais”, destaca **Cristoffer Medeiros**, presidente da Deps, em entrevista ao **Noticenter**.

É incorporada por um sistema especialista chamado Análise de Crédito Pessoa Jurídica (ACPJ). O sistema de gestão é integrado à metodologia Agic, ou seja, além de atender demandas de crédito, o processo de gestão pró-ativa permite que os créditos sejam renovados antes mesmo de seu rompimento.

2.10.3.3 CCB

Fundado em 1972, o Convênio Cadastral Bandeirantes (CCB) teve sua constituição no dia 17 de dezembro de 1977, com 25 empresas participantes (Pincéis Tigre, Tintas Coral, Tintas Ypiranga, Indústrias Reunidas Francisco Matarazzo, Ideal SA, Brilhocerâmica, Goiânia, Xilotécnica, Ideal Standard, Eternit, Otto Baumgart, Duratex, Klabin, Globo, Metalúrgica Vulcão, Decoralita, Vulcânia, Cerâmica Mogi-Guaçu, Arbame-Maloury, Condugel, Hervy, CBE Regis, Nadir Figueiredo, Lorenzetti, Hansem).

O CCB é uma empresa sem fins lucrativos e tem como objetivo principal a coordenação e proteção ao Crédito e Cobrança de empresas industriais do ramo de materiais de construção através do intercâmbio de informações comerciais em caráter confidencial, entre seus associados.

Atuando há mais de 35 anos no mercado, a entidade tornou-se uma extensão das atividades comerciais de seus associados, contando com um banco de dados de 350.000 clientes do setor.

Atualmente o CCB conta com 47 empresas associadas e é administrada por uma Diretoria composta por 3 membros.

2.11 GARANTIAS NA LIBERAÇÃO DE CRÉDITO

Uma forma de reduzir o risco da inadimplência é exigir do devedor a apresentação de uma garantia, uma forma de precaução, caso não consiga pagar a dívida.

Leoni (1997) ressalta que, tratando-se de venda normal ou crédito habitual a empresa deverá possuir as próprias maneiras de precaução contra eventuais perdas. Quando, porém, existir forte concentração nas vendas a clientes específicos, ou créditos acima dos convencionais, é bom solicitar garantias extraordinárias ou subsidiárias.

2.11.1 Com aval

É uma garantia de pagamento confirmada por um terceiro, envolve-se na negociação um avalista que se compromete a pagar a dívida, no caso do devedor não liquidar.

Segundo o art. 32 da Lei Uniforme (GENEBRA, 1966), o avalista é responsável da mesma maneira que a pessoa por ele afiançada, ou seja, a obrigação mantém-se mesmo no caso de a obrigação que ele garantiu ser nula por qualquer vício que não seja de forma.

Afirma Berni (1999), o avalista é escolhido em função da capacidade de pagamento, de modo que será considerado pelo patrimônio, recursos, experiência, participações e situação financeira que possui.

2.11.2 Penhor

Garantia real, pela qual caso o devedor não pague sua dívida, a posse do seu bem móvel é transferida ao credor, que poderá vender judicialmente o bem para liquidar a dívida.

De acordo com Silva (1998), penhor pode compreender:

- a) As coisas móveis;
- b) Os imóveis por acessão;

- c) Os direitos;
- d) Os títulos de crédito.

Complementando Santos (2003), penhor consiste na entrega ao credor, de bem móvel, por um devedor ou por terceiros, para garantir o cumprimento da dívida.

2.11.3 Permuta

Permuta é a transação pelo qual as partes se obrigam a dar uma coisa por outra que não seja dinheiro.

Daiuto (1995), na permuta um dos contratantes promete uma coisa em troca de outra, dessa forma a parte se obriga a dar uma coisa por outra. Em melhor definição a troca é o contrato pelo qual, as partes se obrigam a dar uma coisa por outra que não seja dinheiro.

3 ESTUDO DE CASO

Neste capítulo, apresenta-se um estudo de caso realizado numa empresa do ramo cerâmico, no qual o seu nome foi alterado para BSM Cerâmica S.A. com o propósito de preservar a integridade da empresa, o objetivo é levantar dados para verificar os critérios utilizados na concessão de crédito numa indústria cerâmica.

Com base no estudo realizado foi proposto melhorias no processo visando aprimorar o gerenciamento do risco do crédito.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A empresa BSM S.A. é uma companhia de sociedade anônima de capital fechado que produz e comercializa porcelanatos e revestimentos cerâmicos. A história do grupo BSM tem suas origens na década de 40, quando o empresário Diomício Pedro iniciou suas atividades no setor extrativo de carvão mineral, na bacia carbonífera de Santa Catarina. Em 08 de junho de 1966, por iniciativa de Manoel da Silva, a primeira unidade industrial do Grupo BSM foi constituída em Criciúma, sendo chamada de Cerâmica BSM SA, onde os primeiros azulejos saíram da linha de produção em 11 de abril de 1971.

Desde então, a empresa vem seguindo seu arrojado programa de expansão, que passou pela aquisição e Construção de novas unidades industriais por todo o território nacional, passando a se chamar BSM Revestimentos Cerâmicos S.A.

Hoje a BSM S.A. é uma das empresas líderes no mercado brasileiro de revestimentos cerâmicos, é pioneira na produção de Porcellanato rústico e produz o maior Porcellanato do Brasil.

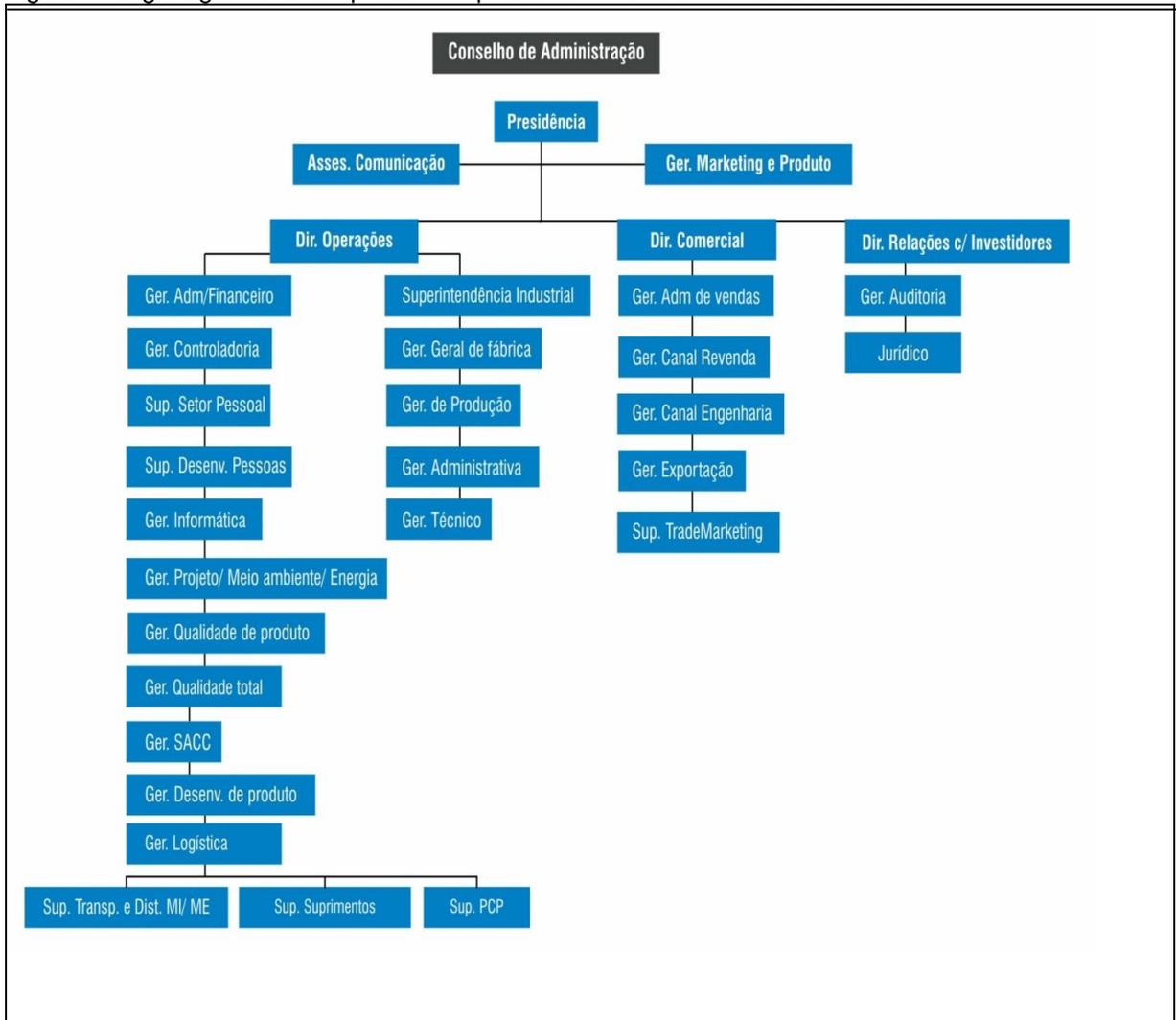
Possui o maior portfólio de porcelanatos do mercado nacional. É integrada por Regionais de Vendas instaladas nas principais cidades e capitais do País. Exporta para mais de 50 países, em 5 continentes. Conta com 5 unidades industriais, com parque fabril de ultima geração, utilizando tecnologia de ponta na produção de revestimento cerâmico e porcelanato e empregando mais de 2200 pessoas.

3.2 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Um instrumento de coleta de dados elaborado de forma adequada é o ponto de partida para um trabalho de estudo de caso bem sucedido, ele pode ser aplicado na forma de levantamento de documentos, relatórios, procedimentos e formulários. Na composição deste estudo foi realizado entrevistas com o gestor responsável pela área de credito e cobrança dentro da própria instituição, e também através de pesquisa documental. O período de pesquisa foi no mês de Março e Maio de 2012, e o motivo pela escolha dessa empresa foi à acessibilidade de dados.

A figura apresenta a estrutura organizacional (organograma) da empresa em estudo:

Figura 1: Organograma da empresa - Empresa BSM Revestimentos Cerâmicos SA



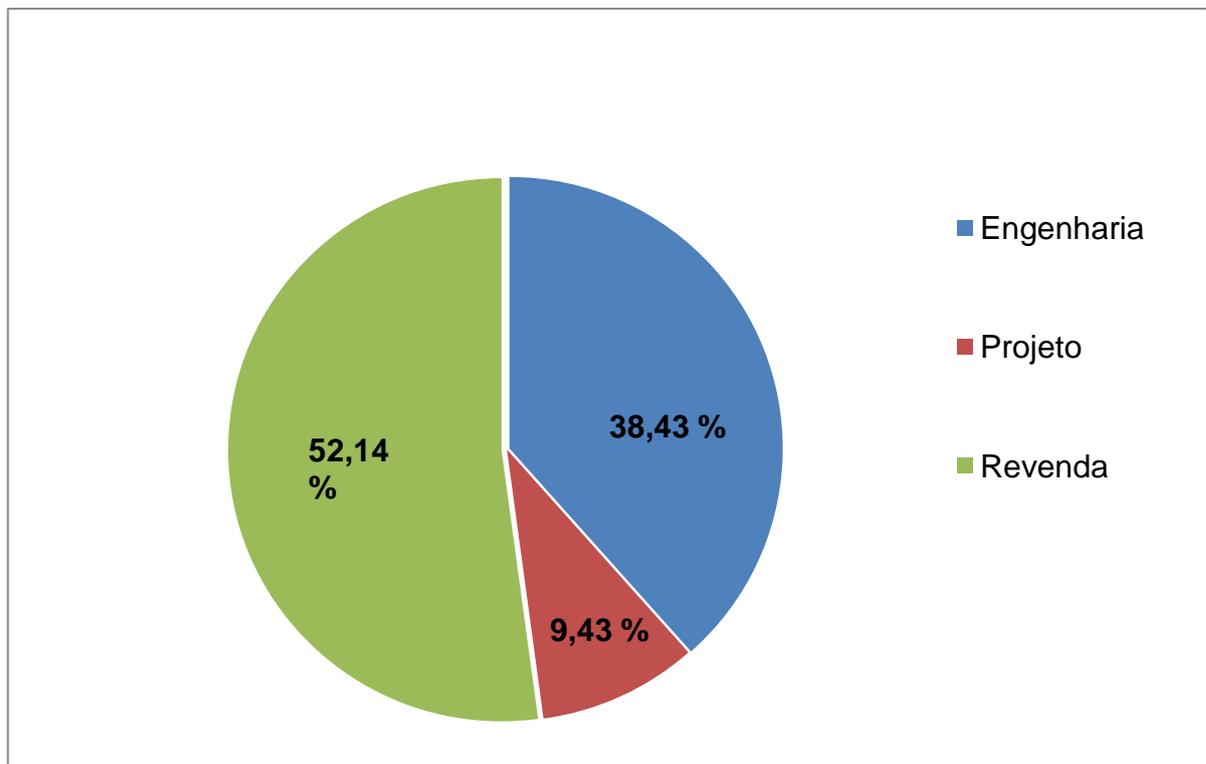
Fonte: Dados da empresa

Por meio do organograma pode-se verificar que o departamento de crédito e cobrança da empresa se enquadra na gerência administrativo/financeira. O setor é composto por 10 (dez) pessoas, onde 1 (um) é o responsável, que é o supervisor de crédito e cobrança, 3 (três) são analistas de crédito, 2 (dois) são responsáveis pela cobrança e os outros 4 (quatro) são responsáveis pelo trabalho operacional. No decorrer da entrevista foi possível observar a grande importância do departamento para a instituição.

3.3 CARACTERÍSTICAS DOS CLIENTES

Os clientes são divididos em três grupos, engenharia, projetos e revenda. No grupo da engenharia concentram-se as empresas do ramo da construção Civil: empresas que constroem condomínios, prédios residenciais, prédios comerciais e outros. No grupo dos projetos são as empresas que constroem franquias de suas marcas em todo país, ex.: Mac Donalds, Lojas Renner, Nextel Telefonía, Hyunday, já o grupo da revenda são empresas que comercializam os produtos da marca, as chamadas LOEP (lojas especializadas Portinari).

Gráfico 02: Características dos clientes



Fonte: Elaborado pelo autor

Conforme o gráfico 01, as empresas de revenda são responsáveis por mais da metade do faturamento, isso mostra que o produto é bem aceito no mercado e tem um giro bem grande nas vendas. Em segundo lugar vem o grupo da engenharia que são as construtoras, seguido do grupo de projeto, que é responsável pelo menor porcentual (menos de 10%), isso se explica o fato das empresas construírem seus projetos com pouca frequência.

3.4 DISTRIBUIÇÃO DAS VENDAS

A distribuição das vendas empresa BSM por Unidade de Federação fica distribuído como apresentado abaixo:

Tabela 3: Distribuição das vendas

Mercado	UF	% Participação
Mercado Nacional	SP	31%
	RJ	11%
	RS	8%
	SC	8%
	MG	7%
	PR	7%
	GO	4%
	BA	4%
	DF	4%
	Outros e ME	15%
Total Geral		100%

Fonte: Elaborado pelo autor

Os maiores clientes estão situados em São Paulo e Rio de Janeiro, pois é onde se concentram as maiores construtoras, revendas e empresas do ramo de construção civil no país.

3.5 PROCESSOS DA ANÁLISE DO CLIENTE (FERRAMENTAS PARA A ANÁLISE DO CRÉDITO)

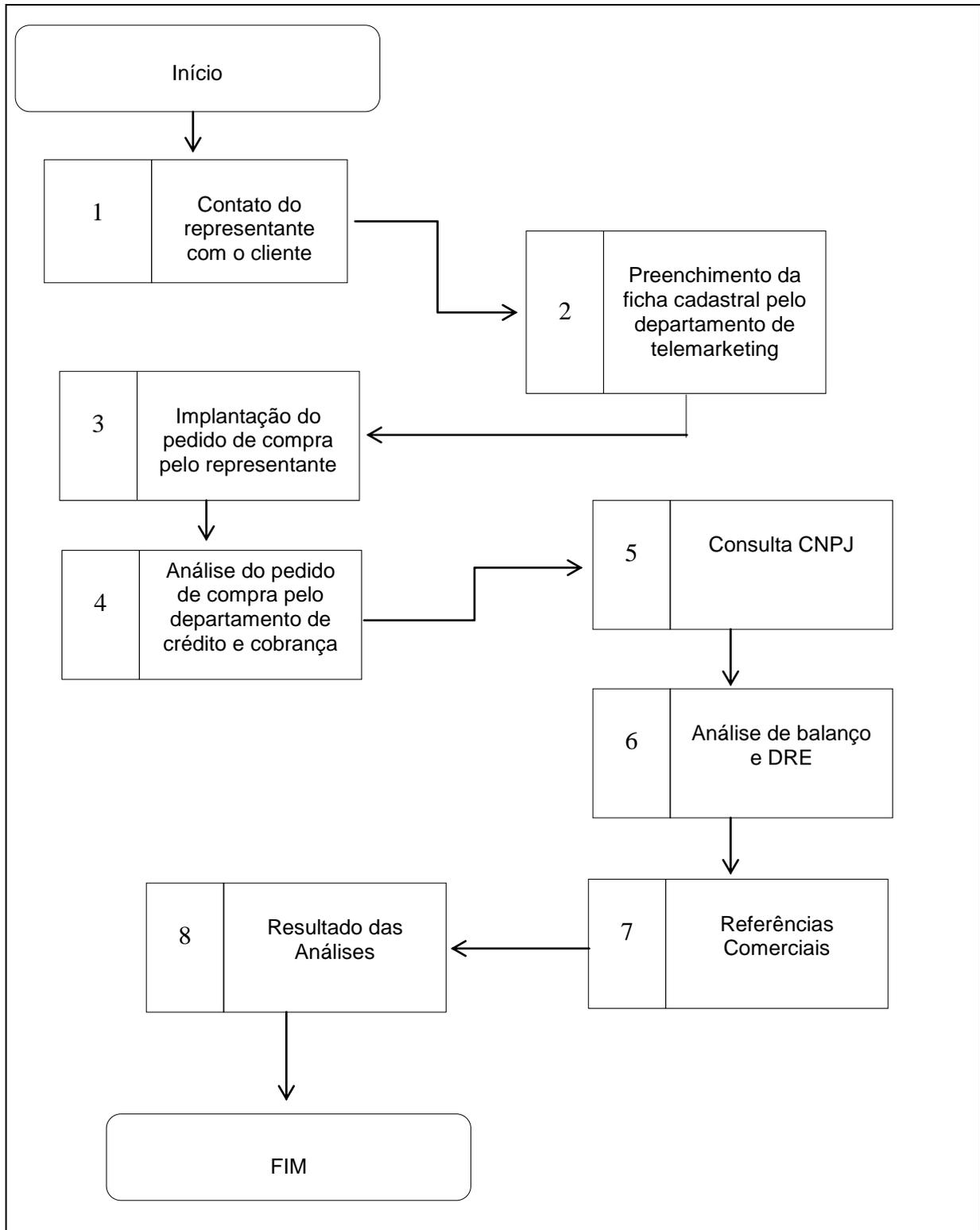
Uma adequada análise das informações financeiras do cliente pode gerar uma boa venda e conseqüentemente o seu pontual recebimento. Assim com base na veracidade das informações passada pelo cliente para confecção de sua ficha cadastral, é feita uma análise no mercado através de *sites* de informações de créditos, EQUIFAX, SERASA e CCB, esses sites irão mostrar vários dados da empresa, como a data de fundação da empresa, quem são os sócios, o ramo de atividade, o volume de compra mensal, a média do prazo de pagamento e pontualidade do pagamento, informa também a quantidade de cheques sem fundo e protestos que a empresa tem, caso a empresa tenha algum tipo de ação judicial, também ira constar no *site*.

Caso as informações coletadas nesses sites não sejam suficientes para conceder o crédito, seguiu-se para uma segunda etapa onde é solicitado o balanço patrimonial e o DRE do cliente, onde se analisa o faturamento da empresa, os saldos das contas caixa, estoque e imobilizado. Para um limite concedido em cima do faturamento da empresa é feito um cálculo, que é 12% da média da receita mensal da empresa no último ano.

E se mesmo com as informações do balanço patrimonial e DRE não seja possível conceder o crédito, um último recurso é a utilização das referências comerciais, onde o cliente passa a relação dos três maiores fornecedores, com isso os analistas fazem o contato com essas empresas e solicitam as informações necessárias, caso as informações passadas sejam suficientes o crédito é liberado.

3.6 FLUXOGRAMA DA ANÁLISE DO CRÉDITO

Figura 4: Fluxograma



Fonte: Elaborado pelo autor

3.6.1 Descrição das etapas

Etapa 1: É onde acontece o primeiro contato com o cliente, o responsável por esse contato é o representante da empresa. No caso de clientes novos ele já observa o tamanho da empresa do cliente ou se for o caso o tamanho da obra em execução, faz uma pesquisa aprofundada da instituição na região para verificar a capacidade e o porte do cliente, isso é feito para evitar a atuação de golpistas. Caso o representante de o seu “ok” seguiu-se para a etapa 2.

Etapa 2: Onde é feito todo o cadastro do cliente na empresa, o representante envia toda a documentação necessária para o departamento de telemarketing que é responsável por preencher toda a ficha cadastral via sistema.

Etapa 3: Após o cadastro efetuado o representante implanta o pedido do cliente no sistema, informado qual o produto, a quantidade desse produto, e o mais importante o prazo e a forma de pagamento.

Etapa 4: O pedido é analisado pelo departamento de crédito e cobrança. Nessa etapa existem 3 fases, isso dependendo da necessidade, conforme abaixo:

1ª fase: O analista efetua a consulta do CNPJ do cliente em sites de análise de crédito, onde são verificados todos os dados da empresa, data de fundação, quais os sócios da empresa, se a empresa possui algumas restrições como protestos, cheques sem fundo e até mesmo ação judicial. Nesses sites é verificado o volume de compras mensais do cliente e também as formas e prazos médio de pagamento, caso o cliente tenha algum título vencido com algum fornecedor esses sites também informam. Caso as informações obtidas nesses sites já sejam suficientes o pedido é liberado, caso as informações sejam boas, porém o cliente tenha alguma restrição, ele é comunicado para ele regularizar a situação para depois o pedido ser liberado, ou caso as informações não sejam suficiente mesmo passa-se para a segunda fase.

2ª fase: O analista solicita para o cliente o balanço patrimonial e DRE mais recente da empresa, com o documento em mãos o analista verifica vários dados, liquidez, caixa, estoque, bens e também o valor do faturamento no ano. Em cima do faturamento ele calcula 12%, o resultado e o valor que a empresa pode

conceder de limite, caso esse valor não seja suficiente, ele verifica os valores das contas mencionadas anteriormente e também a liquidez da instituição. Caso o limite aprovado não seja suficiente seguiu-se para a 3ª e última fase.

3ª fase: O analista faz os contatos com os três maiores fornecedores da empresa, onde ele pergunta, desde quando a empresa é cliente, qual o volume mensal de compras, qual a forma de pagamento, qual o prazo médio de pagamento, se já houve algum atraso e qual o motivo. Após os três contatos o analista coloca todas as informações no histórico do cliente via sistema. E se chega a última etapa.

Etapa 5: O analista toma a decisão de liberar ou não o crédito para o cliente, caso ele libere já é cadastrado o valor aprovado como sendo o limite de crédito para compra. Caso as três fases tenham passado e todas as informações coletadas não sejam suficientes para liberar o pedido o pedido é cancelado. Porém dependendo do valor do pedido de compra, existe uma alçada hierárquica, os analistas conseguem liberar pedidos com valores até R\$150.000,00, valores até R\$ R\$250.000,00 é de responsabilidade do supervisor de crédito, e acima desse valor apenas o diretor de operações tem alçada para liberação.

3.7 PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO

Prazo médio de recebimento é o período que abrange entre o momento em que as vendas foram efetuadas e o ato do pagamento dessas vendas. Ele mostra quanto tempo em média à instituição leva para receber as vendas efetuadas. Assim devemos estar sempre atentos para o volume de vendas a prazo e os prazos concedidos, pois quanto maior o prazo concedido e maior a quantidade de vendas a prazo, pior para a empresa, pois o prazo de recebimento será bastante dilatado, comprometendo dessa forma o seu capital de giro.

A fórmula utilizada para o cálculo do prazo médio de recebimento é a seguinte:

Figura 5: Fórmula para cálculo do prazo médio

$$\text{PMR} = \frac{\text{DUPLICATAS A REC}}{\text{VENDAS}} \times 360$$

Fonte: Dados da empresa

Na empresa BSM o prazo médio de recebimento de suas vendas gira em torno de 55 dias.

3.8 PRAZO MÉDIO DE VENDAS

Nem sempre o prazo médio de recebimento corresponde ao prazo médio da venda, pois nem todos os clientes seguem os prazos combinados no ato da venda. Alguns clientes efetuam seus pagamentos antes do vencimento e outros com atraso. Na empresa BSM o prazo médio de vendas é de 62 dias, o que nos mostra que a empresa tem seus recebimentos com média de 7 dias de antecedência.

3.9 PRINCIPAIS FORMAS DE PAGAMENTO

Existem variadas formas de pagamentos no mercado, porém a instituição trabalha com apenas três, boleto bancário, cheque, e depósitos em conta. O boleto bancário é a modalidade mais utilizada entre as três, em segundo lugar é a modalidade de cheque, onde o representante no momento da venda fica responsável de enviar os cheques por correio para o departamento financeiro da empresa e por último, e a menos utilizada é a de depósito bancário, pois essa modalidade é utilizada apenas para vendas feitas com o pagamento antecipado.

Primeiramente o cliente efetua o depósito na conta da empresa e após a confirmação do crédito na conta o pedido é liberado e a mercadoria pode ser embarcada.

3.10 PRINCIPAIS CLIENTES VENCIDOS

Quadro 6: Carteira de clientes com inadimplência

CLIENTE	VALOR VENCIDO	DIAS VENCIDOS
50704	R\$ 291.804,65	128
16639	R\$ 164.486,24	199
102668	R\$ 111.237,95	150
50137	R\$ 110.466,75	434
67959	R\$ 90.797,36	1175
39688	R\$ 85.432,24	101
33787	R\$ 85.161,72	31
130682	R\$ 78.903,81	15
162746	R\$ 77.623,81	23
121692	R\$ 58.888,79	164
156085	R\$ 54.127,11	52
43400	R\$ 48.265,01	129
160915	R\$ 47.305,01	7
45139	R\$ 44.965,08	598
37225	R\$ 43.929,90	890
39164	R\$ 42.369,55	7
132283	R\$ 35.860,23	108
158555	R\$ 35.587,38	15
157438	R\$ 35.358,44	100
7346	R\$ 35.106,56	36
73969	R\$ 34.416,47	93
12012	R\$ 34.175,20	8
161728	R\$ 32.369,35	80
122320	R\$ 30.341,01	15
121135	R\$ 30.094,83	27
157544	R\$ 29.322,07	106
102259	R\$ 27.703,06	35
141815	R\$ 27.273,33	115
53810	R\$ 25.927,99	407
143514	R\$ 25.740,38	170

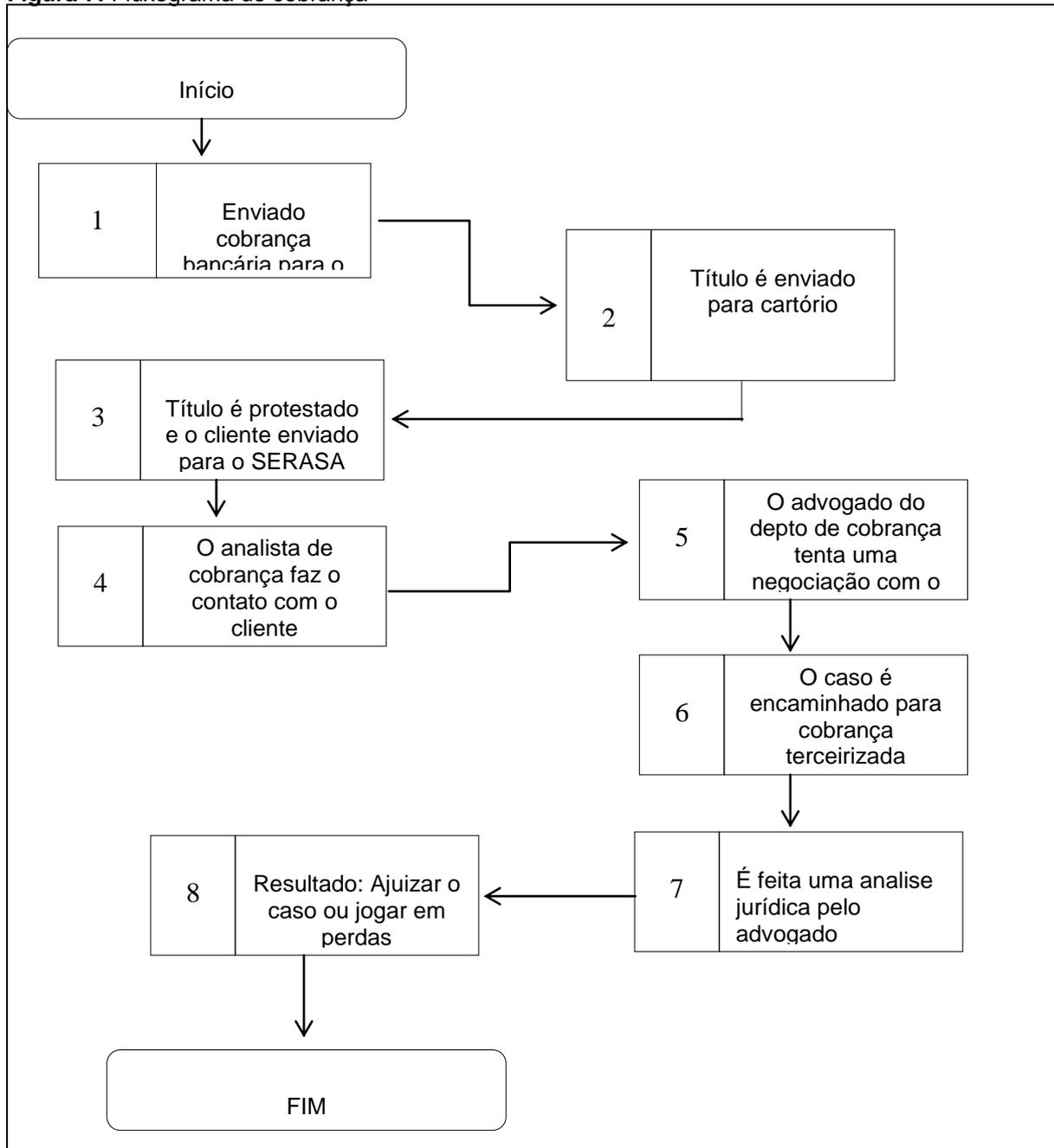
Fonte: Dados da empresa

Os três maiores inadimplentes são grandes clientes da empresa, responsáveis por grande parte do faturamento, e a inadimplência nem sempre é pela falta de pagamento, em muitos casos são problemas que ocorreram no momento da entrega do produto, nota fiscal extraviada na obra, atraso por parte dos funcionários da obra no envio da NF para o departamento financeiro, mercadoria que chega com

problema e demora a ser devolvida para a fábrica, ou até mesmo sinistro com a mercadoria no transporte, e até a situação ser regularizada o cliente fica incluso na planilha de inadimplência.

3.10.1 Fluxograma de Cobrança

Figura 7: Fluxograma de cobrança



Fonte: Dados da empresa

3.10.2 Descrição das etapas

Etapa 1: Após a aprovação do crédito e a liberação do pedido de compra pelo analista de crédito, o título é enviado para o banco, e posteriormente o banco encaminha a cobrança bancária via correio para o cliente.

O cliente tem o prazo combinado no momento da compra para efetuar o pagamento, prazo contado a partir da liberação do pedido. Se o pagamento for efetuado, a cobrança se encerra, caso contrário, o cliente tem mais três dias após o vencimento para efetuar a liquidação, se não o título é encaminhado para cartório.

No caso de cheque se ele se ele for depositado e voltar alínea 12 ele também é protestado pela própria instituição.

Etapa 2: Com o título em cartório, o cliente receberá o comunicado do próprio cartório no seu endereço comunicando que ele tem o prazo de 3 dias úteis para efetuar o pagamento no cartório, e se não efetuar o pagamento o título é protestado.

Etapa 3: O cliente não efetuando o pagamento em cartório o título é protestado e o cliente é incluído no SERASA pelo próprio analista de cobrança. Caso o cliente efetue um contato com a empresa para negociar a dívida o analista para um depósito em conta incluindo juros e despesas de cartório, e após a confirmação do crédito na conta o analista dá baixa no título e encaminha para o cliente via correio a carta de anuência para o protesto ser baixado.

Caso contrário segue-se para a etapa 4.

Etapa 4: O analista fará 3 contatos com o cliente por telefone e por email tentado negociar a dívida, o cliente aceitando é feito o mesmo processo da etapa anterior o cliente deposita o valor negociado em conta e a documentação necessária para regularizar o caso é encaminhada via correio para o cliente.

Se eventualmente o cliente não recuse a proposta feita pelo analista ou o analista não consiga contato com o cliente, o representante tenta fazer um contato pessoal no endereço do cliente para negociar.

Se passados 60 dias após o vencimento do boleto bancário e não se teve o sucesso na cobrança o caso é encaminhado para o advogado da cobrança.

Etapa 5: O advogado o departamento de cobrança fará apenas um contato com o inadimplente tentando uma ultima negociação, não obtendo a solução, ele encaminhará o cliente para cobradoras terceirizada.

Etapa 6: O cliente sendo encaminhado para cobradora terceirizada, ela tem 15 dias pra dar um retorno à instituição.

A empresa BSM trabalha com três cobradoras terceirizadas, se uma não conseguiu realizar a cobrança o caso é encaminhado para uma segunda cobradora e ela tem mais 15 dias para cobrar, não conseguindo o caso vai para a terceira e última finalizando um prazo de 45 dias. Caso alguma das cobradoras obtenha o sucesso na cobrança o caso é finalizado ali mesmo.

Caso contrário a situação é encaminhada para o departamento jurídico da empresa BSM.

Etapa 7: O departamento analisa o caso para verificar a possibilidade de entrar com uma ação judicial para cobrar o cliente ou se o cliente se incluso em perdas.

Etapa 8: É onde o departamento toma a decisão final. São ajuizados apenas valores acima de R\$ 10.000,00, valor abaixo disso são jogados em perdas automaticamente, e valores acima disso são ajuizados.

3.10.3 Cobradoras Terceirizadas

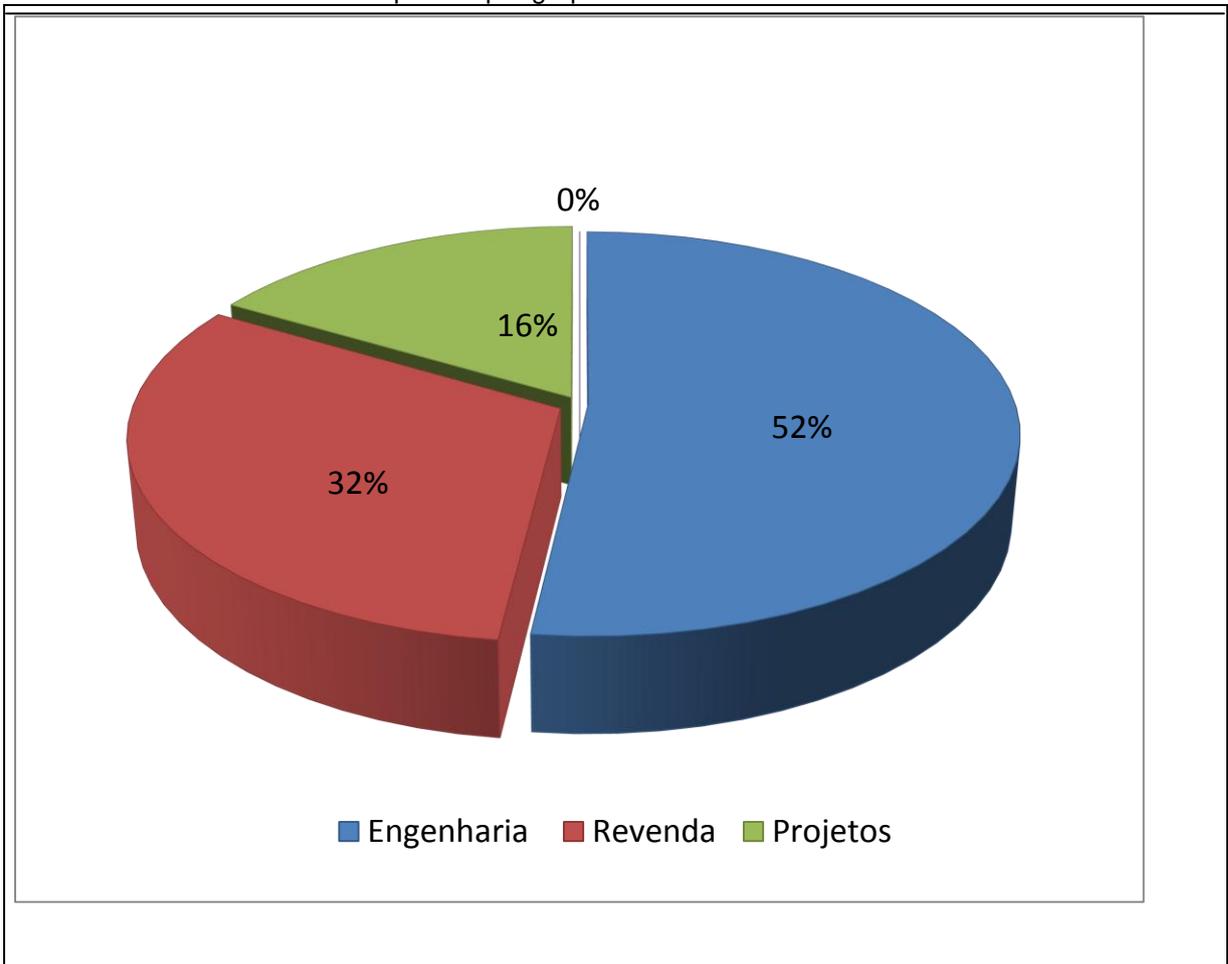
ABE – Acessoria Brasileira de Empresas Ltda.: Empresa situada na capital de São Paulo com mais de 33 anos de atuação no mercado.

Gold Star Acessoria Empresarial Ltda.: Empresa situada na capital de São Paulo com mais de 50 anos de atuação no mercado.

Global Cobranças Ltda.: Empresa com matriz situada na Vila Mariana em São Paulo com mais de 20 anos de atuação no mercado.

3.10.4 Percentual de Inadimplência por grupo

Gráficos 8: Percentual de Inadimplência por grupo



Fonte: Dados da empresa

Do montante de inadimplência o grupo responsável por mais da metade é o da engenharia seguido da revenda e por último a projeto.

Embora o volume de inadimplência no grupo da engenharia seja muito alto, ela não é o grupo que mais vende, um grande fator que explica esse índice alto, é o extravio de NF`s nas obras e o não recebimento de boletos bancários pelo setor financeiro da empresa, esse é um assunto que já vem sendo estudo pela empresa a bastante tempo porém até o momento não se teve uma solução definitiva.

Em segundo lugar tem-se o grupo da revenda, grupo este que é responsável por mais da metade das vendas da empresa porem sua inadimplência é de 32%, e por último é o grupo dos projetos, grupo este que é responsável pelo menor volume de vendas é também o que menos tem inadimplentes, isso acontece,

pois são empresas que atuam no comércio e têm vários outros fornecedores, assim precisam ter o nome zelado no comércio, para com isso ter crédito.

4 CONSIDERACOES FINAIS

Cada vez mais as instituições financeiras vêm a necessidade de uma análise bem estudada na liberação do crédito, com o crescimento significativo na procura por crédito o trabalho foi desenvolvido com intuito de estudar a concessão de crédito numa indústria cerâmica.

Analisou-se nesse que estudo que a empresa avaliada utiliza alguns métodos para análise dos créditos, tais como: (i) A empresa somente comercializava seus produtos com pessoas de natureza jurídica; (ii) A empresa possui critérios de controle diferenciados para cada ramo de atividade do cliente, pois verifica-se também a potencialidade do cliente, como por exemplo, clientes do ramo de construção civil e podendo ser um cliente em potencial, passam por todas as etapas do processo de análise, entretanto e um cliente prioritário; (iii) Observou-se também que a empresa utiliza o sistema EQUIFAX, sendo que também uma análise junto ao SERASA, CCB e DEPS; (iv) A empresa após 120 (cento e vinte) dias entra com uma ação de cobrança judicial, sendo que essa ação dependo do valor da dívida do cliente junto a empresa avaliada.

As instituições não podem conceder crédito fundamentado apenas em fatores subjetivos, requer, portanto, a busca de informações concretas que lhes dê o máximo de certeza quanto ao retorno do crédito concedido. Conforme visto no trabalho é importante obter o máximo de informações sobre o mercado, indicadores sobre clientes e fornecedores do cliente, além do perfil, seu histórico. Estas informações se tornam importantes a medida que a concentração de vendas ou compras aumenta consideravelmente o risco.

Vale ressaltar a necessidade de saber as condições observáveis do ambiente macroeconômico e setorial em que a empresa que concede o crédito se encontra. As informações acima facilitam o processo de sistema de avaliação é por meio de análise baseadas em dados objetivos e subjetivos, que há a qualificação do crédito concedido, o empréstimo ou financiamento concedido tem uma classificação.

Cada informação, ou dado, abrangendo todos os fatores possíveis de análise que interferem na situação financeira da empresa, exemplo as causas e necessidade de recursos financeiros e capacidade de pagamento, menor os riscos de não pagamento da parte do cliente.

REFERÊNCIAS

ASSAF, Alexandre Neto. **Finanças corporativas e valor**. São Paulo: Atlas, 2003. AUTORIDADES DE APOIO.

BERNI, Mauro Tadeu. **Operação e concessão de crédito: os parâmetros para a decisão de crédito**. São Paulo: Atlas, 1999.

BLAUTH, Telmo Raul. **Administração Financeira**. Porto Alegre: UFRGS, 1977.

BLATT, A. **Avaliação de risco e decisões de crédito: um enfoque prático**. São Paulo: Nobel, 1999.

BODIE, Zvi; MERTON, Robert C. **Finanças**. Porto Alegre: Bookman, 1999

BRITO, Osias Santana de. **Controladoria de riscos retorno em instituições financeiras**. São Paulo: Saraiva, 2003.

COBRA, Marcos. **Marketing de Serviços Financeiros**. São Paulo: Cobra, 2000

CCB, **CCB – Convenio Cadastral Bandeirantes**. Disponível em: < <http://ccb.inf.br>> Acesso em: 01 de junho de 2012.

DAIUTO, R. R. **Introdução ao estudo do contrato**. São Paulo: Atlas, 1995.

DEP`S. **Deps Tecnologia oferece automação e gestão inteligente de crédito. Empresa apresenta a metodologia Agic**. Disponível em: <http://www.noticenter.com.br/noticia/?COD_NOTICIA=11815&COD_CADERNO=10> Acesso em: 01 de Junho 2012.

EQUIFAX. **Equifax Inc**. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Equifax>> Acesso em: 29 Maio 2012.

FERREIRA, João S.W., **Os contrastes da mundialização: a economia como instrumento de poder em uma sistema internacional excludente**, Dissertação de Mestrado, Depto. de Ciência Política da FFLCH, Universidade de São Paulo, 1998.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado financeiro: produtos e serviços**. 8 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios da Administração financeira**. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2004

GROPPELLI, A.A. **Administração Financeira**. São Paulo: Saraiva, 2002.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira: uma abordagem prática: matemática financeira aplicada, estratégia financeiras, análise, planejamento e controle financeiro**. São Paulo: Atlas, 1999

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEONI, Geraldo. **Cadastro, crédito e cobrança**. 3. Ed. São Paulo: Ed. Atlas, 1997.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 10.ed. São Paulo: Atlas, 2003

MATARAZZO, D. C. **Análise financeira de balanços**. Abordagem básica e gerencial. São Paulo: Atlas, 1998.

MEGLIORINI, Evandir; VALLIM, Marco Aurélio. **Administração financeira: uma abordagem brasileira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009

MÜLLER, Geraldo. **As relações micro-macro e indústria agroalimentar: o poder econômico e a pesquisa em ciências sociais**. Rascunho. Araraquara, n. 1, p. 1-53, jun. 1990.

OLIVEIRA, Silvio L. de. **Tratados de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1999.

ORTOLANI, Edna Mendes. **Operações de crédito no mercado financeiro**. São Paulo: Ed. Atlas, 2000.

PAIVA, Carlos Alberto de Carvalho. **Administração do Risco de Crédito**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1997.

SANTOS, Jose Odalio dos. **Análise de crédito: empresas e pessoas físicas**, São Paulo, Atlas, 2003

SANTI FILHO, A. **Avaliação de riscos de crédito**: para gerentes de operações. São Paulo: Atlas, 1997

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de crédito**: concessão e gerência de empréstimos. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

SERASA. **Guia SERASA de orientações ao cidadão**. Disponível em: <<http://www.serasa.com/guia/index.htm> > Acesso em: 23 Outubro. 2008.

SILVA, J. P. da. **Análise financeiras das empresas**. 4. São Paulo: Atlas, 1998.

SILVA, Jose Pereira da. **Análise e decisão de crédito**. São Paulo: Ed. Atlas, 3 1998.

Shrickel, W. K. **Análise de crédito: Concessão e gerência de empréstimos**, São Paulo, Atlas, 1994.

SINKEY, J. **A multivariada análise das estatísticas e as características dos problemas dos bancos**. *Jornal das finanças* Vol. 30, p.30, p.21-36, Mar, 1975.

WRIGHT, M. G. **Administração financeira, a base da decisão**. São Paulo: Ed. McGraw-Hill, 1974.

ZDANOWICZ, José Eduardo. **Fluxo de caixa: uma decisão de planejamento e controle financeiro**. 10. ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2004.