

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

JOSIANE BORGES CÂNDIDO

**ANÁLISE DE CRÉDITO E COBRANÇA: PROCEDIMENTOS PARA REDUZIR A
INADIMPLÊNCIA.**

CRICIÚMA

2012

JOSIANE BORGES CÂNDIDO

**ANÁLISE DE CRÉDITO E COBRANÇA: PROCEDIMENTOS PARA REDUZIR A
INADIMPLÊNCIA.**

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

Orientadora: Prof. ^a Esp. Milla Lúcia Ferreira Guimarães

CRICIÚMA

2012

JOSIANE BORGES CÂNDIDO

**ANÁLISE DE CRÉDITO E COBRANÇA: PROCEDIMENTOS PARA REDUZIR A
INADIMPLÊNCIA.**

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 Contabilidade Gerencial.

Criciúma, xx de Dezembro de 2012. (data da defesa)

BANCA EXAMINADORA

Prof. Milla Lúcia Ferreira Guimarães, Especialista, Orientadora

Prof. Angelo Perico - Examinador 01

Prof. Alex Sander Oliveira - Examinador 02

Dedico este trabalho a minha família, que sempre esteve presente, e me apoiou na busca desta conquista.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus por me dar sabedoria, luz, vida e me guiar por todo o meu caminho e me aproximar das minhas realizações, e por estar sempre presente em todos os momentos de minha vida.

Agradeço à minha mãe Claudete e a meu pai Dino Rogério, guerreiros, presentes, pessoas que me direcionaram ao mundo me dando educação, caráter, força, honestidade; tornando-me uma mulher completa para enfrentar o mundo e seus desafios.

Meu irmão Douglas por ser mais do que um amigo, por ser uma inspiração, por me confortar nas horas difíceis, por me guiar e me orientar quando necessário, por ser uma parte integrante de mim.

Por meu mais que amigo, companheiro e marido Loreci, por me incentivar a cada momento, por estar presente em todos os meus dias e em todos os que virão, pelo exemplo de luta, de garra, dedicação e por todo amor e carinho recebido incondicionalmente. Agradeço a Deus pela minha gestação, aonde virá meu filho Heitor que esta vivenciando todo esse processo em minha vida.

Agradeço muito aos meus amigos, Luciana Dondossola, Chayane Velho Colombo, Pâmela Grassi Dorneles, Rafael Caetano Gomes e Everaldo Vitali, pois eles foram os grandes incentivadores e apoiadores para a realização deste trabalho, e das quantas vezes deixamos de fazer festas para a elaboração do trabalho de conclusão de curso, o meu muito obrigado.

Aos meus colegas de trabalho, que me acompanharam nos meus momentos de aflição, durante os anos de faculdade.

A meus professores de todo o curso de Graduação em Ciências Contábeis na Universidade do Extremo Sul Catarinense em especial à minha orientadora Milla Lucia Ferreira Guimarães, por compartilhar seu conhecimento, pelas disponibilidades e paciência, que sempre me estimulou, orientando-me e apoiando-me para uma boa consecução deste trabalho.

Enfim, a todos que direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho.

“Bom mesmo é ir a luta com determinação, abarcar a vida com paixão, perder com classe e vencer com ousadia, pois o triunfo pertence a quem se atreve...

A vida é muito para ser insignificante.”

Charles Chaplin

RESUMO

CÂNDIDO, Josiane Borges. **Análise de Crédito e Cobrança**: procedimentos para reduzir a inadimplência. 2012. – p. 92. Orientadora: Milla Lúcia Ferreira Guimarães. Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC. Criciúma – SC.

Este trabalho aborda uma análise de concessão de crédito e inadimplência em uma empresa comercial de produtos esportivos. Nos dias de hoje a análise de crédito é essencial, pois permite que a empresa minimize os riscos de perdas ocasionados pela inadimplência. O objetivo geral deste estudo consiste em analisar os procedimentos que se deve adotar no momento da análise de crédito com o intuito de minimizar os riscos de inadimplência. Nos procedimentos metodológicos são os de abordagem bibliográfica e estudo de caso. Será abordado no referencial teórico os principais conceitos de crédito e de inadimplência, como sua importância nas empresas, política de crédito, os C's do crédito, o risco, o limite, o cadastro, a ficha cadastral, as garantias e a cobrança. Também será demonstrado as ferramentas para auxílio na análise de crédito e risco. A relevância do tema ocorre em virtude que no mercado atualmente competitivo se encontra em um crescente aumento de números de clientes inadimplentes. Com isso, podemos concluir que é necessário efetuar uma análise de crédito antes de conceder o crédito, pois ela contribui com a diminuição do índice de inadimplência.

Palavras-chave: Crédito, Análise de Crédito, Inadimplência, Cobrança.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - C' s do Crédito.....	29
Quadro 2 - Documentos necessários ao cadastro	47
Quadro 3 - Documentos necessários ao cadastro	49
Quadro 4 - Modalidade de venda a prazo	80
Quadro 5 - Cronograma de Cobrança.....	84
Quadro 6 - Classificação dos Clientes.....	85

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Metodologia da pesquisa	18
Figura 2 - Fachada da Loja	66
Figura 3 - Slogan da Empresa.....	66
Figura 4 – Estrutura Organizacional.....	68
Figura 5 - Página principal sintegra.....	72
Figura 6 - Consulta de Cadastro	72
Figura 7 - Informações sobre o cliente.....	73
Figura 8 - Consulta CDL – SPC.	74

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faturamento Total (à vista e a prazo).....	70
--	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Faturamento Total da Empresa.....	70
--	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CDL	Câmara de Dirigentes Lojistas.
SERASA	Centralização de Serviços Bancários S.A.
RG	Registro Geral.
CPF	Cadastro Pessoa Física.
SPC	Sistema de Proteção de Crédito.
CNPJ	Cadastro Nacional Pessoa Jurídica.
SINTEGRA	Sistema Integrado de Informações sobre Operações Interestaduais com Mercadorias e Serviços.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 TEMA E PROBLEMA	14
1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA	15
1.3 JUSTIFICATIVA	15
1.4 METODOLOGIA DA PESQUISA.....	16
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	19
2.1 CRÉDITO	19
2.1.1 Política de Crédito.....	20
2.1.1.1 Tipos de política de crédito.....	22
2.1.2 Concessão de crédito	24
2.1.3 Limite de Crédito	25
2.1.4 Análise de Crédito.....	26
2.1.5 C's do Crédito.....	28
2.1.5.1 Caráter	29
2.1.5.2 Capacidade	31
2.1.5.3 Capital	32
2.1.5.4 Condições	33
2.1.5.5 Colateral.....	33
2.1.5.6 Conglomerado.....	35
2.1.6 Risco de Crédito.....	35
2.2 GARANTIAS NAS OPERAÇÕES DE CRÉDITO.....	36
2.2.1 Garantias Pessoais ou Fidejussória.....	37
2.2.1.1 Aval	37
2.2.1.2 Fiança.....	38
2.2.2 Garantias Reais	39
2.2.2.1 Penhor.....	40
2.2.2.2 Hipoteca	41
2.2.2.3 Alienação fiduciária	42
2.2.2.4 Caução	42
2.2.2.5 Anticrese	43
2.3 CADASTRO	43
2.3.1 Importância do Cadastro ou Ficha Cadastral	44
2.3.2 Cadastro Pessoa Física	46

2.3.3 Cadastro Pessoa Jurídica.....	47
2.4 FONTES DE INFORMAÇÃO.....	49
2.4.1 Serasa Experian.....	50
2.4.2 Serviço de Proteção ao Crédito – SPC	51
2.5 INADIMPLÊNCIA.....	52
2.5.2 Prevenção da Inadimplência	53
2.6 COBRANÇA	54
2.6.1 Métodos de Cobrança	56
2.7 CADASTRO POSITIVO.....	60
2.7.1 Benefícios do Cadastro Positivo.....	61
2.8 TIPOS DE DOCUMENTOS NAS OPERAÇÕES MERCANTIS	62
3 ESTUDO DE CASO	65
3.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	65
3.1.1 História	65
3.1.2 Produtos e Serviços.....	66
3.1.3 Planejamento	67
3.1.4 Modelo de Gestão.....	67
3.1.5 Estrutura Organizacional.....	67
3.1.6 Análise de Mercado.....	68
3.2 DADOS COLETADOS.....	69
3.2.1 Processo para a concessão de crédito	71
3.2.2 Processo de Cobrança.....	77
3.2.3 Inadimplência.....	78
3.3 MANUAL DE CRÉDITO E COBRANÇA	79
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	86
REFERÊNCIAS.....	88
APÊNDICE(S)	91
APÊNDICE A – Autorização da Empresa.....	92

1 INTRODUÇÃO

Este capítulo visa apresentar o tema e o problema de pesquisa proposta, focando a análise de crédito como fator para minimizar os riscos de inadimplência. Na seqüência têm-se os objetivos gerais e os objetivos específicos, onde demonstra as ações a serem tomadas para responder o problema proposto, a justificativa onde se aborda a importância do tema, e por fim a metodologia utilizada para o desenvolvimento deste trabalho.

1.1 TEMA E PROBLEMA

Nos últimos anos a concorrência vem se intensificando consideravelmente no meio empresarial devido dentre outras razões, a globalização da economia está permitindo que organizações situadas em diferentes partes do mundo ofereçam concorrência para as empresas locais. Dessa forma, fica difícil o crescimento no mercado, exigindo das empresas um constante aperfeiçoamento em suas estruturas organizacionais e uma modernização, buscando alternativas para a exigência no mercado para conquistar e fidelizar clientes, garantindo a maximização dos resultados financeiros. Hoje nas empresas, um dos segredos para o sucesso é primar pela qualidade dos produtos.

A política de crédito e cobrança são ferramentas imprescindíveis para garantir a saúde financeira da empresa, com o mínimo de perdas por inadimplência. Algumas empresas, com o intuito de aumentar as vendas flexibilizam em excesso os critérios para a concessão de crédito, favorecendo o surgimento de contas incobráveis. Ao contrário, se a empresa adota uma política de crédito muito rigorosa, terá menor risco de não receber, mas reduzirá a possibilidade de fechamento de negócios. O ideal é haver um equilíbrio entre a rigidez e a flexibilidade na concessão de crédito, para obter aumento nas vendas, com baixo risco de inadimplência.

A política de cobrança define os instrumentos utilizados para recuperação de valores a receber em atraso e a política de crédito são procedimentos a serem seguidos para concessão ou não concessão do crédito ao cliente.

A ausência da concessão de crédito promove o descontentamento dos administradores, ocasionada pela carência de um sistema de informação adequado, o que faz com que o ato de receber não seja uma tarefa simples e de retorno certo.

Independentemente do ramo da empresa, ela precisa ter controle na liberação de crédito e cobrança, e não é diferente para a empresa de materiais esportivos. Na maioria das vezes a cobrança não trás o retorno esperado, ela depende de ser rápida e ter um cadastro bem elaborado com todos os dados possíveis do consumidor.

Diante do exposto, propõe-se o seguinte problema de pesquisa: quais procedimentos necessários que uma empresa de comércio de roupas e materiais esportivos deve adotar no momento da análise do crédito visando reduzir a inadimplência?

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

O objetivo geral deste estudo consiste em analisar os procedimentos necessários que uma empresa de comércio de roupas e materiais esportivos deve adotar no momento da análise do crédito visando reduzir a inadimplência.

Os objetivos específicos para responder ao problema de pesquisa são:

- ✓ Pesquisar na literatura específica assuntos inerentes da política de crédito e cobrança;
- ✓ Identificar, os procedimentos de concessão de crédito e cobrança; e
- ✓ Propor uma política de crédito e cobrança para a empresa objeto de estudo.

1.3 JUSTIFICATIVA

Hoje no mundo em que vivemos o mercado de trabalho está cada vez mais competitivo, principalmente com exigência no ramo, ou seja, saber colocar em prática do dia-a-dia tudo que lhe foi ensinado.

Uma série de fatores como falta de planejamento, falta de estratégia, escassez nos recursos financeiros, humanos e tecnológicos, são alguns exemplos que podem levar a organização ao fracasso. Tem fator que vem ganhando peso, onde geram prejuízos às empresas e para toda a sociedade brasileira.

Esse fator está relacionado à inadimplência. Esta vem como causa do colapso financeiro existente em todas as partes do mundo.

A realização deste trabalho justifica-se pela relevância do tema para as empresas, independentemente do porte ou ramo da atividade, uma vez que a ausência de uma política de crédito e cobrança contribui para o aumento da inadimplência, agravando os problemas financeiros, podendo comprometer a continuidade da empresa.

Hoje as empresas abrem oportunidades para as inovações que o mercado vem demonstrando, e vê a necessidade de estar apta aos recursos tecnológicos que são oferecidos. Além disso, com a aplicação de uma política bem elaborada, a mesma pode diminuir significativamente os riscos de perdas, evitando assim, custos excessivos com os processos de cobrança, que possibilitara a empresa gerenciar de forma mais ampla, eventuais situações de inadimplência, tendo uma maior possibilidade na recuperação de seus recursos financeiros.

A análise e a concessão de crédito de uma empresa podem determinar a sua trajetória no mercado, assim, estes fatores são de extrema valorização devido às constantes mudanças na economia.

Na realização de uma operação de crédito devem-se revelar as formas de análises e a avaliação do risco financeiro, fatores estes que podem vir a interferir na liberação do crédito.

Diante disso, este trabalho visa contribuir de forma teórica, reunindo informações acerca do tema em estudo, apresentando um modelo de política de crédito e cobrança adequada para uma empresa.

O presente estudo busca a implantação de procedimentos que visam minimizar os riscos de inadimplência, contribuindo desta forma, para a preservação das empresas, que são fontes geradoras de empregos, produtos e serviços a sociedade, além de cooperar com o progresso econômico e o desenvolvimento sustentável da região no qual se encontra. Diante deste contexto tem-se a relevância social da empresa.

1.4 METODOLOGIA DA PESQUISA

Para elaboração de um trabalho científico, é necessário utilizar procedimentos metodológicos para a realização do estudo abordado. De acordo com

Andrade (2005, p.119), pode se entender pesquisa como um “conjunto de procedimentos sistemáticos, baseado no raciocínio lógico, que tem por objetivo encontrar soluções para problemas propostos, mediante a utilização de métodos científicos.”

Neste trabalho, a tipologia da pesquisa quanto aos objetivos caracteriza-se como descritiva, pois de baseia no levantamento de dados conhecidos sobre o tema em questão, para descrever a realidade dos fatos sem manipulá-los. Andrade (2007, p. 114) afirma que,

[...] nesse tipo de pesquisa, os fatos são observados, registrados, analisados, classificados e interpretados, sem que o pesquisador interfira neles. Isto significa que os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não manipulados pelo pesquisador.

Por meio dos procedimentos metodológicos adotados, o estudo classifica-se como pesquisa bibliográfica e estudo de caso. Cervo e Bervian (1996, p. 48), afirmam que,

a pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Em ambos casos, busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes sobre determinado assunto, tema ou problema.

Assim, pode-se dizer que a pesquisa bibliográfica busca reunir diferentes informações sobre o problema da pesquisa, propondo, através dos conhecimentos adquiridos ao longo do estudo, uma política de crédito e cobrança eficiente em organização, minimizando os riscos por inadimplência.

Quanto ao estudo de caso, de acordo com Alves (2007, p. 56), “trata-se de um estudo em profundidade, exaustivo, radical, de uns poucos objetos, visando obter o máximo de informações (...).”

O estudo de caso ocorrerá em uma empresa comercial de vendas de roupas e materiais esportivos, localizada em Turvo, região sul de Santa Catarina, onde será possível detectar quais os procedimentos de análise e concessão de crédito são adotados pela empresa, a fim de verificar possíveis falhas e propor sugestões de melhorias para o aperfeiçoamento das práticas utilizadas.

Quanto à abordagem do problema, pretende-se adotar a pesquisa qualitativa. Oliveira (2002, p. 117) afirma que,

as pesquisas que se utilizam da abordagem qualitativa possuem a facilidade de poder descrever a complexidade de uma determinada hipótese ou problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos experimentados por grupos sociais, apresentar contribuições no processo de mudança, criação ou formação de opiniões de determinado grupo e permitir, em maior grau de profundidade, a interpretação das particularidades dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos.

Esse tipo de pesquisa, é voltada a fatos e situações já ocorridas em determinados grupos, com a finalidade de entender o problema em profundidade, pretende-se verificar os meios de liberação de crédito utilizados na empresa objeto de estudo.

De acordo com Vianna (2001, p. 122),

trabalhar com dados qualitativos é um desafio maior para o pesquisador e envolve procedimentos diferenciados. Na pesquisa qualitativa, você analisará cada situação a partir de dados descritivos, buscando identificar relações, causas, efeitos, conseqüências, opiniões, significados, categorias, e outros aspectos considerados necessários à compreensão da realidade estudada e que, geralmente, envolve múltiplos aspectos. Procederá a descrição contextualizada e geral da abordagem escolhida, utilizando propostas de investigação breves, relevantes.

Diante deste procedimento metodológicos adotados, pretende-se verificar os meios de liberação de crédito, respondendo o problema de pesquisa, utilizar o conhecimento adquirido, uma política de crédito e cobrança com o propósito de reduzir a inadimplência na empresa de roupas e materiais esportivos.

Portanto, pode-se elucidar que a metodologia de pesquisa utilizada na elaboração deste trabalho consiste no seguinte roteiro, conforme demonstrado na Figura 01:

Figura 1 - Metodologia da pesquisa

ROTEIRO DA METODOLOGIA	
Objetivos	Descritiva
Procedimentos	Bibliográfica e Estudo de Caso
Abordagem do Problema	Qualitativa
Coleta de Dados	Questionário

Fonte: Elaborado pela autora (2011)

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo, apresenta o desenvolvimento deste trabalho, o referencial teórico do tema abordado em estudo. Primeiramente serão abordados os conceitos de crédito, políticas de crédito, concessão de crédito, análise de crédito e os assuntos relacionados a este. Em seguida serão apresentados os conceitos de procedimentos que visam reduzir a inadimplência como fator prejudicial para qualquer organização.

2.1 CRÉDITO

A origem da palavra crédito vem do latim *creditum* que significa confiança, empréstimos, dividas, tendo hoje a expressão um significado mais amplo. Santos (2006, p.15) esclarece que “dentre as várias conceituações, uma linha de raciocínio tem predominado entre os autores: crédito refere-se à troca de um valor presente por uma promessa de reembolso futuro, não necessariamente certo, em virtude do “fator risco.”

Destacando a importância do crédito na atividade econômica, Beckman (apud SANTOS, 2006, p. 15) argumenta que:

[...] a oferta de crédito por parte de empresa e instituições financeiras devem ser vista como um importante recurso estratégico para alcançar a meta principal da administração financeira, ou seja, a de atender as necessidades de todos os fornecedores de capital e agregar valor ao patrimônio dos acionistas.

Com isso percebe-se que o crédito é, pois um dos propulsores da economia, e cada vez mais demonstrado sua importância na administração das empresas, sejam elas prestadoras ou tomadoras, direcionando seu cotidiano e orientando os negócios.

Conforme Schrickel (2000, p.25),

crédito é todo ato de vontade ou disposição de alguém de destacar ou ceder, temporariamente, parte de seu patrimônio a um terceiro, com a expectativa de que esta parcela volte a sua posse integralmente, após decorrido o tempo estipulado.

As vendas a prazo continuam sendo a melhor forma de fechamento de vendas, com isso incrementando no aumento do faturamento das empresas. Silva (2000) afirma que a liberação de crédito facilita as vendas, pois possibilita o consumidor obter o produto que deseja e contribui com o aumento das vendas na empresa.

De acordo com Beckman (1949 apud SANTOS, 2000, p. 15),

a oferta de crédito por parte das empresas e instituições financeiras deve ser vista como um importante recurso estratégico para alcançar a meta principal da administração financeira, ou seja, a de atender às necessidades de todos os fornecedores de capital e agregar valor ao patrimônio dos acionistas comuns.

Sendo assim, pode-se dizer que a concessão de crédito é importante para a empresa, mesmo correndo riscos de perdas.

Assaf e Silva (2002, p. 107) conceitua crédito como,

troca de bens presentes por bem futuros. De um lado, uma empresa que concede crédito troca produtos por uma promessa de pagamento futuro. Já uma empresa que obtém crédito recebe produtos e assume o compromisso de efetuar o pagamento no futuro. O resultado de uma operação de crédito refere-se ao compromisso assumido pelo comprador em quitar sua dívida. Este compromisso pode estar expresso num instrumento como duplicata a receber, a nota promissória, o cheque pré-datado, o comprovante de venda no cartão de crédito etc.

Com as políticas de crédito adotadas pela empresa podemos conhecer as normas estabelecidas pela empresa para concessão de crédito, a empresa tendo uma boa política de crédito mínima os riscos de inadimplência.

2.1.1 Política de Crédito

Nos últimos tempos, vem se intensificando o desenvolvimento econômico, isso com o aumento da concorrência e a busca de novos clientes. A política de crédito, ela domina todo ato no processo de crédito, desde a ato de concessão de crédito ate a finalização da cobrança.

Tavares (1988, p.26) afirma que,

as políticas básicas de crédito e cobrança deverão ser definidas de forma objetiva, a fim de servirem como instrumento orientativo no processo de decisão gerencial, medindo-se o seu grau de eficiência em função do número de situações objeto de resolução, com base na obediência dessas políticas. Recomenda-se que todas as políticas sejam devidamente formalizadas, principalmente nas grandes organizações ou naquelas de maior complexidade, onde, inclusive, pode-se constatar a existência de um mesmo problema em regiões, distintas sob responsabilidade de diferentes funcionários. Periodicamente, é recomendável analisar a eficiência das políticas em vigor, em função do progresso da organização e do alcance dos principais objetivos. Em caso satisfatório deverão ser reafirmadas. Por outro lado, quando não mais atenderem aos objetivos, da empresa, em face de eventuais contingências ou alteração de fatores condicionantes, deverão ser objeto de reformulação a fim de se equacionarem as novas condições enfrentadas pela empresa.

Silva (1993) caracteriza a política de crédito como instrumento que determina padrões para a tomada de decisão, mediante a resolução de problemas recorrentes.

O autor observa ainda que, a política de crédito visa orientar decisões de crédito, tendo como base os objetivos determinados pela organização.

O objetivo básico da política de crédito é “a orientação nas decisões de crédito, em face dos objetivos desejados e estabelecidos”. (SILVA, 1998, p.103).

Na política de crédito, Blatt (1999, p. 33) enumera itens a ser seguidos para a fixação da política de crédito:

- Uso de concessão de crédito para estimular volume de vendas;
- Critério para concessão de um crédito comercial;
- Condições creditícias de venda de uma empresa;
- Responsabilidade específicas de vendas e créditos para obter a informação necessária para processar linhas de crédito solicitadas;
- Administração da carteira de contas a receber;
- Diretrizes e procedimentos para a função creditícia em uma empresa;
- Procedimentos e diretrizes de cobrança; suspensão de crédito de contas de clientes, existindo título vencido, para controlar perda por exposição ao risco;

A ferramenta que auxilia o processo de liberação de crédito é essencial nas organizações, pois assim contribui a minimizar os riscos de inadimplência.

Tavares (2000) acrescenta que, a fim de atender as exigências do manual adotado pela empresa, um programa de treinamento deve ser definido, considerando os diversos gerentes e funcionários da área de crédito e cobrança.

Silva (2000, p.103) afirma que “a política de crédito é também por alguns autores de padrões de crédito, sendo que seu objetivo básico a orientação nas decisões de crédito, em fase dos objetivos desejados e estabelecidos”.

A política de crédito não define a decisão a ser tomada, a política de crédito mostra um caminho a ser tomado com o objetivo de facilitar o processo de liberação de crédito.

A política de crédito é também chamada por alguns autores de “padrões de crédito”, sendo seu objetivo básico a orientação nas decisões de crédito, em face dos objetivos desejados e estabelecidos. Podemos dizer que a política de crédito é: uma guia para a decisão de crédito, porém não é a decisão; rege a concessão de crédito, porém não concede o crédito; orienta a concessão de crédito para o objetivo desejado, mas não é o objetivo em si. (SILVA, 2000, p.103).

Sendo assim, a política de crédito serve de apoio aos gestores na busca de equilíbrio entre o volume de crédito concedido e a qualidade dos clientes. Com isso a definição de uma política de crédito e cobrança, deve ser cautelosa, pois isso pode afetar a rentabilidade da organização.

Santos (2001, p.37) acrescenta que,

se a empresa adotar uma política de crédito liberal, conseguirá maior volume de vendas á custa de maior risco de inadimplência. Ao contrário, uma política de crédito restritiva trará baixo risco de inadimplência, mas reduzirá as vendas.

Com isso podemos observar que ao determinar uma política de crédito criteriosa dentro da organização, o setor de crédito e cobrança tem que respeitar o manual da organização exigida. Se o manual não for seguido, a empresa pode enfrentar sérios riscos na liberação de crédito com vendas futuras perdidas.

2.1.1.1 Tipos de política de crédito

Conforme Blatt (1999) uma empresa pode conceder dentre cinco possíveis políticas de crédito existentes que são:

- Crédito liberal / cobrança rigorosa;
- Crédito rigoroso / cobrança liberal;
- Crédito rigoroso / cobrança rigorosa;

- Crédito liberal / cobrança liberal;
- Crédito moderado / cobrança moderada.

Crédito Liberal / Cobrança Rigorosa – Este tipo de política de crédito (Blatt, 1999, p.34) afirma que a “empresa vende para qualquer cliente, independentemente de sua capacidade financeira”. Assim sendo pode aumentar suas vendas tendo um aumento em seu lucro, mais também haverá um aumento nos custos com as pessoas envolvidas para fazer cobrança e também muitas vezes não receber alguma dívida.

Crédito Rigoroso / Cobrança Liberal – este tipo de política haverá poucos preocupações com cobrança, pois é feita uma concessão bem criteriosa, como também pode diminuir as vendas realizadas a prazo. Problemas com atraso são mínimos. Conforme (Blatt, 1999, p.35),

esta política creditícia geralmente resulta em uma carteira de contas a receber de alta qualidade, mas as vendas e receitas não são otimizadas. Muitas contas com risco de crédito um pouco acima do desejado são recusadas. Uma empresa usando esse tipo de política não vai ao encontro das praticas altamente competitivas no mercado atual.

Crédito Rigoroso / Cobrança Rigorosa – nesse tipo de política de crédito é muito criterioso tanto para a liberação de crédito quanto para a cobrança efetuada. Com isso pode afetar o faturamento da empresa. O índice de inadimplência nessa política se torna mínimo e conserva a carteira de clientes da empresa.

Lamentavelmente, esta política de crédito também restringe o crescimento do volume de vendas e produz baixos níveis de lucro. Uma política de cobrança muito restritiva pode não ser adequada para o ambiente atual no qual as empresas operam. (Blatt, 1999, p.35).

Crédito Liberal / Cobrança Liberal – nessa política de crédito tanto a concessão quanto a cobrança são liberais, são liberadas vendas para todos os clientes, independentemente do histórico do consumidor. As cobranças são feitas uma vez cada outra. “Uma política de crédito e cobrança liberal, usualmente, resulta

em menos lucros ou maiores perdas do que em outro tipo de política.” (Blatt, 1999, p.36).

Crédito Moderado / Cobrança Moderada – esta política de crédito da condições para aumentar o crescimento das vendas, com condições recebíveis, lucros, contribuindo com o crescimento da empresa.

O amplo uso dos instrumentos de crédito pode encontrar uma base de crédito adequada para negociar com quase todos os clientes. Esta política creditícia geralmente encontra o equilíbrio necessário para o êxito nos negócios. (Blatt, 1999, p.36).

Depois de conhecer os vários efeitos da política de crédito, a empresa precisa avaliar qual é a melhor política de crédito, para que ajude na decisão de crédito a ser liberada em sua vendas.

2.1.2 Concessão de crédito

A concessão de crédito tornou-se uma ferramenta de forte auxílio na área empresarial.

Para Assaf Neto e Silva (2002, p.119), “a concessão de crédito é uma resposta individual da empresa a cada cliente. Se o cliente satisfizer as condições mínimas preestabelecidas pela empresa, poderá existir financiamento por parte da empresa para sua compra”.

Para Santos (2003, p.15) “crédito em finanças, é definido como a modalidade de financiamento destinada a possibilitar a realização de transações comerciais entre empresas e clientes”.

Quando a empresa trabalha com a concessão de crédito, ela obtém clientes com vários perfis. Neste momento observa a necessidade de uma política de crédito no qual assegure a empresa um futuro recebimento do crédito liberado.

Para Tavares (2009), a concessão de crédito, tem sido um dos principais componentes do crescimento do padrão de vida dos consumidores e do lucro das empresas.

Segundo Hoji (2000, p.129) antes de efetivar a venda para um novo cliente, deve ser feita uma análise de crédito minuciosa e criteriosa de seus dados cadastrais. Venda

a prazo efetuada sem os devidos procedimentos tem grande possibilidade de se tornar um “valor não recebível”. O autor acrescenta que “uma política de crédito liberal aumenta o volume de vendas muito mais do que uma política rígida, porem gera mais investimento em contas a receber e mais problemas de recebimento, o que exige maior rigidez na cobrança.” (HOJI, 2000, p.132).

A concessão de crédito acontece, a partir que a organização sente-se segura em liberar o crédito, com o intuito de aumentar suas vendas com lucratividade.

2.1.3 Limite de Crédito

O limite de crédito tem por finalidade definir o valor máximo que a empresa admite ceder para um cliente, estipulando a exposição máxima ao risco do cliente admitida pela empresa.

Com isso, Santos (2001, p.41) afirma que “para reduzir o risco com possível inadimplência dos clientes, a empresa vendedora precisa estabelecer um valor máximo de venda para cada um deles.”

O limite de crédito depende de cada cliente, quanto maior o a sua capacidade de pagamento, seu financeiro, maior será o valor liberado de limite. Com isso poderá ser fornecido com uma análise nas informações prestadas pelo comprador, análise da ficha cadastral, como também por informações cedidas pelos meios de consultas de órgãos especializados como CDL e SERASA.

Sobre limite de crédito Sá (1999, p.3) afirma que “O limite de crédito atribuído a um determinado cliente é o risco máximo que a empresa está disposta a correr com aquele cliente”. Esse limite é quantificado por um prazo de validade limitado e a atuação do cliente deve ser acompanhada de forma que o limite de crédito seja tempestiva e periodicamente reavaliado.

Blatt (2000, p.29) complementa chamando a atenção para a dependência da política de crédito na definição de limites:

A definição de limite de crédito depende da política de crédito, ou seja, se ela é muito ou pouco restritiva. Todos os clientes devem ter um limite de crédito previamente estabelecido. (...) Limites de crédito não devem ser desrespeitados nem por pressão do cliente nem por pressão da própria área comercial. Não devem ser concedidos créditos que extrapolem os limites definidos pelo cliente. A definição de limites deve ser baseada em critérios

técnicos, (...) deve-se ponderar quais os valores que eles vêm pagando pontualmente.

As informações adicionadas nos cadastros devem ser revista com frequência. Mesmo depois de ter liberado o limite de crédito. Hoje as informações sofrem mudanças diariamente, como troca de emprego, desemprego, entre outros fatores que podem prejudicar as condições de pagamento.

Sobre a atualização cadastral e a fixação de limite de crédito, Santos (2000, p.368) comenta que,

o limite de crédito é fixado para determinado período que normalmente, varia de seis meses a um ano. Dentro do período de validade do limite, opera-se de forma rotativa, isto é, pode ser feita nova operação à medida que uma operação vence e é liquidada, desde que esteja enquadrada dentro do limite fixado para a operação e obedeça as demais condições gerais preestabelecidas, por exemplo, garantias e prazos.

Na liberação do limite de crédito, além de atender as necessidades dos clientes, também devem ser preservados as intenções da empresa em resguardar seu patrimônio, para que a mesma não tenha inadimplência.

2.1.4 Análise de Crédito

O objetivo de uma análise de crédito, segundo Santos (2006, p. 43), consiste em “averiguar se o cliente possui idoneidade e capacidade financeira para amortizar a dívida.” O autor define análise de crédito como,

a análise de crédito é uma técnica de previsão que permite à empresa vendedora estimular a capacidade de pagamento em curto prazo do pretendente ao crédito. A utilização da análise de crédito é justificada pelo fato de que apenas a análise cadastral é suficiente para avaliar a capacidade de pagamento do pretendente. (SANTOS, 2001, p.44)

Para se fazer uma análise de crédito, são consideradas, as condições econômicas, empresariais entre outras. Cabe ao analista também verificar a situação financeira do requerente ao crédito, e seu histórico de pagamento, segundo (GITMAN, 2001).

Para que a empresa reduza os riscos de inadimplência, ela deve ter uma rigorosa análise de crédito, para conhecer o cliente, e as informações prestadas por

eles mesmo, tal como as condições financeiras, que é imprescindível para o pagamento.

Schrickett (2000) define o crédito como sendo o ato de alguém ceder temporariamente a terceiros parte de seu patrimônio, com o intuito de receber integralmente num prazo determinado. Este patrimônio pode ser em dinheiro, ou bens. O autor afirma ainda que o processo de análise de crédito seja essencial dentro de uma empresa, pois antes de conceder o crédito se faz necessário conhecer todos os riscos que podem ocorrer.

Conforme Tavares (1988, p. 26), “as políticas básicas de crédito e cobrança deverão ser definidas de forma objetiva, a fim de servirem como instrumento orientativo no processo de decisão gerencial [...],” ainda, segundo o mesmo autor, aconselha-se a formalização desses políticos. Tal procedimento contribuiria para que o processo se torne eficaz, uma vez que todos os funcionários tenham ciência das regras que foram estabelecidas pela organização.

Assaf Neto e Silva (2002) comentam que a “condição de pagamento” não é propriamente um controle sob o cliente, mas são eventos externos, econômicos que dependem da avaliação da empresa.

Segundo Hoji (2001) a análise de crédito deve ser constantemente monitorada e atualizada, algumas informações podem ser obtidas por órgãos de apoio como o serviço de Proteção de Crédito (SPC) e a Centralização de Serviços Bancários S.A (Serasa).

Schrickett (2000) complementa que a análise de crédito baseia-se em informações e decisões, que devem ser objetivas e claras. E não basear-se somente na análise de crédito, sugerir ou tentar viabilizar soluções inviáveis de alto custo, e sim prevalecer sobre qualquer circunstância à política de resultados.

De acordo com Gropelli e Nikbakth (2002) as contas a receber são determinadas conforme a política de crédito de cada empresa, quanto mais rigorosa essa for, menor será o número de vendas e consecutivamente menores serão as contas a receber. Mas isso não significa que a empresa deva facilitar a sua política de crédito, a flexibilidade na concessão de crédito certamente impulsionara as vendas, mas com essa flexibilidade pode também aumentar o número de clientes com inadimplência.

Para que sejam reduzidos os riscos de inadimplência, é fundamental que as empresas realizem uma análise de crédito minuciosa do cliente, para obterem

informações confiáveis da capacidade de pagamento do mesmo. Conforme Hoji (2000, p. 129),

a análise de crédito não se resume a uma análise inicial. A situação do cliente, mesmo daqueles antigos e tradicionais, deve ser constantemente monitorada e atualizada, quanto aos aspectos de pontualidade, capacidade de pagamento e situação financeira.

Gitman (2001) trata a cobrança como um procedimento de recebimento de duplicatas no seu vencimento. Deste modo a eficiência desta política pode ser relativamente avaliada através do histórico de dívidas em aberto com a política de crédito.

Cabe ressaltar, que embora seja analisando o fato histórico do cliente, a tomada de decisão deve estar voltada à prevenção de riscos financeiros futuros. Com isso Schrickel (2000, p.35) afirma que,

“(...) embora a análise de crédito deva lidar com eventos passados do tomador de crédito, as decisões de crédito devem considerar primordialmente o futuro desse mesmo tomador. O risco situa-se no futuro; o passado encontra-se apenas história”.

O analista de crédito deve conferir todos os documentos como, RG (Registro Geral), CPF (Cadastro Pessoa Física), comprovantes de renda e endereço, dentre outros documentos exigidos pela empresa, pois as informações cadastrais do cliente são essenciais para a decisão, evitando assim o risco de aprovar um cadastro com informações alteradas ou falsas.

2.1.5 C's do Crédito

Na definição de diversos autores, como Schrickel (2000) e Securato (2002), as bases primárias para a decisão de crédito são os chamados C's do crédito.

Sendo assim Santos (2002, p.45),

as informações que são necessárias para a análise subjetiva da capacidade financeira dos tomadores são tradicionalmente conhecidas como “C's do Crédito”: Caráter, Capacidade, Capital, Colateral e Condições.

Para uma concessão de crédito seja segura, é importante analisar as informações do comprador, observando assim o futuro pagamento das parcelas efetuadas. Uma das ferramentas mais utilizadas para análise do crédito. São os C's do crédito. Os C's do crédito fornecem as informações sobre o cliente, com o objetivo de facilitar as tomadas de decisões para as organizações.

Em relação aos C's do Crédito Costa (2005, p.18) afirma que:

é sabido que a habilidade de um indivíduo ou organização em cumprir compromissos assumidos esta ligada às suas condições, à sua capacidade e, principalmente, à existência de capital disponível. A vontade de honrar esse compromisso, entretanto, também conhecida animus pagandi, está associada ao caráter, seja do indivíduo, das empresas, das nações ou de grupo de pessoas.

Quadro 1 - C' s do Crédito

Caráter	Idoneidade atual do cliente na amortização de empréstimos.
Capacidade	Habilidade do cliente na conversação de seus ativos em renda ou receita.
Capital	Situação econômico-financeira.
Colateral	Vinculação de bens patrimoniais ao contrato de empréstimos.
Condições	Impacto dos fatores externos sobre a fonte primária de pagamento.

Fonte: Adaptado de Santos (2000).

Conforme Gitman (2004, p.520), “a seleção de crédito envolve a aplicação de técnicas para determinar os clientes que merecem receber crédito”. Segundo o mesmo autor, “um técnica conhecida de seleção consiste nos cinco C's do crédito, que oferecem um esquema de referência na análise de crédito mais aprofundado”. Na concepção de alguns autores existe ainda o sexto “C” do crédito, que é o conglomerado.

2.1.5.1 Caráter

O caráter é considerado o “C” mais importante e critico em qualquer concessão de crédito, pois é a intenção do tomador pagar suas obrigações. A análise do caráter do cliente é uma análise objetiva e é possível a verificação de

informações junto ao mercado, em relação ao cliente. A base para se obter as informações necessárias é o cadastro.

Devemos observar vários fatores, dentre eles o próprio tempo, pois alguém é honesto até o dia em que deixa de ser. Desse jeito, as informações do passado de uma pessoa ou de uma empresa podem ser instrumentos úteis e precisos na tomada de decisão.

O caráter faz menção ao risco moral, ou seja, à intenção ou à determinação do cliente de honrar ou não seus compromissos assumidos. [...] Diz respeito à honestidade do cliente, se ele é reputado como íntegro nos seus negócios, e se habitualmente cumpre seus pagamentos independentemente de fatores adversos que possam ocorrer. (BLATT, 1999, p.42-43)

Segundo Souza e Chaia (2000), caráter é a vontade do cliente em quitar sua dívida.

Esse primeiro “C” é imprescindível para as pessoas que necessitam obter crédito de terceiros, pois não basta apenas ter recursos financeiros se não houver a vontade de honrar as suas obrigações.

Para Schrickel (2000, p.50),

[...] é mais importante saber quem ele é do que o que ele faz. Falhas e negligências quanto à avaliação do Caráter do tomador de empréstimos conduz, inevitavelmente, a surpresas, muitas vezes inabsorvíveis pelo emprestador. O Caráter é o “C” insubstituível e nunca negligenciável. Se o Caráter for inaceitável, por certo todos os demais “C” também estarão potencialmente comprometidos, eis que sua credibilidade será, também e por certo, questionável.

Elemento fundamental para a decisão e concessão de crédito, Silva (1997) aponta o caráter como o responsável em avaliar a índole e a reputação do cliente. Somente com a certeza de que o cliente possui caráter é o que o estudo da operação deve ter continuidade, onde o caráter de um cliente poderá ser julgado de maneira mais precisa somente ao longo de vários anos.

Gitmann (2001) fala da importância do registro histórico e da ficha cadastral do cliente com o cumprimento de suas obrigações passadas, contratuais e morais, pagamentos passados, processos entre outros dados.

Com isso, conclui-se que o cliente pode ter um bom caráter, onde é fundamental na análise de crédito, no entanto, pode não ter capacidade de

pagamento de suas obrigações, logo os demais C's do crédito, devem ser analisados.

2.1.5.2 Capacidade

Avalia o tomador em saldar suas dívidas, ou seja, se o caráter é a intenção de pagar as obrigações, capacidade é a condição para conseguir realizar o pagamento.

Segundo Silva (1998), a capacidade deve estar relacionada aos fatores que contribuem para a empresa ser competente e competitiva, sendo que isto facilitará suas condições de ser capaz de pagar suas dívidas.

Nos dias de hoje, não basta o comprador vir de uma família bem sucedida, conceituada na cidade. O analista de crédito avaliará o cliente, confirmando se tem capacidade para honrar com suas obrigações.

Sendo assim Schrickel (2000, p.51) expõe que,

Outro ângulo a considerar para a definição da Capacidade do tomador relaciona-se à análise de seu currículo profissional. Certamente, haverá mais evidências de Capacidade num indivíduo que tenha demonstrado ao longo de sua carreira profissional: estabilidade de empregos, assunção de cargos de mais alto nível e conteúdo (e responsabilidades), e atingimento de resultados relevantes, do que em outro, em sentido inverso: instabilidade, flutuações de cargos e de resultados alcançados.

Santos (2000) ressalta que, este C também está relacionado ao julgamento subjetivo do analista quanto à habilidade dos clientes no gerenciamento e conversão de seus negócios em rendas. O autor ainda descreve a capacidade como uma atividade administrativa no gerenciamento da empresa, com a visão voltada para o futuro.

Conforme Gitmann (2001) a capacidade é ver a capacidade que o requerente terá para ressarcir o crédito solicitado, onde isso pode ser usado para a ênfase na liquidez e o endividamento do cliente.

No entanto, pode-se dizer que a renda do cliente é a informação mais importante para o analista de crédito, pois é aonde ele pode avaliar a capacidade de pagamento, com isso tendo uma segurança no processo de decisão e pagamento.

2.1.5.3 Capital

Sabendo que o cliente é honesto (caráter) e que tem suficiente habilidade para administrar seus recursos (capacidade), outro elemento básico para a análise de crédito é o capital. O capital representa a origem da aplicação dos recursos da empresa ou a situação econômica-financeira do cliente. A forma de como a empresa administra além de aumento gradativo pode servir para uma boa análise.

Silva (2000, p.97) afirma que,

o Capital refere-se à situação econômico-financeira da empresa, no que diz respeito a seus bens e recursos possuídos para saldar seus débitos. Portanto, o C de Capital é medido mediante análise dos índices financeiros, tendo, evidentemente, um significado muito mais amplo do que aquele que é dado à conta de capital na contabilidade.

Este “C” avalia a situação econômica financeira do comprador, isto é, compreende os bens e direitos disponíveis para satisfazer o pagamento das obrigações. É um “C” importante, pois requer uma atenção na análise dos balanços e resultados financeiros das empresas (SANTI FILHO, 1997).

Com isso podemos acrescentar que quando analisado um cadastro, quando chegar no “C” Capital, tem que analisar o cadastro pessoa física e pessoa jurídica: pessoa física comprova seu rendimento através do salário pelo contracheque, já pessoa jurídica através do contrato social.

Conforme Santos (2000, p.46),

no Brasil as fontes de pesquisa são extremamente questionáveis à veracidade das informações, em muitos casos não refletindo a exata situação financeira e patrimonial dos clientes. Isso se deve ao fato de que os clientes podem manipular e/ou omitir suas informações financeiras como o propósito de obterem aprovação em suas propostas de crédito.

No âmbito das organizações, “o capital refere-se á situação econômico financeira da empresa, no que diz respeito aos seus bens e recursos que possuem para saldar seus débitos”. (Schrickel, 2000, p.53).

Conforme Santos (2006, p. 45),

capital é medido pela instituição financeira do cliente, levando-se em consideração a composição (quantitativa e qualitativa) dos recursos, onde são aplicados e como são financiados.

Contudo, é muito importante que o profissional do crédito se certifique da veracidade das informações prestadas pelo comprador. Buscando sempre observar os documentos.

2.1.5.4 Condições

O “C” condições refere-se a fatores econômicos, que influenciam o ambiente no qual está, podendo comprometer o pagamento da dívida.

Santos (2000, p.47) relaciona “C” condições como,

uma análise do impacto de fatores sistemáticos ou externos sobre a fonte primária de pagamento (renda ou receita). A atenção nessa informação é de extrema importância para a determinação do risco total de crédito, uma vez que, dependendo da gravidade do fator sistemático – exemplos típicos de situação recessiva com aumento nas taxas de desemprego.

Podemos dizer que este “C” é de grande importância para o analista de crédito, pois dá condições de verificar a intenção de pagamento do cliente.

Braga (1989, p.117) afirma que,

as condições são relativas a fatores externos e macroeconômicos, envolvendo: sazonalidade do produto, efeitos da moda sobre a continuidade do negócio, essencialidade do produto, influência de outro ramo de atividade, sensibilidade do próprio ramo e problemas de liquidez e outros, porte da empresa em relação a outras do mesmo ramo e de outros ramos.

Desta forma, este item é de extrema importância, pois influencia diretamente na empresa. As condições de pagamento do comprador podem ser afetadas por condições externas, com isso interferindo o cumprimento de suas obrigações.

2.1.5.5 Colateral

Este “C” refere-se às garantias patrimoniais colocadas pelo comprador, para garantir com maior segurança ao crédito solicitado. Ross (2000) avalia como sendo as garantias adicionais que o cliente oferece em caso de inadimplência futura.

Colateral faz menção às garantias oferecidas pelo cliente para compensar fraquezas ou simplesmente para reforçar e complementar outros aspectos de crédito. Trata-se do oferecimento, por parte do devedor, de garantias que confirmam maior segurança ao crédito, ou, de forma mais abrangente, ao invés de garantias formalmente constituídas, de bom embasamento patrimonial. (BLATT, 1999, p.45-46).

Silva (1997, p.96) coloca que colateral se refere “a capacidade do cliente em oferecer garantias de pagamento”. A garantia é uma espécie de segurança adicional, e em alguns casos a concessão de crédito poderá depender das garantias oferecidas pelo cliente.

O Colateral é uma garantia de crédito, caso o tomador não cumpra com o compromisso no ato da compra. Diante das garantias, o analista comprova a possibilidade de adquirir o bem que foi concedido, caso não haja pagamento da dívida.

Santos (2000, p.47) afirma que,

está associado com a análise da riqueza patrimonial de pessoas físicas e empresas (bens móveis e imóveis), considerando a possibilidade futura de vinculação de bens ao contrato de crédito, em casos de perda (parcial ou total) da fonte primária de pagamento.

Podemos destacar que, para uma análise de crédito seja feita de forma correta, é essencial que sejam tomadas todas as informações necessárias disponíveis, para que assim o analista possa tomar a decisão correta na hora da liberação de crédito.

Schrickell (2000, p.55) comenta que,

o colateral numa decisão de crédito serve para contrabancar e atenuar eventuais impactos negativos decorrentes do enfraquecimento de um dos três elementos: capacidade, capital e condições. Este enfraquecimento implica maior risco e o colateral presta-se a compensar esta elevação do risco, nas incertezas futuras quanto ao pagamento do crédito.

Desta forma, a garantia propicia maior compromisso a cumprir com suas obrigações, ficando assim, a organização com maior proteção na liberação do crédito.

2.1.5.6 Conglomerado

Este “C” é o denominado conglomerado, pois ele visa através de informações, avaliar o conjunto da empresa. Ele é utilizado para concessão de crédito a pessoas jurídicas.

uma empresa deve ser avaliada, quando for o caso, no âmbito do grupo de empresas que eventualmente a contenha. Desse modo, no caso de grupo de empresas, não basta conhecer a situação de uma empresa isolada, é necessário o exame de sua controladora ou de suas controladas e interligadas e coligadas. Muitas vezes uma empresa em si não comporta o crédito, mas o grupo ao qual pertence sim. [...]. (BLATT, 1999, p. 47)

Podemos definir através dos 6 C's créditos, técnicas para concessão de crédito, por estes meios é possível obter informações do futuro cliente, para assim houver a liberação de crédito mais segura e com objetivo de recebimento no futuro evitando assim reduzir a inadimplência que poderão prejudicar a liquidez da empresa.

Em caso de pessoas físicas, o conglomerado inclui a análise de crédito de cônjuge, dependentes, garantidores, referências.

2.1.6 Risco de Crédito

O risco de crédito está presente em todos os momentos da vida das pessoas e das empresas, tanto ele pode levar a empresa ao fracasso como ao sucesso. O risco de crédito define a probabilidade de perda de algum negócio.

Segundo Gitman (1997, p. 202), “risco de crédito pode ser definido como possibilidade de perda, ou como variabilidade de retornos esperados relativos a um ativo”. Esclarece ainda que não se pode, entretanto, confundir risco com incerteza.

risco existe quando o tomador de decisões pode basear-se e, probabilidade objetivas para estimular diferentes resultados, de modo que sua expectativa se baseia em dados históricos e, portanto, a decisão é tomada a partir de estimativas julgadas aceitáveis pelo tomador de decisões. (SILVA, 1983, p.30).

Hoje as empresas para competir no mercado proporcionam a seus clientes a opção de parcelamento de suas compras, com esta postura tornam-se sujeitas ao risco de perdas financeiras. Schrickel (2000, p. 163) aponta alguns dos motivos que pode levar um cliente a não honrar com os compromissos assumidos:

o maior risco para o prestador ao conceder o crédito a indivíduos concentra-se no eventual colapso de suas finanças pessoais, seja porque perdeu o emprego, ou devido a um processo de separação litigiosa, um acidente ou doença grave em família, ou porque simplesmente extrapolou o limite da prudência na satisfação de suas necessidades infinitas de bens e serviços.

Ainda neste contexto Santos (2006, p.19) menciona que há fatores externos que também podem influenciar na capacidade de pagamento dos clientes,

a determinação do risco de crédito deve considerar o impacto de fatores sistemáticos ou externos sobre a capacidade de pagamento dos clientes. Um aumento na taxa de juros, por exemplo, pode desencadear situações desfavoráveis à práticas de concessão de crédito, em face da maior probabilidade de redução no nível de atividade econômica, recessão e desemprego. Como consequência, empresas e pessoas físicas tendem a enfrentar maiores dificuldades para honrar suas dívidas, expondo os credores a maior probabilidade de perdas financeiras com a inadimplência.

O risco ocorre nas incertezas principalmente quando decide-se algo baseado na nossa sensibilidade, com decisões precipitadas, sem o auxílio de alguma metodologia que nos auxilia nas tomadas de decisão.

De posse do maior número possível de informações sobre o cliente atrelado a uma política de crédito a empresa pode analisar com maior precisão o risco envolvido na operação e assim tomar a decisão sobre a liberação ou não do crédito.

2.2 GARANTIAS NAS OPERAÇÕES DE CRÉDITO

Se o analista de crédito verificar algum ponto fraco ou insegurança em relação à capacidade de pagamento, poderá solicitar uma garantia para maior credibilidade para fechamento da venda. Com isso garante uma segurança adicional nas vendas realizadas a prazo, reduzindo a possibilidade do não recebimento da operação.

Conforme Silva (2000, p. 98), “a garantia é uma espécie de segurança adicional e, em alguns casos, a concessão de crédito precisará dela para compensar as fraquezas decorrentes dos outros fatores de risco”.

De acordo com Schrickel (2000) as garantias são classificadas em garantias pessoais e garantias reais.

2.2.1 Garantias Pessoais ou Fidejussória

A garantia pessoal tem como ponto principal a relação de confiança entre o credor e o devedor, tanto pessoa física tanto jurídica.

Tavares (1988) comenta que a garantia pessoal ou fidejussória se caracteriza pelo compromisso assumido por uma ou mais pessoa, com o objetivo de liquidação da dívida de determinada pessoa, ou seja, essa pessoa assume diante do credor o compromisso de pagamento da dívida, caso o devedor não pagá-la.

Santos (2000, p. 34) menciona que,

em vez de serem constituídos sobre coisas específicas, repousam sobre pessoas (físicas e jurídicas). Essa modalidade de garantia não vincula nenhum bem específico do cliente ou do garantidor, mais recai sobre a totalidade dos bens que ambos possuem no momento da liquidação.

Desta forma, a garantia pessoal é quando o credor conta com a promessa de pagamento e com a garantia comum que o devedor lhe prometer. Os exemplos de garantias pessoais são o avalista (aval) e fianças.

2.2.1.1 Aval

Essa garantia pessoal é a modalidade mais utilizada na concessão de crédito. Trata-se de uma pessoa que fica responsável junto com o tomador pelo pagamento do crédito.

Santos (2000, p. 35) acrescenta que,

o avalista é o responsável pela amortização do empréstimo, da mesma maneira que o devedor principal, não havendo, portanto, benefícios de ordem. Por ser garantia solidária ao pagamento de uma dívida, pode ser exigido integralmente do avalista, independentemente de ser cobrado ou não o devedor principal.

O avalista é uma garantia de pagamento, caso o devedor não liquide sua dívida, não honrar com sua obrigação, o aval fica responsável pela quitação da mesma.

Silva (2000, p. 330) comenta que “o aval é uma garantia em que o avalista assume a mesma posição jurídica do avalizado, tornando-se solidário pela liquidação da dívida”.

Santos (2000, p. 35) chama atenção sobre a legalidade do aval, especificamente sobre a assinatura dos conjugues.

a lei não exige a assinatura conjunta de marido e mulher para validade no aval. No entanto, recomenda-se a obtenção do aval de ambos, porque, em caso de execução judicial, o cônjuge que não prestou o aval poderá pedir a exclusão de sua parte nos bens do casal (menção), impedindo que a totalidade dos bens seja penhorada.

Portanto, não é obrigatória a assinatura do cônjuge, pois a lei não exige a assinatura da conjunta para validade do aval, diferentemente da modalidade Fiança que só é válida se o documento possuir a assinatura do cônjuge.

2.2.1.2 Fiança

A fiança é a outra garantia pessoal, ela visa proteger a organização da inadimplência e minimizar os riscos da operação.

Conforme Silva (2000, p. 330),

a fiança é um tipo de garantia pessoal, em que o fiador promete satisfazer a obrigação de um terceiro para maior segurança do credor. Na fiança, poderá haver o denominado “benefício de ordem”, isto é, o credor deverá acionar primeiro diretamente o devedor e, após, o fiador, salvo se este renunciar o benefício.

A fiança é se dá quando uma pessoa física ou jurídica promete ao fiador, pagar a obrigação de um terceiro se este não o cumprir. Lembrando que se houver inadimplência da dívida, ela deverá ser cobrada primeiramente do devedor. Se constatar a impossibilidade de pagamento, o credor poderá cobrar do fiador.

Sendo assim, Blatt (1999, p. 220), afirma que,

o fiador demandado pelo pagamento da dívida tem o direito de exigir, até a contestação do processo, que sejam primeiro penhorados os bens do

devedor principal. No entanto, perde esta oportunidade caso tiver concordado expressamente em renunciar ao benefício de ordem, ou obrigarse como devedor solidário e/ou principal pagador, ou nos casos em que o devedor for insolvente ou falido.

A fiança é uma garantia assumida de forma escrita, ou seja, contratual, e não admite em forma verbal. Com isso Schrickel (2000) menciona a grande importância de o contrato ser registrado em Cartório de Títulos e Documentos, seja ele um contrato individual ou parte do contrato, assim assume-se a garantia de pagamento mediante terceiros.

Esta garantia diferencia da modalidade Aval, pois compreende além do capital e os juros, as despesas decorrentes do processo, já o aval se responsabiliza apenas pelo o que está no título assinado.

2.2.2 Garantias Reais

A garantia real é diferente da garantia pessoal, ela não está baseada na relação de confiança existente entre ambos. Quando o bem é dado como garantia, o mesmo fica comprometido judicial com o crédito.

Blatt (1999, p. 191), afirma que “as garantias reais são indivisíveis, isto é, mesmo que o cliente pague uma parcela da dívida, a garantia continua por inteiro”. O autor menciona ainda que o contrato deve conter:

- Completa identificação das partes contratantes;
- Total da dívida ou sua estimativa;
- Prazo fixado para pagamento;
- A taxa de juros;
- A coisa dada em garantia com suas especificações;

Essa garantia é essencial um contrato, pois apresenta maior segurança, assim o credor pode requerer sua venda, pois é mais seguro, judicialmente, caso o cliente não tenha mais condições de pagar a dívida.

Santos (2000, p. 37) comenta que,

quando se constitui uma garantia sobre determinado bem, esse bem estará comprometido legalmente com o contrato de crédito, ao qual se vincula. Caso o cliente não apresente condições financeiras de amortizar o valor total

do empréstimo, o bem estará à disposição do credor, que, mediante processo, poderá recorrer à recuperação do empréstimo, via venda judicial.

Essa garantia torna a concessão de crédito mais segura, pois há um bem específico vinculada a transação. Os instrumentos mais conhecidos e utilizados como garantias reais são: caução, penhor, hipoteca e alienação fiduciária e a anticrese.

2.2.2.1 Penhor

O penhor é uma garantia real que consiste no devedor ou o garantidor transferir um bem móvel ao credor, assim garantindo o cumprimento das obrigações.

Para Leoni (1998, p.135) o penhor,

trata-se de um direito real, que pode ser constituído por instrumento público ou particular. Convencionalmente, define-se o contrato de penhor como uma limitação de posse e propriedade, que submete o bem móvel ou mobilizável, susceptível, a penhor, ao constituir-se garantia de pagamento de uma dívida. Exemplos: colheitas pendentes em formação, semoventes, instrumentos de maneira geral, máquinas, equipamentos, jóias, metais preciosos. São exceções os casos de penhor agrícola ou pecuário, em que os objetos penhorados continuam em poder do devedor, por efeito de cláusula constitui, nem como a garantia de cédula de crédito industrial, visto que os bens continuarão na posse do emitente, ou terceiros, que responderão como fiéis depositários em questão.

Sendo assim, o penhor é a entrega de algum bem ao credor. Se a dívida não for quitada, o bem penhorado poderá ser vendido para liquidar o débito existente com o credor.

Silva (2000, p. 331) visa que,

o penhor é um tipo de garantia real que recai sobre bens móveis corpóreos ou incorpóreos, cuja posse deverá ser transferida ao credor, que pode efetuar a venda judicial do bem para liquidar a dívida, da qual o penhor é acessório.

Silva (2000, p. 31), complementa afirmando que o penhor recai sobre “bens imóveis [...], cuja posse do bem poderá ser transferida ao credor, que possa efetuar a venda judicial do bem penhorado para liquidar a dívida existente”.

Para que a garantia de penhora seja válida, é necessário efetuar o registro público do contrato. Evitando futuramente que terceiros não sejam prejudicados e desconhecem que o bem estava penhorado. (BLATT,1999)

2.2.2.2 Hipoteca

Essa é uma garantia que se refere a bens imóveis que o tomador repassa ao credor como forma de pagamento da dívida. Santos (2000) menciona que são os bens passíveis: terras, casas, prédios, apartamentos, sítios, lotes, navios e aviões.

a hipoteca também é um tipo de garantia real, acessório de uma dívida, que incide sobre bens imóveis. Na hipoteca o bem hipotecado permanece em poder do devedor, o credor, não pode apropriar-se do bem liquidado, mas tem sobre este preferência para a venda judicial, visando à liquidação da dívida. (SILVA, 2000, p. 334).

Nesta modalidade o mesmo bem pode ser hipotecado para vários credores, sendo que, a preferência é dada pela ordem de registro. Porém, os sucessivos credores não poderão requerer a venda do imóvel antes de vencer a primeira hipoteca.

Leoni e Leoni (1998, p.137), descrevem que,

contratualmente, observa-se com maior clareza que se trata de direito real constituído a favor do credor sobre um bem imóvel do devedor ou até mesmo de terceiros para deixá-lo em garantia da dívida contraída, sem, entretanto, tirá-lo da posse de seu verdadeiro dono. Por falta de pagamentos, todavia, poderá vir a perdê-lo.

Também podem ser bens passíveis de hipoteca: imóveis, terrenos, chácaras, fazendas, validando inclusive os acessórios dos imóveis que podem ser: benfeitorias, máquinas, matas, árvores de corte, lavouras, implementos agrícolas, gado, entre outros.

Para Oliveira (2002), a hipoteca definida como um direito acessório, criado em garantia de uma obrigação principal, cujo objetivo é garantir o pagamento da dívida.

Blatt (1999) ressalta que para ter validade esta garantia a hipoteca, a mesma deve ser feito mediante escrituração de contrato, formalizando em cartório de registro de imóveis.

2.2.2.3 Alienação fiduciária

Essa garantia é a transferência de um bem imóvel ao credor, que passa a ser o proprietário, ainda que o bem permaneça com o devedor. Esse tipo de garantia oferece maior segurança para o credor, que detém da posse indireta do bem.

Silva (2000, p. 335) define o objetivo de alienação fiduciária como:

bens móveis e identificáveis, e se opera com a transferência da posse indireta do bem para o credor, ficando o devedor apenas com a posse indireta, isto é, o devedor alienante não é proprietário do bem alienado, tão somente faz uso dele. Uma vez liquidado a dívida em que está em garantia, à posse indireta retorna às mãos do devedor, que se torna titular do domínio pleno do bem.

Nos casos em que o devedor não liquidar a dívida, o credor poderá vender o bem em garantia para saldar o crédito inadimplente e demais despesas que geraram, havendo algum saldo, este deverá ser entregue ao devedor.

Blatt (1999), diz que esse tipo de garantia somente se prova por escrito, e seu instrumento, seja público ou particular deve ser obrigatoriamente arquivado no Registro de Títulos e Documentos do domicílio do credor.

2.2.2.4 Caução

A garantia caução pode ser real ou pessoal. Quando for real, fica como garantia um bem móvel ou imóvel como garantia já a garantia pessoal, se baseia na confiança das pessoas terceiras envolvidas contratualmente e que se obrigam a efetuar os pagamentos definidos.

Leoni e Leoni (1997, p. 136) definem caução como:

[...] a garantia pessoal provém da fiança, do aval, do endosso, lastreado em cláusula contratual, chamada garantia "fidejussória", por se basear na confiança e na idoneidade das pessoas envolvidas contratualmente e que se obrigam a efetuar os pagamentos em data conveniada e aprazada [...].

Sendo assim caução é uma garantia onde o devedor entrega ao credor direito sobre determinados títulos onde o mesmo possa receber de terceiros.

As cauções mais comuns são as duplicatas e os cheques.

2.2.2.5 Anticrese

Nesse tipo de garantia o devedor entrega um bem imóvel ao credor e permite o direito de receber seus frutos, até compensar o valor existente da dívida.

Silva (2000, p. 334) define a anticrese como,

um tipo específico de garantia real em que a posse do bem imóvel é transferida ao credor, o qual fica com os rendimentos decorrentes da coisa em garantia, até que a dívida seja paga.

Blatt (1999) afirma que o credor pode usufruir diretamente do bem imóvel, pode arrendá-lo a terceiros, isso tudo com contrato, permanecendo sobre o direito até ser pago a dívida existente.

Segundo Leoni e Leoni (1998, p. 136), o credor “poderá reter o bem imóvel até o final dos pagamentos, mas responderá por todo dano que vier a sofrer desde sua posse. Em caso de danos, deverá repará-los e deixar o bem nas condições recebidas”. Após a liquidação total da dívida, assim como acontece nas demais garantias reais, o bem retorna ao devedor e extingui-se a anticrese.

2.3 CADASTRO

Toda empresa que utiliza a venda a prazo ou concessão de crédito tanto para pessoa física como jurídica, com pagamento posterior a compra, é necessário ter uma ficha cadastral onde englobe os dados do cliente como: endereço, estado civil, idade, sexo, renda, cônjuge, local trabalho, referências comerciais entre outros dados a ser coletado.

Conforme Berni (1999, p. 93),

os cadastros devem ser utilizados semestralmente e elaborados por empresas de confiança (Serasa) e outros. Não são menos informativos, mas resultam em indicativos importantes que auxiliam também a decisão de crédito, porque nos fornecem dados patrimoniais, seguro, fontes de renda, atividade, tempo de permanência nessa atividade, sede, filiais, distribuições, produtos, participações, e, ainda, outros elementos que são mutáveis com o decorrer do tempo [...].

Ressaltando que a ficha cadastral é essencial para que possa ter o máximo de informações do cliente no cadastro, confirmando também os dados por meio de empresas confiáveis como SPC e Serasa.

De acordo com Schrickel (2000, p. 49) a ficha cadastral,

permite angariar informações sobre a identificação e qualificação do indivíduo (nome, endereço, registros, profissão, etc.) e sobre a experiência de outros credores em suas relações comerciais com o mesmo (pontualidade nos pagamentos, apontamentos e protestos etc.).

Silva (2000, p. 141) afirma que, “o cadastro informatizado e bem constituído é, sem dúvida, um grande banco de dados e possibilitará excelente alavancagem comercial”. Pois é a partir das informações contidas no cadastro, que identificamos o cliente e que podem ser liberados os produtos e/ ou serviços que eles desejam.

É importante no momento de preencher o cadastro absorver o máximo de informações possível do cliente, confirmar os dados emitidos pelo cliente através das consultas realizadas nas referências comerciais, como também no SERASA e SPC, para assim estar comprovando os dados fornecidos pelo comprador.

Essas ferramentas são essenciais para avaliar o cliente, são fundamentais para a concessão de crédito. Podemos dizer que um cadastro informatizado e bem construído é, sem dúvida, um grande banco de dados onde possibilitará excelente análise.

Porém, Silva (2000, p.150) ressalta que “o excessivo número de informações pode, além de não ser usado para a análise e concessão de crédito, atrapalhar no processo decisório, onde pode irritar o cliente, deixando sem paciência, sendo que o preenchimento do cadastro é sempre trabalhoso.” Assim, pode se constar na ficha cadastral as informações que realmente serão utilizadas e que permitirão conhecer o cliente e o avaliar.

2.3.1 Importância do Cadastro ou Ficha Cadastral

A ficha cadastral é muito importante, pois é uma fonte de informação. Para que seja realizada uma análise de crédito com segurança, é necessário que a empresa elabore uma ficha cadastral bem complexa, com todos os dados necessários para possibilitar a tomada de decisão.

Blatt (1999, p.78) cita que,

a ficha cadastral é um importante instrumento para o credor, pois ao mesmo tempo em que permite identificar e segmentar os bons e maus pagadores permite também avaliar a situação econômica-financeira do cliente e dimensionar seu potencial. Desta forma, uma ficha cadastral bem elaborada auxilia adequadamente aqueles que decidem a concessão de crédito.

Assim fica evidente a importância da ficha cadastral, desde que seja bem elaborada, contendo as informações que sejam úteis na hora da concessão de crédito. Não há um único modelo de ficha cadastral. Silva (2000) evidencia que o importante são as informações que ela pode fornecer, pois não há um modelo único de ficha cadastral que seja o melhor para todas as empresas ou instituições financeiras durante todo o tempo, sendo necessário que cada empresa desenvolva e adapte seu próprio modelo de acordo com as necessidades e com as características de seus clientes.

Em um mundo de negócios em rápida mutação, o sucesso depende de informação confiável e objetiva. É justamente essa a grande utilidade da informação comercial. Este deve proporcionar aos departamentos de crédito informações suficientes para se iniciar o relacionamento com um novo cliente e estabelecer o limite de crédito. Em uma solicitação de crédito deve-se exigir o máximo possível de referências comerciais e bancárias, com seus nomes, números de telefone e nomes das pessoas com as quais se pode estabelecer contato, (BLATT, 2000)

Não existe uma ficha cadastral padrão, a empresa pode adaptar como ela quiser, de maneira que a mesma contenha todas as informações que achar necessário para conhecer o cliente para liberação do crédito.

Não há um modelo único de ficha cadastral que seja o melhor para todas as empresas ou instituições financeiras durante todo o tempo, sendo necessário que cada instituição desenvolva e adapte seu próprio modelo de acordo com suas necessidades e com as características de seus clientes. (SILVA, 2000, p.150).

Deste modo fica claro que quanto mais bem elaborada a ficha cadastral, melhor a concessão de crédito pode ser concedida aos clientes. Afirma Leoni (1998, p. 21) que,

a ficha cadastral é, sem dúvida, o principal instrumento para que uma empresa elabore a análise de crédito de um determinado cliente. Ao conter informações sobre o histórico do cliente no seu relacionamento com a empresa, a ficha cadastral pode ser considerada como parte do patrimônio ou capital intelectual da empresa. Afinal, é através dela que a empresa consegue compreender melhor seus clientes, o que permite não apenas o

melhor entendimento do seu perfil de risco, como também o estabelecimento de uma estratégia de marketing de relacionamento.

Deste modo, podemos destacar que o cadastro é uma ferramenta essencial para auxiliar na análise de crédito nas tomadas de decisão. As fichas cadastrais devem estar sempre completas e atualizadas com todas as informações preenchidas, pois essas informações são alicerce para a tomada concessão de crédito além de possibilitar ações estratégicas de *marketing*.

2.3.2 Cadastro Pessoa Física

Na elaboração do cadastro de pessoas físicas devem ser solicitadas informações que permitem ao credor conhecer seu cliente no que se refere principalmente a questões financeiras e ao mesmo tempo avaliar o risco que este pode trazer para a empresa.

“Leoni e Leoni (1997, p. 21) afirmam que, o cadastro pessoa física é a coletânea dos dados dos cidadãos, que estão em pleno gozo das prerrogativas constitucionais, legais e do espírito de solidariedade humana”

Contudo não existe uma ficha cadastral para se seguir. Cabe a empresa solicitar os documentos que achar necessário para satisfazer as necessidades dela.

Há algumas informações que são consideradas essências para constar na ficha cadastral. Schrickel (2000, p.91) menciona que,

para a construção das informações básicas sobre o pretendente de crédito é preciso que este apresente alguns documentos, que constituirão seus dados cadastrais: certidão de nascimento, se casado (a); cédula de identidade (RG); cartão de identificação do contribuinte (CIC); declaração de bens (anexo da declaração de imposto de renda ou declaração datada e assinada, em que constem, discriminadamente, os bens e os respectivos valores atualizados); comprovante de rendimentos; comprovantes de residência [...].

O Quadro 02 evidencia as informações básicas dos clientes que devem ser coletadas e conferidas para preenchimento do cadastro.

Quadro 2 - Documentos necessários ao cadastro

Pessoa	Documentos
	Certidão de casamento, se casado (a);
	Cédula de Identidade (RG);
	Cadastro de Pessoas Físicas (CPF);
Física	
	Declaração de bens (Declaração do Imposto de Renda)
	Comprovante de rendimentos;
	Comprovante de residência;

Fonte: Adaptado de Schrickel (2000).

Os documentos devem ser comparados com os outros, para que assim evite qualquer tipo de fraude ou falsificação.

Blatt (1999, p. 79) comenta sobre o cadastro pessoa física, e expõe que este deve conter,

dados curriculares como nome, endereço, data e local de nascimento, nacionalidade, estado civil, onde trabalha o devedor, data de admissão, cargo, dados de capacidade de pagamento, como renda mensal, outras rendas, rendas do cônjuge, dados das condições econômicas, como características dos bens imóveis [...].

Também é importante pedir referências comerciais e bancárias, para que assim o analista de crédito possa ter outras informações para averiguar se as mesmas são passadas por seriedade.

2.3.3 Cadastro Pessoa Jurídica

No cadastro pessoa jurídica deve-se solicitar as informações necessárias, para que se possa ser feito a avaliação. Os documentos essenciais para o preenchimento do cadastro é o contrato social, com as alterações, cartão CNPJ, demonstrações contábeis, demonstrações financeiras, faturamento últimos 12 anos,

principais fornecedores e os documentos dos sócios. No contrato já possui diversas informações que podem ser preenchidas na ficha cadastral. (Schricketel, 2000).

Então, existem alguns documentos básicos que não podem faltar para a elaboração da ficha cadastral, como por exemplo, o contrato social.

Para Blatt (1999, p. 87), o contrato social é:

Um documento que tem como objetivo formalizar a constituição de uma sociedade (empresa). Por meio dele pode-se observar e analisar os seguintes itens referentes à empresa: denominação social; localização (endereço); ramos de atividade; tipo de sociedade constituída (por quotas de responsabilidade limitada e outras); montante utilizado para constituição da sociedade (capital social integralizado dividido em quotas de valor representativo); quem detém o controle da empresa e quem responde pela mesma; data do encerramento do exercício social (que corresponderá à data de elaboração do balanço).

Outro documento de extrema importância para o cadastro é o demonstrativo financeiro, pois é através dele que o analista de crédito pode verificar a situação econômico-financeira da empresa, avaliando assim as condições de adquirir o crédito. Para Blatt (1999, p. 89) o demonstrativo financeiro,

é um documento que tem por finalidade apresentar a situação econômico-financeira da empresa em um determinado período. Ele encerra a seqüência dos procedimentos contábeis, pois representa a junção do balanço (ativo e passivo) com a demonstração de resultados e outros demonstrativos. Constitui-se também no relatório sucinto das operações realizadas pela empresa durante um determinado período de tempo.

O Quadro 3, evidencia as principais informações que devem ser coletadas e conferidas dos clientes pessoas jurídicas:

Quadro 3 - Documentos necessários ao cadastro

Pessoa	Documentos
	Contrato Social ou Estatutos Sociais / Consolidação
	Estatutária e todas as alterações / atas das assembleias, ou pelo menos as dos últimos cinco anos;
	Cartão do CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas;
Jurídica	
	Ata de eleição da diretoria e do conselho de administração,
	em que conste os respectivos mandatos;
	Três últimos balanços, devidamente assinados pelo administrador e pelo contador responsável;

Fonte: Adaptado de Schrickel (2000).

Os documentos listados no Quadro nº 3, comprova os dados cadastrais a partir da solicitação dos documentos, assim assegurando a confiabilidade das informações prestadas pelo cliente.

Além de solicitar os documentos mencionados, é importante que a empresa solicite referências comerciais, pois ajudarão ao analista verificar o comportamento do cliente com os outros credores. Neste contexto Leoni e Leoni (1998) afirmam que devem ser solicitados os nomes, endereços e telefones das empresas aonde fazem compras a prazo, para assim obter informações como, desde que data é cliente, valor de crédito liberado, maior venda, formas de pagamento, média de atraso, desabonos, pontualidade, bem como o conceito da referida empresa.

Contudo, as informações precisas caberão ao analista conferir e analisar e ver se há possibilidade de liberação de crédito. Se as informações lhe passarem confiança o auxiliará na tomada de decisão.

2.4 FONTES DE INFORMAÇÃO

O crédito é um ato de confiança do credor para o devedor. Para que a concessão de crédito seja segura, o analista precisa ter o máximo de informações

confiáveis e seguras sobre o futuro cliente. Para assim, minimizar o risco de inadimplência.

É importante que se tenha não apenas os dados informados pelo tomador, mais outras fontes de informações seguras que demonstrem o comportamento no mercado. Essas informações podem ser retiradas de convênios com organizações especializadas em análise de crédito.

Silva (2000, p. 86) afirma que,

é comum muitas empresas organizarem-se em convênios para a troca de informações comerciais, possibilitando detectar com certa rapidez quando um cliente começa atrasar ou entrar em dificuldade financeira. Os convênios facilitam também a consulta a outros fornecedores, diferentes daqueles escolhidos e indicados pelo cliente.

Schricket (2000) menciona que, o procedimento mais utilizado para a concessão de crédito, é que se baseia na obtenção de informações contidas na ficha cadastral. Outros dados também podem ajudar na concessão de crédito que são encontrados nos órgãos especializados como o SPC e Serasa.

Assim, os dados fornecidos por esses órgãos são de grande importância no processo de concessão de crédito, pois é através deles que o analista detecta as informações dos clientes, e seus comportamentos comerciais. Eles também fornecem informações cadastrais do cliente que podem ser comparados com os dados apresentados por eles. Assim a empresa com todas essas fontes de informações pode assegurar-se com as informações dos dados fornecidos e da idoneidade do cliente.

As principais instituições que fornecem informações do cliente são o Sistema de Proteção do Crédito – SPC e a SERASA.

2.4.1 Serasa Experian

A Serasa surgiu com a necessidade que as organizações tinham de buscar informações rápidas e seguras para dar suporte as suas decisões de crédito.

Conforme Serasa Experian (2011),

a Serasa é uma empresa privada que possui um dos maiores bancos de dados do mundo e dedica sua atividade à prestação de serviços de interesse geral [...]. Em seus computadores são armazenados dados

cadastrais de empresas e cidadãos e informações negativas que indicam dívidas vencidas e não pagas e os registros de protesto de título, ações judiciais, cheques sem fundos e outros registros provenientes de fontes públicas e oficiais. Os dados de dívidas vencidas são enviados sob convênio com credores / fornecedores, indicando os dados do devedor.

Por meio da Serasa as empresas se beneficiam com informações confiáveis sobre os clientes. Com isso, auxilia na redução da inadimplência, pois toda a organização pode incluir seus devedores no sistema do Serasa, deixando assim eles impedidos de solicitar crédito em outros lugares.

Essa fonte de informação que é a Serasa é essencial nas empresas, pois ajuda o analista de crédito a ponderar a conceder o crédito, através das informações contidas como os dados cadastrais, pendências financeiras, protestos entre outros. As consultas a esta entidade de informações pode ser realizada de forma rápida e segura, através da *internet*, por meio de *login* e senha que é disponibilizada para a empresa que contrata os serviços da Serasa *Experian*.

2.4.2 Serviço de Proteção ao Crédito – SPC

O serviço de proteção de crédito (SPC) é representado pela Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de cada município. Ele atua no mercado nacional e reúne informações sobre pessoas físicas e jurídicas.

Conforme Silva (2000, p. 86),

outra grande fonte de informação sobre pessoas físicas e jurídicas são os Serviços de Proteção ao Crédito – SPC -, que registram (“negativam”) as pessoas que estão em atraso ou em falta de pagamento. Essas informações alimentam as empresas comerciais e instituições financeiras filiadas ao SPC.

O SPC fornece as empresas informações sobre o crédito do tomador, do cliente. O serviço também permite que sejam confirmados dados cadastrais do cliente, além de informar há existência de pendências financeiras, débitos e até mesmo referências comerciais positivas. Por meio desta fonte podemos ter informações rápidas e com facilidade, deixando cada vez mais completo o cadastro do cliente, para o levantamento de dados essenciais para a análise de crédito.

Através desta ferramenta, podemos obter informações confiáveis, relacionados à postura do cliente no comércio, permitindo ao analista de crédito

tomar a decisão com maior segurança. As consultas podem ser feitas através do telefone ou via *internet*.

2.5 INADIMPLÊNCIA

Conforme artigo 397 do Código Civil Brasileiro, “o inadimplemento da obrigação, positiva e líquida, no seu termo, constitui de pleno direito em mora o devedor”.

A inadimplência nas empresas ocorre no momento em que o comprador do crédito não honra com o pagamento, ou seja, a dívida não é liquidada no prazo estabelecido.

Conforme Ângelo e Silveira (2000, p. 273),

o termo inadimplência refere-se ao devedor que inadimple, que não cumpre no termo convencionado suas obrigações contratuais. De acordo com essa definição, qualquer atraso, mesmo que por um dia, colocaria o consumidor na condição de inadimplente. Entretanto, as empresas e as instituições possuem créditos próprios para considerar uma pessoa inadimplente.

Os autores afirmam também que “a inadimplência se dá de várias formas, não só em pagamentos de carnês e crediário, mais também em cheques devolvidos por falta de fundos, onde também causam um serio problema na empresa com a inadimplência.” (ÂNGELO E SILVEIRA, 2000, p. 274)

A empresa que concede o crédito se expõe ao risco de inadimplência e para reduzir no máximo os riscos, é importante uma boa análise de crédito, bem como estabelecer os procedimentos de cobrança.

Sendo assim, Santos (2006, p.16) menciona que,

a determinação do risco de inadimplência constitui-se em uma das principais preocupações dos credores, tendo em vista relacionar-se com a ocorrência de perdas financeiras que poderão prejudicar a liquidez (capacidade de honrar dívidas com os fornecedores de capital) e a capacidade de recursos nos mercados financeiros e de capitais.

Conforme Guerreiro (2009, p. 32), afirma que de “forma geral”, que o mercado considera inadimplente títulos em aberto acima de noventa dias, onde corresponde a maior possibilidade de perdas e de não recebimento.

Hoje em dia as empresas podem diminuir sua inadimplência utilizando o uso de cartões de crédito e débito, apesar das taxas cobradas pelas administradoras, pelo menos o recebimento das vendas efetuadas é garantido.

O cliente ao realizar uma compra de produtos ou prestação de serviços a prazo, a empresa concede crédito no qual pode ocasionar o não recebimento da compra. Assim toda a empresa corre o risco de inadimplência, para que isso não aconteça deve ser feita uma boa análise de crédito, como também propor procedimentos para a cobrança, com isso obter o máximo de resultados com o crédito liberado.

2.5.2 Prevenção da Inadimplência

A prevenção da inadimplência começa desde o início da coleta de dados do cliente na hora do cadastro, pois um dado coletado errado na hora da entrevista com o cliente ou até mesmo na hora do preenchimento da ficha cadastral pode trazer informações que o caracterizam de maneira equivocada. Martin (1994, p. 42) aponta que a coleta de informações do cliente deve ser considerada habitual pelos funcionários da empresa no sentido de vigilância e não como uma desconfiança do cliente.

[...] prevenir a inadimplência não é tarefa fácil, mas pode se tornar uma coisa prática, quanto mais se tornarem habituais os procedimentos de segurança e atenção ao cliente aqui descritos. O que se pretende é a adoção dessas práticas inseridas ao próprio cotidiano da empresa, numa forma de trabalho tão comum que não se reflita como desconfiança para com cliente. Cumpre lembrar que essa “política de vigilância” deve ser compartilhada e perfeitamente aceita pelos funcionários, que devem ser motivados a colaborar, aliás, não somente nessa, mas também em todas as áreas de risco da empresa. [...] (MARTIN, 1994, p.42).

Com isso podemos destacar algumas regras para prevenção na redução da inadimplência:

- ✓ Exigência da apresentação dos documentos pessoais como: RG e CPF, confirmando as assinaturas;
- ✓ Não aceitar que o cliente diga o número de RG e CPF, deve-se solicitar a apresentação dos mesmos;

- ✓ Solicitar comprovante de residência: conta de água, energia e telefone.
- ✓ Pedir comprovante de renda: recibo de pagamento, carteira de trabalho.
 - ✓ Após a exigência dos documentos comprobatórios, confirmar por telefone fixo (confirmação de residência, emprego);
 - ✓ Consultas SPC e Serasa;
 - ✓ Se for cliente antigo, sempre atualizar os dados cadastrais.
 - ✓ Trabalhar com cartões de crédito e de débito, pois as taxas cobradas pelas administradoras compensam a garantia de recebimento.
 - ✓ Ficar atentos nas contas correntes com aberturas menos de um ano, pois são essas as que possuem maior índice de inadimplência no mercado.

As organizações devem tomar essas medidas preventivas na análise de crédito e na ficha cadastral, mais é preciso também que a cobrança desempenhe seu papel.

2.6 COBRANÇA

Cobrança é a concretização de recebimentos das vendas. Cobrar é tão importante quanto vender, pois é através da cobrança que se fecha uma etapa na hora da venda com o cliente. (LEMES JUNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2005).

O objetivo principal da cobrança é garantir à empresa o capital liberado aos clientes por meio das vendas realizadas a prazo. Por mais que a empresa tome cuidado na hora da liberação do crédito sempre existira aquele que não irá pagar em dia, causando o problema da inadimplência.

Santos (2001, p. 50) complementa que, embora seja uma atividade fundamentalmente operacional, a cobrança também requer um planejamento e controle para torná-la eficaz.

Segundo Hoji (2000, p. 133),

a política de cobrança deve ser implementada em conjunto com a política de crédito. Não deve ser facilitada demasiadamente a concessão de crédito para, posteriormente, ter de aplicar rigidez na cobrança, ou vice-versa. Se já

for esperada a dificuldade de cobrança no ato da concessão do crédito a determinados clientes, a avaliação ser mais rigorosa.

Neste mesmo sentido Braga (1989, p. 117) afirma que,

a eficiência e o volume de trabalho do departamento de cobrança dependerão: de a política de crédito ser rigorosa ou liberal; da qualidade das análises e avaliações realizadas pelo departamento de crédito; da presteza com quem forem tomadas as providências contra clientes em atraso; e do poder de pressão da empresa sobre tais clientes.

A política de cobrança deve ser implantada e trabalhada junto com a política de crédito. Se está com dúvidas em relação ao recebimento o crédito não deve ser liberado. Na área comercial a principal função é vender, mais se é para vender e não receber melhor não vender, pois pode colocar a empresa em situação econômico-financeiro (HOJI 2001).

Santos (2000, p.147) afirma que,

toda carteira de crédito bem administrada deve ter o suporte de uma política de cobrança que incorpore os procedimentos tradicionais utilizados para a recuperação (total ou parcial) do empréstimo; envio de cartas, telefonemas, visitas pessoais, uso de agência de cobranças e protesto judicial.

O autor aponta que concessão de crédito em uma empresa requer muita atenção do profissional que cuida desta área, desde o responsável pelo cadastro até o responsável pela cobrança. Hoje uma carteira de crédito terá sempre que seguir uma política de cobrança para evitar problemas futuros como a inadimplência.

Santos (2009, p. 217) define a função da cobrança como:

a função da cobrança é a de recuperar créditos em atraso de uma forma que não cause prejuízos financeiros aos credores nem comprometa a idoneidade dos clientes no mercado de crédito. Para isso, toda carteira de crédito bem administrada deve ter o suporte de uma política de cobrança que incorpore os procedimentos tradicionais utilizados para a recuperação (total ou parcial) do crédito: contato telefônico, envio de cartas, visitas pessoais, uso de agencias de cobrança e protesto.

Os procedimentos de cobrança são efetuados para cobrar as dívidas vencidas e devem seguir os critérios que a organização estabeleça. Os métodos de cobrança podem auxiliar, reduzindo perdas com débitos incobráveis.

2.6.1 Métodos de Cobrança

No processo de cobrança tem que se definir um procedimento para ser utilizado, assim quando ocorrer atraso no pagamento, sendo que quanto mais vencida estiver a conta, maior a dificuldade de cobrança. Há métodos que podem ser utilizados pelo setor de cobrança, para recuperação do crédito liberado, tais como:

- **Cartas ou Aviso de Cobrança**

Esse é o primeiro procedimento de cobrança a ser utilizado pelas empresas em caso de atraso da dívida. A Carta de cobrança deve ser escrita de certa forma com cuidado para que o cliente não fique constrangido.

Leoni e Leoni (1997) afirmam que as cartas impressas devem ser encaminhadas por meio de um modelo AR (Aviso de Recebimento) do correio, pois além de dispensar o selo, para o lojista é uma segurança que a carta foi realmente entregue ao destinatário.

A carta é enviada quando o cliente está com alguns dias de atraso, somente para lembrar que existe um débito e a empresa aguarda uma resposta do pagamento. Caso ele não se manifestar em um determinado período, será enviada uma segunda carta mais rigorosa. (Santos, 2000).

Machado (2004, p. 1) expõe alguns modelos de avisos de débito / cartas de cobrança.

Modelo 1:

“A mensalidade referente ao mês de março venceu no dia 10. Pode ter havido alguma falha de comunicação com o banco, pois consta em aberto em nossos controles. Por favor, entre em contato com...pelo telefone....., ou se preferir, será um prazer oferecer-lhe um café e resolver o assunto”.

Modelo 2:

“Nossos controles acusam que a mensalidade do mês de fevereiro está vencida desde o dia 10. Solicitamos sua vinda ao nosso departamento financeiro para a imediata liquidação da mesma”.

Modelo 3:

“Com referência a mensalidade do mês..., vencida em... e considerando que varias tentativas de contato (por telefone e carta datada de xxxx) foram feitas sem sucesso, concedemos um prazo de 3 dias a partir do envio desta para o imediato pagamento. Caso isso não ocorra, o procedimento será o previsto na cláusula X do contrato de prestação de serviços”.

Modelo 4:

Encontram-se em aberto em nossos registros, o (s) débito (s) abaixo descrito (s) de sua responsabilidade:

<i>Parcela (s)</i>	<i>Vencimento (s)</i>
<i>01</i>	<i>10/02/2001</i>

Alertamos que o prazo final para a regularização da parcela é de 5 (cinco) dias corridos após a emissão desta carta, e que o não atendimento será interpretado como desinteresse, podendo implicar na inclusão de seu nome no Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), observando o disposto no artigo 43, § 2º do Código de Defesa do Consumidor, sem prejuízo da cobrança judicial da dívida.

Recomendamos, portanto, sua imediata manifestação, comprovando a quitação, contestando a parcela supra ou adotado providências para seu pagamento, a fim de evitar os transtornos decorrentes.

As cartas de cobrança são métodos que podem auxiliar o analista de crédito na hora da cobrança.

- **Telefonema**

Esse procedimento é o mais utilizado nas empresas, pelo fato de ser mais fácil contato com o devedor, facilitando o processo de cobrança.

Leoni e Leoni (1997, p. 150), expõe que “[...] quando acionadas pela cobrança, constituem um instrumento poderoso de posicionamento junto à

empresa ou cliente, quando o pagamento do título, na conservação com pessoas específicas.[...]”.

Os Telefonemas são feitos quando a carta não tem resultado de recebimento, neste caso, pode-se entrar em contato com o cliente negociando um novo prazo para que ele faça o pagamento além de comentar que no caso de o pagamento não se realizar neste novo período, a cobrança será enviada para o departamento jurídico. (Santos, 2000).

- **Cobrança por meio de Cobrador (Visitas Pessoais)**

Esse procedimento é utilizado pelas empresas através de um cobrador com intuito de localizar o devedor para o pagamento da dívida existente. Esse tipo de cobrança acontece depois de inúmeras tentativas pela cobrança de cartas e telefonemas.

Leoni e Leoni (1997) comentam que os cobradores deverão ter junto de si autorização da empresa, em caso de recebimento, carimbar e assinar documento.

Para Blatt (1999) as visitas pessoais devem ser feitas apenas em situações especiais, como em cobranças de valores muito elevados.

Visitas pessoais são feitas quando a empresa quer localizar o cliente para tentar fazer uma renegociação. Na maioria dos casos, isso não é possível pelo fato de não haver as informações necessárias ou o cadastro do cliente estar desatualizado. (Santos, 2000).

- **Cobrança Terceirizada (Empresas de Cobrança)**

Esse tipo de cobrança gera despesas para a empresa que está contratando, mais pode trazer resultados de recebimento dos inadimplentes.

Contudo Blatt (1999, p. 24) menciona o efeito positivo causado pela cobrança terceirizada,

as agências de cobrança podem ter uma capacidade adicional de cobrar os valores devidos, por dar ao devedor a sensação de perda de controle da situação, uma vez que não é mais um conhecido seu, o credor, quem está efetuando a cobrança.

A cobrança terceirizada é utilizada pela empresa quando não obtém sucesso nas cobranças, e passam a cobrança para empresa de cobrança ou escritórios de advocacia. (Santos, 2000).

Portanto a cobrança realizada por meio da terceirização traz despesas ao contratante, mais também podem trazer o resultado desejado do recebimento da dívida.

- **Negativação do Devedor**

Esse tipo de recurso é utilizado ao credor, com o intuito de registrar o devedor com as pendências existentes na empresa.

Blatt (1999) afirma que a negativação consiste na inclusão do nome e dos dados devedores na lista de clientes inadimplentes. Assim, com o nome negativado o cliente se sente na obrigação de pagar a dívida, sendo que não obterá crédito em mais nenhum lugar com outros credores.

Blatt (1999, p. 117), demonstra alguns motivos para negativar o devedor,

- por protesto;
- por inclusão no Cadastro de Emitentes de Cheques sem Fundos (CCF) do Banco Central;
- por ajuizamento da causa;
- por inclusão espontânea dos dados do devedor em alguma agência, entidade ou empresa de informações cadastrais;

No último caso citado, é de extrema importância enviar uma notificação por escrito para o devedor, informando que seu nome será incluso nos bancos de dados. Como também ter uma prova por escrito comprovando o recebimento onde o cliente está ciente da inclusão. (Blatt, 1999).

Lembrando que, quando a empresa negativa o cliente, o mesmo não poderá comprar em mais nenhum lugar, pois outros estabelecimentos estarão consultando o banco de informações e constatarão o registro junto a outras

empresas onde houver débito. Assim as empresas os orientarão para quitar primeiro aquelas dívidas para depois ocorrer a liberação do crédito, onde a empresa terá cobradores sem nenhum ônus.

- **Cobrança Judicial (Ações Judiciais)**

A cobrança judicial é estabelecida junto à justiça, quando houver débitos pendentes, e quando todos os outros métodos de cobrança não adiantarem mais.

Blatt (1999) comenta sobre a lentidão do judiciário, bem como as incertezas da decisão judicial e da recuperação de crédito, as ações judiciais devem ser evitadas ao máximo que puder usar apenas quando estiverem esgotados os demais recursos de cobrança.

É a parte mais difícil da negociação, é o limite da cobrança. É mais fácil tentar outra negociação para ambas as partes. Se não tiver mais jeito mesmo com essa outra tentativa de negociação, o cliente terá seu nome protestado judicialmente, acabando com o seu crédito. (Santos, 2000).

Esse tipo de cobrança é uma forma tanto para pessoa física quanto para jurídica de rever seus direitos, quando lesado, receber o valor que lhe é devido.

- **Cobrança via Cartórios de Protestos**

Esse tipo de cobrança está sendo cada vez menos utilizado pelas empresas, pois além dos custos nos cartórios existe uma burocracia. Esse tipo de cobrança pode ser vantajoso em caso de valores maiores ou para pessoas jurídicas.

2.7 CADASTRO POSITIVO

Conforme Finanças Práticas (2010) muito se ouve sobre cadastro de restrições, que é quando uma pessoa física ou jurídica não realiza o pagamento da dívida, terá seu nome no cadastro negativo, como SPC e Serasa, que é um banco de dados de maus pagadores.

Afirma também que, o cadastro positivo é o histórico do cliente, onde será possível analisar todo o seu histórico e potencial de pagamento. O Cadastro Positivo passará a vigorar no mês de janeiro do ano de 2013.

Conforme Serasa (2012) a idéia do cadastro positivo é regular o mercado de crédito a partir dos bons pagadores. Só poderão fazer parte do registro nomes sem pendências no SPC, Serasa e Banco Central.

Só poderão fazer parte do registro nomes “limpos”, sem pendências financeiras no Serviço de Proteção ao Crédito, Serasa e Banco Central. Serão analisados os últimos 15 anos.

A idéia do cadastro positivo é regular o mercado de crédito a partir dos bons pagadores que passariam a ter uma ferramenta a mais na negociação por taxas menores. Em alguns países aonde foi adotado o cadastro, de fato, baixou os juros no varejo. Mas ainda é cedo para saber se terá o mesmo impacto no Brasil.

Conforme Serasa [2011] o cadastro positivo é o registro da pontualidade no pagamento de suas contas – crediários, financiamentos, água, luz, telefone e outras contas, como a escola, por exemplo.

Hoje, sem o cadastro positivo, se o seu nome estiver na lista de devedores e você precisar de crédito, as empresas não conseguem ver todas as suas contas pagas em dia. Com a informação apenas da lista de devedores, você pode ter seu crédito negado, o que dificulta a realização de seus sonhos.

Com o cadastro positivo, todo o seu histórico de pagamentos, ou seja, as contas que foram pagas em dia e as que não foram, será considerado na análise de crédito. Isso faz com que o seu acesso ao crédito seja facilitado, além de permitir melhores condições de negociação nos estabelecimentos comerciais de sua preferência.

Da mesma forma, que ocorre o registro de dívidas não pagas, o cadastro positivo é administrado por gestores de banco de dados, como o Serasa Experian, que traz toda a confiabilidade que você precisa na hora de comprar a prazo, fazer empréstimos ou financiamentos com segurança.

2.7.1 Benefícios do Cadastro Positivo

De acordo com o Serasa (2012), com o cadastro positivo os brasileiros poderão ter mais acesso ao crédito e melhores condições de negociação.

Estes resultados são frutos de uma mudança cultural. Sendo assim, os benefícios não acontecem de imediato. Mais é importante manter suas contas em dia para que, assim as empresas comecem a usar o cadastro positivo, você pode ser beneficiado.

Entre outras vantagens, o cadastro positivo permite (Serasa)

- Avaliação do crédito individual e mais justa para compras a prazo, mesmo que você não tenha conta em banco ou comprovante de renda. Isso porque as lojas e os prestadores de serviços, como água, luz, aluguel, etc. podem analisar suas contas pagas anteriormente e não somente as dívidas não pagas, e oferecer condições comerciais de acordo com o seu bolso;
- Aprovação de financiamentos e empréstimos com mais facilidade e menos burocracia;
- Que mais pessoas tenham acesso ao crédito e possam realizar seus sonhos de maneira sustentável;

2.8 TIPOS DE DOCUMENTOS NAS OPERAÇÕES MERCANTIS

Para a formalização das vendas, as empresas utilizam alguns títulos de crédito e documentos que servem para comprovar a dívida existente junto da empresa em relação a uma venda de mercadorias ou de serviços. Os documentos mais utilizados no comércio são os cheques, as duplicatas, as notas fiscais e a nota promissória.

- **Cheques**

O cheque é um título de crédito utilizado nas transações comerciais, como forma de pagamento dos produtos e serviços adquiridos.

Para Blatt (1999, p.157) o cheque “é uma ordem de pagamento de certa quantia à pessoa em favor da qual se emite esse documento ou qualquer portador dele”. O autor ainda complementa que “constitui em uma ordem de pagamento à vista, relativa a um contrato bancário, pelo qual se movimentam fundos disponíveis junto ao banco sacado”.

O cheque sendo uma ordem de pagamento a vista, ele é sempre utilizado para pagamento com data futura nas compras realizadas.

Sendo assim, Blatt (1999) menciona que o cheque é um título de crédito, independente de ser pagável a vista ou se for pré-datado. Porém, se ele for pré-datado, não deixa de ser um título de crédito e uma promessa de pagamento.

- **Duplicatas**

As duplicatas são títulos de créditos resultante de transações de vendas ou serviços, ambos efetuados a prazo. Na duplicata deve estar às informações que constam na nota fiscal.

Para Leoni e Leoni (1998, p. 127) “duplicata é um título formal de crédito com características puramente comercial, em decorrência da compra e venda de mercadorias ou prestações serviços”.

A duplicata é um título comercial, ela garante a cobrança de determinada dívida, e muitos dos credores negociam junto com bancos e *factoring*. Também podem ser protestadas em cartório, caso não haja o pagamento. Como ela é um título de operação mercantil, envolve o emitente e o comprador. Para Blatt (1999, p.155) a duplicata conterá,

a denominação de “duplicata”, a data de sua emissão e o número de ordem; o número da fatura; a data certa do vencimento ou a declaração de ser a duplicata a vista; o nome do domicílio do vendedor e do comprador; a importância a pagar, em algarismos e por extenso; a praça de pagamento; a cláusula à ordem; a declaração do reconhecimento de sua exatidão e da obrigação de pagá-la, a ser assinada pelo comprador, como aceite cambial; a assinatura do emitente.

A assinatura do devedor no averso da duplicata significa o reconhecimento da obrigação, e serve para comprovar a existência da dívida.

- **Notas Fiscais**

A nota fiscal é um documento obrigatório, que toda empresa deve emitir quando realizadas operações de compra e venda de mercadorias ou prestações de serviços.

Conforme Ortolani (2000, p. 79),

a nota fiscal é o documento produzido em série e numerado, emitido pelos comerciantes em operações de venda de mercadorias e/ou prestações de serviços para atender a finalidades fiscais. Nas notas fiscais são discriminadas as mercadorias e/ou prestações serviços vendidos, seus preços unitários e totais, bem como os impostos diretos incidentes sobre vendas.

Portanto, pode-se afirmar que a nota fiscal é um documento que comprova a existência de uma transação comercial. Deste modo, torna-se essencial o processo de cobrança, uma vez que é através dela que comprovamos a existência da dívida.

- **Notas Promissórias**

As notas promissórias são títulos de créditos emitidos pelo devedor, em favor do credor, como promessa de pagamento.

Para Leoni e Leoni (1998) a nota promissória é um título de crédito abstrato, onde, não vincula causa e origem. Para sua emissão, não é necessário a existência de nota fiscal para comprovar a dívida.

Segundo Blatt (1999, p. 157),

a nota promissória é uma promessa de pagamento e deve conter estes requisitos essenciais, lançados por extenso, no contexto: denominação de "*nota promissória*" ou termo correspondente, na língua em que for emitida; a soma de dinheiro a pagar; o nome da pessoa a quem deve ser paga; a assinatura do próprio punho do emitente.

Assim, a assinatura do devedor na nota promissória, representa o reconhecimento da obrigação. Além dos itens mencionados, a nota promissória poderá conter também, a assinatura do avalista, onde se tornará solidário pela liquidação do título.

Mesmo utilizando os documentos devidos e títulos de crédito nas operações mercantis, o credor não estará imune da inadimplência, pois sempre haverá o risco do devedor não honrar com sua obrigação. Pois é necessário para que isso não ocorra que sempre se faça uma análise bem criteriosa do cliente na hora da liberação.

3 ESTUDO DE CASO

Neste capítulo, será apresentado o estudo de caso realizado em uma loja de roupas e produtos esportivos, com a intenção de verificar os procedimentos utilizados por eles na análise de crédito e nas concessões de vendas a prazo, e também verificar o processo de cobrança quando houver inadimplência. Através do estudo de caso pretende-se comparar as informações coletadas na pesquisa do referencial teórico, e sugerir uma proposta de crédito e cobrança, para o processo ficar mais eficaz e diminuir o risco de inadimplência.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

A pesquisa foi realizada em uma loja de roupas e produtos esportivos, localizada no município de Turvo, conhecida pelo seu nome comercial – Carlessi Esportes, a mesma é uma sociedade por cotas de responsabilidade limitada, com prazo de duração indeterminado e optante pelo regime de tributação simplificado, denominado Simples Nacional.

3.1.1 História

A empresa teve início de suas atividades em 1991, foi fundada a empresa de artigos esportivos de vestuário masculino e feminino, localizada no município de Turvo, Santa Catarina.

Hoje, a empresa “Carlessi Esportes” possui apenas a matriz, mais com o objetivo futuro de abrir filiais em diversos municípios. O sócio Celito Carlessi, sempre deu continuidade na empresa, para que a mesma pudesse sobreviver no mercado atual, não medindo esforços para aprimorar na excelência na qualidade no atendimento, qualidade dos produtos, sempre inovando.

A empresa também está aprimorando no marketing, pois a mesma possui o site onde os clientes podem estar vendo as mercadorias como os preços das mercadorias.

A figura 02 e 03 apresenta uma vista da empresa “Carlessi Esportes” em Turvo, local onde será realizado o estudo de caso do trabalho de conclusão de curso.

Figura 2 - Fachada da Loja



Fonte: Fotografada pela autora.

Figura 3 - Slogan da Empresa



Fonte: www.carlessiesportes.com.br.

A empresa “Carlessi Esportes” está situada na Rua Rui Barbosa nº 00, Bairro Centro na cidade de Turvo/SC. A tributação da empresa se dá pelo Simples Nacional, devido ao seu faturamento. Ela atua no ramo de roupas e produtos esportivos, atendendo clientes pessoas físicas e jurídicas.

3.1.2 Produtos e Serviços

A Carlessi Esportes vem se aprimorando diariamente para melhor atender seus clientes, buscando trazer novos produtos e atendimento diferenciado. Atualmente a empresa trabalha com um mix de aproximadamente mil produtos, e também é realizada a prestação de serviços como gravação em placas metálicas. Os principais produtos são: roupas esportivas, tênis, bolas, chuteiras, uniformes para

futebol, acessórios times, chaveiros, toalhas, troféus, medalhas, óculos e inúmeras outras coisas. Em relação ao público alvo ela atende pessoas físicas e jurídicas.

3.1.3 Planejamento

A empresa tem como objetivo, a aquisição de uma filial em Criciúma/SC com instalações amplas para melhor atender os clientes. Almeja futuramente ampliar seus negócios, conquistando e fidelizando uma gama maior de clientes, disponibilizando além do mix já oferecido, outros produtos, como a colocação de películas e adesivos.

3.1.4 Modelo de Gestão

A gestão da “Carlessi Esportes” é realizada pela família Carlessi, é uma empresa familiar, é dirigida por dois sócios, sendo um responsável pela administração geral, e outro pela gerência da loja.

Na gestão os sócios participam com opiniões e sugestões sobre o destino da empresa. Pois ambos os sócio que atuam tem autonomia para tomar as decisões rápidas se necessário, caso contrário, fica sob responsabilidade só do administrador.

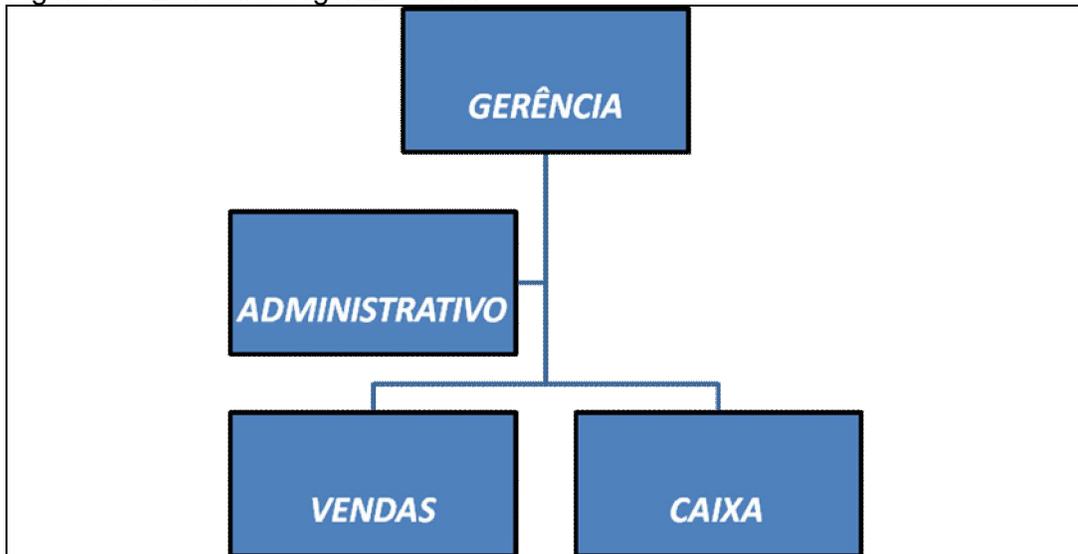
A contabilidade da empresa é terceirizada e presta serviços de consultoria nos problemas administrativos quando necessário.

3.1.5 Estrutura Organizacional

A estrutura organizacional em uma empresa projeta os níveis hierárquicos, ela organiza os relacionamentos e os fluxos das informações de cada setor dentro da organização. Ela deve ser delineada de acordo com os objetivos e estratégias que a empresa possui, ou seja, é formada para alcançar as situações desejadas pela empresa.

A empresa fica assim constituída, em forma de organograma:

Figura 4 – Estrutura Organizacional



Fonte: Empresa pesquisada

Por meio desta estrutura do organograma é possível visualizar que cada profissional está subordinado. Assim facilita as compreensões dos cargos e funções de cada colaborador dentro da empresa.

O gerente é responsável pela compra das mercadorias, produtos e acessórios.

O administrativo é um sócio, onde auxilia na conferência dos caixas diários, contas a pagar e receber, cobrança via telefone e liberação das vendas.

A equipe de venda é composta por uma vendedora onde também o caixa o auxilia quando tem movimento.

O caixa é composto apenas por um, onde fica responsável pelo recebimento de todos os tipos de vendas.

As formas de pagamento utilizadas pela empresa são: a vista em dinheiro, a vista com cheque, cartão de crédito e débito. Neste setor ficam as informações dos clientes e também a liberação do crédito.

3.1.6 Análise de Mercado

A empresa "Carlessi Esportes" possui em sua clientela pessoas físicas e jurídicas. Como oportunidade pode-se identificar o mercado amplo de atuação, visto que na região existem muitas empresas nesse ramo.

Como ameaça pode identificar a concorrência, pois na região existem outras empresas que prestam o mesmo tipo de serviço, além das empresas onde podemos estar comprando via internet, com mais acesso e comodidade.

Através da pesquisa interna, apresentaram-se os seguintes pontos fortes:

- Boa localização;
- Equipe especializada;
- Produtos diversificados;
- Preços competitivos;
- Boas condições de pagamento;
- Garantia dos serviços prestados e vendidos;
- Bom relacionamento com os funcionários;

Os pontos fracos foram identificados os:

- Não possui política de crédito e cobrança;
- Sobrecarga de funções;
- *Marketing*;

3.2 DADOS COLETADOS

Com base nas informações coletadas da empresa pesquisada, podemos demonstrar através da Tabela 01, o faturamento total da empresa com vendas pessoas físicas quanto jurídica, no período dos últimos 12 meses, compreendidos entre Outubro 2011 à Outubro 2012.

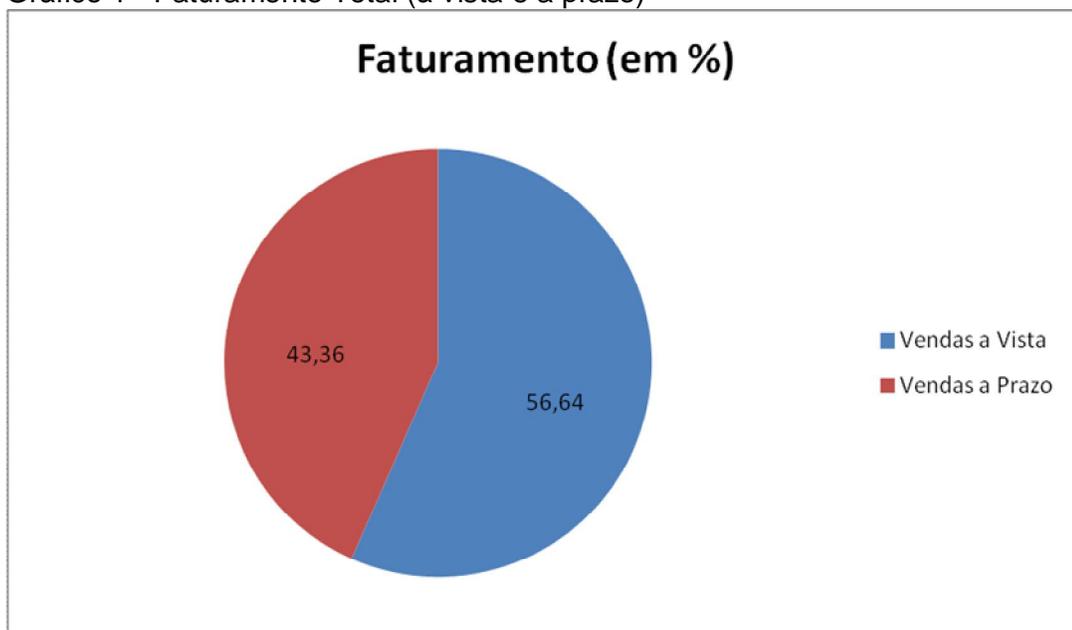
Tabela 1 - Faturamento Total da Empresa

Mês / Ano	Faturamento (em R\$ mil)
Out/11	958.725,40
Nov/11	306.875,40
Dez/11	84.483,80
Jan/12	24.011,04
Fev/12	22.674,26
Mar/12	32.567,10
Abr/12	62.021,01
Mai/12	46.745,40
Jun/12	66.908,70
Jul/12	68.853,01
Ago/12	40.413,00
Set/12	20.851,52
Out/12	52.125,20
Nov/12	84.758,26
Total do Período	1.872.013,10

Fonte: Empresa pesquisada (2012).

As vendas durante o período de pesquisa, realizadas por pagamento a vista representam 56,64% do faturamento total da empresa, enquanto as vendas realizadas á prazo representam 43,36% conforme mostra o gráfico abaixo.

Gráfico 1 - Faturamento Total (à vista e a prazo)



Fonte: Empresa Pesquisada (2012).

Vendo as informações no gráfico podemos observar que a maior parte das vendas são a vista. As vendas a vista são realizadas na maioria com pagamento a cheque representando 32,58% do faturamento da empresa.

Com esses dados podemos ver que a empresa necessita criar uma proposta para o processo decisório de crédito e cobrança, para que a concessão de crédito não seja feita de forma equivocada, assim visando prevenir as perdas dos créditos incobráveis e reduzindo o número da inadimplência.

3.2.1 Processo para a concessão de crédito

O processo para a concessão de crédito se inicia quando o cliente é atendido pelo vendedor, e este o questiona sobre a forma de pagamento.

Cabe ressaltar que a empresa não possui procedimentos formalizados de política de crédito e cobrança. Assim o responsável do setor segue as orientações verbais repassadas pelo sócio gerente.

Nas vendas a prazo a empresa adota alguns critérios básicos para auxiliar na tomada de decisão para conceder o crédito ou não.

Quando o cliente deseja adquirir alguma mercadoria ou produto, com pagamento a prazo, é encaminhado para a pessoa responsável pelo crediário.

a) Ficha Cadastral

Os dados cadastrais do cliente são cadastrados no sistema informatizado da empresa. As informações solicitadas são as seguintes:

- Pessoa Física: nome, CPF, número da identidade, endereço residencial, telefone para contato, e algumas vezes referências comerciais.
- Pessoa Jurídica: razão social, número do CNPJ, número da inscrição estadual, endereço comercial, telefone para contato, e algumas vezes referências comerciais.

Lembrando que a empresa não solicita a apresentação dos documentos que comprove dos dados, nem para cliente físico nem para jurídico, são informados verbalmente. A atualização cadastral só é feita somente para clientes que não comprem na loja a mais de dois anos.

Após a elaboração do cadastro a empresa algumas vezes utiliza como apoio o SINTEGRA para clientes jurídicos e SPC e SERASA para clientes físicos.

O SINTEGRA que tem o intuito de facilitar o acesso aos cadastros de contribuintes, adotou a padronização de mecanismos de acesso e do uso da internet, programou-se o Sistema de Acesso a Cadastros Estaduais, onde esta a disposição para qualquer pessoa utilizar.

Figura 5 - Página principal sintegra.



Fonte: www.sintegra.gov.br

Figura 6 - Consulta de Cadastro

SINTEGRA/ICMS
Consulta Pública ao Cadastro do Estado de Santa Catarina
 Cadastro Atualizado em: 30/3/2010

Data da Consulta: 30/3/2010

IDENTIFICAÇÃO *

CPF/CNPJ: 93417469000158 Inscrição Estadual: 500547139

Nome/Razão Estadual: ROGERIO LUIZ ZANCHET

ENDEREÇO

Logradouro: RUA: MAJOR TEOFISSO FURTADO

Número: 00269 Complemento: SALA Bairro: CENTRO

UF: SC Município: CAMPO BELO DO SUL CEP: 88580000

Endereço Eletrônico: - Telefone: -

INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

CNAE-Fiscal Principal: 4712100 - Comércio varejista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios minimercados, mercearias e armazéns

Data de Início de Atividade: 02/02/1977

Situação Cadastral Atual: ATIVO Data desta Situação Cadastral: 02/02/1977

Observações:

Regime de Apuração de ICMS: SIMPLES NACIONAL Enquadramento Fiscal: EPP

Contribuinte credenciado a emitir os seguintes documentos eletrônicos abaixo:

Observação: Os dados acima estão baseados em informações fornecidas pelo próprio contribuinte cadastrado. Não valem como certidão de sua efetiva existência de fato e de direito, não são oponíveis à Fazenda e nem excluem a responsabilidade tributária derivada de operações com ele ajustadas.

Fonte: www.sintegra.gov.br

A Serasa Experian se originou com o intuito de proporcionar informações rápidas e seguras, para que as empresas pudessem usar esse suporte nas decisões de crédito, centralizando os serviços na elaboração da ficha cadastral.

Figura 7 - Informações sobre o cliente.

RELATO RELATÓRIO DE COMPORTAMENTO EM NEGÓCIOS	
COMERCIAL EXEMPLO LTDA	
99.999.999/0001-99	VALORES EM REAIS 99/99/9999 99:99:99
ALERTA EM NEGÓCIOS	
ATENÇÃO: EMPRESA FUNDADA EM 01/1993. SEM HISTÓRICO DE CRÉDITO. CONTROLE DE CONSULTAS ASCENDENTE.	
IDENTIFICAÇÃO/LOCALIZAÇÃO (ATUALIZADO EM 99/99/9999)	
CNPJ : 99.999.999/0001-99	NIRE: 99.999.999.999
Razão Social : COMERCIAL EXEMPLO LTDA	
Nome Fantasia: EXEMPLO	
Tipo de Sociedade: SOCIEDADE EMPRESARIA LIMITADA	
Antecessora: EXEMPLO PRATICO S/A	Até: 99/99/9999
EXEMPLO PRATICO LTDA	Até: 99/99/9999
Registro: 99999999	Data do Registro: 99/99/9999
Endereço: SAO JOSE DOS CAMPOS, 999 - EDIF. SANTA CRUZ - SALAS 201/204 - CENTRO	
Cidade: SAO PAULO - SP	CEP: 12200-010
Telefone: (011) 9999-9999	FAX: (011) 9999-9999
Home page: WWW.COMERCIALEXEMPLO.COM.BR	
Fundação: 09/01/1993	
Filiais: 08 CIDADES: BRASILIA, CAMPINAS, JAU, LONDRINA, PORTO ALEGRE, SALVADOR, SANTOS, SAO PAULO.	Qtde Filiais: 8 - Consultar Filiais
Ramo: COM VAREJISTA DE ARTIGOS DE BORRACHA	
Cod. Atividade Serasa: C-13.07.00	Qtde Empregados: 99
CNAE: 36.978-00	
Principais Produtos: CORREIAS	
Imp. s/ Compras: 5%	Exp. s/ Vendas: 3%

Fonte: www.serasa.com.br

O SPC também outra ferramenta de auxílio para o analista de crédito na hora das decisões.

Figura 8 - Consulta CDL – SPC.

Dados da consulta

Cliente: ADRIANO DA ROSA Data Nasc.: 31/08/1989
 CPF/CNPJ: 111.111.111-11 RG: 506566190 - SC Opção: 62

Resumo das ocorrências

Tipo de informação	Ocorrências	Tipo de informação	Ocorrências
<input checked="" type="checkbox"/> Registros de SPC	14	<input checked="" type="checkbox"/> Alertas Sintético	3
<input checked="" type="checkbox"/> RENIC - Registros de SPC	254	<input checked="" type="checkbox"/> RENIC - Informações Complementares	4
		<input checked="" type="checkbox"/> RENIC - Confirmação Endereço Agência Bancá...	1
		<input checked="" type="checkbox"/> RENIC - Cheque Nada Consta	1
		<input checked="" type="checkbox"/> RENIC - Nome e Documentos	2
		<input checked="" type="checkbox"/> Confirmação de Cadastro na Receita Federal	1
		<input checked="" type="checkbox"/> RENIC - Síntese Cadastral - Pessoa Física	1

Registros de SPC

ASSOCIADO	TELEFONE	CIDADE	REGISTRO	VENCIMENTO	CONTRATO	ORIGEM	VALOR DO REGISTRO	MOTIVO
00000070	LOJA SANTA IZABEL	SAO JOAQUIM	26/06/2005	06/10/2004	2190	CDL SAO JOAQUIM		COMPRADOR
00000070	LOJA SANTA IZABEL	SAO JOAQUIM	22/07/2005	27/01/2004	0087	CDL SAO JOAQUIM	439,75	COMPRADOR
00000070	LOJA SANTA IZABEL	SAO JOAQUIM	000000492334159	-SC	CDL SAO JOAQUIM		129,47	COMPRADOR
00000201	D HOMEM MODA	SAO JOAQUIM	04/08/2005	13/05/2005	9876	CDL SAO JOAQUIM		COMPRADOR
00000201	D HOMEM MODA	SAO JOAQUIM	00000002333834	-SC	CDL SAO JOAQUIM		214,00	COMPRADOR
00016585	LOJA NOSSA VITORIA	FORQUILHINHA	28/08/2005	19/05/2005	01	CDL FORQUILHINHA		COMPRADOR
00000004632445	LOJA NOSSA VITORIA	FORQUILHINHA	00000004632445	-SC	CDL FORQUILHINHA		224,50	COMPRADOR

Fonte: www.consulta.turvo.cdl-sc.org.br

b) Critérios para Aprovação de Crédito

Com os documentos em mão, o passo é consulta ao SPC ou SERASA, com isso verificam se o mesmo possui algum tipo de restrição, como protestos,

cheques sem fundo entre outros. Se apresentar algum registro negativo, o cadastro é reprovado, e a venda só será liberada com pagamento a vista. Do contrário, a venda é liberada sem qualquer definição de limite de crédito.

Autorizado a venda a prazo, fica a cargo do vendedor, formalizar a venda gerando o pedido no sistema.

Se o cliente já possuir cadastro, é feita apenas consulta no sistema próprio da empresa, para verificar o histórico de compra, se houve atraso no pagamento. Se não houver crédito vencido no nome do cliente, é crédito liberado sem limites.

c) Prazos e Formas de Pagamento

A forma de pagamento utilizado pela empresa é de 30 dias. Dependendo do valor da venda poderá ser oferecidas condições melhores como 30/60 ou até mesmo 30/60/90 dias para o pagamento. Quando for compra avista é concedido um desconto de 5%.

- **Cheque pré-datado e Cheque a vista**

É realizado a consulta no SERASA, caso a resposta seja nada consta é preenchido a ficha cadastral com os dados principais como nome completo, endereço, telefone, com isso a venda é liberada.

Agora se aparecer restrições o cliente é informado que não será possível efetuar a venda. Os cheques de terceiros são aceitos somente em alguns casos, para clientes tradicionais, com a idoneidade conhecida. Nesse caso, é exigido a assinatura e telefone do cliente no verso do cheque.

Sendo assim, após o recebimento é feito a baixa da duplicata a receber no sistema, ficando registrado em outro controle no próprio sistema o cheque em aberto. Os cheques são mantidos no cofre da empresa até o vencimento. Após os vencimentos, são depositados ou negociados para pagamentos a fornecedores, sendo necessária a baixa do cheque no sistema.

- **Boleto Bancário**

Este é emitido através do programa do Banco do Brasil, onde são digitados todos os dados da nota fiscal, sendo impresso e entregue ao cliente no ato da compra, ficando uma via assinada de recebimento em anexo a ficha do cliente. É necessário uma conferência no extrato bancário da empresa, para identificar os recebimentos através de boleto, para então poder dar baixa no controle das contas a receber.

Mais o boleto bancário não é muito utilizado pela empresa, devido os valores baixos das parcelas. A empresa utiliza a forma de pagamento com o boleto bancário nas vendas a prazo para pessoas jurídicas, mas quando elas exigem ainda, para pessoas físicas às vezes também emitem o boleto bancário quando se tratar de morar longe, facilitando assim o pagamento.

Se não houver o pagamento do boleto na data do vencimento é cobrado uma taxa de 3% de juros ao mês. Porém se não liquidar com 20 dias de atraso, a cobrança deveria ir para cartório, mais a empresa mesma faz a cobrança, não deixando o boleto protestar, devido às despesas cartoriais serem muito altas.

- **Cobrança em Carteira**

Este tipo de cobrança é o que a empresa mais utiliza na opção de pagamento em carteira. Nesse tipo de cobrança o cliente assina a duplicata e o canhoto da nota fiscal, e ambos ficam guardados na empresa, em um fichário ordenado em ordem alfabética.

Assim, o cliente vai até a empresa, faz o pagamento, também pode efetuar o pagamento em depósito na conta corrente da empresa, mais deveria em seguida passar por fax ou email o comprovante de depósito, para a identificação e dar baixa da duplicata no sistema.

Tem clientes jurídicos que entram em acordo com a empresa, onde a empresa manda um funcionário para cobrar as notas em carteira no endereço do cliente. Em caso de atrasos nos pagamentos, a empresa tolera 30 dias após vencimento. Passado esse tempo é cobrado juros de 3% a.m.

- **Cartão de Crédito e Cartão de Débito**

O cliente é encaminhado até o caixa para realizar a venda no cartão. Se a transação for autorizada pela operadora do cartão a venda é liberada.

3.2.2 Processo de Cobrança

O processo de cobrança é tão importante quanto a venda, pois é através deste que a empresa retém seus investimentos e realiza novas melhorias. Estar preparada para vender e atender as necessidades do mercado é essencial para qualquer empresa atuante no mercado, mas de nada adianta o esforço se não houver o retorno financeiro esperado.

Devido a grande competitividade do mercado, as vendas a prazo são primordiais, pois é através delas que a empresa estimula a compra de seus produtos. As vendas a prazo trazem os riscos financeiros, por isso que é importante uma política de crédito e cobrança bem definida, pois é através desta que a empresa pode permanecer no mercado.

No caso do cliente, não efetuar o pagamento, a empresa adota alguns procedimentos para recebimento do que está em atraso.

A empresa “Carlessi Esportes”, não possui convênio com empresas terceirizadas para fazer a cobrança, portanto fica a critério dos sócios como agir diante de títulos vencidos, evidenciando assim que a análise de crédito deve ser mais rigorosa para diminuir a inadimplência e uma cobrança rápida.

Para boleto bancário e cobrança em carteira, a empresa emite um relatório uma vez ao mês das contas em atraso a mais de 30 dias. Sendo assim a pessoa responsável pela cobrança, faz às ligações devidas, não havendo pagamento, a empresa não tem controle das ligações efetuadas para cobrança.

Como ela não tem um roteiro para ser seguida, a empresa efetua outras ligações na tentativa de forçar o pagamento.

Quando for cliente pessoa jurídica, a cobrança é feita a partir de extrato bancário, para averiguar se existe algum depósito relacionado ao recebimento das duplicatas. Caso não tenham efetuado o pagamento, a pessoa responsável pela cobrança faz contato por telefone avisando que não houve pagamento, e que se não ocorrer o pagamento dentro de 3 dias o título será encaminhado ao cartório.

Para clientes pessoas físicas quando não houver o pagamento das duplicatas, o sistema bloqueia o cadastro não deixando emitir mais vendas a prazo. O responsável faz a cobrança por telefone, não ocorrendo o pagamento da data sugerida o nome do cliente é encaminhado ao SPC.

Após comparar os procedimentos para a análise de crédito sugerido PR autores estudiosos sobre o tema, com os utilizados da empresa “Carlessi Esportes” sugere-se um manual de procedimentos para a análise de crédito e cobrança, visando padronizar as ações e minimizar os riscos de inadimplência.

3.2.3 Inadimplência

Na empresa pesquisada considera-se como inadimplência os valores em atraso com mais de 30 dias.

Para obter o índice de inadimplência, a empresa emite o relatório mensal, com os valores vencidos a mais de 30 dias e do total geral a receber, ou seja, os valores vencidos e a vencer, conforme formula a seguir.

$\text{Índice de Inadimplência} = \frac{\text{Valores vencidos (> 30 dias)} \times 100}{\text{Total geral a receber (vencidos + a vencer)}}$
--

3.3 MANUAL DE CRÉDITO E COBRANÇA

Sumário

APRESENTAÇÃO	80
1. CARACTERÍSTICAS DO PRODUTO	80
1.1 Produtos de Crédito	80
1.1.1 Limite	81
1.1.2 Prazo	81
1.1.3 Taxas	81
2 LIMITES DE RISCO	81
2.1 Limite geral	81
2.2 Limite Individual	81
2.3 Forma de pagamento pessoa física	82
2.4 Forma de Pagamento pessoa jurídica	82
3 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E CONCESSÃO DE CRÉDITO	83
3.1 Convênios	83
3.2 Documentos para verificação de crédito	83
3.3 Avaliação de Crédito	83
3.3.1 Pessoa Física	83
3.3.2 Pessoa Jurídica	84
4 POLÍTICA DE CRÉDITO DE OPERAÇÃO EM ATRASO	84

APRESENTAÇÃO

Neste manual, proporcionará aos sócios, gerente e colaboradores da empresa “Carlessi Esportes” informações necessárias para oferecer aos seus clientes serviços diferenciadas e com qualidade. A política de crédito e cobrança definida pela empresa “Carlessi Esportes” pretende orientar e instruir todos os colaboradores quanto os critérios para uma liberação de crédito eficaz, priorizando a segurança das operações realizadas.

1. CARACTERÍSTICAS DO PRODUTO

1.1 Produtos de Crédito

As opções de crédito oferecidas pela empresa “Carlessi Esportes” foram desenvolvidas conforme necessidade dos clientes e estão descritas conforme Quadro 04.

Quadro 4 - Modalidade de venda a prazo

FORMA PAGAMENTO	DESCRIÇÃO
Dinheiro	Forma de pagamento realizada em moeda corrente nacional, sem a necessidade de cadastro para efetuar a aquisição do produto ou serviços.
Cartão de Crédito	Linha de crédito que não depende da autorização do “Carlessi Esportes” e sim da operadora de cartões para a liberação da venda, não há necessidade de cadastro.
Cartão de Débito	Linha de crédito que não depende da autorização do “Carlessi Esportes” e sim da operadora de cartões para a liberação da venda, não há necessidade de cadastro.
Cheque a Vista	Forma de pagamento que necessita de preenchimento do cadastro com informações precisas e reais.
Cheque Pré-Datado	Forma de pagamento que necessita de preenchimento do cadastro com informações precisas e reais.
Nota a Prazo	Linha de crédito distinta. Pessoa física tem a obtenção de cadastro mais simplificado desde que contenha todas as informações necessárias para analisar a capacidade financeira do cliente e contatá-lo numa eventual cobrança.

Fonte: Empresa pesquisada (2012).

1.1.1 Limite

O limite será determinado por um dos sócios, que estiver presente no estabelecimento.

1.1.2 Prazo

O prazo oferecido para as vendas será de 30 dias. O cliente tem a opção de escolher a realização do pagamento semanalmente, quinzenalmente ou mensalmente.

1.1.3 Taxas

As taxas ficam a critério dos sócios administradores, pois será estabelecida uma taxa de juros de 2% ao mês sobre o valor devido ao cliente.

2 LIMITES DE RISCO

2.1 Limite geral

Na empresa “Carlessi Esportes” concede limite de acordo com os valores abaixo:

Até R\$ 1.000,00 – cadastro realizado pelo caixa;

Até R\$ 5.000,00 – cadastro realizado pelo setor administrativo;

Acima de R\$ 5.000,00 – cadastro realizado pelo setor administrativo e com autorização do gerente ou um dos sócios.

2.2 Limite Individual

O limite de cada cliente é o volume com o qual cada um tanto pessoa física quanto jurídica pode se comprometer, isso de acordo com sua renda mensal ou faturamento.

Os limites permitidos para a concessão de crédito do cliente é de 30% da renda, após ainda realizadas consultas no SPC e Serasa no qual a empresa “Carlessi Esportes” esta conveniada.

2.3 Forma de pagamento pessoa física

- **Pagamento Semanal** - As informações comerciais devem constar a realização de pagamentos no prazo ou antecipado
- **Pagamento Quinzenal** - As informações comerciais devem constar a realização de pagamentos no prazo ou antecipado. Opção utilizada por profissional autônomo com comprovação de varias rendas.
- **Pagamento Mensal** - Trabalhadores em geral com boas referências comerciais e salário mensal comprovado.

2.4 Forma de Pagamento pessoa jurídica

- **Pagamento Semanal** – Empresas que optarem em realizar os pagamentos por meio de depósito bancário.
- **Pagamento Quinzenal** – Empresas que optarem em realizar os pagamentos por meio de boleto bancário.
- **Pagamento Mensal** - Empresas que optarem em realizar os pagamentos por meio de boleto bancário ou que fazem questão que alguém passe na empresa para receber o pagamento.

3 CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO E CONCESSÃO DE CRÉDITO

3.1 Convênios

O responsável pela concessão de crédito deve fazer as consultas às entidades de proteção ao crédito (SPC e SERASA) e atualização no cadastro nos clientes.

3.2 Documentos para verificação de crédito

- **Pessoa Física**

- ✓ RG;
- ✓ CPF;
- ✓ Comprovante de rendimento;
- ✓ Comprovante endereço;
- ✓ Referências Comerciais;

- **Pessoa Física**

- ✓ Cartão do CNPJ;
- ✓ Contrato Social;
- ✓ Comprovante de endereço;
- ✓ Referências Comerciais;
- ✓ Comprovante Bancário, nome da empresa;

3.3 Avaliação de Crédito

3.3.1 Pessoa Física

Na avaliação de crédito para pessoa física devemos verificar:

- Se existe restrições no SPC ou SERASA, ou até mesmo em outra loja do comércio;
- Se o cliente possui outras dividas que comprometam sua renda;

- Estado civil, tempo de emprego, renda familiar, cônjuge, local trabalho cônjuge, renda cônjuge, telefone, entre outros dados.
- Se tiver horas extra na folha de pagamento exigir os últimos 3 comprovantes de pagamento.

3.3.2 Pessoa Jurídica

Na avaliação de crédito para pessoa jurídica devemos verificar:

- Data de abertura da empresa, principal atividade da empresa, principais clientes, participação em outras empresas;
- Pagamento aos fornecedores;
- Situação econômico-financeira através de informações comerciais;
- Balanço da empresa, extratos bancários, demonstrativo financeiro da empresa.

4 POLÍTICA DE CRÉDITO DE OPERAÇÃO EM ATRASO

Os critérios para serem seguidos referentes aos títulos vencidos estão definidos conforme mostra Quadro 05.

Quadro 5 - Cronograma de Cobrança.

Dias de Atraso	Ações
Diariamente	Emitir relatório de clientes em atraso.
1 a 5 DIAS	Telefonar ao cliente, informando que consta em aberto um saldo em seu nome.
10 DIAS	Telefonar novamente ao cliente, e informar que ainda consta o título em aberto no seu nome.
15 DIAS	Emitir uma carta de cobrança ao cliente, comunicando do atraso e lhe concedendo mais 15 dias para fazer o pagamento.
30 DIAS	Enviar uma nova carta com AR se tiver avalista para ele também, e comunicar eles que os seus nomes serão inclusos no SPC em 15 dias.
45 DIAS	Incluir o devedor no SPC ou Serasa.
60 DIAS	Realizar uma visita pessoalmente ao devedor, com o intuito de convencê-lo a efetuar o pagamento.
75 DIAS	Realizar a 2ª visita ao devedor, na tentativa de propor um acerto.
90 DIAS	Enviar a cobrança para uma empresa terceirizada ou cobrança judicial.

Fonte: Empresa Pesquisada (2012).

Sendo que todos os contatos efetuados com o devedor, sejam registrados na ficha cadastral para controle do que ficou concordado entre ambas as partes, como justificativa do cliente, data de pagamento, negociação como outras observações importantes.

No Quadro 05, nota-se que a cobrança fica sob controle da empresa, sendo que a partir de 90 dias de atraso, a cobrança é encaminhada para uma empresa terceirizada ou cobrança judicial, onde a mesma não poderá mais se envolver no processo da cobrança, ficando a negociação da dívida com a contratada.

A empresa também pode classificar seus clientes de acordo com a pontualidade de pagamento, conforme demonstrado no Quadro 06.

Quadro 6 - Classificação dos Clientes.

Classificação	Critério
A	Clientes que pagam no vencimento.
B	Clientes que pagam com atraso de até 15 dias.
C	Clientes que pagam com atraso superior a 15 dias.

Fonte: Elaborado pela autora.

Com isso, a empresa pode fazer algumas promoções para os clientes conforme as classificações, como por exemplo, uma chuteira Nike gratuita, com o intuito de incentivar o pagamento das parcelas em dia e conseqüentemente a redução do índice de inadimplência.

Podemos afirmar que, com a implantação desse Manual de Crédito e Cobrança, sugerido nesse trabalho, a empresa poderá vender a prazo com mais segurança, pois agora sabe de todas as informações necessárias e confiáveis para lhe auxiliar na tomada de decisão de liberar ou não o crédito, com isso minimizando o risco de inadimplência. Mas nem tudo é perfeito, se houver algum atraso nos pagamentos, a empresa estará pronta para agir com rapidez na cobrança, tornando o processo de cobrança eficaz e recuperando o crédito liberado.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos dias atuais para a empresa se manter no mercado não basta apenas vender, mas sim, ter o retorno financeiro de volta. Ela deve estar inserida no mercado e conquistar novos clientes que não é tarefa fácil, além disso, manter relação com cliente sem perder os interesses financeiros devido à grande movimentação na economia gerada pelo mercado.

Com a competitividade as empresas devem ficar atentas com as mudanças que ocorrem no mercado e cada vez mais se aprimorar. Com isso as empresas, precisam buscar ferramentas e estratégias que garantem a obtenção de resultados positivos, mais tudo ainda não esquecendo que devem satisfazer os clientes, pois estes aspectos que podem determinar o sucesso ou fracasso da empresa atuante no mercado.

Uma gestão de crédito e cobrança ineficiente é algo natural em muitas empresas, isso porque cada uma utiliza sua própria forma de atuação na análise de seus clientes. Sendo que a análise de crédito é um elemento essencial para a sobrevivência da empresa, pois cumpre um papel decisivo quando se fala em aumentar a rentabilidade e minimizar os riscos. Realizando a análise de crédito no momento em que conceder o crédito, a empresa obtém informações sobre seu cliente, podendo assim ver a capacidade de saldar a dívida que está assumindo.

Deste modo, buscou-se através do estudo abordar a importância da aplicação de políticas de crédito e cobrança mais rígidas, visando encontrar equilíbrio entre as vendas e os seus recebimentos e ao mesmo tempo satisfazer o cliente, assim possibilitando empregar novos métodos que venham contribuir, no aumento de suas vendas, na redução da inadimplência, e conseqüentemente elevar o valor de mercado da empresa.

Com esses métodos o analista consegue informações sobre o cliente, como seu histórico de pagamento, sua capacidade em honrar com seus compromissos, como outros dados para auxiliarem na tomada de decisão.

No estudo de caso, observou-se que a empresa não utiliza certos procedimentos na análise de crédito que ocasionam maior segurança na concessão de crédito, com isso ocorre maiores riscos de não recebimento das vendas a prazo e com isso a conseqüência de um aumento na inadimplência.

Observa-se que a partir que a empresa formalizar uma política de crédito adequada à empresa e utilizar todos os métodos essenciais para a análise, a empresa reduzirá os riscos assumidos na liberação de crédito, onde diminuirá a inadimplência, evitando assim problemas financeiros ocasionados pelo não recebimento das vendas.

Neste estudo, atingiu-se os objetivos que era o de verificar os procedimentos utilizados para análise de crédito e para a cobrança em conformidade com a literatura. E também sugerir uma proposta de implantar um processo de crédito e cobrança visando minimizar o risco de inadimplência.

Em conclusão, vimos que através de políticas de crédito e cobrança bem elaboradas e seguidas como deve ser, resulte em resultados positivos e com as sugestões propostas, a empresa terá condições de fazer uma concessão de crédito onde vai buscar minimizar seus índices de inadimplência, mantendo assim uma relação de satisfação entre a empresa e seus clientes.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução a metodologia do trabalho científico**. 8.ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução a metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos de graduação**. São Paulo: Atlas, 2005.

ASSAF NETO, Alexandre; SILVA, César Augusto Tiburcio. **Administração de capital de giro**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

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

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

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e técnicas de administração financeira**. São Paulo: Atlas, 1989.

LEONI, Geraldo; LEONI, Evandro Geraldo. **Cadastro, crédito e cobrança**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

LEONI, Geraldo; LEONI, Evandro Geraldo. **Cadastro, crédito e cobrança**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

ORTOLANI, Edna Mendes. **Operação de crédito no mercado financeiro**: modalidades, aspectos legais e negociais, matemática operacionalização. São Paulo: Atlas, 2000.

SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração Financeira da pequena e média empresa**. São Paulo: Atlas, 2001.

SANTOS, Jose Odalio dos. **Análise de crédito**: empresas e pessoas físicas. São Paulo: Atlas, 2000.

SANTOS, Jose Odalio dos. **Análise de crédito**: empresas e pessoas físicas. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

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

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de crédito**: concessão e gerencia de empréstimos. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

SILVA, José Pereira da. **Gestão e análise de risco de crédito**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

SILVA, Adelplino Teixeira. **Administração e controle**. São Paulo: Atlas, 1993, 200p.

- TAVARES, Ricardo Ferro. **Crédito e cobrança**. São Paulo: Atlas, 1988.
- TAVARES, Ricardo Ferro. **Crédito e cobrança**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- MARTIN, Célio Luiz M. **Recuperação de crédito**. São Paulo: Atlas, 1994, 116p.
- SILVA, Jose Pereira da. **Gestão e análise de risco de crédito**. São Paulo: Atlas, 1997.
- SANTOS, Jose Odalio dos. **Análise de crédito: empresas e pessoas físicas**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- HOJI, Masakazu. **Administração financeira: uma abordagem prática**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- HOJI, Masakazu. **Práticas de tesouraria: cálculos financeiros de tesouraria, operações com derivativos e hedge**. São Paulo: Atlas, 2001.
- MACHADO, Dorival dos Santos. **Reduzindo a inadimplência em uma instituição de ensino**. Treinamento. São Paulo: DMC, 2004, 30p.
- OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, Monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira Thimson Learning, 2002.
- LEMES JUNIOR, Antonio Barbosa; RIGO, Claudio Miessa; CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo. **Administração Financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras: aplicações e casos nacionais**. 2.ed. revista atual. Rio de Janeiro: Campus, 2005, 547 p.
- GUERREIRO, Ariane. **O bom pagador**. Revista Anamaco. São Paulo, ano 18, n.198, p.32, 01 setembro 2009.
- ALVES, Magda. **Como escrever teses e monografias: um roteiro passo a passo**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- ANGELO, Claudio Felisoni, SILVEIRA, Augusto Giesbrecht. **Finanças no varejo**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- VIANNA, Ica de Oliveira de A. **Metodologia do trabalho científico: um enfoque didático da produção científica**. São Paulo: E.P.U, 2001.
- SILVA, Jose Pereira da. **Gestão e análise de risco de crédito**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- GITMAN, Lawrence J. **Princípios da administração financeira**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- TAVARES, Ricardo Ferro. **Crédito e Cobrança**. São Paulo: Atlas, 1988.

GROPPELLI, A.A; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração financeiro**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

LEONI, Geraldo; LEONI, Evandro Geraldo. **Crédito, cadastro e cobrança**. São Paulo: Atlas, 1998.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento estratégico**: conceitos, metodologia e praticas. 17. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica**: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografia, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira, 2002.

SERASA EXPERIAN. Disponível em:

[HTTP://www.serasaexperian.com.br/cadastropositivo](http://www.serasaexperian.com.br/cadastropositivo). Acesso em: 10 Outubro 2012, 15:40:51

FINANÇAS PRÁTICAS. Disponível em:

[HTTP://www.financaspraticas.com.br/323848-voce-sabe-o-que-e-cadastro-positivo.note.aspx](http://www.financaspraticas.com.br/323848-voce-sabe-o-que-e-cadastro-positivo.note.aspx). Acesso em 10 Outubro 2012.

SINTEGRA, Disponível em: 15 de Outubro 2012 às 19:10 hs.

[HTTP://www.sintegra.gov.br](http://www.sintegra.gov.br).

APÊNDICE(S)

APÊNDICE A – Autorização da Empresa

AUTORIZAÇÃO

Eu Celito Carlessi, sócio proprietário da empresa “Carlessi Esportes” – localizada no município de Turvo/SC, autorizo a acadêmica Josiane Borges Cândido a valer-se de documentos e dados contábeis para auxiliá-la como fonte de pesquisa para a elaboração de seu trabalho de conclusão de curso, em Ciências Contábeis na Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC, bem como divulgar e publicar o nome da empresa “Carlessi Esportes” no referido trabalho de conclusão de curso.

E, por ser autorizado, afirmo o presente.

Turvo – SC, 16 de Outubro de 2012.

CELITO CARLESSI