

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

CRIS SORATTO DE BRIDA

**O PROCESSO DE ANÁLISE E CONCESSÃO DE CRÉDITO EM UMA
EMPRESA DO SEGMENTO DE *FACTORING* DO MUNICÍPIO DE
URUSSANGA - SC**

CRICIÚMA, NOVEMBRO DE 2011

CRIS SORATTO DE BRIDA

**O PROCESSO DE ANÁLISE E CONCESSÃO DE CRÉDITO EM UMA
EMPRESA DO SEGMENTO DE *FACTORING* DO MUNICÍPIO DE
URUSSANGA - SC**

Monografia apresentada para obtenção do grau de Bacharel em Administração de Empresas, no curso de Administração de Empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof. Ângelo Natal Périco

CRICIÚMA, NOVEMBRO DE 2011

CRIS SORATTO DE BRIDA

**O PROCESSO DE ANÁLISE E CONCESSÃO DE CRÉDITO EM UMA
EMPRESA DO SEGMENTO DE *FACTORING* DO MUNICÍPIO DE
URUSSANGA - SC**

Monografia aprovada pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel em Administração de Empresas, no Curso de Administração de Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 28 de novembro de 2011

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ângelo Natal Périco - Especialista - (UNESC) - Orientador

Prof. Adroaldo Biléssimo - Especialista - (UNESC) – Examinador

Prof. Jean Peterson Rezende - Especialista - (UNESC) – Examinador

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela oportunidade de compartilhar dessa grande experiência e por ter iluminado meu caminho nesses anos.

A minha mãe, Carmem, pelo apoio e incentivo durante toda essa jornada e por ter me ensinado a acreditar em sonhos e nunca desistir.

A meu tio, Ademir de Brida (*in memoriam*), por sua presença marcante e insubstituível em todas as etapas de minha vida.

A minha madrinha, Adriana, de quem o auxílio foi fundamental não somente para a minha formação acadêmica, como em muitos aspectos da minha formação humana.

.Aos amigos que conquistamos ao longo da faculdade, que dividiram conhecimentos e também dúvidas, dificuldades e alegrias.

Ao Profº Ângelo, que partilhou todo seu conhecimento, contribuindo para a realização deste trabalho, que sempre se colocou à disposição, mostrando-se muito competente frente às dificuldades e dúvidas..

E a todas as demais pessoas que estiveram presentes durante minha caminhada acadêmica e contribuíram de alguma maneira para a concretização desta etapa.

“Se você não puder mitigar o risco agora, esteja absolutamente seguro de que você poderá solucionar o problema depois, quando ele acontecer.”

David Hall

RESUMO

BRIDA, Cris Soratto de. **O processo de análise e concessão de crédito em uma empresa do segmento de *factoring* do município de Urussanga - SC.** 2011. 65f. Monografia do Curso de Administração, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Criciúma.

O objetivo deste estudo foi verificar se o processo decisório de crédito adotado por uma empresa de *factoring*, localizada no município de Urussanga - SC, está de acordo com a boa técnica apregoada pela literatura pertinente ao assunto. Foi realizado um estudo de caso, amparado por uma pesquisa bibliográfica, descritiva, do tipo pesquisa de campo. Os dados foram coletados por meio de um questionário estruturado, aplicado aos dois profissionais que atuam na análise de crédito na organização. Os resultados permitiram evidenciar que a análise de crédito na empresa é criteriosa, pois adota procedimentos e padrões que possibilitam que a mesma seja realizada levando-se em consideração uma ampla gama de informações pertinentes e relacionadas com diversas variáveis que podem impactar no negócio realizado. Contudo deixa a desejar em alguns aspectos. Desse modo, mesmo que os índices de inadimplência não sejam significativos, foram apresentadas algumas propostas que podem ser incorporadas aos processos atuais adotados na empresa, para que essa possa atuar com menores riscos.

Palavras Chave: Crédito. Análise de Crédito. *Factoring*.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1: Diferenças entre instituições bancárias e <i>factorings</i>	19
Quadro 2: Síntese dos procedimentos metodológicos.	49

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA	11
1.2 OBJETIVOS	12
1.2.1 Objetivo Geral	12
1.2.2 Objetivos Específicos	12
1.3 JUSTIFICATIVA	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	14
2.1 ASPECTOS GERAIS SOBRE FACTORING	14
2.1.1 Definição	14
2.1.2 Partes do contrato de factoring	15
2.1.3 Funções desempenhadas pelas factorings	16
2.1.4 Distinção entre factoring e banco	18
2.1.5 Mercado alvo das factorings	20
2.2 ANÁLISE E CONCESSÃO DE CRÉDITO	21
2.2.1 Definição de crédito	21
2.2.2 Títulos de crédito	22
2.2.3 Políticas de crédito	23
2.2.4 Alçadas de crédito	24
2.2.5 Análise e concessão de crédito	24
2.2.6 Critérios para a formalização do crédito	26
2.2.7 Monitoramento dos riscos de crédito	27
2.2.8 Limite de crédito	28
2.2.9 Cadastro de crédito	29
2.2.10 Renegociação de débitos	30
2.2.11 Garantias reais de crédito	31
2.2.11.1 Penhor	32
2.2.11.2 Hipoteca	32
2.2.11.3 Anticrese	33
2.2.11.4 Alienação fiduciária	33
2.2.12 Garantias pessoais de crédito	34
2.2.12.1 Aval	34
2.2.12.2 Fiança	35

2.2.13 Os 6 C's do crédito.....	35
2.2.13.1 Caráter	36
2.2.13.3 Capital	37
2.2.13.4 Condições	38
2.2.13.5 Colateral	38
2.2.13.6 Conglomerado	39
2.3 ANÁLISE E CONCESSÃO DE CRÉDITO EM EMPRESAS DE FACTORING...39	
2.3.1 Riscos de crédito no factoring	40
2.3.2 Golpes e fraudes geralmente aplicados a empresas de factoring	41
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	46
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA	46
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA ALVO	47
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS	48
3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS	49
3.5 SÍNTESE DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	49
4 apresentação dos dados da pesquisa.....	50
4.1 PERFIL DOS PROFISSIONAIS QUE ATUAM NO PROCESSO DECISÓRIO DE CRÉDITO NA EMPRESA	50
4.2 CARACTERÍSTICAS DO PROCESSO DECISÓRIO ADOTADO NA EMPRESA.....	51
5 CONCLUSÃO	55
REFERÊNCIAS.....	58
APÊNDICE.....	60

1 INTRODUÇÃO

Entende-se por *factoring* ou fomento mercantil, a atividade de prestação cumulativa e contínua de assessoria creditícia e mercadológica de seleção de crédito e de riscos, bem como o acompanhamento de contas a receber, gerenciamento de crédito e outras funções. Basicamente, a atividade das empresas desse setor resume-se em adquirir crédito de terceiros (que são oriundos de suas vendas ou prestação de serviços aos clientes) com a antecipação dos valores (transformando-os em uma venda à vista) mediante uma taxa pecuniária (SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2010).

As empresas de *factorings* apresentam uma atuação destacada no Brasil, com cerca de 720 organizações filiadas à ANFAC – Associação Nacional de Empresas de Fomento Comercial. Tais organizações respondem pelo fomento a cerca de setenta mil organizações, de micro, pequeno e médio porte, com um total aproximado entre R\$ 2,5 bilhões a R\$: 3 bilhões mensais, que representam um giro anual de R\$: 29,8 bilhões, aquecendo, de forma considerável, a economia brasileira (ANFAC, 2010).

Frente a isso, torna-se inquestionável a importância das organizações que atuam nesse segmento em vários aspectos, sobretudo para garantia da sobrevivência de muitas organizações de micro e pequeno porte no país, seja pela aquisição de créditos futuros, seja na assessoria de serviços administrativos e financeiros, proporcionado aos gestores um ambiente mais favorável em termos de competitividade.

Porém, a essa atividade, costuma-se atrelar um potencial risco, de onde decorre a importância de uma política de crédito criteriosa. O início da formalização do processo em uma empresa desse segmento começa com a instituição realizando uma análise de seu cliente, para avaliar os riscos capazes de comprometer o futuro contrato de *factoring*. Com isso, busca-se atribuir o limite de crédito para cada caso específico ao verificar a possibilidade da cobertura dos eventuais riscos (DONINI, 2002).

Dentro desse contexto, desse modo, a análise de crédito é de extrema relevância, representando, inclusive, a própria sobrevivência do negócio. Assim, caso o processo de análise de crédito seja realizada de forma ineficaz, pode-se

comprometer o ciclo de vida dessas organizações.

A empresa onde se realizou o estudo atua no fomento mercantil no município de Urussanga, SC, sabe que o conhecimento do cliente é de fundamental importância no que diz respeito à gestão dos riscos associados ao crédito. Frente a isso, preocupa-se em buscar formas para que possa realizar sua análise de crédito e de riscos para conceder o crédito de maneira segura e confiável, mesmo assim, registra índices de inadimplência, que poderiam ser minimizados frente a uma análise de crédito mais segura.

Diante disso, surgiu o interesse para a realização deste trabalho, que se trata de um esforço para se conhecer os procedimentos adotados pela empresa de *factoring* em seus processos relacionados à análise e concessão de crédito, como forma de diminuir as ocorrências de créditos incobráveis ou ser vítima de fraudes.

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

A concessão de crédito é imprescindível em um mercado moderno e competitivo, além de excelente ferramenta de gestão estratégica e de geração de valores. Seu sucesso, entretanto, está condicionado à forma como esta concessão é realizada, às técnicas utilizadas e a um conjunto de variáveis que terão influência no resultado final do processo creditício. Ao se adquirir um crédito, compra-se o risco da incerteza.

A concessão de crédito é imprescindível no mercado atual. O crédito é uma excelente ferramenta para expandir as vendas nas organizações. Porém, mesmo que a análise de crédito seja eficiente, a qualquer tempo, problemas poderão surgir e comprometer os resultados da organização.

No mercado de fomento mercantil (*factoring*), onde basicamente ocorre a aquisição de direitos creditícios diversos, oriundos da venda de produtos ou serviços, verifica-se que, teoricamente, os créditos são auto-liquidáveis. Portanto, na operação de *factoring*, a fonte primária de liquidação está implícita no próprio negócio realizado. Na concessão do crédito, segundo Blatt (2000), as empresas procuram distinguir entre os clientes que provavelmente pagarão e os que não irão honrar seus compromissos.

Nesse sentido, no setor de *factoring*, na maioria dos casos, o risco de crédito do tomador está relacionado a fatores internos e externos, que podem

prejudicar o pagamento das compras realizadas junto à empresa. Dessa forma, a avaliação do risco de crédito é reflexo da multiplicidade, qualidade e origem das informações disponíveis para o analista. A análise e a administração do risco devem estar baseadas no processamento das informações sobre o proponente do crédito.

Dentro desse contexto, o problema de pesquisa que se apresenta para esse trabalho pode ser assim delimitado: O processo decisório de crédito adotado por uma empresa de *factoring*, localizada no município de Urussanga – SC, está de acordo com a boa técnica apregoada pela literatura pertinente ao assunto?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Verificar se o processo decisório de crédito adotado por uma empresa de *factoring*, localizada no município de Urussanga - SC, está de acordo com a boa técnica apregoada pela literatura pertinente ao assunto.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar, na literatura, as etapas do processo decisório de crédito;
- b) Conhecer as diversas modalidades de *factoring* praticadas no Brasil;
- c) Relacionar os tipos de riscos que envolvem a concessão de crédito;
- d) Identificar as características dos profissionais que atuam na concessão e análise de crédito da empresa;
- e) Levantar a rotina, adotada pela empresa objeto de pesquisa, ao analisar e conceder crédito;
- f) Apresentar à empresa objeto de pesquisa sugestões de melhorias baseadas na fundamentação teórica.

1.3 JUSTIFICATIVA

Todo o processo de tomada de decisão requer cuidados por parte dos administradores, principalmente quando estas decisões são de âmbito estratégico e que influenciam diretamente na sobrevivência ou não da organização. Para uma

empresa que concede crédito a seus clientes, como é o caso das *factorings*, fazer uma análise prévia da capacidade de pagamento dos mesmos faz com que suas decisões sejam muito mais seguras e acertadas.

A política de crédito de uma empresa de *factoring* constitui-se, desse modo, em fator básico e determinante para o sucesso dessas operações, que consiste na compra de recebíveis de terceiros. Por isso, a análise dos clientes para a concessão de crédito nessas empresas é um dos pontos mais fundamentais para a garantia de sua sobrevivência.

Devido a isso, tal atividade é considerada como sendo de grande risco, pois problemas relacionados com a qualidade dos créditos adquiridos poderão comprometer a qualidade dos ativos, reduzindo a probabilidade de liquidação dos mesmos.

Com base nisso, torna-se relevante estudar o processo de análise e concessão de crédito que está aplicada na empresa, para que a organização possa conhecer diversos aspectos que levam ao não cumprimento de práticas efetivas para a cessão de crédito. O conhecimento dessa prática também irá contribuir para que a organização possa corrigir eventuais falhas no processo de concessão de crédito, para não correr os riscos de não receber o crédito concedido.

Frente a isso, este trabalho buscará verificar como a empresa em estudo realiza suas análises de crédito, como forma de se fornecer subsídios para a cessão de crédito de maneira mais segura e confiável.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, busca-se fundamentar teoricamente a pesquisa, com temas de importância para o estudo. O capítulo é iniciado com aspectos gerais sobre o *factoring*. Em seguida, expõem-se diversos tópicos relacionados à análise e concessão de crédito, e posteriormente detém-se no processo de análise e concessão de crédito em empresas de fomento mercantil.

2.1 ASPECTOS GERAIS SOBRE *FACTORING*

Nos tópicos a seguir, apresenta-se um panorama teórico a respeito das empresas que operam como *factoring*, também denominadas no Brasil de fomento mercantil ou fomento comercial. Conforme se irá ver, a linha de atuação dessas organizações envolve atos que dizem respeito à cessão de créditos, com antecipação de recursos financeiros. Além disso, as *factorings* podem atuar com a prestação de serviços entre as partes.

2.1.1 Definição

A palavra *factoring* é um termo da língua inglesa, com origens no latim *factor*, com original derivado do verbo *facere*, com significado de fazer, desenvolver, agir e fomentar. É considerado como o nome universal utilizado para caracterizar o empreendimento encontrado em mais de cinquenta países, com o objetivo de atuar no fomento mercantil (DONINI, 2002).

A definição legal da atividade de *factoring* consta do art. 1, do projeto de lei nº 230, de 1995, que regulamenta essa atividade no Brasil é:

Entende-se por fomento mercantil, para os efeitos desta lei, a prestação contínua e cumulativa de serviços de assessoria creditícia, mercadológica, de gestão de crédito, de seleção de riscos, de acompanhamento de contas a receber e a pagar e outros serviços, conjugada com a aquisição pro labore de créditos de empresas resultantes de suas vendas mercantis, a prazo, ou de prestação de serviços (BRASIL, 1995 apud DONINI, 2004, p. 15).

Factoring é o ramo comercial que se ocupa da compra ou aquisição de crédito ou de ativos financeiros de outras pessoas jurídicas, comerciais, de prestação de serviços ou industriais (RIZZARDO, 2004).

Na definição de Leite (2005, p. 4), a “*factoring* é uma atividade comercial mista atípica = serviços + compras de créditos (direitos creditórios) resultante de vendas mercantis” (LEITE, 2005, p. 04).

Constitui-se em uma atividade comercial, atípica e mista, que conjuga a prestação de serviços com a compra de ativos financeiros. Refere-se a uma operação que consiste basicamente em um mecanismo de fomento mercantil, possibilitando à organização fomentada poder comercializar seus créditos, que são gerados por suas vendas realizadas a prazo. Como resultado, tem o recebimento imediato desses seus créditos futuros, o que gera incremento em seu poder de negociação. O *factoring* também pode prestar serviços a sua empresa-cliente em algumas áreas administrativas, fazendo com que o empresário tenha mais tempo e recursos para vender e produzir (LIMA, 2004).

2.1.2 Partes do contrato de *factoring*

Conforme definido, o *factoring* é um segmento comercial que atua com a negociação de créditos e de prestação de serviços. Nos casos em que ocorre a aquisição de crédito, estes são representados por um título de crédito, que, em geral, é uma duplica, que expressa um crédito, mas pode ser também representado por um cheque pós-datado. É com esse crédito que tem origem a relação com um terceiro, que é alheio à transação. Desse modo, há titular do crédito que costuma usar o crédito, ou negociá-lo, constituindo na principal matéria-prima desta prática empresarial (RIZZARDO, 2004). Cris, esta frase não tem sentido verifica que há algo errado.

Dentro deste contexto, no segmento de fomento mercantil, as expressões faturizadora e faturizada são utilizadas para denominar empresas de *factoring* e empresas-cliente, respectivamente. Além disso, há a figura do devedor, ou seja, o sacado (LEITE, 2005).

O faturizador ou factor é o titular da empresa de fomento mercantil, cuja função é adquirir os títulos e pagá-los à vista a sua empresa cliente (DONINI, 2004).

É a “pessoa que comanda a operação, ou a principal figura na relação que envolverá, posteriormente, também o devedor do título”. (RIZZARDO, 2004, p. 24).

O faturizado ou cliente é quem serve o crédito. Pode ser um distribuidor

de mercadorias, um comerciante, industrial ou prestador de serviço (DONINI, 2004).

O faturizado “entrega os créditos comerciais, originados da atividade que exerce, ou advindos geralmente de vendas. Constituem-se os créditos contra os compradores, ou contra os sujeitos de transações comerciais” (RIZZARDO, 2004, p. 23).

O devedor, comprador ou sacado refere-se àquele que assumiu a obrigação junto ao faturizado, e que passa a dever para o faturizador (DONINI, 2004).

Em outras palavras, pode-se entender que existe uma triangulação no contrato de *factoring*, que ocorre entre o faturizado, o faturizador e o sacado do título. “O faturizador entrega o dinheiro à vista para o faturizado, para recebê-lo a termo do sacado ou devedor” (RIZZARDO, 2004, p. 25).

No entanto, convém destacar que o cliente ou faturizador para que possam emitir títulos negociáveis ou faturas, deve, obrigatoriamente, estar constituído como pessoa jurídica. Porém, no que se refere ao comprador do faturizado, do qual o *factor* irá receber o crédito negociado, é permitido que esse seja pessoa física, não se exigindo, portanto, que se classifique como comerciante ou pessoa jurídica (RIZZARDO, 2004).

2.1.3 Funções desempenhadas pelas *factorings*

Além da compra de crédito, as *factorings* também atuam com outras atividades, tais como a administração de contas a receber, assessoria empresarial, o planejamento da política creditícia e a gestão dos créditos de seus clientes (RIZZARDO, 2004).

Dentro do contexto de uma ampla gama de serviços oferecidos, no Brasil, existem cinco tipos de modalidades de *factoring*, que são divididas conforme o setor de atuação e a função da empresa-cliente: o *factoring* convencional, compra de matéria-prima, trustee, maturity e *factoring* exportação.

- **Factoring convencional:** O *factoring* convencional refere-se à modalidade desse segmento mais praticada e conhecida no Brasil. Na verdade, é a empresa de *factoring* propriamente dita. Sua atuação básica é a prestação de serviços de forma conjunta com a aquisição dos direitos creditícios provindos das vendas a prazo realizadas pela empresa-cliente.

Como contraprestação, o *factoring* cobra uma comissão *ad valorem* (que oscila de 0,5% a 3%, acertada e pactuada a cada transação), e pela compra dos direitos creditórios, cobra um deságio nos créditos, que corresponde à sua remuneração. Esse deságio é chamado de fator, ou seja, a precificação da aquisição de créditos, que é formado pelo custo de oportunidade de recursos, tributos, custos operacionais e expectativa de lucro e de risco (LEITE, 2005).

- **Compra de matéria prima:** Na modalidade de *factoring* matéria prima, ocorre quando a empresa cliente não tem como fomento recursos financeiros, mas insumos, estoques e matéria-prima para utilizar em seu processo produtivo. Devido a isso, a organização de fomento mercantil passa a ser uma parte intermediária entre a empresa fomentada e seus fornecedores de matéria-prima, adquirindo-a a vista. Nessa modalidade, a forma de pagamento do cliente vem do faturamento gerado pela transformação dessa matéria-prima em produtos ou serviços (LEITE, 2005).

- **Trustee Factoring:** *Trustee* em inglês significa confiança. Devido a isso, essa modalidade de *factoring* diz respeito à prestação de serviços em termos de tesouraria, ou seja, acompanhamento de contas a receber e a pagar, quando a empresa de fomento mercantil é a mandatária da sua empresa-cliente, que a contrata para gerir suas contas a receber ou a pagar (LEITE, 2005).

- **Maturity Factoring:** O termo *maturity* significa em inglês no vencimento. Assim, nessa modalidade de *factoring*, a organização de fomento mercantil somente adquire os títulos de suas empresas clientes e apenas efetua o pagamento desses títulos no vencimento. Essa modalidade é caracterizada pela compra dos créditos apenas, não ocorrendo a antecipação do pagamento ao cliente. É uma modalidade pouco observada no Brasil (DONINI, 2005).

- **Factoring exportação:** Essa modalidade também é conhecida como *factoring* internacional. Trata-se de ações desempenhadas pela empresa de fomento mercantil totalmente voltada para o comércio exterior. Com isso, o *factoring* desempenha três funções: exportação, importação e garantia, quando o *factoring* adquire os créditos, ficando a empresa

exportadora com a garantia total de seu crédito. Além disso, nessa modalidade, o *factoring* presta serviços convencionais, tanto conjugados como separados, tais como a cobrança dos créditos a receber, análises e controle do mercado, administração de vendas e também o gerenciamento dos créditos (LEITE, 2005).

Portanto, as organizações de *factoring* são empresas comerciais que desenvolvem uma gama de atividades relativamente complexas, conjugando a aquisição de direitos creditícios que são oriundos das transações mercantis de suas empresas clientes com a prestação de serviços. Para tanto, conta com recursos fundamentalmente próprios. Trata-se, na verdade, de uma atividade extremamente complexa, cuja base necessita de conhecimentos sólidos de gestão, do mercado, de estratégia operacional, contabilidade e matemática financeira, para poder executar uma relação que pode ser considerada como uma parceria com seus clientes (MARKUSONS, 2007).

2.1.4 Distinção entre *factoring* e banco

A empresa que atua como *factoring* é uma sociedade mercantil, que tanto pode ser constituída como anônima ou limitada. Sua existência legal tem origem com os seus atos constitutivos por meio da Junta Comercial. Para constituir uma empresa de *factoring*, não há a necessidade de autorização prévia do BACEN (Banco Central do Brasil - entidade que regula as instituições financeiras), justamente por não ser, assim, enquadrada. Na verdade, o *factoring* não é uma atividade financeira devido ao fato de não realizar captação de recursos junto a terceiros, tampouco realizar a intermediação destes recursos, tal como as empresárias bancárias (RIZZARDO, 2004).

Porém, não é raro encontrar certa confusão ou falta de distinção entre *factoring* e banco, como afirma Donini (2004, p. 5):

O *factoring* é uma alternativa de crédito e de sobrevivência às micro, pequenas e médias empresas, a *factoring* ainda é vista, por puro desconhecimento, como uma agiotagem ou operação bancária disfarçada. A ignorância sobre essa importante atividade, de extrema função social e fundamental relevância na economia do país, necessita urgentemente de esclarecimentos, a fim de separar o joio do trigo.

No entanto, os elementos de distinções entre as empresas de *factoring* e as instituições bancárias são claras, segundo o que se pode observar no Quadro 1.

BANCO	FACTORING
Capta recursos e empresta dinheiro. Faz intermediação.	Não capta recursos. Presta serviços e compra créditos.
Aceita depósito.	Não aceita depósito.
Exige garantias.	Não exige garantias.
Empresta dinheiro que é antecipado ou adiantado. Os títulos são cedidos <i>pro-solvendo</i> , donde haver direito de regresso do faturizador contra o faturizado.	Coloca à disposição do cliente uma gama de serviços não creditícios.
Cobra juros – (remuneração pelo uso do dinheiro mutuado durante determinado prazo).	Mediante preço certo, ajustado com o cliente, compra à vista créditos gerados pelas vendas. Pro soluto
Existe <i>spread</i> – Margem entre o custo de captação e o preço de financiamento.	Na formação do preço são ponderados todos os itens de custeio de uma empresa de <i>factoring</i> .
É instituição financeira autorizada a funcionar pelo BC (Lei nº 4.595).	Não desempenha atividade financeira, mas sim atividade mercantil mista atípica. É cliente do Sistema Financeiro.
Poderá socorrer-se da linha de redescontos do BC.	Não tem acesso a redesconto, uma vez não ser instituição financeira.
Comerciante do dinheiro exige, via de regra, reciprocidade.	Não exige reciprocidade.
Desconta títulos e faz financiamentos.	Não desconta, mas compra títulos de crédito ou direitos creditórios.
Em caso de inadimplemento do título descontado, há direito de regresso (“reembolso”).	Em caso de inadimplemento do sacado, não pode cobrar do faturizado.
O cliente é seu devedor	O cliente não é seu devedor

Quadro 1: Diferenças entre instituições bancárias e *factorings*

Fonte: Leite (2005, p. 16)

Portanto, “*factoring* não é banco nem instituição financeira. Banco capta dinheiro, empresta dinheiro e necessita da autorização do Banco Central para funcionar. *Factoring* presta serviços e compra créditos. É uma sociedade mercantil” (LEITE, 2005, p. 18).

Com base nisso, Rizzardo (2004, p. 63) expõe:

A finalidade que leva a constituir uma empresa de *factoring* nunca será a coleta de recursos monetários e a intermediação, o que é característica dos bancos. [...] sua maior finalidade consiste na aplicação de recursos, mas de recursos próprios e não de terceiros. Não se lhes permite a captação de dinheiro, sob pena de passar a desempenhar uma atividade específica de bancos.

Assim, pode-se entender que a diferença principal entre os bancos e o

factoring é o fato de que as organizações de fomento mercantil, quando obtêm o título de crédito da empresa cliente, passa a assumir a condição de credora do sacado, passando a sofrer o prejuízo no caso do inadimplimento do título. No banco, ao contrário, não ocorre essa possibilidade. Devido a isso, a atividade desenvolvida pelas organizações de *factoring* convive com um grau de risco muito maior em relação às instituições financeiras.

2.1.5 Mercado alvo das *factorings*

Conforme já definido, o *factoring* pode ser entendido como uma atividade mercantil ou comercial, derivada da livre iniciativa empresarial, que tem por base a cessão de crédito e a prestação das mais variadas e abrangentes formas de serviços, que, na maior parte das vezes, são oferecidas a micro, pequenas e médias organizações, que são o seu mercado-alvo (LEITE, 2005).

“O *factoring* constitui uma atividade de fomento mercantil que se destina a ajudar, sobretudo, o segmento das pequenas e médias empresas a expandir seus ativos e aumentar suas vendas” (MARKUSON, 2007, p. 117).

Na verdade, o surgimento da atividade *factoring* no Brasil encontra-se estritamente relacionado a essas organizações, pois a introdução deste instituto no Brasil, em 1982, foi impulsionada como uma forma de buscar atender às pequenas e médias organizações para a captação de capital de giro sem as dificuldades encontradas geralmente nas instituições financeiras. Isso porque, os bancos, buscando proteção e também para evitar riscos, acabavam por dificultar a liberação de recursos, com a criação de mecanismos de seletividade e exigências por garantias, além de enormes burocracias para o acesso das pequenas e médias empresas ao crédito (DONINI, 2004).

Devido a isso, pode-se afirmar que o *factoring* é segmento de atividade empresarial que se faz de extrema relevância para a economia do país, tendo em vista que seu mercado alvo basicamente é formado por empresas de micro, pequeno e médio porte, na qual obtêm capital para fazer girar seus negócios (DONINI, 2000).

Além das empresas de pequeno porte, as *factorings*, também, são uma alternativa para auxiliar as organizações que se encontram em regime de concordata, ou com restrições cadastrais, quando então essas encontram

dificuldades para operarem com as instituições bancárias e recorrem aos *factorings* para suprir a necessidade de capital. Nas *factorings*, encontram um nível de burocracia e de exigências muito menor (MARKUSONS, 2007).

2.2 ANÁLISE E CONCESSÃO DE CRÉDITO

Pode-se considerar que o desempenho econômico das sociedades atuais é estritamente subordinado à existência do crédito. O crédito converteu-se em uma poderosa ferramenta geradora e ampliadora das formas de pagamento, sem o qual, acredita-se que diversos segmentos econômicos e comerciais não teriam sustentação, isso desde o crédito pessoal até o crédito que serve às empresas para suas diversas necessidades e projetos (ASSAF NETO; SILVA, 2002).

De acordo com Securato (2003, p. 116):

O crédito pode fazer com que as empresas aumentem seu nível de atividade; estimular o consumo influenciando na demanda; cumprir uma função social ajudando as pessoas a obterem moradia, bens e até alimentos; facilitar a execução de projetos para os quais as empresas não disponham de recursos próprios suficientes. A tudo isso, por outro lado, deve-se acrescentar que o crédito pode tornar empresas ou pessoas físicas altamente endividadas, assim como pode ser parte componente de um processo inflacionário (SECURATO, 1993, p. 115).

Com base nisso, nos próximos tópicos são destacados aspectos relativos à análise e concessão de crédito, onde se conceitua diversos aspectos ligados à figura do crédito, tais como definição, títulos de crédito, os 6C's do crédito, entre outros.

2.2.1 Definição de crédito

A palavra crédito origina-se nos termos latinos *credere* (cujo significado pode ser entendido como acreditar, confiar, crer) e também no substantivo *creditum*, que significa confiança (BLATT, 2000).

A figura do crédito teve origem em função da necessidade que os comerciantes passaram a ter em fazer com que os bens e mercadorias comercializados tivessem maior circulação para, conseqüentemente, aumentar o capital e obter mobilização imediata de suas riquezas. Na verdade, toda a história do crédito encontra-se intimamente relacionada à evolução dos povos e com a utilização da moeda como um instrumento das trocas (BERTOLDI, 2003).

Pode-se considerar como crédito a operação que é realizada entre partes que tornou possíveis as práticas comerciais que são observadas atualmente, tendo em vista que, sem a existência de crédito o impulsionamento das atividades mercantis não teria ocorrido (BERTOLDI, 2003).

Assaf Neto e Silva (2002, p. 99) afirmam:

Crédito diz respeito à troca de bens presentes por bens futuros. De um lado, a empresa que concede crédito troca produtos por uma promessa de pagamentos futuros. Já uma empresa que obtém crédito recebe produtos e assume o compromisso de efetuar o pagamento futuro.

Também pode ser entendido como a possibilidade da qual dispõe uma empresa ou uma pessoa de obter bens, produtos, mercadorias ou serviços, mediante uma promessa de pagamento futuro, dentro de prazos previamente estipulados (SANTOS, 1998).

“Em empresas com sazonalidade o crédito pode ser utilizado para diminuir os estoques ocorridos pelas vendas concentradas em um período” (ASSAF NETO; SILVA, 2002, p. 116).

O crédito, então, refere-se a toda ação de disposição ou vontade de alguém em ceder parte de seu patrimônio a um terceiro, de forma temporária, com a expectativa de receber essa parcela integralmente de volta quando findar o tempo que foi avençado (SCHRICKEL, 2000).

O crédito objetiva facilitar a intermediação financeira que as empresas realizam, considerando a maior liquidez e menor custo, volume de recursos e a diversificação de risco. Trata-se de uma forma facilitadora de vendas para outras empresas (SILVA, 1998).

2.2.2 Títulos de crédito

O título de crédito pode ser entendido como um documento que é capaz de realizar de forma imediata o valor por ele representado (MAMEDE, 2008).

Os títulos de créditos possuem uma função econômica considerada de elevada importância para as atividades comerciais, em função de sua negociabilidade, ao permitir ao portador receber o valor mesmo em prazo anterior ao vencimento da operação de desconto (BERTOLDI, 2003).

O título de crédito possui uma importância fundamental no âmbito das relações comerciais, ao embutir confiança nas relações creditícias, bem como ao

proporcionar a circulação e a negociação do direito que nele encontra-se contido, além de conferir uma maior e melhor facilidade de cobrança do mencionado crédito em juízo (MAMEDE, 2008).

Dentro deste contexto, os títulos de créditos podem ser divididos de acordo com sua natureza em próprios e impróprios (BERTOLDI, 2003).

Os títulos de créditos próprios referem-se àqueles que encerram uma verdadeira operação de crédito, na qual sua existência vincula-se à confiança do que deles participam. Entre os títulos de crédito próprios, encontram-se a nota promissória e a letra de câmbio (MAMEDE, 2008).

No que se refere aos títulos de créditos impróprios, esses são os títulos que não representam uma operação de crédito propriamente dita, porém são revestidos de determinados requisitos próprios dos títulos de crédito e circulam com as garantias caracterizadoras desses papéis. Exemplos de títulos de crédito impróprios são o cheque e duplicata (MAMEDE, 2008).

2.2.3 Políticas de crédito

Por políticas de crédito entendem-se as diretrizes adotadas pelas empresas para determinar os termos, a seleção, as alçadas e outros padrões a serem analisados e tomados em consideração no processo de concessão de crédito (GITMAN, 2001).

As empresas adotam uma política de crédito com o objetivo de efetuar a avaliação de seus clientes para que decida se haverá a liberação ou não do crédito solicitado (SANTOS, 1998).

“A política de crédito de uma empresa fornece os parâmetros que determinam se deve ser ou não concedido crédito a um cliente e, em caso afirmativo, qual o valor do limite de crédito a ser atribuído” (BRAGA, 1998, p. 116).

Na visão de Blatt (2000 p. 17) a principal função das políticas de crédito nas organizações é:

[...] provocar nos executivos e gerentes a reflexão e interpretação dos desafios e metas empresariais, de modo que possam ser conhecidos os limites do planejamento estratégico, e evidenciados os possíveis pontos críticos do processo decisório. Assim as políticas serão um verdadeiro guia para que os níveis operacionais tomem decisões certas e seguras, não desvirtuando as empresas dos seus objetivos, nem tão pouco de sua missão.

Entre as políticas de crédito, encontram-se as que são liberais ou as mais rigorosas ou conservadoras, dependendo das particularidades da empresa, bem como das características de seus serviços ou produtos (MAMEDE, 2008).

Contudo, a política de crédito deve buscar “[...] ser lúcida, flexível e pragmática, ou seja, realista em relação ao mercado, mutável ao longo do tempo e auxiliadora da concretização dos negócios”. (SCHRICKEL, 2000, p. 33).

2.2.4 Alçadas de crédito

As alçadas de crédito referem-se aos órgãos ou departamentos na empresa que são responsáveis pela decisão sobre a concessão ou não do crédito ou empréstimo solicitado.

Nas empresas, as alçadas de crédito podem se formar de diversas formas, segundo Assaf Neto e Silva (2002):

- **Alçada individual:** É desenvolvida por uma só pessoa em função de um cargo que desenvolve na empresa;
- **Alçada conjunta:** Nesse tipo de alçada, ocorre a decisão em conjunto por duas pessoas, que assinam de forma conjunta.
- **Alçada colegiada:** É a forma pela qual são designados os Comitês de Crédito, que geralmente são constituídos por profissionais que atuam na função de gerência. Nesse caso, a decisão pode ocorrer por maioria simples, por unanimidade ou por outro critério, conforme a política de crédito da organização.

O parecer que é emitido pelas alçadas competentes de crédito, por ocasião da proposta de crédito solicitado, deve ser executado de forma que deixe e objetiva os motivos pelos quais a decisão sobre o crédito foi atendida ou não.

2.2.5 Análise e concessão de crédito

Sabe-se que o crédito diz respeito a um elemento que se encontra presente em praticamente todas as empresas industriais, comerciais e de prestação de serviços, consistindo-se em um meio dessas alavancarem as suas vendas ou para suprir necessidades de caixa, bem como para a realização de aquisições ou ainda para o aumento da capacidade de produção (BERTOLDI, 2003).

Porém, Leoni e Leoni (1997, p. 54) afirmam:

Para a análise de crédito não existe um modelo definido e acabado, mas é um processo dinâmico e que requer contínuos aperfeiçoamentos para acompanhar as oscilações e inovações da economia, porém se ela não for feita com critérios bem definidos, certamente, será a causa de dificuldades financeiras e até falências de empresas quer pelo alto nível de inadimplências de clientes que possam ter recebido crédito além de sua capacidade, quer pela redução do faturamento caso os critérios de análise para concessão de crédito sejam muito rigorosos.

No entanto, a concessão de crédito oferece certa margem para risco, aumento da inadimplência, que podem acarretar perdas de capital e custos para a cobrança ou renegociação das dívidas. Buscando-se minimizar ou prevenir esses possíveis eventos, as empresas que concedem crédito, buscam alternativas que possam ser capazes de melhorar a sua capacidade de acerto por ocasião das decisões e da gestão dos riscos de crédito vinculados aos seus clientes, cuja principal função encontra-se na função de análise de crédito (DUTRA, 1998).

De forma geral, pode-se definir análise de crédito como o processo que busca englobar o maior número de informações e dados que estão disponíveis sobre um potencial tomador de crédito, com o objetivo de se tomar a decisão decidir a respeito de sua concessão ou não (ASSAF NETO; SILVA, 2002).

O principal objetivo da *análise de crédito* numa instituição financeira (como para qualquer prestador) é o de *identificar os riscos* nas situações de empréstimos, evidenciar conclusões quanto à capacidade de repagamento do tomador, e *fazer recomendações* relativas à melhor estruturação e tipo de empréstimo a conceder, à luz das necessidades financeiras solicitante, dos riscos identificados e mantendo, adicionalmente, sob perspectiva, a maximização dos resultados da instituição (SCHRICKEL, 2000, p. 26).

Nesse processo, a organização terá de responder “sim” ou “não” ao solicitante. Além disso, quando a decisão é positiva, também deve responder por quanto e qual será o limite de crédito. Dessa forma, subentende-se que a análise de crédito refere-se a uma resposta de cunho individual da empresa para cada um dos clientes (ASSAF NETO; SILVA, 2002).

A principal função da análise de crédito é realizar uma avaliação da capacidade de pagamento do potencial credor. O objetivo principal dessa função é evidenciar riscos decorrentes de operações creditícias, quando então se busca identificar a capacidade de pagamento das obrigações por parte de um cliente (SCHRICKEL, 2000).

Desse modo, para que haja a concessão de crédito, a empresa deve realizar todo um processo envolvendo decisões de cunho individual por parte do

analista de crédito, que deverá ter em mãos informações relevantes, seja de origens internas ou externas, capazes de influenciar essa decisão (SANTOS, 1998).

2.2.6 Critérios para a formalização do crédito

A análise de crédito considerada como eficiente deve envolver a habilidade de se tomar a decisão de se ceder o crédito dado a cenário de incertezas e, às vezes, informações incompletas (SCHRICKEL, 2000). Para tanto, algumas etapas nesse processo devem ser observadas:

- **Análise retrospectiva:** Nessa etapa, deve-se avaliar o histórico do desempenho do cliente demandante de crédito. O objetivo é identificar fatores de risco capazes de comprometer sua atividade, bem como a condição atual na qual se encontra o cliente que possam oferecer indícios de possíveis dificuldades para o regaste futuro do crédito cedido (SCHRICKEL, 2000).
- **Análise de tendências:** Nesse etapa, busca-se efetivar uma projeção favorável da condição financeira do cliente em termos futuros, associando uma ponderação da sua real capacidade para suportar um certo grau de endividamento (SCHRICKEL, 2000).
- **Capacidade creditícia:** Quando as etapas anteriores estiverem concluídas, deve-se proceder à conclusão no que se refere à capacidade de pagamento do cliente. Com isso, busca-se estruturar a proposta de crédito, mas também buscando a preservação da empresa frente a perdas eventuais. (SCHRICKEL, 2000).

Apesar de os objetivos serem os mesmos, pode-se encontrar algumas diferenças no que se refere ao processo de análise de crédito efetuada por empresas conforme o seu porte, segundo afirma Silva (1988 p 47-48):

- As empresas pequenas dificilmente concedem crédito, e quando o fazem, é com base na confiança de seu dono, que é o responsável pela concessão de crédito.
- Em uma empresa média, normalmente é utilizado uma ficha cadastral para cada cliente que precisa de crédito. Nessa ficha encontram-se informações básicas e referências comerciais e bancárias. Nesse caso surge o problema de que certamente o cliente indicará as fontes com as quais ele mantenha (ou manteve) bom relacionamento dificultando a veracidade da informação desejada. A solução utilizada é efetuar trocas de informações entre empresas do mesmo ramo. Normalmente a empresa média não possui nenhum convênio formal para troca de informações, tais como o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), Cadastro de Inadimplentes do Banco Central do Brasil (CADIN). etc, devido ao alto custo do serviço. O risco de ocorrer

créditos incobráveis, portanto, é alto.

- Já uma empresa grande trabalha com um gerente de crédito, que será a pessoa responsável pelo cumprimento da política de crédito definida pelos diretores. O trabalho de estudo também será baseado em fichas cadastrais, porém essas fichas serão mais completas, contendo, além das informações básicas, dados retirados do Balanço Patrimonial dos clientes e informações colhidas através de algum convênio de informações. Esse estudo será feito pelos analistas de crédito, que analisarão o risco e o volume de crédito que o cliente poderá assumir cabendo ao gerente de crédito aprovar ou não o estudo realizado, dentro da alçada que lhe é determinada.

Considerando esses aspectos, a decisão de ceder ou não o crédito encontra-se estritamente vinculada à qualidade e à análise das informações que foram obtidas, quando então ocorrerá a tomada de decisão. Em casos em que há negação do crédito, a empresa deverá tomar uma atitude honesta e objetiva, como forma de evitar títulos incobráveis e também eventuais futuros processos e ações de cobrança para reaver o crédito concedido (SCHRICKEL, 2000).

Dentro desse contexto, algumas fases devem ser seguidas durante o processo de analisar o crédito, que segundo Silva (1998, p. 181), devem ser:

- a) Coleta da documentação para análise.
- b) Conferência da documentação recebida.
- c) Preparação: leitura e padronização das demonstrações financeiras.
- d) Processamento: cálculo dos indicadores e obtenção de relatórios.
- e) Análise dos indicadores e relatórios.
- f) Conclusão: elaboração do parecer.

Sem dúvida, essa não é uma tarefa fácil ou simples, pois haverá, necessariamente, uma tomada de decisão, que geralmente é realizada dentro de um contexto relativamente incerto, em constante mudança, e com um volume de informações nem sempre suficientes em nível de seu detalhamento para a formalização do crédito (SCHRICKEL, 2000).

2.2.7 Monitoramento dos riscos de crédito

Qualquer que seja a atividade comercial que demande crédito, haverá sempre risco, não havendo empréstimo sem risco de crédito. No entanto, esse risco deve ser compatível ao negócio da empresa, que deverá trabalhar para que possa minimizá-lo (SCHRICKEL, 2000).

Por risco de crédito, entende-se a possibilidade de prejuízo financeiro em decorrência de uma obrigação não cumprida por parte do cliente. Isso porque, quando concede crédito a um cliente, a organização assume o risco de não receber o que foi cedido (SILVA, 1998).

Segundo Schrickel (2000, p. 35):

[...] risco significa incerteza, imponderável, imprevisível, e estes, a incerteza, a imponderabilidade e a imprevisibilidade situam-se, necessária e unicamente, no futuro. Assim, embora a análise de crédito deva lidar com eventos passados do tomador de empréstimo (a análise histórica), as decisões de crédito devem considerar primordialmente o futuro desse mesmo tomador.

Devido a isso, a avaliação do risco de crédito necessita ser realizada com muito critério e com qualidade, visando com que ocorra uma decisão negativa ou positiva por ocasião da venda (BLATT, 2000).

Na visão de Braga (1998, p 5), pode-se afirmar que três métodos podem colaborar para a avaliação dos riscos de crédito:

- **Métodos quantitativos:** são baseados em registros e cálculos, utilizando-se da estatística e da teoria das probabilidades (análise discriminante) para avaliação das empresas.
- **Simulações:** são previsões orçamentárias que analisam situações que provavelmente podem acontecer, verificando qual será seu resultado na capacidade de repagamento da empresa.
- **Experiência anterior:** definida como *feeling* (sentimento), a experiência é um poderoso instrumento, pois no processo de decisão de crédito as pessoas envolvidas necessitam ter uma visão de contabilidade, análise econômico-financeira e administração de empresas, além de manterem-se atualizadas quanto à situação macroeconômica nacional e internacional. É utilizada para completar os outros métodos, não devendo ser utilizada isoladamente para a decisão.

Para minimizar os riscos, portanto, torna-se essencial que, após analisar de forma minuciosa as informações dos tomadores de créditos, os analistas, depois da concessão do empréstimo, devem agir de forma contínua no que se refere ao monitoramento dos riscos ao crédito atrelados (SANTOS, 1998).

2.2.8 Limite de crédito

Buscando-se a diminuição dos riscos de inadimplência dos clientes, as empresas que lidam com crédito, necessitam estabelecer um valor máximo a ser vendido para cada cliente em particular (SCHRICKEL, 2000).

Conforme Douat (1995, p. 23) conceitua:

O limite de crédito é fixado para um determinado período, que normalmente varia de seis meses a um ano. Dentro do período de sua validade, opera-se de forma rotativa, isto é, pode ser feita nova operação à medida que uma anterior vença, e seja liquidada e desde que esteja enquadrada dentro do valor fixado, obedecendo às demais condições preestabelecidas quando do deferimento daquele limite.

O objetivo principal do estabelecimento do limite de crédito é buscar

estipular um valor que seja capaz de determinar o quanto se tornará possível emprestar ou vender a cada cliente. Para se estabelecer os limites de crédito, é necessário tomar por base critérios técnicos e um nível de ponderação sobre os valores que ele vem pagando de forma pontual (BLATT, 2000, p. 29).

Conforme Leoni (1998, p.119), o limite de crédito encontra-se “intrinsecamente relacionado com a capacidade da empresa para assumir mais esta responsabilidade. Compatibilizam-se os valores já devidos, de acordo com o nível de atendimento e porte da empresa”.

De forma geral, pode-se agrupar os parâmetros utilizados para o estabelecimento de limites de crédito em três grupos, segundo Douat (1995, p. 10):

- Quanto o cliente merece de crédito: é uma variável que pode assumir diversas grandezas, dependendo da qualidade do risco apresentado e do porte do cliente, sendo também chamado de parâmetro técnico;
- Quanto se pode oferecer de crédito ao cliente: é uma variável ligada à capacidade de quem vai conceder o crédito e está ligado a parâmetros legais; e
- Quanto se deve conceder de crédito ao cliente: é uma variável que decorre da política de crédito adotada pela empresa, com vistas na diversificação e pulverização da carteira de crédito.

O limite de crédito é dependente de cada cliente de modo específico. Quanto maior for a sua capacidade de pagamento observada, a tendência é a de que maior também será o valor do limite de crédito estipulado (SCHRICKEL, 2000).

Assim, a todos os clientes deve ser atribuído um limite de crédito que seja estabelecido previamente. Uma vez estabelecidos, tais limites não poderão ser desrespeitados (SILVA, 1998).

2.2.9 Cadastro de crédito

O cadastro de crédito pode ser considerado como “a base de exame e indicação do caráter do tomador” (SANTI FILHO, 1997, p. 15).

É uma ferramenta na qual constam diversas informações a respeito dos clientes demandantes de crédito, bem como possíveis fatores capazes de vir a afetá-la (SILVA, 1998).

O cadastro de crédito, portanto, “trata-se de coletânea de dados sobre pessoas físicas e jurídicas, ordenados de maneira que possam ser acessados via arquivo físico, fitas magnéticas, microfilmagens para diferentes objetivos” (LEONI, 1998, p. 21).

2.2.10 Renegociação de débitos

O setor responsável pela renegociação de débitos nas empresas é o departamento de contas a receber. Esta área é a responsável, além da cobrança de valores decorrentes da venda de produtos e/ou serviços, por atividade de planejamento, organização, orientação e controle de todas as ações que envolvem o processo de registro e controle dos valores a vencer ou vencidos e, ainda, pelos inadimplentes. Este departamento tem por função essencial, a realização do controle de recibos, duplicata entre outros documentos que servem como método de cobrança (BLATT, 2000).

Na verdade, “toda carteira de crédito bem administrada deve ter o suporte de uma política de cobrança que incorpore os procedimentos tradicionais utilizados para a recuperação do empréstimo” (SANTOS, 1998, p. 147).

Nos casos de renegociação, determinadas atitudes devem, inicialmente, serem adotadas, tais como a busca das informações necessárias e importantes para se conhecer o motivo que originou a inadimplência, propor ao cliente formas para a quitação do débito, demonstrando as vantagens que os clientes terão ao sanar a dívida. Tudo isso mediante uma atitude firme, mas de colaboração (SCHRICKEL, 2000).

Em muitos casos, “[...] a agressividade ou impertinência excessiva da cobrança pode até prejudicar as vendas em geral, pois a cobrança é vista como parte do conjunto de concessão de crédito e da política de vendas da empresa” (SANVICENTE, 2007, p. 159).

Uma das primeiras ações no processo de renegociação é a expedição de cartas, que pode ser utilizada nos casos em que o prazo de pagamento do cliente terminou e ele ainda não realizou o pagamento referente ao crédito concedido. Se a dívida não for saldada dentro de certo período estipulado pela empresa, após o envio da primeira carta, uma segunda correspondência mais exigente pode ser enviada (SANVICENTE, 2007).

A cobrança por meio de telefone é outro eficiente meio de ação, pois permite um imediato contato com o devedor, o que permite ao responsável pela liquidação do débito se identificar, além de poder acelerar o processo de recebimento e permite de forma mais acurada o conhecimento do motivo que gerou a inadimplência (BLATT, 2000).

As visitas pessoais também podem ser uma técnica empregada por ocasião de renegociação de débitos, pela qual a empresa envia um profissional responsável para buscar o pagamento ou realizar um acordo frente a um crédito inadimplente (BLATT, 2000).

O último modelo para receber uma conta ou proceder uma renegociação é a ação legal, sendo esse um passo mais rigoroso no processo de cobrança. Ela é uma alternativa para o uso da agência de cobrança (BLATT, 2000).

De qualquer forma, qualquer meio utilizado para a cobrança de quaisquer montantes vencidos, deve-se sempre manter a ética, respeitando o cliente (SANVICENTE, 2007).

2.2.11 Garantias reais de crédito

A garantia enquanto ferramenta comercial e como oferta do devedor é um evento que o homem conhece desde os primórdios da humanidade, quando então o devedor oferecia o seu próprio corpo como segurança ao credor, frente a possibilidade de se tornar inadimplente e de não cumprir a obrigação. Nesses casos, o devedor também poderia sofrer pena privativa de liberdade, ser preso, e inclusive morto (DINIZ, 2008).

Nos tempos atuais, entende-se por direito real de garantia, a ação de o devedor separar de seu patrimônio um determinado bem e vincular este ao cumprimento de uma obrigação pecuniária junto ao seu credor (RODRIGUES, 2003).

De acordo com Diniz (2008, p. 472):

A garantia de direito real coloca o credor a salvo da insolvência do devedor, com sua outorga, o bem dado em garantia sujeitar-se-á, por vínculo real, ao adimplemento da obrigação contraída pelo devedor. Assim, havendo inadimplemento, a coisa dada em garantia é oferecida à penhora e o produto por ela alcançado em praças será destinado, de preferência, ao pagamento da obrigação garantida; logo pagar-se-ão primeiramente os credores hipotecários ou pignoratícios, os demais só terão direito ao que sobrar.

Com base nisso, pode-se entender que as garantias reais de crédito destinam-se a oferecer ao credor uma maior segurança jurídica, buscando proporcionar uma maior possibilidade de recuperar o crédito concedido ao proporciona maior probabilidade na recuperação do seu crédito, pois o bem oferecido em garantia, será penhorado e vendido judicialmente visando o respectivo

pagamento do débito (MATHIAS, 2005).

Porém, nos contratos de garantia real é vedado ao credor que esse tenha a liberdade de tomar para si o bem que foi dado em garantia. Essa proibição é justificada para não haver a possibilidade de o devedor ficar submetido à vontade do credor, que eventualmente poderia aproveitar-se das dificuldades financeiras manifestadas pelo devedor para ficar com o bem e repassá-lo a terceiro, quando então poderia alcançar valor superior a dívida em aberto, sem que o saldo remanescente chegasse em posse do devedor (DINIZ, 2008).

Dentro deste contexto, existem as seguintes modalidades de garantias reais de crédito, além da alienação fiduciária: penhor, anticrese, segundo consta do art. 1.419 do código Civil brasileiro: “Art. 1.419. Nas dívidas garantidas por penhor, anticrese ou hipoteca, o bem dado em garantia fica sujeito, por vínculo real, ao cumprimento da obrigação. (BRASIL, 2002).

2.2.11.1 Penhor

Denomina-se penhor o direito real de garantia, pelo qual o devedor oferece um bem determinado como forma de garantir o pagamento de uma obrigação sua. Essa modalidade de garantia tem como especificidade a coisa que é oferecida, podendo ser móvel ou mobilizável, e suscetível de alienação.

Sobre essa modalidade de garantia, explica Mathias (2005, p. 182):

É direito real de garantia que vincula uma coisa móvel ou mobilizável, corpórea ou incorpórea ao pagamento de uma dívida. Podem, assim, ser objeto de penhor: móveis, como jóias, veículos, animais etc., e bens que o legislador considera imóveis, mas que podem ser mobilizados. Nessa situação estão as colheitas pendentes, das quais se extrairão os frutos para efeito de pagamento da dívida. Como os frutos estão unidos à árvore, que é bem imóvel porque incorporada ao solo, o são também os frutos ligados a ela. Destacados ou separados da árvore passam a ser considerados bem móveis, dizendo-se assim que, nessa hipótese, recai o penhor sobre bens mobilizáveis. Exemplo de coisa incorpórea, que pode se sujeitar ao penhor, é o penhor de crédito.

A finalidade dessa forma de garantia é fazer com que a obrigação principal seja cumprida. (DINIZ, 2008).

2.2.11.2 Hipoteca

Hipoteca pode ser entendida como um direito real de garantia que considera bens móveis e imóveis, tais como aviões, navios entre outros, que são

pertencentes ao devedor ou a terceiro que disponibilize esse para garantia do cumprimento da obrigação (DINIZ, 2008).

Nos casos de hipoteca, de modo diferente do que ocorre com o penhor e com a anticrese, o bem continua na posse do devedor ou do terceiro, não ocorrendo transmissão da propriedade. Assim, o que ocorre é o registro da hipoteca no cartório de registro de imóveis, averbando-se na matrícula o ônus hipotecário. Dessa forma, poderá o credor, no caso de não receber o pagamento da dívida, executar esse bem que foi hipotecado, podendo aliená-lo judicialmente, e para cobrar a totalidade da dívida, terá prioridade sobre o produto na arrematação (MATHIAS, 2005).

2.2.11.3 Anticrese

Por anticrese, entende-se o direito real sobre um determinado imóvel alheio e frutífero, que, ao ser recebido pela posse, o credor pode perceber os frutos e considerá-lo no pagamento da obrigação inadimplente (DINIZ, 2008).

Sobre essa modalidade de garantia, Mathias (2005, p. 204) expõe:

A anticrese é direito real de garantia que recai sobre coisa alheia, por meio da qual o devedor ou alguém por ele transfere ao credor anticrético a posse de um bem imóvel, para que este possa perceber os frutos e os rendimentos que a coisa produz, imputando-os no pagamento da dívida. O bem oferecido em anticrese pode ser do devedor ou de terceiro que queira sujeitar o imóvel que lhe pertence ao cumprimento de uma obrigação alheia. O credor anticrético tem direito à posse, podendo usar e fruir do imóvel, nas condições livremente pactuadas para efeito de amortização da dívida sobre a qual recai a garantia.

A diferença entre anticrese em relação ao penhor e à hipoteca reside no ato de que pelo penhor, transfere-se a coisa ao credor que dela não pode se utilizar, enquanto que na hipoteca, a coisa dada em garantia continua em posse do devedor. Porém, na anticrese, o credor deve necessariamente assumir a posse do bem para receber seus frutos, como forma de receber juros ou amortizar a dívida. Em outras palavras, o credor anticrético recebe a posse de coisa imóvel que seja frutífera, ficando os seus frutos vinculados ao pagamento da obrigação dívida (DINIZ, 2008).

2.2.11.4 Alienação fiduciária

A alienação fiduciária é uma modalidade de direito real sobre coisas alheias, cujo objetivo é atender o critério de garantia relacionada a pagamento de obrigação (RODRIGUES, 2003).

Por essa modalidade, o devedor de uma obrigação principal, transfere ao seu credor a propriedade de um bem específico, como forma de garantir que irá honrar efetivamente a sua obrigação, quitando sua dívida. Contudo, a alienação fiduciária tem a condição expressa de que, após a quitação da obrigação, o devedor, fiduciante, terá agregado ao seu patrimônio de forma definitiva, a propriedade plena da coisa anteriormente alienada (DANTZGER, 2007).

Porém, qualquer que seja a forma de garantia, todas devem obedecer aos requisitos preconizados pelo art. 1.424 do Código Civil:

Art. 1.424. Os contratos de penhor, anticrese ou hipoteca declararão, sob pena de não terem eficácia:
I – o valor do crédito, sua estimação, ou valor máximo;
II – o prazo fixado para pagamento;
III – a taxa dos juros, se houver;
IV – o bem dado em garantia (BRASIL, 2002).

Essa é uma forma de se oferecer um crédito a uma determinada pessoa que não possui, na hora da transação, condições pecuniárias capazes de lhe garantir a aquisição de um determinado bem, mas que poderá possuí-lo dali a algum tempo estipulado (DANTZGER, 2007).

2.2.12 Garantias pessoais de crédito

No âmbito das garantias, existem também as chamadas garantias pessoais do crédito, que se referem àquelas que vinculam pessoas, ao invés de coisas. Em outras palavras, as garantias pessoais não vinculam bens mas o patrimônio do tomador de crédito, com base na data da operação creditícia, levando-se em conta que “entre o momento da consumação do crédito e a sua devida liquidação, poderão incidir fatores externos que podem comprometer esse tipo de garantia, como a incidência de ônus ou alienações sobre os ativos”. (SILVA, 2004, p. 30).

As garantias pessoais são divididas em duas modalidades: o aval e a fiança (SANTOS, 1998).

2.2.12.1 Aval

O aval é uma garantia de pagamento, que somente é encontrada em matéria de títulos de crédito, sendo prestada por meio de uma declaração de

vontade e unilateral, pela qual o avalista (um terceiro) assume, de forma solidária, a responsabilidade incondicional cambiária e autônoma, o cumprimento da obrigação que consta no título (SILVA, 2004).

Trata-se de uma garantia de pagamento que é confirmada por um terceiro, que se compromete a pagar a obrigação, no caso do devedor não honrar com o compromisso (DANTZGER, 2007).

O aval é prestado na forma de assinatura no corpo do título, quando então o avalista toma-se o responsável pela solvência do valor que encontra-se expresso no título da mesma maneira que o avalizado (SILVA, 2004).

Com a entrada em vigor do novo Código Civil, em 10 de janeiro de 2002, tornou-se necessária a outorga do cônjuge, que deve autorizar o aval, sob pena de anulação do ato (DANTZGER, 2007).

2.2.12.2 Fiança

De forma diferente do aval, que é prestado exclusivamente em título de crédito, a fiança refere-se a uma garantia prestada em contrato. A fiança é formalizada mediante a assinatura no corpo do instrumento contratual ou em documento em separado (SILVA, 2004).

A fiança pode ser entendida como uma garantia pessoal, pela qual uma pessoa terceira ao negócio, chamada de fiador, fica responsável pelo cumprimento do pagamento da obrigação tomada por quem contraiu o empréstimo (DINIZ, 2008).

Na garantia no caso de fiança, o fiador fica responsável pelo pagamento de todas as obrigações acessórias previstas no contrato, além das demais despesas inerentes ao mesmo. Em caso de inadimplência da obrigação contratual, o fiador, salvo estipulação em contrário, é beneficiado pela ordem da obrigação, ou seja, em primeiro lugar a obrigação deverá ser reclamada do devedor principal, e somente posteriormente ao fiador (DINIZ, 2008).

De forma semelhante ao aval, a fiança depende da outorga do cônjuge (DANTZGER, 2007).

2.3 OS 6 C'S DO CRÉDITO

No processo de concessão de crédito, é necessário que a empresa leve

em conta determinados critérios durante o processo dessa tomada de decisão. Para tanto, deve observar alguns fatores considerados como essenciais para esse objetivo. Tais fatores são conhecidos como os “C’s” do crédito, que auxiliam a mensurar a vontade, as condições, a capacidade e outros fatores relacionados ao tomador do crédito em pagar suas obrigações (SANTOS, 1998).

Os “C’s” do crédito são extratificados em aspectos pessoais (caráter e capacidade) e aspectos de ordem financeira (capital, condições, colateral e conglomerado) BLATT, 2000, p. 29).

Contudo, o profissional que atua como analista de crédito deve atribuir maior ênfase e atenção nos C’s de crédito referente ao caráter e à capacidade, pois estes fornecem uma noção mais apurada nos critérios de análise de crédito. Porém, os outro C’s são de extrema relevância para a tomada de decisão quanto a ceder ou não o crédito (GITMAN, 2001).

2.3.1 Caráter

O caráter é considerado como o C mais relevante entre os 6 C’s, pois é independente do valor que está sendo negociado. Pela análise do Caráter, o analista de crédito é capaz de determinar a intenção do tomador de crédito em saldar sua obrigação no prazo convencionado entre as partes (SANTOS, 1998).

De acordo com Gitman (2001, p. 62):

É o registro histórico do requerente em cumprir obrigações passadas, financeiras contratuais e morais. A história de pagamentos passados, assim como quaisquer processos legais em andamento ou já julgados contra o requerente serão usados.

O caráter pode ser avaliado por meio de ficha cadastral, informações comerciais, pontualidade nos pagamentos, antecedentes, informações de outros credores, compras anteriores, entre outros (SANTOS, 1998).

Além disso, é necessário o acesso a informações comportamentais do cedente, considerando-se, principalmente, atitudes passadas, do ponto de vista moral e ético. Para tanto, além das informações financeiras, é necessário realizar a análise relacionada a ações judiciais, onde o cedente pode figurar como parte. Essas informações podem ser levantadas no fórum, mediante certidões, ou também, em terminais de *sites* que informam sobre andamentos processuais (SILVA, 2004).

2.3.2 Capacidade

A capacidade, dentro dos 6 C's do crédito, diz respeito à avaliação do tomador no que se refere a sua habilidade de gerenciamento e conversão de seus negócios em receita ou renda. Em outras palavras, trata-se da real habilidade de efetuar os pagamentos, com base na possibilidade futura que o cliente terá para honrar suas obrigações (SANTOS, 1998).

É “a capacidade do requerente de ressarcir o crédito pedido. Análises de demonstrações financeiras, com particular ênfase na liquidez e no endividamento, são usadas para avaliar a capacidade do requerente” (GITMAN, 2001, p. 66).

Algumas medidas para se analisar capacidade podem ser a investigação, por parte da empresa cedente sobre a estrutura organizacional, que é um item capaz de revelar o grau de modernização de seus serviços e produtos e serviços. Também pode-se buscar avaliar o sistema de informações gerenciais utilizados pela empresa, que é uma das formas de manutenção da competitividade empresarial. O sistema de marketing e o grau de investimento em pesquisas de desenvolvimento de novos produtos e manutenção da lucratividade, são outros aspectos possíveis de serem observados, pois são fontes de ganho de mercado e, conseqüentemente, garantia de faturamento (SILVA, 2002).

2.3.3 Capital

O capital refere-se à mensuração da situação econômica, patrimonial e financeiro do cliente, devendo ser levado em consideração a composição quantitativa e qualitativa de seus recursos, observando ainda como estão sendo financiados e aplicados. Em outras palavras, o capital é representado pela situação financeira e econômica do cliente, referindo-se a todos os seus recursos e bens capazes de fazer com que a obrigação assumida possa ser quitada (SANTOS, 1998).

De acordo com Leoni e Leoni (1997, p. 85):

O capital refere-se aos fundos disponíveis para operar uma empresa. A esse respeito existem duas considerações fundamentais a fazer: o montante de capital patrimonial que os proprietários investiram na empresa e o grau de eficiência com que o total do capital é nela empregado. Geralmente, é um mal sinal quando a participação de capital dos proprietários é consideravelmente menor do que a participação de capital de credores. Existem exceções - a própria indústria bancária é uma delas.

O capital, portanto, pode ser entendido como “uma análise da dívida do requerente, relativamente a sua liquidez e as suas taxas de lucratividade, são frequentemente usadas para avaliar seu capital” (GITMAN, 2001, p. 66).

2.3.4 Condições

Por condições, entre os C's do crédito, pode-se entender o cenário, tanto micro, como macro, em que o cliente encontra-se inserido (SCHRICKEL, 2000).

De acordo com o exposto por Gitman (2001, p. 67), as condições refletem:

O cenário empresarial atual, assim como quaisquer circunstâncias específicas, afetando qualquer uma das partes com relação a transação de crédito. Por exemplo, se a empresa tem excesso de estoque dos itens que o requerente espera comprar a crédito, a empresa pode estar inclinada a vender em termos mais favoráveis ou para requerentes menos dignos de crédito. Condições econômicas e empresariais gerais, assim como circunstâncias especiais, são consideradas ao se avaliar as condições de crédito.

Para análise das condições, o analista de crédito deve observar fatores como a sazonalidade do produto com que o cliente atua, o ramo de sua atividade, o porte da empresa, região geográfica, a moda, entre outros (SCHRICKEL, 2000).

2.3.5 Colateral

O colateral trata-se de garantias adicionais ou complementares capazes de amparar a operação de crédito e favorecer ou não a decisão de ceder o crédito. Pode ser considerado como um suporte de segurança de que haverá o adimplimento das obrigações assumidas (BERNI, 1999).

Para Gitman (2001, p. 63):

Colateral (Garantia Real) é o montante de ativos que o requerente tem disponíveis para o uso em dar garantia ao crédito. Quanto maior o montante de ativos disponíveis, maior a chance que uma empresa tem de reaver seus recursos se o requerente faltar com sua obrigação. Uma análise de balanço e avaliações do valor dos ativos do requerente, assim como quaisquer demandas legais levantados contra os ativos do requerente, podem ser usados para avaliar sua garantia real.

O colateral, na verdade, somente se destina a atenuar possíveis impactos negativos relativos à capacidade, ao capital e às condições. Desse modo, nunca

deve ser utilizado para compensar elementos que caracterizam falta de caráter por parte do pretendente ao crédito (SANVICENTE, 2007).

2.3.6 Conglomerado

O conglomerado refere-se ao conjunto de empresas que são interligadas com a empresa que está solicitando o crédito ou com os controladores dessas (SANTOS, 1998).

De acordo com Leoni e Leoni (1997, p. 101):

A preocupação com o conglomerado como um todo é papel do analista no momento da investigação de todos os C's do crédito, pois se o grupo econômico é bem ou mal avaliado quanto aos itens caráter e capacidade, por exemplo, dificilmente uma das empresas desse grupo em particular será avaliada diferentemente.

No caso de um grupo ou conglomerado encontrar-se em dificuldades financeiras, poderá ter também dificuldades em honrar os compromissos assumidos, devido à insolvência, que invariavelmente, pode se alastrar para as outras organizações do conglomerado (SANTOS, 1998).

2.4 ANÁLISE E CONCESSÃO DE CRÉDITO EM EMPRESAS DE *FACTORING*

Nas empresas de fomento mercantil, o processo de crédito envolve, em quase todas as operações, a aquisição de direitos creditícios representados por títulos de crédito, tais como duplicatas mercantis e de serviços, e também cheques pós-datados, que, representam nada mais que uma promessa de pagamento, assemelhando-se a uma nota promissória, do que ao próprio cheque (SILVA, 2004)

Dessa forma, tendo em vista a característica contratual das operações de fomento empresarial, a cessão de crédito é a forma de transmissão onerosa, da propriedade dos direitos creditícios negociados, vendidos pelo cedente faturizado e adquiridos pelo faturizador (LEITE, 2005).

A cessão de crédito está regulamentada pelo Código Civil, em seus artigos 286 a 298, devendo também estar inserida no contrato de fomento empresarial, mediante o qual o faturizado-cedente transfere ao faturizador-cessionário todos os acessórios, como os juros e os direitos de garantia inerentes ao título de crédito (DONINI, 2004)

Na cessão de crédito, portanto, colhem-se fundamentos para justificar o

factoring, pois tal instituto corresponde à compra e venda de coisas imateriais, como de créditos, direitos e ações, e inclusive de coisas futuras. Em função disso, essa operação é caracterizada por muitos riscos (DONINI, 2004).

Com base nessas considerações, nos próximos tópicos são destacados alguns aspectos relacionados aos riscos associados à operação de *factoring*, procurando-se fundamentar a necessidade de uma análise criteriosa em termos de concessão de crédito.

2.4.1 Riscos de crédito no *factoring*

Nas empresas de *factoring*, o risco de crédito, teoricamente, deveria ser igual à média do risco dos cedentes, em relação aos créditos oriundos de sua atividade comercial. Porém, quando ocorre o saque e a circulação de títulos sem uma devida e criteriosa análise, o crédito pode perder o caráter de auto-liquidação, de liquidez, de cobrabilidade, o que será determinante para a qualidade dos ativos creditícios (DONINI, 2004)

Em função disso, basicamente, o risco de crédito em uma organização de fomento mercantil envolve duas variáveis determinantes, que classificam-se em variáveis internas e variáveis externas (SILVA, 2004)

As variáveis internas relacionam-se à gestão da empresa de *factoring*. Esta variável envolve: qualificação técnica dos profissionais, pulverização de riscos, controle de riscos, verificação adequada do lastro do crédito adquirido, acompanhamento estatístico do processo creditício, formalização adequada, normatização do crédito, precificação adequada das operações. No entanto, as variáveis internas são controláveis, dependendo somente da própria organização (SILVA, 2004).

As variáveis externas são decorrentes de eventos relacionados à inflação, recessão, cenário macroeconômico, cenário político e demora na recuperação de recebíveis. Essas variáveis são, em grande parte, incontroláveis (SILVA, 2004)

Para controlar as variáveis internas e externas atinentes ao risco de crédito na operação de *factoring*, Silva (2004, p. 23) recomenda:

As empresas de fomento devem direcionar seus esforços na resolução de problemas relativos a fatores internos, através do investimento na qualificação de seu quadro funcional, na implantação de normas de crédito, de modelos de acompanhamento estatístico do comportamento da carteira, de formalização, de acesso a informações privilegiadas de

acompanhamento de dados e na implantação de sistemas que melhorem os controles do processo creditício mantendo a atenção nos fatores externos.

Diante disso, pode-se diferenciar incerteza e risco. A incerteza é a decisão de crédito baseada na análise subjetiva de dados, aplicando-se a análise de informações subjetivas e a aplicação da intuição pessoal do analista. Essa análise subjetiva deve ser acessória, complementando a análise objetiva, mas nunca deve substituir a análise objetiva (LEITE, 2005).

Em outras palavras, o risco é a decisão de crédito, que deve basear-se em informações objetivas, dados estatísticos e comportamentais, confiáveis e aceitáveis, tendo em vista as fraudes e golpes aplicados a empresas desse segmento (DONINI, 2004).

2.4.2 Golpes e fraudes geralmente aplicados a empresas de *factoring*

Existe uma série de eventos aplicados a empresas de fomento mercantil, que são enganadas por cedentes “desonestos”, causando prejuízos muitas vezes irrecuperáveis (DONINI, 2004).

Isso porque, teoricamente, o risco de uma empresa deste segmento associa-se à média do inadimplemento de seus cedentes e a incidência de golpes desvirtua este cálculo, aumentando significativamente, os índices de perda. O problema é agravado, complementa o autor, pelo fato de que a cobrança de créditos decorrentes de transação lícitas e existentes é muito mais provável do que a de créditos simulados. A recuperação de recebíveis oriundos de fraude, é, de fato, muito mais problemática do que as de operações comerciais (SILVA, 2004).

Entre os principais destes eventos, pode-se citar:

- **Duplicata simulada:** Esta prática é considerada criminosa, de acordo com o artigo 172 do Código Civil e é, provavelmente, o principal golpe contra *factorings*, podendo ser a venda de duplicatas simuladas e sem lastro comercial. Nesta prática, o cedente saca títulos fraudulentos contra determinado sacado. Como a emissão de duplicatas é unilateral, este tipo de golpe é muito fácil de ser aplicado. Além disso, muitas vezes, o golpista conta com a colaboração de co-autores, que auxiliam na confirmação do crédito e no recebimento da notificação ao sacado e do boleto bancário, evitando sua devolução (SILVA, 2004).
- **Cheque simulado:** Esta prática enquadra-se como crime, de acordo

com os artigos 298, 299 e 304 do Código Penal. Ocorre quando o cedente arrecada cheques de terceiros, mediante empréstimo das folhas, vendendo-as às empresas de faturização. A verdade só se torna conhecida quando o cedente se torna insolvente, obstando a recompra do título. Ao tentar descontar o título, a *factoring* toma conhecimento da fraude. Porém, o portador de boa fé está protegido pelo direito cambiário, e neste caso, como a emissão contou com a participação do titular da conta, o crédito pode ser executado contra o emitente também, diferentemente da duplicata simulada(SILVA, 2004).

- **Notas fiscais adulteradas:** Este golpe compreende a adulteração, para maior, do valor das notas fiscais. Uma nota fiscal de \$1.000,00, por exemplo, pode ser adulterada para \$ 10.000,00 com a aposição de mais um zero. Como geralmente, este tipo de nota fiscal, vem do canhoto de recebimento devidamente carimbado pelo sacado, o operador de *factoring* pode negligenciar a checagem do título e ser vitimado no golpe. Portanto faz-se, sempre, necessária a checagem do valor de crédito junto ao sacado. Este tipo de fraude também pode ser enquadrada como crime, segundo os artigos 298, 299 e 304 do Código Penal (SILVA, 2004).

- **Falsificação de cadastro:** O cedente “desonesto” altera, omite ou insere informações e/ou documentos em seu cadastro, visando benefícios com a aprovação de suas solicitações de crédito. Verifica-se, então, imprescindível a checagem cadastral e documental dos cedentes. Neste caso, o golpista poderá ter responsabilidade criminalmente, levando em conta os artigos 298, 299 e 304 do Código Penal (SILVA, 2004).

- **Concordada fraudulenta:** Nas empresas de fomento mercantil este tipo de golpe é raro, mas geralmente vem precedido da emissão de créditos simulados, onde ao assumir a recompra através da novação de dívidas, o cedente busca obstar as implicações penais do ato. O empresário não cumpre a obrigação assumida na recompra e pede concordata. Entretanto, as faturizadoras que operam com “*Factoring Matéria-Prima*” devem estar atentas a este tipo de golpe, pois o cedente “desonesto” pode pedir concordata, após receber os recursos relativos a este tipo de operação.

- **Duplicatas com pedido, mas pendente de entrega:** Neste tipo de

golpe o cedente tenta aprovar a operação junto ao factor apresentando os pedidos de seus clientes, porém ainda pendentes da entrega. O cedente vende os títulos mas, não entrega as mercadorias (SILVA, 2004).

- **Negociação de cheque roubados:** Compreende a aquisição de cheques roubados, extraviados ou cancelados, seguido do preenchimento fraudulento, da oposição de assinatura falsa, e da venda para a empresa de fomento. Esta situação obsta a cobrança do titular da conta, restando o regresso ao cedente “desonesto”. Do ponto de vista criminal, o ato pode ser enquadrado no *caput* do artigo 171 (SILVA, 2004).

- **Apropriação indébita:** Neste tipo de golpe, o cedente, apesar de ter vendido o crédito para o faturizador recebe do sacado e não repassa ao *factor*. Ciente da cessão através da notificação, o sacado negligente das implicações legais de seu ato, pode ser constrangido a satisfazer o crédito, nos termos do Art. 304 e seguintes da lei 10.406, de 10 de janeiro de 2002. O cedente desonesto pode ser enquadrado no artigo 168 do Código Penal (SILVA, 2004).

- **Venda de créditos para mais de um cessionário:** Compreende a venda de duplicata de um mesmo crédito, para diversas empresas de *factoring* ou bancos. Este tipo de fraude, algumas vezes, pode ser evitado consultando uma central de risco, onde esta duplicidade poderá ser verificada. Na esfera civil o direito de regresso sobre o cedente é inquestionável, mas em alguns casos o sacado poderá ter problemas também, caso tenha sido omisso no momento da notificação da empresa de fomento. Na esfera criminal, o cedente poderá ser enquadrado no artigo 172 do Código Penal (SILVA, 2004).

- **Fraude no *factoring* matéria-prima:** compreende o desvio dos recursos fornecidos pela *factoring* ao cedente, para a aquisição de matéria prima. Este tipo de fraude é evitável, com o pagamento diretamente para o fornecedor, da matéria prima. Em caso de fraude, o cedente pode ser indiciado por apropriação indébita (SILVA, 2004).

- **Fraude no *factoring* maturity:** Neste tipo de fraude, o cedente simula créditos, premeditando sua não liquidação, objetivando o pagamento do crédito por parte da empresa de fomento. Esta fraude pode ser facilmente evitada, com a inclusão de cláusula contratual, que obste o pagamento de

cheques sustados ou cancelados, e com o condicionamento da comprovação da legalidade de venda do produto ou serviço, que originou determinada duplicata inadimplente. Ao se comprovar a fraude, o evento pode ser enquadrado no artigo 171 do Código Penal (SILVA, 2004).

- **Fraude na representação legal do cedente:** Compreende a apresentação a uma faturizadora, de um representante que não mais detém poderes para assinar pelo cedente. Neste caso é apresentado um contrato social antigo, onde figura a antiga administração, ou ainda, uma procuração revogada, anteriormente. Após o inadimplemento e ao tentar satisfazer seu crédito, o cedente busca o não pagamento, com base na ausência de poderes (SILVA, 2004).

- **Envio fictício de mercadorias:** Ocorre quando o cedente despacha através de uma transportadora idônea, caixas vazias ou preenchidas com algum material que simule o peso do produto constante na nota fiscal, em seguida saca a duplicata e vende ao factor, apresentando o conhecimento de transporte. A verdade só vem à tona, quando o sacado recebe a caixa com conteúdo adulterado e comunicado vício ao faturizador. Este tipo de golpe foi verificado também, com o envio fictício através dos correios (SILVA, 2004).

- **Fraude na checagem de duplicatas:** Compreende a confirmação fraudulenta da duplicata, através da utilização de uma série de meios. Existem casos onde o próprio sacado confirma a duplicata e até aceita a duplicata, em troca de algum favor do cedente. Em outros casos, são informados telefones e endereços fraudulentos, onde outro golpista, em conluio com o cedente, confirma quem recebe a duplicata. Às vezes este procedimento é feito via fax ou e-mail.

- **Promessa de envio posterior de duplicatas:** Este golpe envolve um cedente que solicita um crédito urgente ao factor, prometendo que enviará a duplicata no dia seguinte, justificando que ainda não faturou os pedidos, ou que ainda, não entregou as mercadorias. Recebe o dinheiro e não envia os títulos. Este tipo de golpe ocorreu com um factor que tinha uma relação antiga e de amizade com o cedente (SILVA, 2004).

- **Solicitação de pagamento a fornecedor:** Compreende o pedido do cedente para que o faturizador envie o pagamento pela compra dos

créditos, direto a um fornecedor. Após o envio o cedente alega que não recebeu os valores e entra judicialmente, cobrando a empresa de fomento. Na grande maioria desses golpes, desde que haja provas ou indícios de crime, podem caber implicações penais contra o cedente, co-autores e partícipes. Nessa posição é que mais do que um direito do factor, a notícia crime passa a ser uma obrigação, pois o golpista precisa ser coibido, a não aplicar novamente, o mesmo golpe, contra uma outra pessoa (SILVA, 2004).

- **Premeditação para devolução de mercadoria:** Neste tipo de fraude, o cedente envia para o sacado, propositadamente, mercadoria com vícios, para que a mesma seja devolvida, objetivando que, apesar do saque do título frio, não configurando o ilícito criminal, com a emissão de duplicata simulada (SILVA, 2004).

- **Fraude do desconto excessivo:** Compreende o fato do cedente propor ao sacado, um desconto bastante significativo para o pagamento antecipado da fatura. Geralmente, este tipo de golpe é aplicado, logo após a venda do crédito para a empresa de fomento, sendo que a notificação de compra de créditos enviada pela *factoring* sequer chegou ao sacado (SILVA, 2004).

- **Emissão de títulos contra representantes:** Este golpe compreende a emissão de cambiais com prazos longos contra distribuidores, franquias ou representantes comerciais, com a promessa do envio futuro da mercadoria. A mercadoria não é enviada e a duplicada, conseqüentemente, não é liquidada (SILVA, 2004).

Devido a isso, a análise de crédito é, sem dúvida, uma ferramenta, ou procedimento indispensável, quando se está disposto a ceder a alguém algum crédito, seja ele financeiro ou não (DONINI, 2004).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Devido ao fato de que a principal finalidade de uma pesquisa é identificar respostas para problemas previamente formulados, todo pesquisador deve fazer uso de métodos científicos. Os métodos científicos referem-se aos procedimentos realizados de maneira sistemática e formal por ocasião da realização de uma pesquisa (GIL, 1999).

De acordo com Oliveira (1999, p. 118):

Para aqueles que se submetem a pesquisar há a necessidade de utilizar de uma série de conhecimentos teóricos e práticos além da capacidade de manipular as técnicas, conhecer os métodos e outros tipos de procedimentos, com o objetivo de alcançar resultados para as questões e perguntas formuladas até a apresentação final do documento.

Com base nessas considerações, este capítulo apresenta os procedimentos metodológicos que foram utilizados para a realização da pesquisa.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Como forma de atender aos fins do estudo, esta pesquisa pode ser enquadrada como sendo bibliográfica e descritiva.

As pesquisas bibliográficas “são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximado, acerca de determinado fato” (GIL, 1999, p.45).

Na verdade, qualquer que seja a finalidade da pesquisa, bem como independente da área de pesquisa, todo estudo requer a realização de uma prévia pesquisa bibliográfica. O objetivo deste tipo de estudo é o de levantar os aspectos gerais referentes ao tema em estudo, fundamentando teoricamente o pesquisador (CERVO; BERVIAN, 2002).

Dentro deste contexto, pode-se apontar os objetivos da pesquisa bibliográfica:

[...] 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 os casos, busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existente sobre determinado assunto, tema ou problema (CERVO; BERVIAN, 2002).

No que diz respeito à pesquisa descritiva, esse tipo de estudo é empreendido buscando-se relacionar as questões acerca de um dado fenômeno

com a realidade que o cerca, do ponto de vista de suas particularidades, natureza e características (CERVO; BERVIAN, 2002).

Os estudos descritivos fornecem margem também à explicação das relações de causa e efeito dos fenômenos, ou seja, analisar o papel das variáveis que de certa maneira influenciam ou causam o aparecimento dos fenômenos (OLIVEIRA, 1999, p. 114).

Os estudos descritivos têm por objetivo “descobrir e observar fenômenos, procurando descrevê-los, classificá-los e interpretá-los” (RAUEN, 2002, p. 25).

Do ponto de vista dos meios de investigação, este estudo é enquadrado como um estudo de caso.

Conforme qualifica Gil (1999, p. 73):

O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir conhecimentos amplos e detalhados do mesmo, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados (GIL, 1999, p. 73).

É um estudo de caso porque seu foco de análise detém-se em um único ambiente, que é a empresa atuante no segmento de *factoring* de Urussanga, SC, que se propõe a identificar, na literatura, as etapas do processo decisório de crédito, conhecer as diversas modalidades de *factoring* praticadas no Brasil; relacionar os tipos de riscos que envolvem a concessão de crédito; identificar as características dos profissionais que atuam na concessão e análise de crédito da empresa; levantar a rotina, adotada pela empresa objeto de pesquisa, ao analisar e conceder crédito e apresentar à empresa objeto de pesquisa sugestões de melhorias baseadas na fundamentação teórica.

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA ALVO

A empresa localiza-se no Centro, do município de Urussanga-SC. Iniciou suas atividades em 1º de junho de 1999, através da iniciativa do proprietário, que, completado o tempo para sua aposentadoria no setor bancário, resolveu diversificar suas atividades profissionais, ingressando no segmento de *factoring*, aproveitando os sólidos conhecimentos na área financeiro-administrativa e bancária.

Atualmente, a empresa encontra-se consolidada em seu mercado de atuação, com uma carteira considerável de clientes, dos mais diversos ramos de atuação, como metalmeccânico, cerâmica, embalagens, entre outros. As operações geralmente são de curto prazo, desenvolvidas em parceria com a empresa cliente,

buscando diminuir a possibilidade de riscos, para a empresa.

A forma de atuação da atividade é conservadora, amparada pelas normas da ANFAC (Associação Nacional das Sociedades de Fomento Comercial) e do SINFAC (Sindicato das Sociedades de Fomento Mercantil).

É uma empresa familiar, de estrutura enxuta, cuja filosofia está centrada no atendimento de qualidade a seus clientes, pois considera que a permanência, no mercado, nesse ramo de atividade, é resultado dos diferenciais perante a concorrência, tendo em vista que as taxas praticadas não diferem significativamente. Devido a isso, a empresa preocupa-se com práticas que visem a manter e a captar mais clientes, diferenciando-se, principalmente, pelo atendimento.

3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

Este estudo foi desenvolvido por meio de dados primários, que dizem respeito a informações que são coletadas no próprio ambiente pesquisado e que ainda não receberam tratamento analítico (CERVO; BERVIAN, 2002). Essa forma de coleta de dados foi escolhida devido ao fato da própria característica da pesquisa, ou seja, um estudo de caso.

A realização da coleta dos dados primários ensejou a pesquisa de campo. “A pesquisa de campo consiste na busca de informações nos locais onde elas se encontram e conforme elas se encontram. Neste caso, campo quer dizer todo e qualquer ambiente alvo da pesquisa” (RAUEN, 2002, p. 25).

Na pesquisa de campo, por ocasião da coleta dos dados primários, foi utilizado um roteiro pré-estruturado, que pode ser chamado de questionário, que pode ser entendido da seguinte forma:

Uma técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas, etc (GIL, 1999, p. 124).

Para Oliveira (1999, p.165), o questionário “[...] deve incluir cada um dos pontos do levantamento e confirmar a existência do objeto de pesquisa, o fenômeno”.

O questionário foi aplicado aos dois profissionais que atuam na análise de crédito na organização e pode ser evidenciado no Apêndice A.

3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS

Após a coleta das informações, os dados foram analisados mediante a abordagem qualitativa.

Este tipo de pesquisa não tem por finalidade numerar ou mensurar variáveis, mas busca a descrição de um problema de forma descritiva, não envolvendo, portanto, tabulação de dados (OLIVEIRA, 1999).

3.5 SÍNTESE DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O quadro 2 representa a síntese dos procedimentos metodológicos utilizados no estudo.

Objetivos Específicos	Tipo de pesquisa	Meios de Investigação	Classificação Dos dados da Pesquisa	Técnica de coleta de dados	Procedimentos de coleta de dados	Técnica de Análise dos dados
Identificar, na literatura, as etapas do processo decisório de crédito	Pesquisa bibliográfica	Estudo de Caso	Primários	Pesquisa de Campo	---	Qualitativa
Conhecer as diversas modalidades de <i>factoring</i> praticadas no Brasil	Pesquisa bibliográfica	Estudo de Caso	Primários	Pesquisa de Campo	---	Qualitativa
Relacionar os tipos de riscos que envolvem a concessão de crédito	Pesquisa bibliográfica	Estudo de Caso	Primários	Pesquisa de Campo	---	Qualitativa
Identificar o perfil dos profissionais que atuam na concessão e análise de crédito da empresa	Pesquisa descritiva	Estudo de Caso	Primários	Pesquisa de Campo	Questionário	Qualitativa
Levantar a rotina, adotada pela empresa objeto de pesquisa, ao analisar e conceder crédito	Pesquisa descritiva	Estudo de Caso	Primários	Pesquisa de Campo	Questionário	Qualitativa
Apresentar à empresa objeto de pesquisa sugestões de melhorias baseadas na fundamentação teórica	Pesquisa descritiva	Estudo de Caso	Primários	Pesquisa de Campo	Questionário	Qualitativa

Quadro 2: Síntese dos procedimentos metodológicos.

Fonte: Elaborado pelo pesquisador.

4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS DA PESQUISA

Buscando-se verificar se o processo decisório de crédito adotado por uma empresa de *factoring*, localizada no município de Urussanga - SC, está de acordo com a boa técnica apregoada pela literatura pertinente ao assunto, realizou-se um estudo de caso, cujos resultados são apresentados a seguir, seguindo-se a ordem do roteiro estruturado utilizado para a coleta de dados.

4.1 CARACTERÍSTICAS DOS PROFISSIONAIS QUE ATUAM NO PROCESSO DECISÓRIO DE CRÉDITO NA EMPRESA

A empresa de fomento mercantil na qual o estudo foi realizado, conforme já relatado, foi fundada a partir da iniciativa de seu proprietário, que após se aposentar do setor bancário, resolveu ingressar no segmento de *factoring*, aproveitando os sólidos conhecimentos na área financeiro-administrativa e bancária.

Atualmente, a empresa conta, além do proprietário, de outro funcionário, que é seu filho, na condução do negócio. Ambos, são os profissionais que respondem pelo processo decisório de análise e concessão de crédito na empresa. Desse modo, a empresa conta com 02 (dois) profissionais nos processos que envolvem o crédito na organização, sendo: o proprietário que é o analista de crédito, enquanto o outro profissional responde pelo cargo de operador de crédito.

No que se refere ao grau de escolaridade desses profissionais, pôde-se verificar que o proprietário possui o primeiro grau como nível de instrução, enquanto o analista de crédito é Bacharel em Administração, formado no ano de 2005.

Relativamente a treinamento na área de crédito, ambos afirmaram que procuram constantemente participar de cursos de capacitação e atualização nessa área creditícia, sobretudo os relacionados à área de fomento comercial. Além disso, assinam revistas e periódicos relacionados ao segmento, procuram ler obras bibliográficas de autores que se dedicam ao tema, bem como sempre acessam os *web sites* de instituições de interesse ao fomento mercantil, como forma de manterem-se atualizados.

Quanto à experiência no setor, o proprietário relatou que, devido a sua atuação anterior no setor bancário, pode formar uma ampla bagagem relacionada a cenários financeiros e à análise e concessão de crédito. Assim, soma um total de 18

anos de atuação na área. Com relação ao analista de crédito, a experiência na área advém somente da atuação na empresa, não possuindo, portanto, experiência junto a outra organização, mas que já soma o total de 7 (sete) anos de experiência. Devido a isso, ambos consideram que se sentem preparados para desempenhar a função.

4.2 CARACTERÍSTICAS DO PROCESSO DECISÓRIO ADOTADO NA EMPRESA

A modalidade de *factoring* com a qual a empresa atua é a convencional *factoring*, que de acordo com Leite (2005), diz respeito à modalidade desse segmento mais praticada e conhecida no Brasil, sendo a empresa de *factoring* propriamente dita.

Analisando-se a política de crédito adotada na organização, verifica-se que apenas o proprietário possui alçada de crédito. Desse modo, a decisão de crédito na empresa é classificada como sendo da forma alçada individual, que, segundo Assaf Neto e Silva (2002), essa modalidade ocorre quando somente uma pessoa tem a função de decisão sobre o crédito.

A política de crédito na empresa é considerada por ambos profissionais como sendo rígida, com etapas bem definidas, sendo: a análise, a formalização, monitoramento do crédito, bem como as atividades relacionadas à cobrança.

De acordo com Gitman (2001), uma política de crédito geralmente envolve os seguintes passos:

- **Seleção ou análise de Crédito:** etapa que abrange as atividades de formalização de crédito e as decisões sobre a concessão de crédito aos clientes, bem como os seus limites em termos quantitativos. Nesta fase, busca-se analisar se o solicitante possui capacidade creditícia.

- **Monitoramento:** O monitoramento de crédito refere-se ao gerenciamento, preferencialmente diário, de informações que encontram-se disponibilizadas no sistema relativo ao controle de limites de crédito, com o objetivo de assegurar sua exatidão e integridade.

- **Política de Cobrança:** Engloba as ações utilizadas pela política de crédito no que diz respeito aos procedimentos que são utilizados pela empresa para que venha a cobrar de seus devedores os créditos insolventes.

A política de crédito em uma empresa de *factoring*, para Donini (2004),

assume uma importância vital, tendo em vista que nessas organizações, os recebíveis são os principais ativos, necessitando, portanto, de uma política rígida para o seu controle. Isso torna-se especialmente importante no caso da empresa em estudo, que atua somente com a modalidade de convencional *factoring*, cuja atuação básica, conforme Leite (2005), é a prestação de serviços de forma conjunta com a aquisição dos direitos creditícios provindos das vendas a prazo realizadas pela empresa-cliente.

Na empresa de *factoring* onde realizou-se o estudo, num primeiro momento, é realizado o cadastro da empresa-cliente, onde se coleta informações básicas, tais como razão social, nome fantasia, CNPJ, data da fundação, endereço, telefones, e-mails, ramo de atividade, nome e CPF dos sócios e de seus cônjuges, nome e CPF dos diretores ou gerentes. Na ficha cadastral, também colhe-se informações sobre referências comerciais, referências bancárias e de outras *factorings*, principais clientes e percentual de vendas, bens que integram o ativo da empresa, bens que integram o ativo dos sócios, cônjuges e garantidores e localização deste bens. A empresa também solicita o contrato social inicial e todas as alterações, ou certidão simplificada da Junta Comercial, especificando a composição acionária e os representantes legais. A empresa também busca verificar informações sobre o faturamento médio mensal.

Após o cadastro, é realizada consulta aos órgãos de proteção ao crédito, que aprova ou não, o crédito ao solicitante. Salienta-se que o prazo médio para a aprovação do crédito é de 3 dias.

A empresa exige garantia, sendo essa na forma de aval. Conforme Dantzger (2007), o aval trata-se de uma garantia de pagamento que é confirmada por um terceiro, que se compromete a pagar a obrigação, no caso do devedor não honrar com o compromisso (DANTZGER, 2007).

Além disso, a empresa pesquisa junto a banco de dados restritivos tanto do cedente como do sacado do título. De acordo com Leite (2005), a análise de crédito em uma organização que atua com fomento mercantil deve englobar também aspectos para se analisar os dados do sacado e não somente os do cedente. Essa prática, conforme o autor pode oferecer mais segurança quanto aos riscos associados à operação.

A empresa salientou que exige cópia da nota fiscal e canhoto de entrega de mercadorias e costuma confirmar a emissão das duplicatas e/ou cheques pós-

datados com os sacados e emitentes.

A política de crédito na empresa estabelece um limite de crédito para seus clientes, levando em consideração o tempo de constituição da empresa cedente como um dos critérios para o estabelecimento desse limite.

A empresa também procura realizar uma checagem criteriosa no preenchimento dos documentos. Também há a prática de visitas aos clientes com frequência e por ocasião de um cliente novo. A atualização dos dados cadastrais dos clientes é realizada pelo menos uma vez ao ano.

Outro procedimento adotado pela organização é a análise de balanços, balancetes e outras formas de demonstrações contábeis quando essas são apresentadas pelas empresas clientes. Os aspectos considerados como fatores determinantes para a realização dos negócios são as garantias e a tradição do cliente junto a organização.

Conforme se pode verificar, a empresa realiza sua análise e concessão de crédito utiliza-se de algumas variáveis dos 6 C's do Crédito. Conforme Blatt (2000, p. 29), os "C's" do crédito são extratificados em aspectos pessoais (caráter e capacidade) e aspectos de ordem financeira (capital, condições, colateral e conglomerado).

Ao se indagar qual o C dos 6 C's do crédito que a empresa considera como o mais importante, verificou-se que esse refere-se ao Caráter, considerado como sendo o que a organização mais leva em consideração quando formaliza suas ações de análise e concessão de crédito. Segundo Santos (1998), o caráter é considerado como o C mais relevante entre os 6 C's, pois é independente do valor que está sendo negociado. Pela análise do Caráter, o analista de crédito é capaz de determinar a intenção do tomador de crédito em saldar sua obrigação no prazo convencionado entre as partes. Ainda conforme Santos (1998), o caráter pode ser avaliado por meio de ficha cadastral, informações comerciais, pontualidade nos pagamentos, antecedentes, informações de outros credores, compras anteriores, entre outros.

Contudo, não há na organização a prática de comitê de crédito, com a decisão de crédito sendo apenas de alçada individual, conforme já relatado. Também não há manuais escritos das rotinas de análise e formalização de crédito que devem ser seguidas pelos profissionais responsáveis pelo crédito.

Além disso, também não há dossiê de cada cliente com toda

documentação exigida nesse processo. Em alguns casos, a empresa negocia com cedentes que possuem restrições de crédito.

A empresa já foi vítima das seguintes modalidades de fraudes ou golpe: duplicata simulada, notas fiscais adulteradas, duplicatas com pedido, mas pendente de entrega, envio fictício de mercadorias, fraude na checagem de duplicatas, emissão de títulos contra representantes. Porém, a empresa registrou que seu índice de inadimplência não pode ser considerado como significativo.

5 CONCLUSÃO

As empresas de *factoring* ou fomento mercantil passaram a assumir uma importância crescente e vital no mercado econômico-financeiro nacional, tendo em vista que, mediante a compra de títulos de outras organizações, os *factorings* têm se tornado responsáveis por fornecer provimentos financeiros para subsidiar o capital de giro de diversas outras organizações, sobretudo as de micro e pequeno porte. Muitas vezes, também, os *factorings* contribuem na administração dessas empresas clientes, mediante atividades das modalidades de fomento mercantil praticadas no Brasil.

No entanto, é uma atividade de elevado risco, tendo em vista que sua principal atividade é a compra de direitos creditícios, representados por títulos, tais como cheques pós-datados e duplicatas, que representam nada mais do que uma promessa de crédito. Além disso, este tipo de negócio também se sujeita a golpes e fraudes, que quando somados aos riscos relacionados ao inadimplimento da carteira de recebíveis, pode tornar a empresa sem condições de continuar operando

Dessa forma, a análise de crédito deve ser um processo criterioso nessas organizações, podendo ser considerada como de extrema relevância para a sua continuidade e sobrevivência.

Foi com base nessas considerações que este trabalho buscou verificar se o processo decisório de crédito adotado por uma empresa de *factoring*, localizada no município de Urussanga - SC, está de acordo com a boa técnica apregoada pela literatura pertinente ao assunto.

Os resultados do estudo de caso permitiram evidenciar que a análise de crédito na empresa é criteriosa, pois adota procedimentos e padrões que possibilitam que a mesma seja realizada levando-se em consideração uma ampla gama de informações pertinentes e relacionadas com diversas variáveis que podem impactar no negócio realizado. Contudo deixa a desejar em alguns aspectos. Desse modo, mesmo que os índices de inadimplência não sejam significativos, pode-se apresentar algumas propostas que podem ser incorporadas aos processos atuais adotados na empresa, para que essa possa atuar com menores riscos:

- Adoção de um processo de análise que leve em conta as diretrizes apresentadas pela metodologia dos 6 C's, incluindo-se, pelo menos, três atributos de cada uma das variáveis.

- Pulverizar a carteira de cedentes em 20% para cada setor.
- Estipular a cota de 10% para cada cedente.
 - Estipular o percentual de 2% de limite para um sacado na carteira de clientes.
- Ter extremo cuidado nas operações com novos cedentes, iniciando os negócios com operações de baixo valor, objetivando experimentar o comportamento desse cedente.
- Não adquirir mais do que 1/3 do faturamento de um cliente.
- Adotar o procedimento de exigir garantias reais, ou seja, incluir em seus contratos, a possibilidade de vincular um ativo tangível que assegure a liquidez de determinado crédito, pois atualmente, a empresa adota somente garantia pessoal (fiança).
- Disponibilizar mais serviços, ou seja, não apenas a compra de créditos (convencional *factoring*), tendo em vista as outras atividades que as *factorings* podem oferecer, como antecipação de recursos não financeiros, mais conhecida como matéria-prima; prestação de serviços convencionais e prestação de serviços diferenciados.
- Especificar no contrato a responsabilidade do cedente quanto ao regresso (recompra).
- Notificar os sacados de duplicatas quanto à cessão efetuada.
- Buscar conhecer o cliente para orientar o relacionamento, bem como para proteger contra golpes, fraudes e cedentes que apresentam mais chances de se tornarem insolventes.
- Analisar sua carteira de ativos, atualizando o cadastro semestralmente. Isso deve também ser feito com os clientes aos quais a empresa já possui um relacionamento de longo prazo, a fim de evitar possíveis problemas.
- Formalizar as normas de crédito, mediante documentos internos na forma de manual de procedimentos e normas para a análise e concessão de crédito.

Pelo exposto, acredita-se que o estudo cumpriu os objetivos pretendidos e respondeu à questão norteadora. Com base nisso, finaliza-se este trabalho reiterando que a análise de crédito é a forma mais segura para garantir a permanência de empresa no mercado frente a uma probabilidade de perda em determinada concessão de crédito ou à alta exposição a riscos que caracterizam

esse setor.

Por isso, é fundamental para as empresas que atuam nesse segmento, identificarem com maior grau possível de precisão, os riscos provenientes de suas operações, além de se cercarem de todas as garantias que possam lhe subsidiar o retorno do crédito concedido.

REFERÊNCIAS

- ANFAC – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS SOCIEDADES DE FOMENTO MERCANTIL – FACTORING. **Os números do factoring no Brasil**. 2010. Disponível em: <http://www.anfac.com.br/v3/>. Acesso em 12 ago. 2011.
- ASSAF NETO, Alexandre; SILVA, César Augusto Tibúrcio. **Administração do Capital de Giro**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- BERTOLDI, Marcelo M. **Curso avançado de direito comercial: títulos de crédito, falência e concordata, contratos mercantins**. Em co-autoria Márcia Carla Pereira Ribeiro. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2003. v. 2.
- BERNI, Mauro Tadeu. **Operação e concessão de crédito: os parâmetros para a decisão de credito**. São Paulo: Atlas, 1999.
- BLATT, Adriano. **Dicas para analisar e conceder crédito**. 3.ed. São Paulo: STS, 2000.
- BRAGA, Roberto. **Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira**. São Paulo : Atlas, 1998.
- BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Código Civil**. São Paulo: Saraiva, 2002.
- CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A. **Metodologia Científica**. 5 ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- DANTZGER, Afrânio Carlos Camargo. **Alienação Fiduciária de Bens Imóveis**. 2. ed. São Paulo: Método, 2007.
- DINIZ, Maria Helena. **Curso de direito civil brasileiro**. 22. ed. São Paulo: Saraiva, 2008.
- DONINI, Antonio Carlos. **Factoring de acordo com o novo código civil**. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2002.
- _____. **Factoring Passo a Passo**. 2. ed. São Paulo: Klarear, 2004.
- DOUAT, João Carlos. **Desenvolvimento de modelo de administração de carteira de empréstimos comerciais, com base na teoria de diversificação de riscos**. São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 1995.
- DUTRA, Philippe. **A nova fonte de referência para o controle do risco de mercado**. São Paulo: BM&F, 1998.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios da administração financeira**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

LEITE, Luiz Lemos. **Factoring no Brasil**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

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

MAMEDE, Gladston. **Direito empresarial brasileiro: títulos de crédito**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

MARKUSONS, Luiz Alexandre. **Factoring: Teoria, prática, legislação**. 2. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1997.

MATHIAS, Maria Ligia Coelho. **Direito civil: direitos reais**. São Paulo: Atlas, 2005.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. São Paulo: Pioneira, 1999

RAUEN, Fábio José. **Elementos de iniciação à pesquisa**. 2. ed. Rio do Sul: Nova Era, 2002.

RIZZARDO, Arnaldo. **Factoring**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

RODRIGUES, Silvio. **Direito civil**. 26. ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

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

SANTOS, Edno de Oliveira. **Administração financeira de pequena e média empresa**. São Paulo: Atlas, 1998.

SANVICENTE, Antonio Z. **Administração financeira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

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

SILVA, José Pereira. **Gestão e análise de crédito e risco**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2005.

SILVA, Rubens Filinto da. **A análise de crédito para empresas de factoring**. São Paulo: Hedge, 2004.

APÊNDICE

APÊNDICE A - ENTREVISTA ESTRUTURADA PARA O ESTUDO DE CASO NA EMPRESA DE FOMENTO COMERCIAL DE URUSSANGA - SC

Pesquisa orientada para identificar se há semelhança entre a prática e a teoria no funcionamento do processo decisório de crédito em uma empresa do setor de *factoring*, localizada no Município de Urussanga – SC., com o objetivo de subsidiar o trabalho de conclusão do Curso de graduação em Administração de Empresas, do aluno Cris Soratto de Brida, na Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

1 - Qual o número de funcionários que atuam no processo decisório de crédito da empresa?

- Um Dois
 Três Quatro
 Acima de quatro

2 - Qual o seu grau de escolaridade?

- Primeiro grau Segundo grau
 Superior incompleto Superior completo
 Pós-graduado Mestrado
 Doutorado

3 - Já recebeu treinamento na área de crédito?

- Sim Não

4 - Como operador de crédito, você se sente preparado para desempenhar a função?

- Sim Não

5 - Você possui experiência em crédito adquirida em outra instituição?

- Sim Não

6 - Somando-se o tempo em que atua na área de crédito da empresa ao de outras instituições, qual é a sua experiência no setor?

- Entre 0 e 2 anos Entre 3 e 5 anos
 Entre 6 e 8 anos Entre 9 e 11 anos
 Entre 12 e 14 anos Entre 15 e 17
 Mais de 18 anos

7 - Qual a principal modalidade de *factoring* que a empresa atua?

- Convencional *factoring*

- Maturity Factoring*
- Trustee factoring*
- Importação-Exportação
- Factoring* matéria prima

8 – A empresa possui alçada de crédito individual?

- Sim Não

9 - Você considera a política de crédito da empresa:

- Rígida Flexível

10 - A empresa pratica o comitê de crédito?

- Sim Não

11 - A empresa possui um manual escrito das rotinas de análise e formalização de crédito a serem implementadas pela área e pelos operadores a cada negócio?

- Sim Não

12 - A empresa mantém dossiê de cada cliente com toda a documentação exigida pela atividade, bem como cadastro atualizado?

- Sim Não

13 - Dos C's do crédito, qual você considera o mais importante?

- Caráter
- Capital
- Capacidade
- Condições
- Colaterais
- Conglomerado

14 - A empresa realiza pesquisa a banco de dados restritivos do cedente e do sacado?

- Sim Não

15 - Atuando na compra do contas a receber dos clientes, a empresa exige cópia da nota fiscal e canhoto da entrega da mercadoria?

- Sim Não

16 - A área de crédito da empresa costuma confirmar a emissão das duplicatas/cheques pós-datados com os sacados e emitentes?

- Sim Não

17- A política de crédito da empresa estabelece um limite para concentração de risco por cedente e por sacado?

- Sim Não

18 - A empresa estabelece limites de crédito para seus clientes?

- Sim Não

19 - Se a resposta foi sim para a pergunta acima, leva em conta o tempo de constituição da empresa cedente ao se estabelecer o limite de crédito?

Sim

Não

20 - Com que frequência a empresa faz a atualização cadastral dos clientes?

a cada 90 dias

semestralmente

anualmente

a cada negócio realizado

Outros, quais

21 - Na formalização dos negócios a empresa adota algum procedimento de checagem da qualidade no preenchimento dos documentos?

Sim

Não

22 - Qual dos aspectos você considera determinante para realizar o negócio:

As garantias

O patrimônio da empresa/sócios

A capacidade de recompra do cedente

A tradição como cliente

A qualidade do sacado.

O faturamento médio mensal

23 - A empresa costuma pesquisar as fontes de referência comerciais e bancárias?

Sim

Não

24 - Os operadores de crédito visitam as empresas clientes com certa frequência?

Sim

Não

25 - A empresa negocia com cedentes que possuem restrições de crédito?

Sim

Não

26 - Para as empresas que elaboram balanços e balancetes é realizada a análise das demonstrações contábeis e dos índices financeiros ?

Sim

Não

27 - A empresa possui etapas bem definidas, no processo decisório de crédito, tais como: Análise de crédito, formalização, monitoramento e cobrança?

Sim

Não

28 - Diante dos diversos riscos que a atividade está exposta, a empresa já foi vítima de alguma fraude ou golpe? Em caso positivo, cite qual(is):

Duplicata simulada

Cheque simulado

Notas fiscais adulteradas

Falsificação de cadastro

Concordada fraudulenta

Duplicatas com pedido, mas pendente de entrega

Negociação de cheque roubados

Apropriação indébita

Venda de créditos para mais de um cessionário

- () Fraude no *factoring* matéria-prima
- () Fraude no *factoring*
- () Fraude na representação legal do cedente
- () Envio fictício de mercadorias
- () Fraude na checagem de duplicatas
- () Promessa de envio posterior de duplicatas
- () Solicitação de pagamento a fornecedor
- () Premeditação para devolução de mercadoria
- () Fraude do desconto excessivo
- () Emissão de títulos contra representantes