

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM
ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

SIMONE CARDOSO DA LUZ CORRÊA

**PROPOSTA DE UM MODELO DE ANÁLISE DE CRÉDITO PARA A
REDUÇÃO DA INADIMPLÊNCIA EM UMA EMPRESA DO SETOR DE
COMÉRCIO DE PEÇAS PARA MÁQUINAS PESADAS LOCALIZADA
NA CIDADE DE CRICIÚMA – SC**

CRICIÚMA, DEZEMBRO DE 2011

SIMONE CARDOSO DA LUZ CORRÊA

**PROPOSTA DE UM MODELO DE ANÁLISE DE CRÉDITO PARA A
REDUÇÃO DA INADIMPLÊNCIA EM UMA EMPRESA DO SETOR DE
COMÉRCIO DE PEÇAS PARA MÁQUINAS PESADAS LOCALIZADA
NA CIDADE DE CRICIÚMA – 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. Dr. Abel Corrêa de Souza

CRICIÚMA, DEZEMBRO DE 2011

SIMONE CARDOSO DA LUZ CORRÊA

**PROPOSTA DE UM MODELO DE ANÁLISE DE CRÉDITO PARA A
REDUÇÃO DA INADIMPLÊNCIA EM UMA EMPRESA DO SETOR DE
COMÉRCIO DE PEÇAS PARA MÁQUINAS PESADAS LOCALIZADA
NA CIDADE DE CRICIÚMA – 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. Dr. Abel Corrêa de Souza

Criciúma, 01 de Dezembro de 2011

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Abel Corrêa de Souza

Marcelo Milioli Bristot

Maria Helena Souza dos Santos

DEDICATÓRIA

Aos meus Pais Laureci e Solange que sempre estiveram comigo nessa caminhada, ao meu esposo Fernando por sempre estar ao meu lado me apoiando e entendendo meus momentos de ausência e as minhas irmãs Edna e Ana Paula por sempre torcerem por mim.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus que me deu a vida e saúde para que esse sonho pudesse se tornar realidade.

Aos meus Pais Laureci e Solange que não mediram esforços para que chegasse ao final dessa caminhada.

Ao meu esposo Fernando que sempre esteve ao meu lado me apoiando e incentivando para que nunca desistisse.

As minhas irmãs Edna e Ana Paula que de alguma forma sempre torceram e acreditaram em mim.

Ao meu professor e orientador Abel que me auxiliou desde o começo.

Ao Gerente/ Proprietário da empresa e grande amigo Rafael que me recebeu com carinho e autorizou que eu realizasse esse trabalho.

As minhas amigas de trabalho Valéria e Jaqueline que sempre me deram força e palavras de conforto.

Amigas e Amigos adquiridos na faculdade em especial Fábio, Renata e Suzane que levarei para sempre.

As minhas Cunhadas e Cunhados e a todos que de alguma forma contribuíram para que alcançasse esse objetivo. Muito Obrigada!!

“Bom mesmo é ir a luta com determinação, abraçar a vida com paixão, perder com classe e vencer com ousadia, pois o triunfo pertence a quem se atreve... A Vida é muito para ser insignificante.”

Charles Chaplin

RESUMO

CORRÊA, Simone Cardoso da Luz. **Proposta de um Modelo de Análise de Crédito para a redução da inadimplência em uma empresa do setor de comércio de peças para Máquinas pesadas localizada na Cidade de Criciúma – SC.** 2011. 63p. Monografia do Curso de Administração de empresas, da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, Criciúma.

Foi por ter a necessidade de realizar um cadastro com mais segurança, que foi elaborado esse trabalho, pensando no problema que era os atrasos dos clientes nos pagamento de seus títulos dificultando assim o financeiro da empresa. Foi através do estudo bibliográfico que foi adquirido o conhecimento teórico do assunto para que conseguisse continuar o trabalho. Após o embasamento teórico que foi realizado com pesquisas a livros de autores renomados no assunto do trabalho em questão foi então realizado a pesquisa. A pesquisa, foi realizada através de coleta de dados, ou seja, foram coletados dados do sistema operacional da empresa, exportado para o excel, aonde foi calculado e encontrado os índices que fizeram com que o estudo fosse realizado. Índices esses que tornam-se de grande relevância no financeiro da empresa, pois a empresa acaba ficando o tempo do atraso do título sem receber esse dinheiro. Com esse resultado em mãos foi confirmado então que há atrasos nos pagamento por parte dos clientes e conhecido o mês que obteve o maior atraso. Após a descoberta desses índices foi elaborada uma ficha cadastral para realização do cadastro e um processo de como analisá-lo, o intuito dessa ficha cadastral e o processo de análise é da empresa ter um conhecimento maior do cliente que está liberando o crédito, conhecendo várias informações que possam dar mais segurança a pessoa que está liberando o cadastro.

Palavras Chave: Crédito. Análise de Crédito. Cobrança. Inadimplência.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Principais Funções Organizacionais	16
Quadro 01 – Funções da Administração Financeira	19
Figura 02: Processo de crédito	23
Figura 03 – C's do Crédito	31
Quadro 02 – Fatores Internos.....	37
Figura: 04 – Fatores Externos de risco	37
Quadro03: Plano de Coleta de Dados.....	42
Quadro 04: Síntese do delineamento da pesquisa.....	44
Quadro 05: Prazo de Pagamento	46
Quadro 06: Valor X Prazo	47
Quadro 07: Cálculo de dias em atraso	48
Quadro 08: Valor médio sem receber	49
Quadro 09: Valor reais títulos	50
Quadro 10: Média Ponderada títulos	51
Quadro 11: Resultado Final dos meses pesquisados.....	51
Quadro 12: Média ponderada dos meses pesquisados.....	52
Quadro 13: Ficha cadastral para pessoa física	53
Quadro 14: Ficha cadastral para pessoa jurídica.....	54

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 PROBLEMA	10
1.2 OBJETIVOS	11
1.2.1 Objetivo Geral	11
1.2.2 Objetivos Específicos	11
1.3 JUSTIFICATIVA	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
2.1 ADMINISTRAÇÃO: CONCEITO E EVOLUÇÃO	13
2.2 ÁREAS FUNCIONAIS DA ADMINISTRAÇÃO	15
2.3 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA	16
2.3.1 TESOURARIA E CONTROLADORIA	19
2.4 CADASTRO DE CLIENTES	21
2.5 CRÉDITO	22
2.5.1 POLÍTICAS DE CRÉDITO	24
2.5.2 ANÁLISE DE CRÉDITO	25
2.5.3 LIMITE DE CRÉDITO	27
2.6 COBRANÇA	28
2.7 OS CÍCLOS DOS CRÉDITOS	30
2.7.1 Caráter	32
2.7.2 Capacidade	32
2.7.3 Capital	33
2.7.4 Colateral	34
2.7.5 Condições	35
2.8 RISCO	36
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	39
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA	39

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA	41
3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS	41
3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS.....	42
3.5 SÍNTESE DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	43
4 EXPERIÊNCIA DA PESQUISA	45
4.1 PROPOSTAS E SUGESTÕES	52
5 CONCLUSÃO	56
REFERÊNCIA	58
ANEXO I.....	63

1 INTRODUÇÃO

No mercado de hoje os clientes procuram muito por crédito na hora da compra, porém a empresa nesse momento tem que estar preparada e treinada para liberar o crédito correto ao cliente.

A empresa em estudo é do ramo de comércio de peças para máquinas pesadas localizada em Criciúma, atende toda a região sul, sempre procurando novos clientes, por isso a necessidade de ter um setor treinado para a realização da análise de crédito, com isso então houve a necessidade da elaboração desse trabalho, com conhecimentos técnicos e práticos de como elaborar um cadastro.

De acordo com Gomes (2003) muitos pensam que o crédito deve ser concedido por intuição ou até mesmo por conhecimento a pessoa, e aí que as empresas acabam falindo por esse erro.

De acordo com Silva (2000) a análise de crédito tem que ser diferenciada para cada tipo de cliente e operação dependendo do valor a uma análise específica.

Conforme Lemes Junior; Rigo; Cherobim (2010) há um grande número de golpistas no mercado, formando uma quadrilha que aproveitam na ingenuidade ou despreparo das empresas para aplicar o golpe.

Por isso que na hora da realização de cadastro a empresa tem que estar preparada tanto profissionalmente como com ferramentas especializadas para a realização do cadastro.

No trabalho irão ser abordados teoricamente os assuntos abrangentes ao crédito e análise de crédito, após o conhecimento do assunto através da pesquisa bibliográfica, será realizada a coleta de dados e com os resultados obtidos e aprendizado adquirido conseguir resolver os objetivos específicos e verificar o que pode ser feito com o problema que são os índices de atrasos causando uma inadimplência em alguns meses.

1.1 PROBLEMA

A empresa em estudo trabalha no segmento de peças para máquinas pesadas e atende uma clientela por todo o estado de Santa Catarina.

A empresa conta com parcerias com seus fornecedores por todo o território Brasileiro, de onde vem suas peças que são comercializadas na região,

sempre mantendo um critério de qualidade para com seus clientes.

Tendo em vista o crescimento da empresa no mercado, e a busca de novos clientes para a empresa, tornou-se necessário uma análise de crédito mais rigorosa, ou seja, um cuidado maior na busca dos dados de clientes e a análise do mesmo.

Com esse mesmo crescimento houve o aparecimento de algumas inadimplências que se acredita ser um problema que afeta diretamente a direção e até mesmo o departamento financeiro que acabam sendo obrigados a criar novas estratégias para que o dinheiro circule na empresa. Esse estudo irá ser realizado com o intuito de a empresa ter segurança na hora da realização de uma análise de crédito, para que esteja liberando o cadastro corretamente e assim diminuindo o índice de inadimplência.

Com base nisso surge então à necessidade da pesquisa com a seguinte questão: **Qual a importância da Análise de Crédito na redução da inadimplência em uma empresa do setor de peças para máquinas pesadas localizada na Cidade de Criciúma – SC?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Propor um modelo de análise de crédito para a redução da inadimplência em uma empresa do setor de peças para máquinas pesadas localizada na Cidade de Criciúma – SC.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Identificar o índice de inadimplência dos clientes da empresa;
- b) Conhecer os períodos em que ocorrem os maiores índices de inadimplência;
- c) Descrever o processo de cadastro dos clientes atuais da empresa em estudo;
- d) Conhecer o processo de análise de crédito da empresa em estudo;
- e) Propor um procedimento de Análise de Crédito para redução da inadimplência de alguns clientes.

1.3 JUSTIFICATIVA

Este estudo tem como objetivo geral propor um modelo de análise de crédito baseado em critérios técnicos que possam contribuir para a diminuição da inadimplência na empresa em questão, esse critério baseia-se em estudar o histórico dos clientes para após a análise liberar o crédito ou não. O estudo será importante porque acredita-se que através da criação desse modelo poderá diminuir a inadimplência da empresa fazendo de alguma forma com que o dinheiro da empresa circule.

Este estudo será relevante para a empresa, universidade e acadêmica. Para a empresa porque é através desse estudo ela não vai ficar somente nas consultas ao sistema de crédito (SPC / SERASA) e sim conhecer melhor o perfil do cliente através de outras informações pessoais, podendo então tomar a decisão correta na hora de liberar esse cadastro. Para Universidade, porque terá em seu acervo um estudo de grande importância para os comerciantes, por ser um instrumento de ajuda. Para a acadêmica por adquirir ainda mais conhecimentos do assunto para realização do trabalho não ficando apenas na prática e com a realização do trabalho chegar à conclusão do curso superior.

Como se observou a necessidade de uma forma diferente e mais detalhada de análise de crédito na hora da abertura do cadastro acredita-se que esse estudo é oportuno para a empresa no momento por haver a necessidade do mesmo.

Por fim o estudo se torna viável porque a acadêmica tem acesso aos dados necessários para o desenvolvimento do trabalho, pelo o fato de trabalhar na empresa e diretamente no departamento em questão, e com a autorização do proprietário da empresa para a realização do estudo e coleta de dados.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo apresentam-se os principais temas do assunto em questão, usando como base livros de autores renomados que possam incrementar mais o estudo.

2.1 ADMINISTRAÇÃO: CONCEITO E EVOLUÇÃO

A Administração se resume em objetivos a serem alcançados através dos esforços de outras pessoas, e que tem suas principais funções planejar, organizar, dirigir, e controlar (SILVA 2008). “[...] Administração é um conjunto de atividades dirigidas á utilização eficiente e eficaz dos recursos, no sentido de alcançar um ou mais objetivos ou metas da organização. [...]” (SILVA, 2008, p.6).

A Administração conforme Stoner; Freeman (1994) tem várias definições, até por isso que não tem nenhuma que realmente definida o significado dela, dependendo dos ambientes das organizações acabam mudando a forma e significado da administração.

O administrador tem a função de tomar decisões sobre os objetivos e utilização dos recursos organizacionais (MAXIMIANO, 2004). “[...] O processo administrativo abrange quatro tipos principais de decisões, também chamadas processos ou funções: Planejamento, organização, execução e controle. [...]” (MAXIMIANO, 2004, p.26).

O Planejamento é usado para administrar o futuro, pode ser utilizado tanto por pessoas físicas como jurídicas. A função de organizar refere-se estruturar um ambiente que necessite de uma ordem, ou seja, organizar o ambiente em questão. A execução é colocar algo em prática, algo que possa ter um projeto mais ainda não havia sido exercido. Já o controle é estar no comando de algum projeto em execução. São com esses quatro processos que a empresa precisa para exercer todos os seus processos administrativos. (MAXIMIANO 2004).

De acordo com Robbins (2000) a Administração é composta pelas funções que são métodos que classificam a função dos gerentes que são quatro: Planejamento que é uma função gerencial que é utilizada para alcançar as metas da organização, Organização que é a função gerencial que determina as tarefas que tem que ser

executadas e quem deverá executá-las, Liderança toda organização que tem uma ou mais pessoas necessita de um líder para dirigi-las e motivá-las, havendo assim uma melhor comunicação entre todos, logo com isso haverá a necessidade do Controle com tudo em ordem como, metas traçadas, pessoas contratadas e treinadas podem mesmo assim ocorrer erros, para ter um monitoramento desse desempenho há a necessidade do gerente fazer um processo de monitorar, comparar e corrigir sendo assim a função controle.

Stoner; Freeman (1994, p.5) afirma que Administração é:

A Administração é o processo de planejar, organizar, liderar e controlar os esforços realizados pelos membros da organização e o uso de todos os outros recursos organizacionais para alcançar os objetivos estabelecidos.

A Administração existe desde os tempos antigos aonde os governantes bíblicos já administravam e gerenciavam seus fiéis, com títulos de líderes semelhantes às empresas que possuem um líder para administrar e gerenciar seus colaboradores (SILVA 2008).

A Administração tem pouco mais de 100 anos, porém comparando com o século XXI a forma que era utilizada é semelhante com as que são usadas nas organizações. Um bom exemplo é a construção das pirâmides no Egito já foi visto a importância de uma boa Administração para gerenciar as pessoas que estavam trabalhando na obra. Com isso pode ser observado que a Administração está cada vez crescendo, tendo em vista a evolução do século XX ao XXI (CHIAVENATO 2004).

A Administração já vem sendo praticada desde os primórdios da humanidade. O que é novo é a forma de utilização desse estudo. Há mais de dois mil anos já existia Administração de alguma forma, sempre utilizada da forma que o próprio tempo permitisse. Foi após a Revolução Industrial no final do século XVII, que as grandes empresas se tornaram numerosas, já existiam empresas antes, porém poucas que utilizassem a Administração em seu dia a dia (LACOMBE, HEILBORN, 2003).

Sendo assim, a teoria geral da Administração se resume em um conjunto de princípios e conhecimentos da área administrativa, nas atividades da administração que é planejamento, organização, direção e avaliação dos profissionais, proporcionando melhorias aos resultados obtidos (OLIVEIRA 2008).

2.2 ÁREAS FUNCIONAIS DA ADMINISTRAÇÃO

Para Administração de uma empresa há uma necessidade de utilizar os quatro processos administrativos que são: Planejamento, Organização, Direção e Controle, esses quatro processos são bem utilizados dentro das quatro áreas funcionais da Administração que são: Setor de Produção, Setor Pessoal, Setor de Marketing, Setor Financeiro. (CHIAVENATO 2004).

A Administração da Produção refere-se ao uso dos processos administrativos no setor de produção em uma organização. O Setor de Produção tem uma grande responsabilidade, a de produzir mercadorias ou produtos com a quantidade certa exigida pelo mercado dentro dos prazos estabelecidos pela área mercadológica (SILVA 2007). A Administração da produção é responsável pela etapa produtiva da empresa, ou a fabricação de um produto físico tangível (MOREIRA 1993).

A administração de pessoal é usada por todos os processos administrativos para um melhor desempenho humano em qualquer organização. O Setor pessoal está dividido em quatro tarefas, quais sejam: 1) recrutamento e seleção, 2) treinamento de pessoal, 3) cargos e salário, 4) assistência e benefícios. (SILVA 2007). O Setor Pessoal ou Recursos Humanos é um departamento que se encaixa em qualquer tamanho e segmento da empresa (CHIAVENATO 2003).

A administração mercadológica ou de marketing é o processo de planejar e executar funções que possam fazer a empresa se destacar no mercado comparado a concorrência. O setor de marketing está dividido em três áreas: 1) pesquisa de mercado, 2) planejamento do produto e 3) vendas e distribuição (SILVA 2007). O Marketing pode ser desenvolvido dentro da empresa com um departamento de marketing que usa estratégias para se destacar através de preços, planejamentos entre outros (HOOLEY; SAUNDERS; PIERCY 2005).

Como os outros setores, o Setor Financeiro também é importante e essencial dentro da empresa. Cuida de toda a parte de pagamentos e recebimentos da empresa (SILVA 2007). O Setor financeiro tem a responsabilidade de maximizar riquezas, como cobranças dos recebíveis, para assim cumprir as obrigações de pagamentos da empresa. Tem as funções de planejar, controlar os orçamentos para projetar o dinheiro corretamente (LEMES JUNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2005). O Setor financeiro depende muito do tamanho da empresa. Tem pequenas empresas que quem

cuida dessa área é a contabilidade juntamente com o proprietário, já em empresas maiores há um setor só para cuidar das finanças da empresa, com profissionais qualificados. Esse setor fica responsável por toda área financeira da empresa pelos financiamentos de longo e curto prazo, crédito e caixa, contas a receber e pagar (SILVA 2007).

Já Maximiano (2004) destaca que as funções organizacionais são tarefas especializadas que cada pessoa tem a sua e que em quase todas as organizações são iguais. Além das funções de Marketing, Produção (operações), Finanças e Recursos Humanos, Maximiano (2004) destaca de Pesquisa e desenvolvimento que vai demonstrado no quadro abaixo.

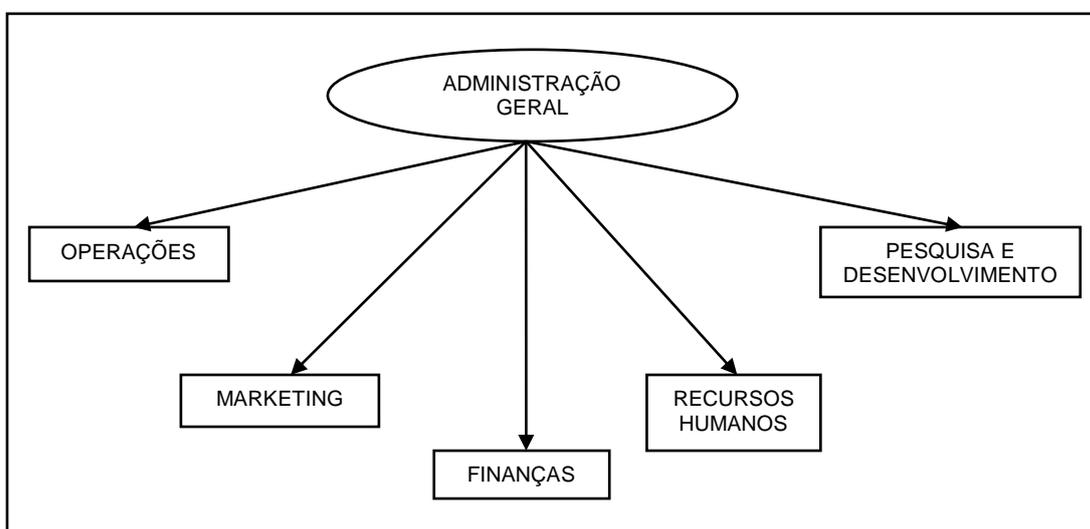


Figura 01 – Principais Funções Organizacionais
Fonte: Maximiano (2004, p.28)

Na Figura acima mostra as divisões das funções abaixo da Administração Geral, o que também apresenta a Pesquisa de desenvolvimento, que conforme Maximiano (2004) tem o objetivo de transformar as informações de marketing em idéias novas e sempre estar em busca de novas tecnologias.

2.3 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

A administração financeira tem a responsabilidade de buscar e aumentar a riqueza da empresa. O Administrador financeiro é a peça fundamental, pois busca negociar com fornecedores os créditos, financiamentos á longo prazo, libera créditos a

clientes e gerencia toda a organização (LEMES JUNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2005).

Já Braga (1995) acredita que as finanças são formadas por atividades de várias áreas da empresa. A função financeira tem como objetivo buscar o sucesso da organização através do desenvolvimento das atividades de cada função.

Conforme Santos (2001) A Administração financeira teve uma crescente para empresas de pequeno e médio porte, com o crescimento e o desenvolvimento das empresas há uma grande necessidade de utilizar as práticas financeiras.

A Administração financeira está inserida em todos os tipos de organizações: “[...] indústrias, comércios, serviços, empresas estatais ou privadas, voltadas ou não para o lucro [...]” (LEMES JUNIOR; RIGO; CHEROBIM; 2005, p. 4).

A sua principal função, que é exercida pelo Administrador financeiro, é planejar, controlar, organizar e executar, saber fazer projeções através de seu fluxo de caixa, e através disso saber como e onde captar recursos e aonde aplicá-los. A função da Administração financeira pode ser tanto de curto prazo como a longo prazo. A de curto prazo consiste em trabalhar para conceder crédito aos clientes, buscar créditos junto ao fornecedor, fazer a empresa conseguir pagar os fornecedores, funcionários e tributos e o restante dos pagamentos e recebimentos programados na empresa. Quando os pagamentos forem maiores que os recebimentos, a empresa necessita buscar mais empréstimos financeiros no mercado. Já o de longo prazo, a administração financeira pode utilizar de financiamento a longo prazo para obter investimentos. Uma das opções de financiamentos de longos prazos para empresa é o BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico Social) (LEMES JUNIOR; RIGO; CHEROBIM 2005).

O objetivo da Administração Financeira é maximizar as riquezas dos sócios, porém tem que haver cautela para não haver confusão com maximizar o lucro, que pode vir com uma decisão no aumento do preço do produto, porém esse aumento dos preços pode trazer resultados negativos, pois poderá diminuir as vendas, e conseqüentemente diminuir aumento da riqueza (LEMES JUNIOR; RIGO; CHEROBIM 2005;).

De acordo com Padoveze (2005) o objetivo da Administração financeira é maximizar riquezas. Porém algumas empresas acreditam que maximizar lucros é o principal objetivo da empresa cometendo grandes erros, como reduzindo gastos com qualificação de funcionário, com novos produtos e com publicidade, pensando que

dessa forma vai maximizar lucro. Pensando dessa forma pode gerar lucro no curto prazo. Já maximizar riqueza é criar valor, é ver o que a empresa adquiriu de patrimônio que possa gerar valor tanto para empresa como para os sócios, o valor da riqueza para os sócios ou acionistas é representado pelo capital próprio nas demonstrações financeiras.

Santos (2001, p.11) a Administração financeira consiste em:

Durante anos, a Administração Financeira da pequena e média empresa foi meramente executiva, consistindo basicamente em receber e pagar e, por isso, era considerada uma simples extensão da administração geral. Esse quadro mudou, surgindo maiores exigências para funções financeiras em virtude da crescente complexidade da economia brasileira e da expansão e sofisticação de nosso mercado financeiro.

Conforme Ross; Westerfield; Jordan (1998) A Administração Financeira é responsável por várias funções que são cabíveis a ela como: Saber quais investimentos devem ser feitos, ter conhecimento de qual mercado está inserida e ver quais produtos e maquinários são necessários e saber onde buscar financiamentos a longo para custear esses investimentos e ainda executar suas funções do dia a dia que é cobrar de seus clientes e pagar seus fornecedores.

A Administração financeira tem como função obter recursos sendo eles próprios ou de terceiros, cabendo ao gestor financeiro saber qual a melhor fonte desse recurso. Saber como aplicá-los de uma forma que possa trazer retorno a empresa. Planejamento prevendo assim as necessidades futuras e com o resultado verifica os desempenhos realizados pelo planejamento (MEGLIORINI, VALLIM 2009).

Portanto, a Administração financeira é a área que mais oferece oportunidades de vaga para emprego. É importante em qualquer tipo de instituição desde comercial, industrial, governamental e privada. Principalmente em bancos. É responsável na maioria das vezes por liberações de crédito com plena autonomia. Sabe quanto a empresa pode ter em estoque de mercadorias, além disso uma função de extrema importância da administração financeira, é saber o quanto do seu lucro a empresa pode reinvestir (BRIGHAM, HOUSTON 1999).

Silva (2001, p.27) define o papel da administração Financeira como:

O papel da administração financeira depende também do porte da empresa. Numa empresa pequena, muitas vezes, não há um órgão específico responsável pelo gerenciamento das operações financeiras, ficando essas atribuições distribuídas entre a contabilidade e o proprietário. À medida que a empresa toma vulto, isto é, que cresce, torna-se necessária a profissionalização do gerenciamento das funções financeiras. Nas grandes organizações, normalmente, há uma separação entre finanças e Controladoria. Conforme o organograma da empresa, uma diretoria financeira pode administrar as funções de investimento de Capital, Financiamento de longo prazo, Crédito e Caixa, por exemplo. Por outro lado, a Controladoria responde pela contabilidade Geral, Custos, Tributos e Informática, por exemplo.

Conforme Lemes Junior; Rigo; Cherobim (2010) mostra no quadro abaixo as funções financeiras em duas áreas: a Gerência Financeira e a Controladoria.

GERÊNCIA FINANCEIRA	CONTROLADORIA
• Administração de Caixa	• Administração de custos e preços
• Administração de Crédito e cobrança	• Auditoria interna
• Administração do risco	• Avaliação de desempenho
• Administração de câmbio	• Contabilidade
• Decisão de financiamento	• Orçamento
• Decisão de investimento	• Patrimônio
• Planejamento e controle financeiro	• Planejamento tributário
• Relações com acionistas e investidores	• Relatórios gerenciais

Quadro 01 – Funções da Administração Financeira
Fonte: Lemes Junior; Rigo; Cherobim (2010, p. 6)

No quadro acima conforme Lemes Junior; Rigo; Cherobim (2010) são relatadas as funções da Administração financeira divididas entre Gerência Financeira e Controladoria, funções essas que podem surgir, expandir e desaparecer dependendo da necessidade de cada empresa.

2.3.1 TESOURARIA E CONTROLADORIA

A Tesouraria conforme Hoji (2001) é uma área importante na empresa, pois

é ela que movimenta todo o recurso que a empresa possui, é ela também que viabilizar projetos, é responsável por obter financiamentos para empresa.

Hoji (2001 p.20) coloca que:

De forma geral, pode-se afirmar que a finalidade básica da Tesouraria é assegurar os recursos e instrumentos financeiros necessários para a manutenção e viabilização dos negócios.

Uma das funções da Tesouraria se resume em Administração de caixa, Planejamento Financeiro, Crédito e Contas a Receber, Contas a Pagar e Câmbio, onde cada exercendo as suas atividades (HOJI 2001).

Controladoria para Brito (2003) assume diferentes atividades em uma empresa dependendo da cultura da mesma, sendo essa uma tarefa nada fácil. Existem corporações em que a controladoria não tem como sua atividade o controle orçamentário.

Conforme Brito (2003) as funções básicas da controladoria são:

a) Planejamento: é estabelecer projetos que estejam de acordo com as metas da empresa, que possam ser revisto e sempre analisado pela gerência, utilizando sempre os processos adequados;

b) Controle: produzir modelos para apreciar as formas das linhas gerais, para que a gerencia possa sempre comparar resultados.

c) Relatórios: servem para planejar, examinar e interpretar os resultados desses relatórios financeiros que serviram para a gerência utilizar na tomada de decisão;

d) Contabilidade: é responsável por organizar todas as transações financeiras e escriturar as contas da empresa podendo assim passar informações corretas para empresa poder se planejar e organizar;

e) Outras responsabilidades: Promover encontros e contatos com investidores, órgãos reguladores e auditores.

Padoveze (2003, p.33) define controladoria como:

Controladoria é a unidade administrativa dentro da empresa que, através da Ciência Contábil e do Sistema de Informação de Controladoria, é responsável pela coordenação da gestão econômica do sistema empresa.

Conforme Peleias (2002) a controladoria está dividida de duas formas, como um ramo do conhecimento e uma unidade administrativa. Com a unidade administrativa ela utiliza de dados e informações de vários setores da empresa para cumprir com o que é delegado para ser feito. Com o resultado obtido da pesquisa é passado aos gestores podendo em cima desses resultados tomarem decisões necessárias a empresa.

De Acordo com Peleias (2002, p.13)

A Atuação da controladoria abrange a totalidade do processo de formação de resultados nas empresas, considerando os aspectos tecnológicos, operacionais, e estruturais, sociais, quantitativos e outros que sejam necessários, de acordo com o tipo de organização no qual essa área venha a ser implantada.

Conforme Catelli (2001) a Controladoria é uma área coordenadora das informações de gestão, porém não substitui a responsabilidade de um gestor que envolve gestão operacional, financeira, econômica, e patrimonial, a controladoria ajuda a busca da otimização dos resultados obtidos pela empresa. “A missão da controladoria será Assegurar a Otimização do Resultado Econômico da Organização” (Catelli 2001, p.346).

2.4 CADASTRO DE CLIENTES

É importante para um cadastro de clientes uma eficiente coleta de dados. Tanto para pessoa física como jurídica, o cadastro tem que ser bem estruturado com todos os dados da pessoa, dados esses que possam de alguma forma ajudar a empresa na hora de uma cobrança (LEONI; LEONI 1998).

A Ficha cadastral é um documento importante não apenas por conter informações do cliente, mais por ser um documento primordial para liberar um

cadastro. Os cadastros devem ser atualizados semestralmente e indica-se utilizar órgãos como Serasa/SCI, que conta com outras informações necessárias para liberação do cadastro e do crédito, informações essas que são de grande importância. Como por exemplo, informações de patrimônios, fontes de rendas, permanência na atividade que é de grande relevância, pois é necessário conhecer a situação da empresa no mercado (BERNI 1999).

Portanto, a ficha cadastral é um instrumento primordial para auxílio na análise de crédito, pois apresenta ao analista, várias informações do cliente que possam interferir na sua decisão (SILVA 2000).

2.5 CRÉDITO

Crédito é ato de alguém ceder algo temporariamente a alguém com a expectativa de receber de volta no tempo determinado (SCHIRICKEL 2000). Já Silva (2000) ressalta que depende do contexto, pois há várias formas de interpretar. O crédito se torna uma promessa de pagamento, a partir do momento em que uma determinada empresa compra um produto com o intuito de pagar num prazo que pode ser tanto de curto como de longo prazo. Sendo uma troca de pagamentos por uma mercadoria, ou uma troca de pagamento por um financiamento pego em um banco para pagamento em um determinado período.

Conforme Santos (2009) o Crédito em finanças, é uma modalidade de financiamentos entre a empresa e o cliente possibilitando assim realizar a liberação do crédito. O crédito tem duas noções fundamentais: A confiança que a empresa coloca no cliente de haver um pagamento e o tempo entre o período da aquisição de algo e a quitação da dívida.

De acordo com Matias (2007) quando uma empresa decide conceder um crédito para seus clientes, primeiramente ela precisa definir os procedimentos que deverão ser seguidos para assim poder conceder esse crédito. Deve saber como vai monitorar e controlar as contas a receber e conseqüentemente como deverá ser feita a cobrança.

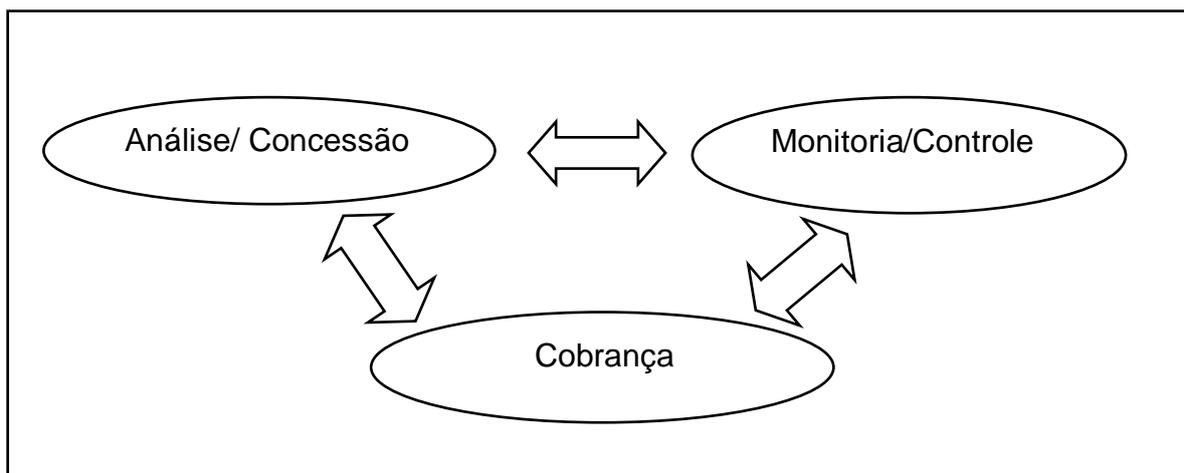


Figura 02: Processo de crédito
Fonte: Matias (2007, p. 60)

A figura acima conforme Matias (2007) mostra o processo de crédito a serem seguidos pela empresa, os procedimentos que devem ser seguidos e a sequência do crédito.

O crédito se originou nas sociedades antigas cujo prazo do plantio para colheita, ficava cada vez mais curto com as antecipações. Já no conceito antigo, o crédito consistia na prestação de serviços ou ceder algo a alguém, contando com algo em pagamento ou troca desse serviço prestado ou bem cedido (LEMES JÚNIOR; RIGO; CHEROBIM 2005).

Lemes Junior; Rigo; Cherobim (2010 p.393) define crédito como:

O Crédito, no conceito atual, é a disposição de alguém ceder temporariamente parte de seu patrimônio ou prestar serviços a terceiros, com a expectativa de receber de volta o valor cedido ou receber pagamento, depois de decorrido período de tempo estipulado, na sua integralidade ou em valor correspondente. É a troca de bens presentes por bens futuros.

O Crédito veio do “[...] *Credere* [...] uma palavra latina que significa acreditar, ou seja, confiar. [...]” (LEONI; LEONI, 1998, p.96), é uma forma de obter algum recurso, com a promessa que haverá o pagamento depois da transação efetuada (LEONI; LEONI 1998).

De acordo com Lemes Junior; Rigo; Cherobim (2010) o Crédito de certa forma facilita as vendas, concedendo o crédito, a empresa consegue vender mais do que venderia se a forma de pagamento fosse apenas à vista. Porém quando a empresa

concede esse crédito, está correndo maiores riscos com seus clientes devedores. A empresa que utiliza o crédito como forma de pagamento, necessita de um investimento maior em capital de giro, exigindo também uma maior atenção dos gestores na administração da empresa.

Silva (2000, p.64) Contempla crédito como:

No Comércio, de um modo geral, o crédito assume o papel de facilitador da venda. Possibilita ao cliente adquirir o bem para atender sua necessidade, ao mesmo tempo em que incrementa as vendas do comerciante.

Assaf Neto (2005) frisa que as despesas com créditos ocorrem se a empresa trabalha somente com vendas á prazo, o contrário de empresas que trabalham com vendas á vista.

2.5.1 POLÍTICAS DE CRÉDITO

Conforme Lemes Junior;Rigo;Cherobim(2010) Políticas de crédito são a base da administração de valores a receber pois é através dela que é realizada a forma de como conceder os crédito, é a política de crédito que defini os padrões de crédito, riscos, prazos.

Conforme Brigham; Houston (1999) o sucesso de uma empresa vem com um grande número de vendas de seus produtos, quanto maior a venda maior o lucro, porém depende de alguns fatores. Os principais que movimentam a demanda dos produtos são: preços de venda, qualidade do produto, propaganda e política de crédito. Sendo que a política de crédito está dividida em quatro variáveis.

- a) Prazo de crédito: é o prazo, ou seja, o tempo que é dado ao comprador para efetuar o pagamento;
- b) Padrões de crédito: são padrões utilizados para saber diferenciar cada cliente para cada crédito;
- c) Política de cobrança: é medida na cobrança das contas atrasadas, são regras de como utilizar a cobrança;
- d) Descontos; são dados com pagamento antecipado com o valor d desconto e o prazo de mesmo.

Quando a empresa opta por ter uma política de crédito liberal, ela aumenta suas vendas, porém seu risco tende a aumentar em função do aumento da inadimplência. Uma política de crédito ideal seria conseguir incentivar o aumento das vendas com a diminuição da inadimplência (SANTOS 2001).

Por fim, a política de crédito quando é muito liberal, aumenta o número de vendas, porém também aumenta o investimento com contas a receber e repercute em problemas com o recebimento. Desse modo, é preciso estabelecer uma política de cobrança rígida para conseguir receber os seus recebíveis (HOJI 2001)

2.5.2 ANÁLISE DE CRÉDITO

A análise de crédito é um processo para analisar o valor que será disponibilizado ao cliente com a capacidade de pagamento do mesmo (SANTOS 2000).

Para Schrickel (2000) a análise de crédito é um instrumento para estudar os riscos que a empresa terá por um empréstimo com esse crédito liberado. Através dessa análise, pode-se chegar a conclusões sobre o cliente e saber que tipo de empréstimo fazer.

Conforme Santos (2009) O objetivo do processo de analisar o crédito é o de conhecer o cliente, ou seja, conhecer a idoneidade do cliente e a capacidade do mesmo de pagar suas dívidas. Para realizar a análise, as empresas utilizam duas técnicas: a técnica subjetiva que analisa a pessoa para qual será liberado o crédito e a técnica objetiva que utiliza os procedimentos estatísticos.

Lemes Junior; Rigo; Cherobim (2010, p.398) Define informações sobre cliente como:

A empresa deve ter procedimentos muito bem estruturados para coletar informações sobre o pretendente a crédito. As chamadas “informações comerciais” são a base da análise para o estabelecimento do crédito a ser concedido. Tais procedimentos serão diferentes para pessoas físicas e jurídicas e, ao mesmo tempo, para clientes atuais e futuros clientes.

O nível de profundidade das informações a serem utilizadas está relacionado ao valor do limite do crédito pretendido, entendendo-se que à medida que os valores de crédito pretendidos forem maiores, maior será o nível de profundidade das informações.

Definir um tipo de análise é importante na hora da análise crédito, tem que haver padrões, ou seja, procedimentos para cada tipo e tamanho de operação, para

determinado tipo de setor e limites de valores a serem liberados (SILVA 2000).

Quando a empresa vende a prazo ela está correndo um risco, pois se a venda fosse a vista não ocorreria. A empresa tem que ter uma política de crédito eficiente para analisar e saber liberar ou não crédito para o cliente confiável e não confiável (MEGLIORINI; VALLIM 2009).

Na hora de conceder um crédito a empresa está correndo vários riscos, isso pode se reverter se o analista de crédito analisar minuciosamente toda a estrutura financeira e patrimonial do cliente (SANTOS 2000).

Gomes (2003 p.169) Define analisar crédito como:

Analisar um crédito não significa exatamente tornar-se um anteparo às vendas, muito menos um desestímulo ao crescimento de qualquer empresa. A ação mais importante do crédito consiste simplesmente em mensurar o grau de risco que uma empresa deseja praticar no mercado. Assim, podemos e devemos nos conscientizar do tamanho do mercado que iremos trabalhar, e mais, saber com que tipo de empresas queremos trabalhar.

As políticas de crédito definem como conceder o crédito de acordo com a situação financeira da empresa e até mesmo do mercado que a empresa está instalada. Quando há uma influência severa e direta do departamento financeiro no cadastro dificultando o recebimento (LEMES JUNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2005). “[...] Há que se lembrar que é melhor não vender, do que vender e não receber [...]” (LEMES JUNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2005 p. 355).

A seleção de crédito busca determinar se deve ou não ser concedido o crédito e propor limite. O Crédito está associado aos C's do Crédito. Para uma boa análise as empresa utilizam empresas de consulta de crédito e logo após liberar um limite ao mesmo (FERREIRA 2005).

As contas a receber são geradas pelas vendas a prazo, que são feitas logo após um crédito ser concedido. As vendas a prazo aumentam o volume de vendas, porém estão ligadas diretamente ao risco de inadimplência que a empresa corre, sendo assim, aumenta também despesas com análise de crédito e cobrança. Antes de efetivar uma venda para um novo cliente deve ser feito uma análise minuciosa e o cadastro dos clientes antigos devem ser periodicamente analisados com consultas a serviços de proteção ao crédito para ficar monitorando sua situação cadastral. (HOJI 2001).

No momento em que vai conceder o crédito, existem empresas que levam em conta a probabilidade de despesas com devedores duvidosos. Isso muitas vezes já está definido nas políticas gerais de crédito pré estabelecidas pela empresa, pois são inseridos os percentuais de despesas caso o cliente não cumpra com o pagamento (ASSAF NETO 2005).

Schricket (2000, p.27) Define Análise de crédito como:

A análise de crédito envolve a habilidade de fazer uma decisão de crédito, dentro de um cenário de incertezas e constantes mutações e informações incompletas. Esta habilidade depende da capacidade de analisar logicamente situações, não raro, complexas, e chegar a uma conclusão clara, prática e factível de ser implementada.

A análise de crédito não pode ser feita apenas com base em aspectos formais e legais, porque assim as empresas com balanços equilibrados não encontrariam dificuldades em insolvência. O crédito exige muito dos profissionais que trabalham na área com cursos, faculdades e sempre em atualizações que possam trazer informações novas (BERNI 1999).

Conforme Lemes Junior; Rigo; Cherobim (2010) A empresa tem que ter um processo bem estruturado na hora da coleta dos dados, ou seja, as informações comerciais. O nível de profundidade das informações.

Portanto, na análise de crédito as empresas precisam estabelecer procedimentos padrão na liberação do crédito. A empresa não somente deve determinar se pode ser liberado o crédito ao cliente como determinar o limite, calculado na hora do cadastro (GITMAN 2001).

2.5.3 LIMITE DE CRÉDITO

Conforme Silva (2000) a decisão de crédito pode ser utilizada para uma análise para cumprir com uma necessidade a um cliente, porém pode ser também utiliza para fixar limites aos clientes, para trabalhar com limites há uma necessidade de realizar uma análise mais completa possibilitando ter sempre agilidade nas decisões necessárias.

Para Schrickel (2000) O Limite de crédito é o total do risco que a empresa

está correndo ao emprestar algo á um cliente. Após aprovar um limite a administração da empresa está comunicando aos órgãos quanto e como pode ser liberado algo a um cliente, o processo de liberação de limite tem que ser por escrito, para ter algo que prove o valor correto de limite liberado ao cliente.

Lemes Junior; Rigo; Cherobim (2010 p.399) acredita que:

Os Limites de crédito devem ser revisados com freqüência mínima anual. Nesse caso, algumas informações solicitadas de clientes novos podem ser dispensadas aos clientes antigos. Porém, a empresa deve manter o cadastro ou histórico de seus clientes para facilitar seu relacionamento com o cliente e, ao mesmo tempo, reduzir perdas com vendas a prazo.

Para Brito (2005) Os limites de crédito devem ser definidos em um comitê, que também avalia as propostas em reuniões periódicas. O limite quando é excedido é necessária uma nova análise de crédito, para rever o limite, uma instituição tem que sempre estar preocupada e controlando os limites de seus clientes para que não saia prejudicada caso o cliente não consiga honrar com seus compromissos.

2.6 COBRANÇA

Cobrança é a concretização de recebimentos das vendas. Cobrar é tão importante quanto vender, porque é através da cobrança que se fecha um ciclo que começou na hora da venda ao cliente (LEMES JUNIOR; RIGO; CHEROBIM 2005).

A política de cobrança eficiente tem o poder de manter o prazo de recebimento e o grau de inadimplência razoável. Quando uma empresa investe dinheiro em cobrança, nota-se que a inadimplência diminui e o retorno do dinheiro para empresa (MEGLIORINI; VALLIM, 2009).

A política de cobrança deve ser implantada e trabalhada junto com a política de crédito. Não deve ser liberado um crédito se na hora da cobrança se terá problemas. A área comercial como sua principal função tem que vender, porém tem que ficar em alerta para não perderem vendas em função disso. (HOJI 2001).

Brigham; Houston (1999, p.589) define procedimentos de cobrança como:

O procedimento de cobrança pode ser caro, tanto em termos de desembolsos como de confiança perdida – os clientes não gostam de ter seus débitos entregues a uma agência de cobrança. No entanto, pelo menos alguma firmeza é necessária para evitar um prolongamento indevido do prazo de cobrança e para minimizar as perdas por contas incobráveis. Deve-se chegar a um equilíbrio entre os custos e benefícios das diferentes políticas de cobrança.

Conforme Assaf Neto (2005) As políticas de cobrança se resumem em alguns critérios utilizados pela empresa para o recebimento de seus valores a receber. Com uma maior ampliação nos prazos normais de cobrança a empresa pode acabar sofrendo com as conseqüências, ou seja, um aumento nos custos de inadimplência quem tem como base (provisão para devedores duvidosos). Porém com uma política de cobrança mais rígida pode diminuir as vendas, o ideal seria conseguir conciliar fazendo que os ganhos provenientes das vendas, superem as despesas com devedores duvidosos.

O último processo a fazer na atividade da contas a receber é a cobrança. A cobrança é uma atividade operacional e requer um planejamento das pessoas que ali trabalham para torná-la eficaz (SANTOS 2001).

As políticas de cobranças são definidas dentro da empresa de acordo com os critérios pré-estabelecidos por ela mesma. Estas políticas servem para tentar obter os recebíveis no dia do vencimento de cada um. Quando uma empresa opta por aumentar os seus prazos de cobrança, conseqüentemente, poderá acabar aumentando os custos com inadimplência, mas por outro lado, se ela tiver políticas muito rígidas, pode acabar comprometendo as vendas. Tem que haver um bom senso e achar um equilíbrio entre as duas formas (ASSAF NETO 2005).

A concessão de Crédito requer muita atenção dos profissionais da área, desde o pessoal que libera o cadastro, até o que irá fazer a cobrança. Uma carteira de crédito terá que ter sempre uma política de cobrança aonde se encontram todos os procedimentos necessários para efetuar a cobrança (SANTOS 2000).

De acordo com Matias (2007) em um período de após a concessão do crédito para que o processo de cobrança seja eficaz é necessário que definam políticas de crédito claras nas organizações.

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

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

Os procedimentos primordiais são: Carta, Telefonema, Visitas Pessoais, Agências de Cobrança e Protestos Judiciais. A Carta é enviada para o cliente quando o cliente está com alguns dias em atraso somente para lembrar que ele está em débito e a empresa ou bancos aguardam uma posição de pagamento. Caso as cartas não resultem no recebimento dos dividendos, podem ser utilizados Telefonemas para entrar em contato com o cliente pedindo um prazo para ao pagamento e comentando que se o pagamento não for efetuado, a cobrança será enviada a juízo (SANTOS 2000).

Já as visitas Pessoais podem ser efetuadas quando a empresa quer localizar o cliente para tentar uma nova negociação. Porém em muitos casos isso não é possível devido a empresa não ter pego os dados corretos do cliente no momento do cadastro (SANTOS 2000).

As Agências Cobradoras é um tipo de cobrança utilizado quando a empresa ou o banco não obtiveram sucesso na cobrança e passam esta tarefa para uma empresa de cobrança ou escritórios de advocacia. Mas este procedimento pode se tornar inviável devido ao valor que estas agências cobram para efetuar o serviços (SANTOS 2000).

Por fim, os Protestos Judiciais são uma parte mais severa da negociação, aonde chega ao limite. Tentar novamente uma renegociação com o cliente é uma boa saída para ambas as partes. Se a empresa não obtiver sucesso nesta última tentativa de negociação, o cliente terá seu nome protestado judicialmente, acabando com sua idoneidade no comércio local (SANTOS 2000).

2.7 OS C'S DOS CRÉDITOS

Na hora da concessão do crédito a empresa estuda até que ponto pode liberar o crédito ao cliente. As empresas geralmente utilizam os cinco C's do crédito que são primordiais para uma análise; são cinco dimensões chaves que são usadas

pelos analistas de créditos para ajudá-los a decidir se irá liberar o crédito a pessoa solicitante (GITMANN, 2001).

A concessão de crédito além da confiança tem que haver dois elementos fundamentais. “[...] a) a vontade do devedor de liquidar suas obrigações dentro das normas contratuais estabelecidas; e b) a habilidade do devedor de assim fazê-lo. [...]” (SCHRICKEL, 2000, p.47), ou seja, além do cliente ter a vontade de pagar, ele terá condições para pagar aquilo que ele assumiu. (SCHRICKEL, 2000).

O Processo de análise de crédito subjetivo envolve decisões que deverão ser tomadas tanto para liberar, quanto para recusar o crédito. Essas decisões são tomadas a partir de informações obtidas através de uma análise. É verificar a capacidade financeira do cliente de pagar o crédito de acordo com sua situação financeira. As informações financeiras necessárias são adquiridas através dos “C”s do Crédito que são Caráter, Capacidade, Capital, Colateral e Condições que serão explicadas logo abaixo da figura. (SANTOS 2000).

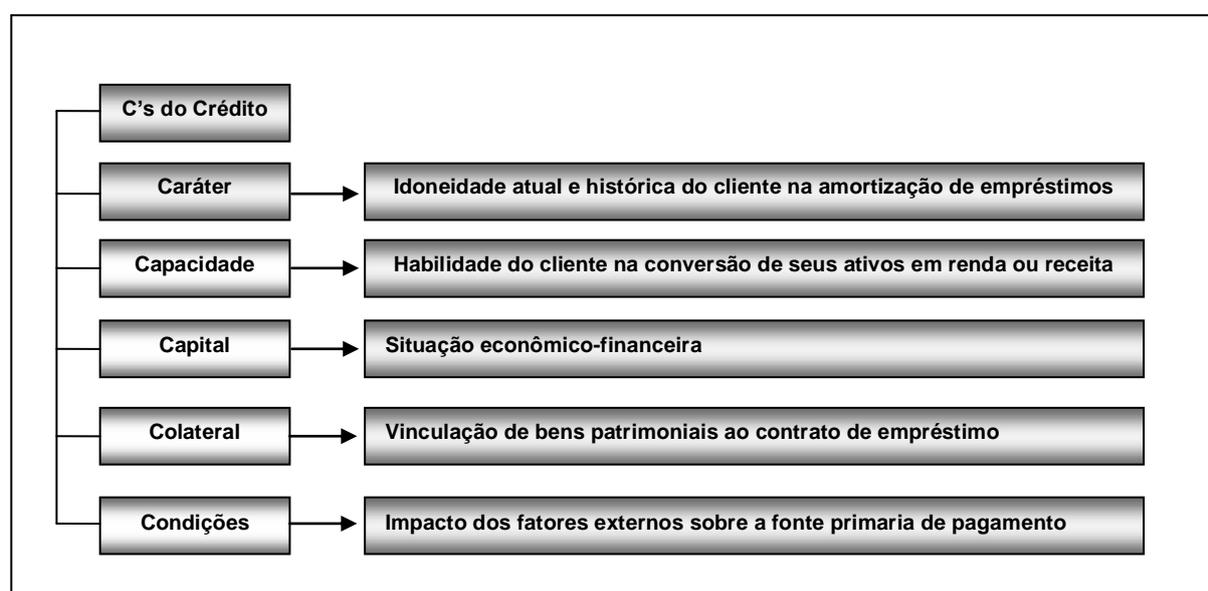


Figura 03 – C's do Crédito
Fonte: Santos (2000, p. 45)

Desse modo, a atividade na seleção de crédito está sempre com a responsabilidade na empresa em saber se deve ou não ser liberar o crédito ao cliente, além de propor o limite que deve ser liberado a ele (FERREIRA, 2005).

2.7.1 Caráter

Caráter estuda a probabilidade de o cliente efetuar o pagamento captando informações que evidencie a pontualidade quanto a seus deveres. Essas informações podem ser adquiridas através de informações bancárias, comerciais que possam mostrar o caráter do cliente quanto aos pagamentos (SANTOS 2000).

Já para Schrickel (2000) o caráter é importante para uma análise na hora do empréstimo, o intuito é conhecer o caráter do cliente, para prever o recebimento do mesmo.

Logo, o caráter está diretamente relacionado à vontade que o tomador tem de pagar, ou seja, relacionado com a intenção de quitar seu compromisso assumido (SILVA 2000).

Caráter é a intenção de pagar e quando há restrições do tomador, fica ainda mais difícil de analisar o cliente neste “C”. Sendo assim, há três formas que podem ajudar no momento de conhecer a pontualidade do cliente:

- a) Através de informações comerciais com empresas que já conheçam o tomador;
- b) Através de empresas que trabalham com informação sobre o assunto como (SPC/SERASA entre outros);
- c) Quando for um banco, manter sempre um bom relacionamento com os outros bancos para que possam ajudar.

Portanto, Gitmann (2001) frisa a importância do registro histórico do cliente com o cumprimento de suas obrigações passadas, contratuais e morais, história de pagamentos passados, conhecer se houve processos legais, julgados ou em andamento.

2.7.2 Capacidade

Capacidade refere-se às condições que o tomador tem para pagar o seu compromisso. O analista precisa saber como obter essas informações (SANTOS 2000). Schrickel (2000) destaca que Capacidade se refere às condições do cliente em pagar, o contrário do caráter que considera a incapacidade do cliente não ter condições de pagar. Em Capacidade o tomador pode até ter a vontade de pagar, mas pode

ocorrer de não ter condições para isso. É aí que os C's Caráter e Capacidade acabam se misturando e até confundindo porque um depende muito do outro na hora de ver o estilo de cliente.

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

A Capacidade é habilidade de pagar que o tomador tem com seus compromissos, é um dos “C” complicados na hora da análise, em uma empresa a forma de analisar pode ser divididas em três formas (SANTI FILHO, 1997).

- a) Estratégia Empresarial: Conhecer a estratégia de a empresa conhecer metas e missões da empresa;
- b) Organização e funcionamento: Conhecer como é gerenciada a empresa, ver se há uma organização gerencial, que seja solida;
- c) Capacitação dos dirigentes e tempo de atividade: Esse aspecto é para avaliar os Administradores como formação e experiência para, ver se tem conhecimento sobre o mercado que está inserido, logo com isso conhecer a idade da empresa, pois entre 3 (três) e 6 (seis) anos há os maiores índices de falências de empresas.

Logo com esses três tópicos terá uma grande ajuda na hora de conhecer a capacidade que o tomador tem para com a sua empresa (SANTI FILHO, 1997)

2.7.3 Capital

O Capital é medido pela situação econômica financeira da empresa, isto é, se terá condições de honrar com o prometido (SANTOS 2000). Já Schrickel (2000) complementa que o capital vem logo após a empresa ter feito uma análise do caráter e da capacidade do cliente, logo com isso terá condições de conhecer o capital do mesmo, sabendo se terá capital para pagar o empréstimo feito. Na pessoa física é analisado através de seu salário, já na pessoa Jurídica através do balanço patrimonial da empresa.

O “C” Capital é a analisar o perfil empresarial e a rentabilidade do patrimônio líquido. É um “C” muito importante, pois requer uma atenção na análise dos balanços e resultados financeiros da empresa (SANTI FILHO, 1997).

O Capital é a força financeira que o requerente tem, sempre é refletida sobre sua posição patrimonial. Uma análise da dívida do requerente, relativamente sua liquidez e taxa de lucratividade são levadas em conta (GITMAN 2001)

O Capital para Berni (1999) é usado na hora da realização do cadastro quando é observado que o ideal não é ficar apenas com consultas básicas, usa-se então a análise sobre o capital, patrimônio e recursos próprios, o indicado é que o empréstimo ou a venda não passe de 100% dos recursos próprios.

Por fim, Schrickel (2000) acrescenta que a empresa que está analisando o cadastro, quando se depara com o "C" Capital, tem que analisar se é pessoa física ou jurídica, pois há duas formas para avaliação de capital: A pessoa física pode provar seu capital através de seu salário pelo seu contracheque, já pessoa jurídica é mais perceptível seu capital através de seu contrato social e avaliações de bens da empresa que possa gerar lucro.

2.7.4 Colateral

Segundo Santos (2000) o "C" Colateral, é uma análise patrimonial do cliente. Para realizar uma análise mais adequada é ideal que se consiga abrir a composição do patrimônio para uma melhor análise do mesmo. Conhecer todos os valores de mercado dos bens disponíveis. Schrickel (2000) comenta que o Colateral serve para complementar os C's, ele é uma segurança para empresa na hora de algum empréstimo, porém deixa claro que na falta de honestidade a garantia será de volatilidade.

Colateral é a capacidade do tomador de apresentar garantias que possam servir de segurança para compensar o que possa ocorrer (SILVA, 2000).

O Colateral vai informar na análise de crédito as garantias adicionais que poderão amparar a linha de crédito, essas garantia podem ser como exemplo as hipotecas de 200% do valor tomado (BERNI, 1999).

Portanto, conforme Gitmann (2001) o Colateral é o montante de ativos que o requerente tem para ficar de garantia ao crédito, caso não cumpra com suas obrigações. Quanto mais ativos, mais chance da empresa receber o crédito caso não haja pagamento.

2.7.5 Condições

Conforme Santos (2000) as condições referem-se a uma análise que é necessária para analisar o ambiente dos fatores internos e externos que possam de alguma forma, afetar o desempenho do pagamento do cliente. Schrickel (2000) acrescenta que as condições referem-se a conhecer e analisar como está o mercado em que a empresa está inserida. Se a economia do país está estável ou está passando por dificuldades, com essas informações, estudam-se as condições para liberação do cadastro.

Conforme Gitmann (2001) a Condição pode também ser usada em todas as situações e condições econômicas gerais, como por exemplo, uma mercadoria que está sendo procurada por uma empresa e que está em sobra na empresa que está vendendo, isso facilita a liberação do crédito, pois há uma grande quantidade da mercadoria parada.

A Condição está ligada aos fatores externos á empresa, devem ser analisados vários tópicos que podem de forma ou de outra estarem influenciando na análise da concessão de crédito. Existem quatro aspectos para analisar e apurar o “C” Condições (SANTI FILHO, 1997):

- a) Informações Sobre o Mercado e os Produtos: Deve haver relação dos principais clientes e fornecedores, bem como seus relatórios de vendas e compras;
- b) O ambiente macroeconômico e setorial: Conhecer as políticas e políticas cambiais que de alguma forma afetem diretamente a empresa;
- c) O ambiente competitivo: Conhecer as concorrências, o poder de barganha dos fornecedores e compradores;
- d) Dependência do governo: Conhecer se a empresa presta serviço a qualquer órgão do governo tanto federal, estadual e municipal, sabendo das dificuldades que as vezes esses órgãos têm de pagamento.

Com esses quatro tópicos pode ser feito uma boa análise do “C” Condições que ajuda na hora do cadastro (SANTI FILHO, 1997).

2.8 RISCO

O Risco está ligado diretamente à incerteza, se não houvesse incerteza logo não haveria risco, geralmente o risco está relacionado a algum fator negativo que possa de alguma forma impedir alguma operação dentro da organização. Existem dois tipos de riscos: o Sistemático e o não Sistemático. (HOJI 2001).

O Risco Sistemático é o tipo que afeta toda a economia de uma forma geral, não é um problema apenas de um setor ou de uma determinada empresa. Já o Risco não Sistemático é o tipo que afeta diretamente uma empresa ou diretamente um setor. Por ser um assunto tão importante as empresas têm que estar sempre atentas aos riscos que podem correr e assim poderem se destacar no mercado. (HOJI 2001)

Conforme Brito (2007), risco de crédito representa a probabilidade de perda de valor que a empresa tem em uma transação, descontada dos pagamentos efetuados pelo cliente. Há dois tipos de risco:

a) Risco de crédito que é concedido ao cliente e não é efetuado o pagamento por motivos diversos que podem ocorrer na saúde financeira do cliente.

b) Risco de liquidação financeira, ou seja, risco da instituição não receber o valor por motivo de erros na liquidação, falha no pagamento do cliente ou recebimento da instituição. Foi feita uma mudança no sistema de pagamentos onde houve uma redução de erros nos recebimentos de títulos.

Conforme Assaf Neto (2005) Risco está diretamente ligado a probabilidade de ocorrer resultados inesperados. É voltado para o futuro, com uma possibilidade de haver uma perda.

Assaf Neto (2005) o risco pode ser representado:

O Risco é, na maioria das vezes, representado pela medida estatística do desvio-padrão, ou variância, indicando-se o valor médio esperado e representativo do comportamento observado. Assim ao se tornarem decisões de investimento com base num resultado médio esperado, o desvio-padrão passa a revelar o risco da operação, ou seja, a dispersão das variáveis (resultados) em relação à média.

Já para Schmidt; Santos (2006) Risco é uma situação que o individuo corre, tanto para um resultado positivo como para um resultado negativo, uma pessoa física ao investir um dinheiro ela corre o risco tanto de ganhar um percentual em cima do

valor aplicado como de perder esse valor.

Conforme Santos (2009) O gerente de crédito na hora de liberar um crédito deve lembrar-se que ao vender um crédito está acabando de correr um risco, pois junto com a liberação do crédito vêm todos os problemas decorrentes a ele. Acontecimentos, imprevistos que podem ocorrer com qualquer pessoa que pegar o crédito tanto pessoa física como jurídica reduzindo assim a probabilidade da empresa receber esse valor, com isso o risco da inadimplência é uma das maiores preocupações dos credores, por motivo de perdas financeiras e prejudicar assim a liquidez da empresa. Há dois fatores que podem ser considerados de riscos que comprometem o pagamento da dívida, fatores internos e externos.

• Profissionais desqualificados
• Controles de riscos inadequados
• Ausência de modelos estatísticos
• Concentração de crédito com clientes de alto risco

Quadro 02 – Fatores Internos

Fonte – Santos (2009, p.3)

No quadro acima foram apresentados os quatro fatores internos de natureza administrativa responsáveis pelas perdas financeiras na hora da concessão de crédito (Santos 2009).

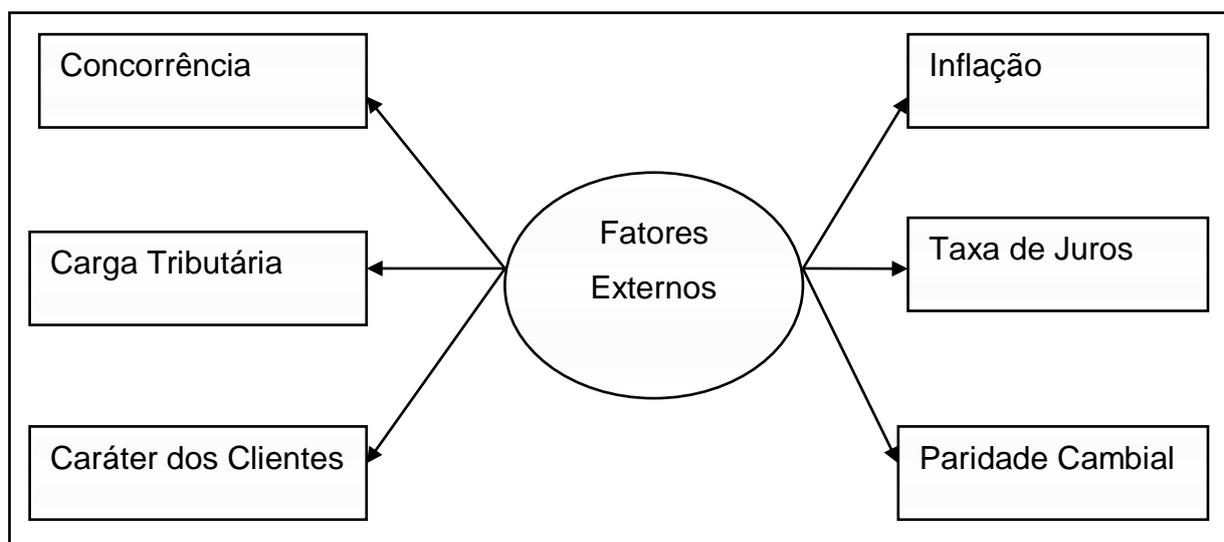


Figura: 04 – Fatores Externos de risco

Fonte – Santos (2009, p.3)

Já os fatores externos são de natureza macroeconômica, no quadro anterior foram apresentados esses fatores, estando assim ligados diretamente com a liquidez do cliente , ou seja capacidade de pagamento tanto de pessoa jurídica como de pessoa física (Santos 2009).

Schricket (2000, p.35) define significado de risco como:

Sumariamente, 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 empréstimos (a análise histórica), as decisões de crédito devem considerar primordialmente o futuro desse mesmo tomador. “O risco situa-se no futuro; no passado, encontra-se apenas história.” História relevante ao extremo, é bem verdade, mas apenas história...

De acordo com Santos (2001) o Risco de crédito pode ser prevenido na hora da realização do cadastro, pedindo ao cliente garantias de crédito como: um aval, fianças bancárias e/ou calção. Porém esse tipo de garantia não é muito recomendado devido a dificultar a transação da venda, podendo ser solicitada em casos extremos. Quando a empresa tem um maior número de vendas a prazo, ela tende a correr mais riscos de perda no recebimento. Portanto se houver uma concentração grande de vendas no crédito em uma empresa recomenda-se uma análise mais rigorosa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

As especificações da metodologia são questões necessárias para iniciar uma determinada pesquisa, que deverá ter início com as seguintes questões “[...] Como? Com quê? Onde? Quanto? Com que? [...]” (MARTINS 2004 p.85) e a partir dessas perguntas o pesquisador poderá dar início a sua pesquisa. (MARTINS 2004).

“Metodologia é o conjunto de métodos ou caminhos que são percorridos na busca do conhecimento.” (ANDRADE 2007p. 119).

O Método Científico são etapas necessárias para a realização de algo desejado pelo pesquisador, é considerado como linguagem universal, ou seja, todos os pesquisadores realizam da mesma forma para aquisição de conhecimento. (JUNG 2004).

Já a pesquisa é procedimento que permite a obtenção das respostas aos problemas e dúvidas propostos, ela pode ser realizada quando já há informações necessárias ou quando há uma necessidade de organização de dados para a formulação da pesquisa. Ela é desenvolvida com os conhecimentos já obtidos e realizada com os métodos e procedimentos científicos para com isso chegar aos resultados esperados após a implantação da mesma. (GIL 2002)

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

A pesquisa que irá ser utilizada neste estudo quanto aos fins de investigação será descritiva. Segundo Gil (2002), a pesquisa descritiva tem o principal objetivo de descrever as características de determinado estudo, população ou fenômeno, ou então a relação entre as variáveis. Uma das características na utilização das técnicas refere-se à coleta de dados, como o uso de questionários e a observação sistemática. Entre as pesquisa descritivas pode-se falar daquelas que objetivam estudar as características de: “[...] idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, estado de saúde física e mental” (GIL 2002, p.42). A Pesquisa descritiva ela observa, registra, analisa e relaciona fatos ou fenômenos ocorridos sem modificá-los. Ela busca conhecer fatos tanto da vida pessoal, social e política do ambiente em pesquisa (CERVO; BERVIAN 2002).

O que justifica a escolha deste tipo de pesquisa é fato de que a

pesquisadora ao final deste estudo terá o propósito de descrever os resultados encontrados, sendo eles relativos ao índice de inadimplência dos clientes da empresa, os períodos que ocorrem maior índice de inadimplência, o processo da análise de crédito atual da empresa, bem como, o processo de cadastro dos clientes da empresa.

Quanto aos meios de investigação serão utilizadas as pesquisas bibliográficas e documentais.

A Pesquisa bibliográfica ela é utilizada em todas as pesquisas desde a fundamentação teórica até a parte da realização da pesquisa. Esse tipo de pesquisa é utilizado em todos os momentos, desde quando é definido o tema até o final do trabalho. (BRENNER,JESUS 2008). A pesquisa bibliográfica pode ser estudada a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Ela pode ser feita sozinha ou ser complementada com a pesquisa descritiva e experimental. Nesses dois casos ela busca sempre buscar o conhecimento de tema escolhido ao estudo (CERVO; BERVIAN 2002).

O que justifica a escolha desta pesquisa é a necessidade que a pesquisadora observou em obter mais conhecimento do assunto em estudo, e o tema da pesquisa sendo ele um tema que necessita de bibliografias para a conclusão do estudo.

Conforme Brenner;Jesus (2008) a pesquisa documental recorre aos materiais que ainda não receberam tratamento analítico, esse tipo de pesquisa é utilizado dois tipos de documento o de primeira mão, ou seja, que ainda não foram utilizados para nenhum estudo ou trabalho, e o de segunda mão que já foram analisados de alguma forma como relatórios de pesquisas e até relatórios internos de empresa.

A pesquisa documental é muito semelhante na bibliográfica, porém há uma diferença, a bibliográfica se baseia em opiniões de vários autores sobre o assunto abordado e a documental se baseia em documentos que ainda não receberam tratamento analítico, ou que podem ser reelaborados de acordo com o tema da pesquisa em questão. E a pesquisa documental tem uma série de vantagens os documentos são fontes ricas de informações essenciais, tem um baixo custo, pois necessita apenas de tempo para análise dos dados recolhidos, porém há desvantagens que é a não representatividade e à subjetividade dos documentos, ou seja, dependendo dos documentos e quantidade analisadas as informações podem ficar

torcidas (GIL 2002).

O que justifica a escolha desta pesquisa é a necessidade que a pesquisadora tem de pesquisar em documentos internos da empresa, ou seja, o estudo é uma análise interna da empresa, aonde para conseguir o resultado final vão ser analisados documentos do departamento em estudo.

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA

As informações apresentadas a seguir foram obtidas através de um diálogo com o proprietário da empresa em que relatou os dados da mesma.

A empresa em estudo está localizada na Cidade de Criciúma no Estado de Santa Catarina e atua no mercado desde Janeiro de 1998, é uma empresa familiar onde trabalha o pai e seus três filhos, onde um desses filhos é que gerencia toda a parte administrativa da empresa, respeitando sempre a opinião do pai dentre as decisões importantes na empresa. Conta com 22 colaboradores, cujo os profissionais estão sempre buscando se especializar para melhor desempenho de suas funções.

A empresa trabalha com peças para máquinas pesadas, sempre estudando e se atualizando com os avanços da tecnologia, sempre pensando no melhor para os clientes.

A empresa possui clientes em toda região Sul de Santa Catarina, sempre em busca de novos clientes. Com essa busca e o crescimento dela, aparece então a necessidade de um cadastro bem elaborado e analisado para que tenha bons resultados em seus recebimentos.

O departamento em que será realizado o estudo é o financeiro/cadastro da empresa, que sempre passa por algumas dúvidas na hora da análise e realização do cadastro, tornando assim o estudo necessário e viável para empresa.

3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

A classificação de dados dessa pesquisa será a de dados Secundários, que conforme Roesch (2005), são os dados coletados a partir de relatórios, documentos já existentes na empresa, ao contrário do primário que são colhidos diretamente pelo pesquisador.

O que justifica a escolha desse tipo de pesquisa são os documentos que serão utilizados no estudo, documentos já passados por alguma espécie de tratamento dentro da empresa, ou seja, relatórios que ajudem o resultado da pesquisa se tornando assim uma pesquisa de dados secundários.

Já a técnica de coleta dos dados utilizada será a documental, que conforme Marconi e Lakatos (2008), a pesquisa documental é a pesquisa que é realizada através de coleta de dados, que são restritas a documentos escritos ou não, fontes primárias ou secundárias, podendo ser coletados arquivos públicos que são documentos oficiais, publicações e documentos jurídicos. Os documentos podem ser coletados também de arquivos particulares, ou seja, de domicílios particulares, instituições de ordem privada e pública.

O que justifica a escolha desse procedimento, é o fato da pesquisa ser para um estudo e requerer obtenção de informações da empresa através de documentos e relatórios.

O procedimento de coleta de dados utilizado será o levantamento de documentos da organização que estão localizados dentro de arquivos e sistema operacional da empresa. Conforme Marconi e Lakatos (2008) essa etapa é uma fase cansativa e exige do pesquisador paciência, esforço e além disso, cuidado na coleta dos dados para uma correta análise no final do estudo.

No Quadro abaixo estão listados os objetivos específicos, os documentos necessário para alcançá-los e a localização desses documentos na empresa.

Objetivos Específicos	Documentos	Localização na Empresa
Identificar o índice de inadimplência dos clientes da empresa	Relatórios de Valores a Recebidos dos meses.	Sistema operacional da empresa.
Conhecer os períodos em que ocorrem os maiores índices de inadimplência	Relatórios de Valores a Recebidos dos meses.	Vai estar localizado na planilha que será realizada no estudo.
Conhecer o processo de análise de crédito da empresa em estudo	Resgatar alguns documentos que foram utilizados para realização do cadastro.	No departamento comercial onde fica localizada uma pasta com esses documentos.
Descrever o processo de cadastro dos clientes atual da empresa em estudo	Documentos impressos na hora da realização do cadastro.	No departamento comercial onde fica localizada uma pasta com esses documentos.

Quadro03: Plano de Coleta de Dados

Fonte: Elaborado pela pesquisadora

3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS

A pesquisa quanto á abordagem será qualitativa, que conforme Jung (2004), é a abordagem qualitativa que permite que o pesquisador interfira na pesquisa com seus valores não alterando o resultado final. Já para Roesch (2005) a abordagem qualitativa é utilizada para uma melhora em um programa ou plano, que possa conseguir os resultados finais. Já para Oliveira (2002) a abordagem qualitativa pode ser utilizada pelo pesquisador quando há um interesse em saber não a quantidade de vezes que uma variável surge, mas a qualidade de informações que ela apresenta.

O que justifica a escolha por essa abordagem de pesquisa é o fato de que a pesquisa será baseada em dados e em documentos disponibilizados pela empresa.

A análise conforme Marconi e Lakatos (2008), é a tentativa de relacionar os fenômenos estudados e os fatores existentes, é na análise que o pesquisador encontra os detalhes dos dados do trabalho em questão, chegando assim nas respostas das suas indagações.

A análise dos dados será realizada através dos documentos coletados na empresa. Para isso serão utilizadas duas técnicas de análise de dados que são: Interpretação e explicação.

Conforme Marconi e Lakatos (2008), a Interpretação é o estudo da relação entre as variáveis dependentes, independentes e intervenientes com a finalidade de ampliar os conhecimentos sobre o fenômeno. Explicação é o esclarecimento da origem da variável dependente necessitando assim encontrar a variável antecedente.

3.5 SÍNTESE DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O Quadro a seguir mostra a relação entre os procedimentos da pesquisa a serem realizados, como: tipos de pesquisa, meios de investigação, classificação dos dados, técnica de coleta dos dados, procedimentos de coleta de dados e técnica de análise, com os objetivos específicos do trabalho em estudo.

Objetivos Específicos	Tipo de Pesquisa Quanto aos fins	Meios de Investigação	Classificação dos dados da pesquisa	Técnica de coleta de dados	Procedimentos de coleta de dados	Técnica de análise dos dados
Identificar o índice de inadimplência dos clientes da empresa;	Descritiva	Documental	Secundários	Documental	Documentos da organização (dados internos)	Qualitativa
Conhecer os períodos em que ocorrem os maiores índices de inadimplência;						
Conhecer o processo de análise de crédito da empresa em estudo;						
Descrever o processo de cadastro dos clientes atual da empresa em estudo;						

Quadro 04: Síntese do delineamento da pesquisa.

Fonte: Elaborado pela pesquisadora.

4 EXPERIÊNCIA DA PESQUISA

Para alcançar um dos objetivos específicos que é conhecer o índice de inadimplência, e com isso poder aplicar o modelo de análise de crédito para a redução do índice e uma prevenção futura, foram utilizados alguns cálculos para ver os atrasos de pagamentos e logo após foi aplicada a média ponderada para obter o índice de atraso.

De acordo com Levin; Fox (2004) média ponderada é a média das médias, ou seja, calcular uma média total por vários grupos diferentes.

Para Kazmier (1982) Média Ponderada é uma média aritmética na qual o valor será ponderado com sua importância no grupo relacionado a outro grupo diferente, operacionalmente é pego um valor X multiplicado por um valor ponderado Y e dividido pela soma dos pesos.

Conforme Bruni (2007) quando há dados a serem analisados e esses já estiverem tabulados, ou seja, colocados em uma tabela e já somados, há uma necessidade de aplicar a média aritmética denominada nesse caso como média ponderada, pois é obtida através dos valores das variáveis pelas respectivas frequência e logo após dividida pela soma das frequências.

No trabalho foram realizados vários cálculos para chegar ao índice que é alcançado pela média ponderada, a acadêmica utilizou um índice não mencionado no trabalho para multiplicar os valores reais dos títulos da empresa.

No primeiro passo foi descoberto o prazo de pagamento concedido aos clientes. Para obter-se este valor foi necessário diminuir a coluna da emissão da coluna do vencimento, conseguindo então o prazo de pagamento de cada título.

Vencimento	Emissão	Prazo
19/03/2011	03/01/2011	75
19/03/2011	03/01/2011	75
28/02/2011	05/01/2011	54
05/02/2011	06/01/2011	30
20/02/2011	06/01/2011	45
07/03/2011	06/01/2011	60
22/03/2011	06/01/2011	75
06/04/2011	06/01/2011	90
06/02/2011	07/01/2011	30
09/02/2011	10/01/2011	30
26/03/2011	10/01/2011	75
28/02/2011	10/01/2011	49
10/02/2011	11/01/2011	30
10/02/2011	13/01/2011	28
10/03/2011	13/01/2011	56
30/03/2011	14/01/2011	75
30/03/2011	14/01/2011	75
18/03/2011	17/01/2011	60
17/02/2011	18/01/2011	30
18/02/2011	19/01/2011	30
05/03/2011	19/01/2011	45
20/03/2011	19/01/2011	60
23/02/2011	19/01/2011	35
24/02/2011	20/01/2011	35
20/02/2011	21/01/2011	30
20/02/2011	21/01/2011	30
09/04/2011	24/01/2011	75
23/02/2011	24/01/2011	30
10/03/2011	24/01/2011	45
10/04/2011	25/01/2011	75
14/03/2011	28/01/2011	45
27/02/2011	28/01/2011	30
02/03/2011	31/01/2011	30
02/03/2011	31/01/2011	30

Quadro 05: Prazo de Pagamento

Fonte: Elaborado pela Pesquisadora

No segundo passo do trabalho foi necessário realizar o seguinte passo, pegar a coluna que consta valor real á receber e multiplicar pela coluna que consta o prazo, ou seja, foi feita a multiplicação da coluna dias pela coluna valor real dos títulos.

Valor	Prazo	V x P
R\$ 652,80	75	R\$ 48.960,00
R\$ 2.199,92	75	R\$ 164.994,00
R\$ 5.939,80	54	R\$ 320.749,20
R\$ 803,00	30	R\$ 24.090,00
R\$ 803,00	45	R\$ 36.135,00
R\$ 803,00	60	R\$ 48.180,00
R\$ 1.278,00	75	R\$ 95.850,00
R\$ 1.278,00	90	R\$ 115.020,00
R\$ 424,00	30	R\$ 12.720,00
R\$ 2.208,00	30	R\$ 66.240,00
R\$ 1.147,00	75	R\$ 86.025,00
R\$ 3.258,65	49	R\$ 159.673,90
R\$ 418,80	30	R\$ 12.564,00
R\$ 540,00	28	R\$ 15.120,00
R\$ 540,00	56	R\$ 30.240,00
R\$ 447,80	75	R\$ 33.585,00
R\$ 921,60	75	R\$ 69.120,00
R\$ 2.249,00	60	R\$ 134.940,00
R\$ 340,00	30	R\$ 10.200,00
R\$ 1.136,30	30	R\$ 34.089,00
R\$ 1.136,00	45	R\$ 51.120,00
R\$ 1.136,00	60	R\$ 68.160,00
R\$ 75,00	35	R\$ 2.625,00
R\$ 700,00	35	R\$ 24.500,00
R\$ 501,00	30	R\$ 15.030,00
R\$ 56,00	30	R\$ 1.680,00
R\$ 725,00	30	R\$ 21.750,00
R\$ 1.867,00	75	R\$ 140.025,00
R\$ 140,00	30	R\$ 4.200,00
R\$ 840,00	45	R\$ 37.800,00
R\$ 526,00	75	R\$ 39.450,00
R\$ 8.168,00	45	R\$ 367.560,00
R\$ 328,00	30	R\$ 9.840,00
R\$ 74,00	30	R\$ 2.220,00
R\$ 640,00	30	R\$ 19.200,00

Quadro 06: Valor X Prazo

Fonte: Elaborado pela Pesquisadora

O próximo passo foi ver os títulos que foram pagos em atraso, com isso foi necessário pegar a coluna que consta a data de pagamento diminuído da coluna que consta o vencimento, com esse cálculo encontra-se os dias de atraso dos pagamentos dos títulos, Com esse cálculo foi passado para o trabalho somente os títulos que houve o atraso.

Pagamento	Vencimento	Atraso
08/04/2011	19/03/2011	20
11/04/2011	19/03/2011	23
22/03/2011	28/02/2011	22
25/02/2011	05/02/2011	20
17/03/2011	20/02/2011	25
29/03/2011	07/03/2011	22
28/03/2011	22/03/2011	6
07/04/2011	06/04/2011	1
14/02/2011	06/02/2011	8
17/02/2011	09/02/2011	8
12/04/2011	26/03/2011	17
22/03/2011	28/02/2011	22
15/02/2011	10/02/2011	5
18/02/2011	10/02/2011	8
16/03/2011	10/03/2011	6
20/04/2011	30/03/2011	21
18/04/2011	30/03/2011	19
21/03/2011	18/03/2011	3
11/03/2011	17/02/2011	22
14/03/2011	18/02/2011	24
24/03/2011	05/03/2011	19
08/04/2011	20/03/2011	19
28/02/2011	23/02/2011	5
28/02/2011	24/02/2011	4
09/03/2011	20/02/2011	17
24/02/2011	20/02/2011	4
11/03/2011	20/02/2011	19
03/05/2011	09/04/2011	24
24/02/2011	23/02/2011	1
30/03/2011	10/03/2011	20
03/05/2011	10/04/2011	23
30/03/2011	14/03/2011	16
01/03/2011	27/02/2011	2
16/03/2011	02/03/2011	14
21/03/2011	02/03/2011	19

Quadro 07: Cálculo de dias em atraso

Fonte: Elaborado pela Pesquisadora

O Próximo passo foi realizado o cálculo aonde foi necessário pegar a coluna aonde consta o valor real dos títulos multiplica-os pela coluna que consta os dias em atraso, com isso encontra-se o valor que a empresa deixou de receber devido ao atraso em seu recebimento.

Valor	Atraso	V x A
R\$ 652,80	20	R\$ 13.056,00
R\$ 2.199,92	23	R\$ 50.598,16
R\$ 5.939,80	22	R\$ 130.675,60
R\$ 803,00	20	R\$ 16.060,00
R\$ 803,00	25	R\$ 20.075,00
R\$ 803,00	22	R\$ 17.666,00
R\$ 1.278,00	6	R\$ 7.668,00
R\$ 1.278,00	1	R\$ 1.278,00
R\$ 424,00	8	R\$ 3.392,00
R\$ 2.208,00	8	R\$ 17.664,00
R\$ 1.147,00	17	R\$ 19.499,00
R\$ 3.258,65	22	R\$ 71.690,30
R\$ 418,80	5	R\$ 2.094,00
R\$ 540,00	8	R\$ 4.320,00
R\$ 540,00	6	R\$ 3.240,00
R\$ 447,80	21	R\$ 9.403,80
R\$ 921,60	19	R\$ 17.510,40
R\$ 2.249,00	3	R\$ 6.747,00
R\$ 340,00	22	R\$ 7.480,00
R\$ 1.136,30	24	R\$ 27.271,20
R\$ 1.136,00	19	R\$ 21.584,00
R\$ 1.136,00	19	R\$ 21.584,00
R\$ 75,00	5	R\$ 375,00
R\$ 700,00	4	R\$ 2.800,00
R\$ 501,00	17	R\$ 8.517,00
R\$ 56,00	4	R\$ 224,00
R\$ 725,00	19	R\$ 13.775,00
R\$ 1.867,00	24	R\$ 44.808,00
R\$ 140,00	1	R\$ 140,00
R\$ 840,00	20	R\$ 16.800,00
R\$ 526,00	23	R\$ 12.098,00
R\$ 8.168,00	16	R\$ 130.688,00
R\$ 328,00	2	R\$ 656,00
R\$ 74,00	14	R\$ 1.036,00
R\$ 640,00	19	R\$ 12.160,00

Quadro 08: Valor médio sem receber

Fonte: Elaborado pela Pesquisadora

Logo após todos esses cálculos é necessário realizar a soma de todos os valores reais dos títulos que foram pagos em atraso, por isso pega-se a coluna dos títulos em estudo e obteve-se o resultado.

Valor Reais Títulos	
R\$	652,80
R\$	2.199,92
R\$	5.939,80
R\$	803,00
R\$	803,00
R\$	803,00
R\$	1.278,00
R\$	1.278,00
R\$	424,00
R\$	2.208,00
R\$	1.147,00
R\$	3.258,65
R\$	418,80
R\$	540,00
R\$	540,00
R\$	447,80
R\$	921,60
R\$	2.249,00
R\$	340,00
R\$	1.136,30
R\$	1.136,00
R\$	1.136,00
R\$	75,00
R\$	700,00
R\$	501,00
R\$	56,00
R\$	725,00
R\$	1.867,00
R\$	140,00
R\$	840,00
R\$	526,00
R\$	8.168,00
R\$	328,00
R\$	74,00
R\$	640,00
Valor total: R\$ 44.300,67	

Quadro 09: Valor reais títulos

Fonte: Elaborado pela Pesquisadora

Para realizar o cálculo final, ou seja, achar o índice de inadimplência é feita a média ponderada, que é pego a célula com o resultado da soma do V X A, dividido pela célula que consta a soma dos valores dos títulos pagos em atraso, encontrando assim a média ponderada, sendo necessário fazer esse cálculo em cada mês desejado para a conclusão do trabalho.

Valor total V X A
R\$ 734.633,46
Valor Total Títulos
R\$ 44.300,67
Média Ponderada
16,58 dias

Quadro 10: Média Ponderada títulos
Fonte: Elaborada pela Pesquisadora

Através desses cálculos passando por todos esses processos, foi calculado e encontrado o índice de inadimplência de cada mês sendo que esses valores descritos aqui no trabalho são respectivos ao mês de Janeiro de 2011.

Segue abaixo uma tabela com os valores de cada mês que foi realizado o estudo mostrando então somente os valores finais, valores esses que passaram por todo o processo que foi apresentado anteriormente.

Mês	Valor x atraso	Valor total dias em atraso	Média ponderada
Janeiro	R\$ 734.633,46	R\$ 44.300,67	16,58
Fevereiro	R\$ 1.379.650,05	R\$ 102.659,75	13,44
Março	R\$ 2.476.896,40	R\$ 216.491,70	11,44
Abril	R\$ 1.031.728,44	R\$ 97.982,24	10,53
Maior	R\$ 1.076.693,97	R\$ 123.308,90	8,73
Junho	R\$ 319.246,22	R\$ 62.169,74	5,14

Quadro 11: Resultado Final dos meses pesquisados

Fonte: Elaborado pela pesquisadora

Abaixo segue a tabela com os resultados dos prazos médios ponderados de todos os meses do período em estudo, referentes aos títulos pagos com atraso.

Mês	Prazo médio ponderado
Janeiro	16,58 dias
Fevereiro	13,44 dias
Março	11,44 dias
Abril	10,53 dias
Maior	8,73 dias
Junho	5,14 dias
Média do semestre	9,52 dias

Quadro 12: Média ponderada dos meses pesquisados

Fonte: Elaborado pela Pesquisadora

4.1 PROPOSTAS E SUGESTÕES

Após realizar a pesquisa bibliográfica e conhecer os conceitos de assuntos ligados ao crédito e como analisá-los, foi feita uma pesquisa documental, com relatórios do sistema operacional da empresa, onde foram encontrados os índices de inadimplência da empresa em estudo e analisado a forma que era realizado o cadastro.

O Objetivo geral do trabalho é propor um modelo de análise de crédito com critérios técnicos adquiridos com esse estudo, que possam ajudar a diminuir esse índice.

Para realizar o cadastro é necessário pedir alguns dados e documentos do cliente. Através da realização desse estudo foram adquiridos conhecimentos técnicos para realizar o cadastro.

A seguir segue a proposta de uma ficha cadastral que se torna importante na hora da realização do cadastro, onde é preciso preencher os dados do cliente, com essa ficha em mãos será necessário preencher todos os dados que estão sendo pedidos na ficha para logo após realizar a análise e conseguir liberar um limite para o cliente.

➤ Se for pessoa física:

FICHA CADASTRAL PESSOA FÍSICA	
Nome completo:	
Nº do CPF	
Nº do RG	
Data de Nascimento:	
Endereço:	
Bairro:	
Cidade	
Empresa Trabalho:	
Renda familiar mensal:	
Ref. Comerciais:	01 - Fone:
	02 - Fone:
	03 - Fone:
Ref. Bancárias	Banco:
	Agência Fone:
	Conta:
<p>Declaro para os devidos fins que as informações passadas pela nossa empresa para esse cadastro são de extrema verdade, sendo que é de nossa inteira responsabilidade caso ocorra alguma alteração passar a empresa.</p> <p style="text-align: center;">Assinatura do Cliente: _____</p> <p style="text-align: center;">Criciúma, ____ de _____ de ____</p>	

Quadro 13: Ficha cadastral para pessoa física

Fonte: Elaborado pela Pesquisadora

➤ Se for pessoa jurídica:

FICHA CADASTRAL PESSOA JURÍDICA	
Razão Social:	
Nº do CNPJ:	
Nº IE:	
Data de Fundação:	
Endereço:	
Bairro:	
Cidade	
Valor Faturamento (3) últimos meses:	
Balança Patrimonial:	
Ref. Comerciais:	01 - Fone:
	02 - Fone:
	03 - Fone:
Ref. Bancárias	Banco:
	Agência Fone:
	Conta:
<p>Declaro para os devidos fins que as informações passadas por mim para esse cadastro são a expressão da verdade, sendo que é de minha inteira responsabilidade caso ocorra alguma alteração passar a empresa.</p> <p style="text-align: center;">Assinatura do Cliente: _____</p> <p style="text-align: center;">Criciúma, ____ de _____ de ____</p>	

Quadro 14: Ficha cadastral para pessoa jurídica

Fonte: Elaborado pela Pesquisadora

➤ Processo para análise de crédito;

Com a ficha cadastral em mãos preenchida e assinada pelo cliente, será necessário também a cópia de cada documento para comprovação dos dados. Com os dados em mãos comprovados o próximo passo será consultar SERASA e as informações dos fornecedores passados pelo cliente.

Com o estudo realizado e o conhecimento adquirido através da pesquisa bibliográfica, observou-se que o cadastro não gira apenas em torno de consultas a SPC/ SERASA e sim utilizar informações importantes descobertas com o estudo que são os C's do crédito para ajudar na análise das informações que vão ser passadas pelos fornecedores.

O Caráter do cliente pode ser conhecido através das informações que são adquiridas dos fornecedores, e dos bancos caso haja a necessidade da informação.

O Capital do cliente pode ser conhecido através da folha de pagamento caso seja pessoa física e o balanço patrimonial caso seja pessoa jurídica.

O Colateral é uma forma de analisar os bens que a empresa tem para ter conhecimento do valor dos mesmos, e saber se a empresa tem algum bem para ficar de garantia.

Um dos C's refere-se a Condições, ou seja, saber analisar a situação financeira do mercado que a empresa do cliente está inserida em caso de pessoa jurídica.

Como sugestão fica utilizar além desse modelo de ficha cadastral, que pode ser utilizada para realizar o cadastro de pessoa física e jurídica, utilizar também os C's do crédito para ajudar a conhecer o perfil do cliente, utilizando sempre os critérios técnicos apresentado nesse estudo.

5 CONCLUSÃO

Com o presente trabalho foi possível adquirir experiências e conhecimentos que serão de grande importância para a acadêmica e para a empresa que está sendo realizado o estudo.

O crédito hoje é muito procurado pelos clientes na hora de uma compra, e por outro lado também é muito importante para o comerciante, pois é um canal de entrada do cliente ao seu estabelecimento. O que resta para o comerciante é adaptar-se a essa realidade, saber como liberar esses créditos de forma correta para não haver problemas com recebimentos futuros.

O objetivo geral desse estudo foi propor um modelo de análise de crédito para a empresa em questão, trazendo assim através de pesquisas bibliográficas e documentais, uma redução do índice de inadimplência. Sendo assim, adquiriu-se conhecimentos necessários para realização desse estudo.

O trabalho foi realizado na empresa através de coleta de dados no contas a receber no sistema operacional, e transportado para o Excel aonde foram encontrados os índices de cada mês estudado, ou seja, Janeiro a Junho de 2011. Índices esses que são atrasos dos clientes no pagamento de seus títulos, sendo que com esses atrasos a empresa acaba ficando sem o dinheiro previsto para a data que estava esperando.

Com esses índices em mãos, foi iniciado o estudo para alcançar todos os objetivos específicos. Foi descoberto e concluído então que o mês que obteve o maior índice de inadimplência, ou seja, o maior atraso por parte dos clientes foi no mês de janeiro com 16,58 dias.

Foi discriminada a forma anterior que a empresa realizava o cadastro de clientes que era de uma forma sucinta, somente o suficiente para conseguir liberar o crédito. Foi conhecido o processo de análise de crédito e liberação de limite através de coleta de informações no próprio departamento da empresa, a análise era feita de uma forma rápida e suficiente para o conhecimento ao cliente e o limite era liberado com base nas informações passadas pelos fornecedores e por conhecimento que o cliente tem no mercado adquirido através de conversa com pessoas do próprio ramo.

Após a realização da fundamentação teórica conhecendo conceitos de análise de crédito de autores renomados, conclui-se então que a análise de crédito tem

uma grande importância na empresa, pois é através dela que a conta a receber se inicia, por isso a necessidade de um grande cuidado para liberar o cadastro corretamente e não haver problema com recebimentos futuros e é através de uma análise bem elaborada que você conhece melhor o perfil do cliente que vai ao seu estabelecimento.

Com isso então foi elaborado para a empresa um novo modelo de ficha cadastral e uma forma para analisar o crédito de acordo com os conhecimentos adquiridos com esse estudo, que vão ser utilizados pelo departamento de cadastro para um melhor resultado em cadastros liberados pelo departamento.

Como sugestão para limites de crédito, pode-se deixar como utilização algumas formas, baseado no Índice de Liquidez e Endividamento para pessoas jurídicas e baseado na folha de pagamento para pessoas físicas, ou até mesmo o mais utilizado nas empresas hoje que é baseado nos 5C's do crédito, baseando-se no Caráter, Condições, Capacidade e Capital, ou seja, conhecendo a idoneidade do cliente, com base nisso libera-se um limite de crédito mais apropriado para o mesmo.

Então logo após a conclusão desse trabalho vai ser apresentado a empresa o resultado do estudo e a proposta de um modelo que acredita-se ser correto por conhecer todos os dados do cliente, desde informações cadastrais básicas a informações de idoneidade do cliente, para com isso haver uma melhora no processo de análise de crédito, com mais conhecimento e segurança para a realização do mesmo.

REFERÊNCIA

ANDRADE, Maria Margarida de. **Introdução a metodologia do trabalho científico**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 160 p.

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor**. 2. ed São Paulo: Atlas, 2005. 656 p.

BERNI, Mauro Tadeu. **Operação e concessão de crédito: os parâmetros para a decisão de crédito**. São Paulo: Atlas, 1999. 140 p.

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e técnicas de administração financeira**. São Paulo: Atlas, 1995. 408 p.

BRENNER, Eliana de Moraes; JESUS, Dalena Maria Nascimento de. **Manual de planejamento e apresentação de trabalhos acadêmicos**: projeto de pesquisa, monografia e artigo. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008. vi, 66 p.

BRIGHAM, Eugene F.; HOUSTON, Joel F. **Fundamentos da moderna administração financeira**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1999. 713 p.

BRITO, Osias Santana de. **Controladoria de risco retorno em instituições financeiras**. São Paulo: Saraiva, 2003. 225 p.

_____. **Mercado financeiro**: estruturas, produtos, serviços, riscos e controle gerencial. São Paulo: Saraiva, 2005. 400 p.

_____. **Gestão de riscos**: uma abordagem orientada a riscos operacionais. São Paulo: Saraiva, 2007. 246p.

BRUNI, Adriano Leal. . **Estatística aplicada à gestão empresarial**. São Paulo: Atlas, 2007. 382p.

CATELLI, Armando. **Controladoria: uma abordagem da gestão econômica, gecon**. 2. ed São Paulo: Atlas, 2001. 570 p.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 5. ed São Paulo: Prentice Hall, 2002. 242 p.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de Recursos Humanos: Fundamentos Básicos**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2003. 205 p.

_____. **Introdução à teoria geral da administração**. 7. ed. rev. e atual Rio de Janeiro: Ed. Campus, c2004. 634 p.

FERREIRA, José Antonio Stark. . **Finanças corporativas: conceitos e aplicações**. São Paulo: Prentice Hall, 2005. 556 p.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed São Paulo: Atlas, 2002. 175 p.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 610 p.

GOMES, Adriano. **Gerenciamento do Crédito e Mensuração do Risco de Vender**. Barueri: Manole, 2003. 254 p.

HOJI, Masakazu. . **Práticas de tesouraria**. São Paulo: Atlas, 2001. 188 p.

HOOLEY, Graham J.; SAUNDERS, John A.;PIERCY,Nigel F. **Estratégia de Marketing e Posicionamento Competitivo**. 3 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall,2005. 464p.

JUNG, Carlos Fernando. **Metodologia para pesquisa & desenvolvimento**: aplicada a novas tecnologias, produtos e processos. Rio de Janeiro: Axcel Books do Brasil, 2004. 312 p.

KAZMIER, Leonard J. **Estatística aplicada a economia e administração**. São Paulo: Makron Books, 1982. 376 p.

LACOMBE, Francisco José Masset; HEILBORN, Gilberto Luiz José. **Administração**: princípios e tendências. São Paulo: Saraiva, 2003. 542 p.

LEMES JÚNIOR, Antônio Barbosa; RIGO, Cláudio Miessa; CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo. . **Administração financeira**: princípios, fundamentos e práticas brasileiras: aplicações e casos nacionais. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2005. 547 p.

_____ **Administração financeira:** princípios, fundamentos e práticas brasileiras: aplicações e casos nacionais. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2010. 603 p.

LEONI, Geraldo; LEONI, Evandro Geraldo. **Cadastro, crédito e cobrança.** 3. ed. São Paulo: Ed. Atlas, 1998. 166 p.

LEVIN, Jack; FOX, James Alan. **Estatística para ciências humanas.** 9. ed São Paulo: Prentice Hall, 2004. 497 p.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. . **Técnicas de pesquisa:** planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados. 7. ed São Paulo: Atlas, 2008. 277 p.

MARTINS, Rosilda Baron. . **Metodologia científica:** como tornar mais agradável a elaboração de trabalhos acadêmicos. Curitiba, PR: Juruá, 2004. 277 p.

MATIAS, Alberto Borges. **Finanças Corporativas de curto prazo:** volume 1 : a gestão do valor do capital de giro. São Paulo: Atlas, 2007. 285 p.

MAXIMIANO, Antonio César Amaru. **Introdução a administração.** 6. ed. rev. e ampl São Paulo: Atlas, 2004. 236 p.

_____ **Teoria geral da administração:** da revolução urbana à revolução digital. 4. ed. rev. e atual São Paulo: Atlas, 2004. 521 p.

MEGLIORINI, Evandir; VALLIM, Marco Aurélio. . **Administração financeira:** uma abordagem brasileira. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009. 251 p.

MOREIRA, Daniel Augusto. **Administração da produção e operações.** São Paulo: Thomson, 1993. 619 p.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Teoria geral da administração:** uma abordagem prática. São Paulo: Atlas, 2008. 427p.

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

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Controladoria estratégica e operacional**: conceitos, estrutura e aplicação. São Paulo: Thomson, 2003. 483 p.

_____. **Introdução à administração financeira**: texto e exercícios. São Paulo: Thomson, Cengage Learning, 2005. 299 p.

PELEIAS, Ivam Ricardo. **Controladoria**: gestão eficaz utilizando padrões. São Paulo: Saraiva, 2002. 206p.

ROBBINS, Stephen P. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo: Ed. Saraiva, 2000-2002. 524 p.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo; BECKER, Grace Vieira; MELLO, Maria Ivone de. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed São Paulo: Atlas, 2005. 308 p.

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph; JORDAN, Bradford D. **Princípios da administração financeira**. São Paulo: Ed. Atlas, 1998. 432 p.

SANTI FILHO, Armando de. **Avaliação de riscos de crédito**: para gerentes de operação. São Paulo: Atlas, 1997. 149 p.

SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração financeira da pequena e média empresa**. São Paulo: Atlas, 2001. 252 p.

SANTOS, José Odálio dos. **Análise de crédito: empresas e pessoas físicas**. São Paulo: Atlas, 2000. 185 p.

_____. **Análise de crédito: empresas, pessoas físicas, agronegócio e pecuária**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2009. 310 p.

SCHMIDT, Paulo; SANTOS, José Luiz dos. . **Introdução à avaliação de empresas**. São Paulo: Atlas, 2006. 202p.

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de crédito: concessão e gerência de empréstimos**. 5.ed São Paulo: Atlas, 2000. 353 p.

SILVA, Adelphino Teixeira da. **Administração básica**. 4. ed. rev. e ampl São Paulo:

Atlas, 2007. 267 p.

SILVA, José Pereira. **Análise financeira das empresas**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2001. 484 p.

_____. **Análise financeira das empresas**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 552 p.

SILVA, José Pereira da. **Gestão e análise de risco de crédito**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000. 399 p.

SILVA, Reinaldo O. da. **Teorias da administração**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008. 480 p.

STONER, James Arthur Finch; FREEMAN, R. Edward, **Administração**. 5. ed Rio de Janeiro: LTC, c1994. 533 p.

ANEXO I

Processo utilizado para realizar cadastro hoje na empresa:

- Cliente chega à loja;
- A Pessoa do cadastro vai pegar os dados do cliente;
- Se for pessoa física:
 - CPF;
 - RG;
 - Endereço Completo;
 - Nome de 3 empresas que compram;

- Se for pessoa jurídica:
 - CNPJ;
 - Inscrição Estadual;
 - Endereço Completo;
 - Nome de 3 empresas que compram

- Com os dados em mãos consultar SERASA;
- Se estiver sem restrições e as informações tudo certo pode ser liberado o cadastro;
- Se estiver com restrições na SERASA e nas informações, tem que passar pelo gerente para ver se vai ser liberado o cadastro.

Processo Para Liberação do Crédito:

- Logo após a coleta de dados e a realização das consultas é feita uma análise;
- É comparado o valor das compras que foram repassadas pelos fornecedores que são pagas pontuais, com o valor da compra que quer ser realizada na empresa;
- Se o valor é aproximado, é analisado o tempo de empresa. Se for mais de dois anos e na Serasa a consulta estava tudo certo, a compra é liberada.
- Limite é liberado de acordo com o conhecimento que terá com os

pagamentos do cliente.