

## **A IMPORTÂNCIA DO CRÉDITO NO RELACIONAMENTO EMPRESARIAL**

### **Autoria**

**CAROLINE FABEN BRUMATI**

ADMINISTRAÇÃO/CENTRO UNIVERSITÁRIO CATÓLICO SALESIANO AUXILIUM

### **Professor Orientador**

**IRSO TÓFOLI**

### **Resumo**

Em uma realidade onde as empresas buscam por maior desenvolvimento e por gerar lucros de forma com que as coloquem à frente no mercado, torna-se necessária a utilização de técnicas para que essas conquistas sejam alcançadas. Uma das técnicas mais utilizadas para alavancagem das vendas como forma de aperfeiçoamento e geração de lucros, é a concessão de crédito. Esta operação envolve inúmeros riscos, sendo de grande relevância a inadimplência. A inadimplência significa o não cumprimento da obrigação por parte do tomador do crédito, no prazo compromissado e sua frequência se tornará um grande problema para a empresa. Para a prevenção da inadimplência é utilizada a análise de crédito para reduzir os riscos da operação. É necessária também a gerência de regras e políticas para serem utilizadas para a prática do negócio, variando de pessoa para pessoa, não podendo ser utilizada uma "receita" para todos os clientes, pois cada um apresentará um tipo de comportamento. Por meio de pesquisa bibliográfica objetivou-se analisar a relevância da concessão de crédito para fortalecimento da relação empresa/cliente.

## **Finanças**

### **A IMPORTÂNCIA DO CRÉDITO NO RELACIONAMENTO EMPRESARIAL**

## RESUMO

Em uma realidade onde as empresas buscam por maior desenvolvimento e por gerar lucros de forma com que as coloquem à frente no mercado, torna-se necessária a utilização de técnicas para que essas conquistas sejam alcançadas. Uma das técnicas mais utilizadas para alavancagem das vendas como forma de aperfeiçoamento e geração de lucros, é a concessão de crédito. Esta operação envolve inúmeros riscos, sendo de grande relevância a inadimplência. A inadimplência significa o não cumprimento da obrigação por parte do tomador do crédito, no prazo compromissado e sua frequência se tornará um grande problema para a empresa. Para a prevenção da inadimplência é utilizada a análise de crédito para reduzir os riscos da operação. É necessária também a gerência de regras e políticas para serem utilizadas para a prática do negócio, variando de pessoa para pessoa, não podendo ser utilizada uma “receita” para todos os clientes, pois cada um apresentará um tipo de comportamento. Por meio de pesquisa bibliográfica objetivou-se analisar a relevância da concessão de crédito para fortalecimento da relação empresa/cliente.

**Palavras-chave:** Análise financeira. Crédito. Inadimplência.

## 1 INTRODUÇÃO

O tema deste estudo destaca a necessidade da utilização da concessão do crédito para realização do sucesso empresarial, como também a satisfação da pessoa física. A concessão do crédito norteia as relações empresariais como um passaporte de um estado que o presente não pode proporcionar, desta forma, é necessário o seu estudo para maior entendimento de sua flexibilidade para pessoas físicas e para empresas. O crédito para as pessoas físicas promove a realização de desejos e a satisfação de necessidades que sua capacidade financeira do momento não permite desfrutar de tal anseio. Para as empresas, promoverá a realização de uma necessidade, como por exemplo, a aquisição de um equipamento que aumentará a produtividade diária e reduzirá o custo da operação, ou também a compra de matéria prima para as atividades normais.

Este trabalho tem como objetivo analisar a relevância do crédito nas relações empresariais, bem como a sua relação entre pessoas físicas e empresas, verificar seu conceito, avaliar as formas de concessão de crédito e de qual forma é concedido, destacar a importância de uma boa política de crédito a ser seguida para assim garantir a saúde financeira da empresa que concederá o crédito, como também reduzir a inadimplência.

A análise de crédito permite avaliar o crédito e o tomador, para melhor gestão do negócio, apoiando o gestor na minimização dos riscos e da inadimplência e com ela é possível manter a segurança em um negócio que é incerto, pois só é obtida uma promessa de pagamento futuro. Tem como objetivo avaliar a capacidade e a vontade do tomador em saldar seus compromissos. “A análise de crédito é uma atividade que tem por objetivo prever a capacidade e vontade de um devedor em honrar suas dívidas no momento em que se tornem exigíveis.” (ALENCAR, 2014, p.14).

O crédito se baseia no princípio da confiança, pois não é possível conhecer a todos os clientes e manter um contato próximo com todos eles, desta forma o negócio estará baseado apenas na confiança do tomador, logo, é necessário que a empresa disponha de técnicas e políticas que aumentem a segurança para o recebimento. Sendo este o objetivo da análise de crédito, usar desta análise para diminuir a inadimplência.

Para a tomada de decisão em conceder o crédito é indispensável que o gestor tenha a sua disposição informações que o contemplem os meios para seguir o melhor caminho, o que seja mais rentável para a empresa ao conceder tal importância. Estas informações precisam estar em conformidade com a realidade do tomador e que sejam fiéis ao seu comportamento. Quanto mais informações possuir e oferecer, mais chances o tomador terá de adquirir o crédito.

As empresas recorrem a essa operação, pois desta forma é mais fácil realizar as vendas, ocasionando assim uma alavancagem de seu negócio, com conseqüente aumento do lucro. No entanto, não basta somente realizar a venda a prazo, é necessário realizar um estudo e para isso utilizar ferramentas que permitam eliminar o risco na operação.

Diante disto, foi realizado um estudo a partir da metodologia bibliográfica com a finalidade de conhecimento sobre o crédito, seus componentes e suas ferramentas que proporcionam o sucesso da operação e melhorar o relacionamento entre as empresas e seus clientes. Foram utilizados para esta pesquisa livros específicos e artigos que abordaram o presente tema.

## 2 CONCEITO

“Crédito, em finanças, é definido como a modalidade de financiamento destinada a possibilitar a realização de transações comerciais entre empresas e seus clientes.” (SANTOS, 2015, p.1). Conceder o crédito é também conceder a confiança na promessa de pagamento de certa quantia em data futura.

Segundo Tófoli (2012) o crédito é um valor a receber, cedido a um cliente para realização de vendas a prazo, através do qual o cliente adquire bens ou serviços para efetivar o pagamento em data futura.

Crédito é todo ato de vontade ou disposição de alguém de destacar ou ceder, temporariamente, parte do seu patrimônio a um terceiro, com a expectativa de que esta parcela volte a sua posse integralmente, após decorrido o tempo estipulado. (SCHRICKEL, 1998, p. 25).

Afirma Martins (2016) que o crédito surgiu para aumentar o desenvolvimento das empresas através de sua concessão, que permite facilitar as compras e vendas de mercadorias. Nesta concessão é necessário que haja a confiança do credor no devedor, pois o devedor irá usufruir de tal importância para satisfazer suas necessidades, porém deverá retornar a sua obrigação com seu credor em saldar sua dívida em determinado tempo. “Existem duas características importantes neste processo que é a confiança na promessa do pagamento e o intervalo de tempo entre a obtenção e quitação da dívida.” (ALENCAR, 2014, p. 16.).

Logo, o crédito é o meio através do qual as pessoas conquistam seus interesses e alcançam seus desejos de imediato, mesmo não possuindo condições para tal realização, utilizando recursos de terceiros por meio de uma promessa de pagamento e na futura quitação da dívida. Conforme Rodrigues (2012) assim que as empresas contemplam a confiança de seus clientes, elas passam a utilizar a concessão de crédito como aliada para alavancar suas vendas, utilizando esse recurso para satisfazer seu cliente bem como o crescimento econômico da empresa.

A importância do crédito para o desenvolvimento da economia tem sido destacada unanimemente, tanto por economistas como pelos juristas, que veem nele o responsável pelo crescimento da economia das nações, em geral, e das empresas e suas operações em particular. (BULGARELLI, 1998, p.19).

## 3 FUNÇÃO SOCIAL E EMPRESARIAL DO CRÉDITO

O crescimento da população, o desenvolvimento das empresas e a ampliação dos negócios provocam a necessidade da concessão do crédito. Do mesmo modo que para as pessoas o crédito é importante para a aquisição de bens e serviços a fim de atender suas necessidades, as empresas também necessitam de crédito para compra de recursos para suas operações, como matéria prima, mão de obra, ativo imobilizado, investimentos e entre outros. Assim, as pessoas satisfazem, as suas vontades de possuir tal bem ou serviço e as empresas alavancam suas vendas com o objetivo de gerar lucros, entretanto essa operação deve ser feita baseada em ferramentas e em informações íntegras.

Para Tófoli (2012), a operação vender a prazo para uma empresa, aumenta o nível de operações; conceder o crédito a um cliente significa conceder maiores possibilidades de vendas, como também ampliar as atividades, entretanto essa modalidade oferece vantagens e desvantagens.

Segundo Rodrigues (2012), uma empresa ao conceder crédito à pessoa física ou pessoa jurídica com a finalidade de aquisição de seus bens e serviços com a quitação de sua dívida em data futura é necessária uma rígida análise de crédito, pois fica exposta ao risco de inadimplência, se tornando a empresa a responsável por quitar tal dívida.

A partir do instante que cedemos crédito a alguém, cedemos também parte de nossa propriedade sob a forma de dinheiro, mercadoria ou serviços. No caso de inadimplência, teremos de cobrir essa dívida de alguma maneira: por meio de empréstimos tomados de terceiros e, até mesmo, da liquidação de nossos próprios ativos em relação ao mercado (venda de máquinas, veículos, equipamentos, etc.). (RODRIGUES, 2012, p. 23.).

A análise de crédito estabelece a concessão de crédito aos clientes através de informações para determinar a quantidade com base na observação da situação de cada cliente.

#### **4 LINHAS DE CRÉDITO**

O crédito possui como finalidade a satisfação dos desejos do cliente, está diretamente ligado em realizar suas necessidades. Para isso é necessário que a empresa possua as informações necessárias para ofertar a linha de crédito que seja compatível com a capacidade de pagamento do cliente. Para pessoas físicas o crédito possui a função de suprir necessidades como: créditos emergenciais, financiamentos de compras e investimentos. Para as empresas e para o agronegócio o crédito concedido destina-se ao: capital de giro e investimentos. (SANTOS, 2015.).

Conforme o mesmo autor, os clientes quando efetivarem o pedido para obtenção de crédito, podem recorrer a duas modalidades: as linhas rotativas e as linhas pontuais. As linhas rotativas são os limites que ficam a disposição do cliente para satisfazer suas necessidades. As linhas pontuais são aquelas que serão destinadas para fins próprios, onde já será definida a finalidade, valor, prazo e garantia.

##### **4.1 Linhas de crédito às pessoas físicas**

Para Santos (2015), os modelos de crédito para pessoa física estão relacionados a gastos básicos, como alimentação, moradia, vestuário e transporte, os quais são atendidos pelos: cheque especial, cartão de crédito, contrato de crédito, crédito ao consumidor, crédito imobiliário e *leasing*.

- a) Cheque especial: resume-se em uma ordem de pagamento, indicada por um documento com a assinatura do cliente, onde a aprovação desta modalidade depende das informações do cliente. “Como parâmetro, os bancos aprovam limites de cheque especial em valores compatíveis com a renda líquida mensal comprovada dos clientes.” (SANTOS, 2015, p. 10).

- b) Cartão de crédito: essa modalidade baseia-se na aprovação de crédito num valor compatível a renda líquida mensal do cliente, possibilitando a aquisição de bens e serviços até o valor do seu limite. Essa aprovação também é baseada através de informações do cliente. O pagamento será feito em data futura, onde essa data pode ser escolhida pelo próprio cliente. Além de compras também podem ser realizadas com o cartão de crédito os saques em caixas eletrônicos.
- c) Contrato de crédito: “Trata-se de modalidade de crédito condicionada à amortização parcelada do principal mais os juros. Essa modalidade de financiamento é considerada pontual, uma vez que possibilita ao banco o conhecimento prévio do direcionamento que o cliente dará para os recursos financeiros.” (SANTOS, 2015, p. 11).
- d) Crédito ao consumidor: é utilizado para financiar bens duráveis com amortizações mensais fixas. Um bem que represente garantia para o banco, caso ocorra a inadimplência do cliente, como por exemplo, máquinas, carros e equipamentos.
- e) Crédito imobiliário: este crédito destina-se a obtenção ou construção de imóveis com amortizações mensais, em períodos maiores que cinco anos. Em caso de inadimplência, é necessário que o comprador tenha um fiador com capacidade de pagamento para quitar a dívida.
- f) *Leasing*: trata-se de um aluguel, onde o financiamento é de longo prazo podendo se estender até 36 meses. Ao término do contrato, o arrendatário poderá adquirir o bem pelo valor residual, indicar outras pessoas para compra pelo valor residual ou devolver o bem.

#### 4.2 Linhas de crédito às pessoas jurídicas

Segundo Santos (2015), o crédito que é concedido para as empresas é destinado para que haja o seu funcionamento, financiar suas operações, o capital de giro englobando os gastos operacionais, como a mão de obra, como também os investimentos em estrutura para suporte nas operações, compreendendo o ativo imobilizado da empresa, como máquinas e equipamentos. As modalidades que atendem tais necessidades são: contratos de capital de giro, descontos de recebíveis, cédula de crédito bancário, *comprar, vendor*, adiantamento sobre contratos de câmbio (ACC), adiantamento sobre cambiais entregues (ACE), carta de crédito, financiamento à importação (FINIMP), assunção de dívidas em moeda estrangeira, *leasing*, repasses do BNDS e fiança bancária.

- a) Contratos de capital de giro: responsáveis por financiar as atividades de curto prazo, a necessidade de pagamento da mão de obra, por exemplo, tendo como garantia a nota promissória.
- b) Descontos de recebíveis: baseia-se na antecipação do pagamento do crédito através do pagamento de juros. Irá receber o crédito a vista e não em data futura. “Esses desembolsos são geralmente cobrados sobre o valor nominal do título (valor de resgate) e pagos ou descontados no momento da liberação dos recursos.” (SANTOS, 2015, p. 13).
- c) Cédula de crédito bancário: é utilizada para efetivação das operações empresarias como a venda de sua produção. Solucionando a falta de recursos financeiros da empresa para a realização de suas atividades. Esta

deverá ser liquidada em dinheiro de forma líquida e certa do valor do crédito.

- d) *Compror*: deve ser firmado por uma nota promissória, onde o comprador realizará o pagamento a prazo e o fornecedor realizará a entrega do bem ou serviço à vista. O fiador nesta modalidade é o crédito bancário, onde o banco irá representar como credor do fornecedor.
- e) *Vendor*: resume-se no recebimento de uma venda a prazo de um cliente, porém quem irá realizar o pagamento a vista para a empresa será determinado banco que irá intermediar a operação. Para isso a empresa mancomunada com determinado banco obterá certo limite para realizar as vendas, sendo as condições do financiamento negociadas com o banco.
- f) Adiantamento sobre contratos de câmbio (ACC): esta modalidade é utilizada pelos exportadores, onde a concessão do crédito está relacionada com a capacidade e a assiduidade dos exportadores em saldar seus compromissos, como também são cobrados juros conforme os critérios e variáveis da operação.
- g) Adiantamento sobre cambiais entregues (ACE): sucedido ao ACC, o Adiantamento sobre cambiais entregues (ACE) corresponde ao financiamento decorrido após o embarque do bem, onde serão cobrados juros pelo período da operação, nesta modalidade também é levado como política de crédito a pontualidade no pagamento do exportador.
- h) Cartas de crédito: através de uma ordem de seu cliente, o banco emite um documento com a finalidade de pagamento do bem ou serviço.
- i) Financiamento à importação (FINIMP): caracterizada por um repasse, é realizado o pagamento a vista ao exportador na moeda correspondente do seu país, recebendo o bem a prazo.
- j) Assunção de dívidas em moeda estrangeira: repasse de uma dívida a um terceiro, contraída por uma empresa nacional de um empréstimo em moeda estrangeira. “O cliente entrega o equivalente em reais da dívida à instituição financeira, que assume o compromisso de pagamento ao credor no exterior na data de vencimento.” (SANTOS, 2015, p. 20).
- k) *Leasing*: trata-se de um aluguel de financiamento de ativos imobilizados, de longo prazo, podendo ser até em 36 meses. Concedido o crédito, ao final do contrato, o arrendatário poderá comprar o bem pelo valor residual, indicar interessados pela compra ou devolver o bem.
- l) Repasses ao BNDES: as empresas utilizam recursos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social para financiar projetos, onde o banco irá receber a importância em parcelas e repassar para o BNDES.
- m) Fiança bancária: baseia-se no não cumprimento da obrigação por parte do cliente aonde a instituição financeira irá se responsabilizar pelo compromisso, sendo essa ação concedida para aquele cliente que apresentar uma situação financeira sólida e sem restrições.

#### 4.3 Linhas de crédito ao agronegócio

“Os títulos de crédito rural são promessas de pagamento sem ou com garantia real cedularmente constituída, isto é, no próprio título.” (SANTOS, 2015, p. 22). Para o mesmo autor, alguns dos tipos de título de crédito concedidos ao agronegócio são: cédula de produção rural (CPR), cédula de produção rural financeira (CPRF) e certificado de direitos creditórios do agronegócio (CDCA).

- a) Cédula de produção rural (CPR): esta modalidade possibilita ao produtor rural receber o valor a vista da venda realizada para entrega do produto com integridade em data futura. Essa negociação pode ocorrer no período anterior ao plantio, durante o plantio, na colheita e pós-colheita.
- b) Cédula de produção rural financeira (CPRF): essa modalidade se difere da cédula de produção rural (CPR) pela forma de pagamento, pois esta é realizada em dinheiro.
- c) Certificado de direitos creditórios do agronegócio (CDCA): “O Certificado de Direitos Creditórios do Agronegócio (CDCA) é um título de crédito nominativo e permite a execução extrajudicial, representando promessa de pagamento em dinheiro no prazo determinado.” (SANTOS, 2015, p. 24).

## 5 ANÁLISE DE CRÉDITO

As empresas com o objetivo de alavancar suas vendas buscam diferentes formas de crédito para atender seu objetivo e satisfazer um desejo ou uma necessidade de um cliente. Entretanto não somente é necessário elencar tipos de crédito, como também um estudo para conceder da melhor forma para fim reduzir a inadimplência.

Segundo Schrickel (1998), a análise de crédito tem como seu objetivo apontar os riscos nas operações de venda a prazo. Além disso, obter conhecimento sobre a capacidade financeira do tomador e elencar as melhores formas de concessão de crédito, beneficiando com segurança, ambas as partes. A fim de obter uma análise de crédito sólida é necessário que haja a maior identificação dos riscos.

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. (SCHRICKEL, 1998, p. 27).

Para Santos (2015) o objetivo da análise do crédito é analisar se o cliente possui capacidade para saldar sua dívida, podendo saber se este cliente poderá gerar problemas de inadimplência.

De acordo com Rodrigues (2012), a análise de crédito é uma importante ferramenta para o gestor, pois irá possibilitar as informações necessárias para que haja alternativas de negócio específicas para cada cliente. Além de possuir tais informações para conceder o crédito ao cliente, utilizar essas informações para fortalecer o relacionamento entre cliente e empresa, conhecendo melhor seus clientes, podendo assim atender melhor seus necessidades.

Tófoli (2012) afirma que se deve monitorar a situação do cliente a cada vez que for concedido crédito a ele, devem ser mantidas as informações atualizadas, é necessário que haja uma análise criteriosa das informações deste cliente, como pontualidade ou atrasos em seus compromissos.

Para Schrickel (1998), para ser concedido o crédito é necessário passar por três etapas distintas:

- a) Análise retrospectiva: realizar uma análise do histórico do tomador, em respeito ao seu potencial financeiro, tendo como objetivo apontar fatores do

presente que denunciam eventuais problemas que o tomador provavelmente obterá no futuro.

- b) Análise de tendências: efetivar uma projeção da condição financeira do tomador, com o objetivo de analisar a capacidade de suportar tal empréstimo e sua onerosidade.
- c) Capacidade creditícia: esta etapa conclui as duas etapas anteriores para que o emprestador tenha noção do histórico e de uma projeção futura do tomador que consiga prever prováveis perdas, chegando a uma decisão da capacidade do tomador para que possa ser concedido o crédito.

Conforme o mesmo autor, o objetivo da análise de crédito é chegar a uma tomada de decisão, a qual deve ser conceder ou não conceder o crédito. De forma que serão utilizados instrumentos no processo da análise que irá variar de acordo com a situação. Essa decisão é tomada em um cenário incerto, pois não há garantias de recebimentos, apenas uma promessa, no entanto ela será tomada sobre informações, assim como todas e qualquer tomada de decisão é necessário que haja informações mais precisas com a realidade, a decisão será a melhor tomada desde que suas informações sejam as melhores. Mesmo isso não sendo possível, pois existem pessoas que agem de má fé e maquiagem as informações, concedem os dados errados e também as informações dos clientes podem estar desatualizadas, deve ser tomada uma decisão.

Segundo Santos (2015), na elaboração da análise de crédito, as empresas aplicam duas técnicas, a técnica subjetiva que aborda a opinião do observador através da sua visão do cliente e a técnica objetiva que se sustenta em provas concretas do cliente.

A fim de obter uma boa tomada de decisão através da análise de crédito, é necessário observar três elementos, a liquidez, que identifica a capacidade de pagamento, ou seja, a pontualidade em saldar o compromisso na data certa e no valor certo; a segurança que se obtém através da confiança criada no processo da concessão do crédito, sendo ela fortalecida através das informações cedidas pelo cliente, devendo ser essas coerentes com a realidade; e a rentabilidade, pois as vendas a prazo tem como função alavancar as vendas para assim gerar mais lucros. (FERREIRA, et al. 2009).

## 5.1 Informações cadastrais

Na operação de vendas a prazo a empresa deve deter de informações sobre o tomador do crédito, tais informações são indispensáveis para como deve gerir o negócio, como conceder e quanto conceder. Destacando que cada pessoa possui suas características e relevâncias que devem ser levadas em consideração na hora da análise do crédito. “A atividade de concessão de crédito e empréstimos, entre tantas outras, baseia-se em informações e decisões.” (SCHRICKEL, 1998, p. 28).

Conforme Tófoli (2012), a mais comum ferramenta utilizada pelas empresas para obter informações de um cliente é o cadastro, cadastro este que deve conter informações primordiais como o nome, estado civil, quantidade de dependentes, se houve muitas alterações de endereço e de emprego, como também a empresa onde trabalha o cargo que é responsável e se há pontualidade ou atrasos em seus pagamentos passados, além de informações é importante que o cadastro seja atualizado sempre quando o cliente solicitar uma nova compra. Segundo Schrickel (1998), a realização das anotações de informações do tomador nas fichas cadastrais

poderá ser realizada pelo pessoal da empresa, ou destinada a empresas especializadas para prestação deste serviço. As informações devem ser atualizadas e checadas para verificar a veracidade de cada um delas.

As informações, além de permitir a identificação de qual caminho seguir na negociação, irão eliminar os riscos da inadimplência e trarão a segurança para o credor. A quantidade das informações irá definir a quantidade de crédito concedido. No entanto é necessário verificar a veracidade das informações cedidas pelo cliente. Conforme Ferreira, et al. (2009) as empresas podem verificar se o cliente está honrando seus compromissos e se não irá manifestar algum risco para a empresa através da consulta no Serviço Nacional de Proteção ao Crédito - SNPC e na SERASA. O SPC é um órgão da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas, que busca através de um banco de dados, possibilitar as empresas a confirmar dados e buscar informações dos clientes para eliminar o risco na venda e crédito. O acesso a esse banco de dados fornece informações sobre o cliente, sobre os atrasos cometidos e o comportamento de pagamento dos mesmos. A SERASA é uma empresa privada criada por bancos que possui a função de avaliação do risco do crédito, da inadimplência e de prováveis fraudes. Ela define o limite do crédito e o risco de crédito para o auxílio na negociação da venda a prazo.

## 5.2 Os C's do crédito

Sendo a base da concessão de crédito a confiança, nela também se destacam dois elementos: a vontade e a habilidade. A vontade se relaciona com o querer do devedor em liquidar sua dívida, diz respeito ao seu caráter. Já a habilidade está relacionada com as possibilidades do devedor em cumprir sua obrigação. (SCHRICKEL, 1998).

Por definição, o processo de análise subjetivo envolve decisões individuais quanto à concessão ou recusa de crédito. Nesse processo, a decisão baseia-se na experiência adquirida, disponibilidade de informações e sensibilidade de cada analista quanto ao risco do negócio. (SANTOS, 2015, p. 38).

Conforme Tófoli (2012), no processo da análise do crédito deve ser levado em consideração, para uma análise criteriosa dos dados cadastrais do tomador, os 5Cs do crédito. “As informações que são necessárias para a análise subjetiva da capacidade financeira dos clientes são tradicionalmente conhecidas como Cs do Crédito: caráter, capacidade, capital, colateral e condições.” (SANTOS, 2015, p. 39).

1. Caráter: é o C mais importante a ser analisado, pois irá avaliar o passado do cliente, sua integridade ética para saldar seus compromissos. Busca informações de sua cultura, seus hobbies e hábitos. “Verifica o caráter do cliente quanto seu comportamento no tocante à pontualidade de seus pagamentos, a existência ou não de títulos protestados, pendências judiciais, de sua integridade, honestidade.” (TÓFOLI, 2012, p. 100).
2. Capacidade: identifica se o cliente possui a capacidade do pagamento, quanto ganha, quanto são suas despesas, onde trabalha sua idade e entre outras características que comprometem a sua receita. (TÓFOLI, 2012) Neste C não basta a intenção de saldar sua dívida e sim se possui a capacidade para realizar a operação.

3. Capital: é a avaliação de quanto o cliente ganha e quais são as despesas que ele possui, como água, luz, aluguel e alimentação. “O capital é medido pela situação financeira do cliente, levando-se em consideração a composição (quantitativa e qualitativa) dos recursos, onde são aplicados e como são financiados.” (SANTOS, 2015, p. 40)
4. Colateral: através das informações cedidas pelo cliente, serão analisados os riscos, quanto maior o risco, menor o crédito, quanto menor o risco, maior o crédito. Esse C verifica as garantias para a concessão do crédito, identifica quais bens ou recursos que o cliente poderá ofertar como garantia se não houver a amortização da dívida adquirida.
5. Condições: tem como objetivo identificar fatores externos que prejudicam o cumprimento das obrigações. “Esse C está relacionado à sensibilidade da capacidade de pagamento dos clientes à ocorrência de fatores externos adversos ou sistemáticos, tais como os decorrentes de aumento nas taxas de inflação, taxa de juros e paridade cambial, e de crises em economias de países desenvolvidos e emergentes que mantem relacionamento com o Brasil.” (SANTOS, 2015, p. 41).

## **6 POLÍTICAS DE CRÉDITO**

As empresas no momento da negociação de uma venda a prazo necessitam estar em conformidade com suas regras para realizar tal operação. É indispensável que haja uma política a ser seguida para guiar o negócio, para realizar ou não uma venda a prazo, para determinar o limite concedido e analisar quem está sendo concedido o crédito, para averiguar suas características e seus comportamentos. As regras de uma política de crédito estão vinculadas com o risco de recebimento.

Segundo Tófoli (2012) uma política de crédito liberal aumenta o volume de vendas, mas também aumenta a inadimplência, sendo assim uma política sem regras que visa somente com o número de vendas não se preocupa com a qualidade e com os riscos das tais vendas. Já uma política de crédito rígida transmite mais segurança e confiabilidade na operação, pois se baseia em restringir o volume das vendas para garantir maiores recebimentos.

## **7 INSTRUMENTOS DE COBRANÇA**

Conforme Tófoli (2012), as empresas, para realizar a cobrança dos clientes que em data combinada não cumpriram com sua obrigação, utilizam os instrumentos de cobrança: correspondência, telefone/mensagens, visita pessoal, agência de cobrança e cobrança judicial.

- a) Correspondência: compreende-se uma carta que será enviada para o endereço do devedor relatando o atraso do pagamento e convocando o cliente para comparecer a empresa para cumprir seu compromisso. É um instrumento de custo baixo, entretanto sua eficácia também é baixa, pois uma vez que o cliente pode acusar o não recebimento, a carta não chegar ao endereço correto do devedor ou ignorar a carta.
- b) Telefone/mensagens: a empresa entrará em contato pelo telefone da residência ou celular do devedor, seja qual o devedor disponibilizou em seus dados quando cedido para a empresa, avisando o atraso no

pagamento de sua compra. Essa constitui um custo médio e a eficácia também média.

- c) Visita pessoal: com caráter de interação, a empresa elenca um funcionário para realizar a cobrança de forma física, sendo um contato direto com o devedor, solicitando que o devedor compareça a empresa e realize o pagamento de suas pendências. Essa prática detém um custo elevado e um risco de segurança do pessoal também alto, entretanto a eficácia de transmitir a mensagem é alta e as chances de um recebimento são maiores.
- d) Agências de cobrança: serviço concedido a empresas especializadas a cobrança, que utilizaram seus próprios meios de cobrança. Esta prática possui um custo muito elevado.
- e) Cobrança judicial: esta deverá ser utilizada se todos os demais instrumentos não surtirem efeitos, pois é um instrumento de altos valores e de eficácia relativa, pois irá depender das condições alegadas pelo devedor. A cobrança é feita de forma judicial, sendo o valor da dívida muitas vezes não cobre o valor das despesas de tal prática.

## 8 CONCLUSÃO

Considerando que a técnica da concessão de crédito é fundamental no relacionamento empresarial envolvendo a empresa e o cliente, pois se bem administrada favorece a ambos, percebe-se que sua utilização pura e simples pode romper a segurança do relacionamento, quando a empresa negligencia algumas das características necessárias para sua efetiva aplicação.

Para que uma empresa utilize a concessão de crédito de maneira equilibrada e segura, buscando manter-se competitiva no mercado e alavancando suas vendas com conseqüente geração de mais lucros, deverá atentar para a reflexão deste trabalho, considerando as peculiaridades da análise do crédito, detenha uma política de crédito bem definida e segura e pratique um acompanhamento de pagamentos de clientes, utilizando-se de instrumentos de cobrança efetivos.

Uma vez que o crédito é estabelecido na base da confiança, a faculdade de o cliente inadimplir é grande e isso acontecendo a empresa sofrerá perdas. Para minimizar e até mesmo anular essa possibilidade a empresa dispõe de ferramentas apropriadas, como as elencadas.

Entretanto, esta prática exige do gestor uma dedicação ímpar, pois é trabalhosa e exige tempo e acompanhamento. Por exemplo, se não houver um acompanhamento periódico e contínuo na carteira de valores a receber, o número de clientes inadimplentes se eleva, bem como há a possibilidade de um mesmo cliente inadimplir em mais de uma prestação/parcela. E, se o acompanhamento for rápido e diário, as técnicas de cobrança apropriadas podem ser utilizadas.

A concessão de crédito será frutífera e benéfica se bem aplicada e bem administrada. O resultado está na mão do gestor.

## 9 REFERÊNCIAS

ALENCAR, Fabiana Lozano. **Concessão de crédito**: um estudo sobre a relação entre obtenção de crédito e o aumento da inadimplência. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Pós-Graduação), Centro Universitário Católico Salesiano *Auxilium*, Lins, 2014.

BULGARELLI, Waldirio. **Títulos de crédito**, 13. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

FERREIRA, Juliana Aparecida Lima Alves et al. **Análise de crédito: um fator potencial de rentabilidade nos negócios**. Lins: Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium, 2009. Disponível em <[http://www.unisalesiano.edu.br/encontro2009/trabalho/aceitos/CC33074336870A.p](http://www.unisalesiano.edu.br/encontro2009/trabalho/aceitos/CC33074336870A.pdf)  
df> Acesso em: 24 de nov 2017.

MARTINS, Fran. **Títulos de crédito**. 17. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2016.

RODRIGUES, Chrystian Marcelo. **Análise de crédito e risco**. Curitiba: InterSaberes, 2012.

SANTOS, José Odálio dos. **Análise de crédito: Segmento: Empresas, Pessoas Físicas, Varejo, Agronegócio e Pecuária**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de crédito: concessão e gerência de empréstimos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

TÓFOLI, Irso. **Administração financeira empresarial**. São José do Rio Preto: Raízes, 2012.