



## **A POLÍTICA DE CONCESSÃO DE CRÉDITO ENTRE PESSOAS JURÍDICAS.**

**CARBONE<sup>1</sup>, Olívia Bastos; NEBEL<sup>1</sup>, Gitana; Ms. KARNOPP<sup>2</sup>, Nilo.**

*<sup>1</sup>Acadêmicas do curso de Administração – UFPel [oliviab.carbone@gmail.com](mailto:oliviab.carbone@gmail.com),  
[gitana\\_nebel@yahoo.com.br](mailto:gitana_nebel@yahoo.com.br)*

*<sup>2</sup>Professor orientador – FAT- Departamento de Administração e Turismo – UFPel  
[nilo.valter@terra.com.br](mailto:nilo.valter@terra.com.br)*

### **1. INTRODUÇÃO**

De acordo com a perspectiva teórica, em um mercado financeiro eficiente não deveria existir a figura de concessão de crédito, pois se um comprador precisasse de recursos para adquirir um produto, este financiamento poderia ser obtido em qualquer instituição financeira, a determinada taxa de juros. (ASSAF NETO e SILVA, 2002)

A prática, no entanto, se dá de forma diferente, e no dia-a-dia das empresas se evidencia a importância da gestão de valores a receber, também entendido como crédito concedido a empresa cliente.

A política de crédito fixa os parâmetros da empresa em termos de vendas a prazo (BRAGA, 1995), e nela, estão presentes os elementos fundamentais para a concessão do crédito: “padrão, prazo, desconto e cobrança” (ASSAF NETO e SILVA 2002, p. 109). Conforme apontam Ross, Westerfield e Jordan (2002, p. 46) “a escolha de uma política de crédito precisa considerar a relação entre os benefícios decorrentes do aumento de vendas e os custos de concessão de crédito.”

Em termos gerais, pode-se dizer que a análise de crédito é um processo que envolve a reunião de todas as informações disponíveis a respeito de um possível tomador, com o objetivo de decidir sobre a sua concessão ao solicitante. Na concessão de crédito a empresa terá de responder “sim” ou “não” ao cliente e, caso a resposta seja positiva, deverá responder “até quando” e “qual o limite de crédito sobre o saldo devedor”. Desse modo, é uma resposta individual da empresa a cada cliente, o qual se satisfizer às condições mínimas preestabelecidas pela empresa poderá existir concessão por parte da empresa para sua compra. (ASSAF NETO e SILVA, 2002).

Conforme Blatt (1999, p. 93), a análise de crédito é “um processo que cobre uma estrutura mais ampla do que simplesmente analisar o crédito de um cliente e dados financeiros para a tomada de decisão com propósitos creditícios”. O principal objetivo da análise de crédito é avaliar o potencial de retorno do tomador do crédito, identificação dos riscos, a evidenciação de conclusões quanto à capacidade de pagamento do tomador, recomendações relativas à melhor estruturação e a qualificação da concessão do limite de crédito.

Tendo em vista que a concessão de crédito é avaliada como uma operação de risco, as empresas cercam-se de alguns cuidados antes de concedê-lo, com o objetivo de minimizar esse risco e evitar prejuízos futuros. Para isso, são utilizados alguns instrumentos que permitem essas avaliações, tais como:

- Os cinco C's, que segundo Braga (1995) representam: (a) Caráter - refere-se à disposição do cliente para saldar seus compromissos financeiros; (b) Capacidade – relacionada com a competência dos administradores e com o potencial de produção e vendas da empresa; (c) Capital – refere-se à situação econômico-financeira da empresa; (d) Condições – relativas a fatores externos e macroeconômicos; (e) Colateral – compreendem-se as garantias reais ou pessoas oferecidas pelo tomador de crédito;
- O Sistema de Pontuação – Escore de crédito: consiste no cálculo de um índice numérico para um cliente com base nas informações coletadas (ROSS, WESTERFIELD e JORDAN, 2002). Foge ao escopo deste texto calcular o limite de crédito devido as suas implicações pouco práticas.
- A Análise das Demonstrações Contábeis, baseada nos índices de endividamentos, de liquidez, de rentabilidade e de caixa. (ASSAF NETO e SILVA, 2002).

Atualmente, comprova-se também a existência de ferramentas de auxílio à tomada de decisão, as quais utilizam sistemas operacionais que viabilizam um completo relatório de informações sobre o comportamento comercial de pessoas jurídicas. Para que assim, com o auxílio da tecnologia se realize negócios de crédito com segurança, rapidez, menores custos operacionais, aumento da rentabilidade e com garantia de uma avaliação imparcial.

O presente trabalho tem como princípio norteador o estudo da política de concessão de crédito entre pessoas jurídicas, assim como, suas definições, elementos essenciais e aplicações, através de análise prática e de pesquisa de campo. Além, disso, também objetiva de um modo mais específico, identificar os fatores e variáveis que envolvem a análise e concessão de crédito, bem como as vantagens e riscos que esse processo possa representar para as empresas.

## **2. METODOLOGIA**

Para a realização do presente estudo, desenvolveu-se uma revisão bibliográfica acerca do assunto e um estudo de caso em uma organização.

Os dados utilizados foram obtidos através de um questionário aberto contendo treze questões relacionadas aos principais pontos da política de concessão de crédito entre pessoas jurídicas. O instrumento foi aplicado ao gerente financeiro de crédito e cobrança da empresa estudada, entre os dias 24 e 27 de julho de 2009. A empresa Modelo é uma empresa da cidade de Pelotas, de médio porte, ligada ao agronegócio, com faturamento médio anual estimado em R\$ 150 milhões, cuja identidade é omitida por razões de concorrência.

## **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A partir da análise dos resultados, é possível destacar que a política de crédito adotada pela empresa Modelo possui um histórico de inadimplência bem abaixo da média do mercado e utiliza uma política de crédito bastante rígida quanto aos padrões de segurança nas vendas realizadas.

De acordo com a política adotada, o cumprimento das regras é cobrado da área comercial quando é feito o cadastramento dos clientes. A análise de crédito é uma atividade que mescla o caráter técnico do levantamento de subsídios que auxiliem o parecer conclusivo (aprovação, negação, aprovação parcial, solicitação de outros documentos) e o fator subjetivo, que é inerente a cada analista, ou seja, a experiência dos mesmos. Os reflexos desta política são em um primeiro momento de quebra de paradigma nos clientes que estão acostumados com uma postura mais agressiva e liberal da concorrência, culminando com um índice de inadimplência que beira ao zero absoluto.

Para que esta política de crédito se mantenha é necessário que todos os profissionais e gestores cumpram o seu papel no julgamento e concessão de créditos. O analista de crédito é o fiel guardião das regras criadas para cadastramento e/ou reavaliação de clientes, tendo autonomia para analisar e deliberar; ficando o Gerente de Crédito da empresa envolvido com as vendas de maior vulto ou com clientes que mereçam uma atenção especial e que causam algum tipo de indecisão ao analista. Normalmente o analista e o gerente de crédito trabalham com alçadas de crédito. No caso da empresa Modelo, ambos possuem total autonomia sobre o trabalho executado, apenas prestando contas à direção dos resultados obtidos.

Os requisitos mínimos para que seja concedido crédito a uma pessoa jurídica na empresa são:

- Ficha Cadastral com referências bancárias e comerciais;
- CNPJ;
- Documento de constituição da empresa;
- Parecer do Representante sobre o cliente.

Além da documentação exigida, utiliza-se um sistema operacional, denominado Sistema de Informações Equifax, onde digitando o CNPJ da empresa cliente a ser consultado, obtêm-se informações relevantes como data da fundação da empresa, nome dos sócios, sua participação percentual na empresa, data de sua entrada na sociedade, volume de compras nos últimos 12 meses, média de pagamentos em atraso e pontuais.

O sistema calcula também um *rating* de risco para cada situação que auxilia nessa tarefa. Eventualmente, quando necessário, para uma melhor análise ou quando o crédito pretendido pelo Cliente/Representante é substancialmente elevado, é solicitado ao Contador da empresa solicitante, que informe o faturamento dos últimos 06 meses. O Equifax consiste em uma visão dos hábitos de pagamento, protestos, pendências e restrições financeiras, ações cíveis, cheques sem fundos e consultas (passagens) dos seus clientes atuais e potenciais, além de uma ferramenta de prevenção contra fraudes.

Com relação ao limite de crédito concedido pela empresa Modelo, as alterações são realizadas “para cima”, a pedido dos representantes, quando as compras do cliente começam a crescer além do seu limite atual, sendo feita novamente a análise via Equifax e/ou faturamento, ou “para baixo”, quando o cliente começa a apresentar atrasos freqüentes, pagamentos em cartório, enfim quando o risco de inadimplência começa a crescer.

Logo, como a empresa lida com a exposição, evita e age com relação a riscos de crédito é através de parâmetros de análise de crédito, que permitem mensurar os riscos envolvidos nas vendas, utilizando ferramentas que possibilitem acompanhar

os clientes, como por exemplo: mudança de sócios e restrições ou atrasos nos pagamentos com outros fornecedores.

Medidas são estipuladas para que esse risco não ocorra, tais como regra de não vender para clientes com restrições de protestos ou cheques sem fundo. Não abrem créditos para empresas com menos de 06 meses de fundação ou com trocas muito freqüentes de sócios.

Dessa forma, não são exigidas garantias na concessão de crédito já que o risco é minimizado pela análise, como também, a solicitação dessas poderia ocasionar dificuldade nas vendas.

#### 4. CONCLUSÕES

Diante do exposto, as empresas concedem crédito visto que é uma forma de estimular as vendas. Os custos associados à concessão de crédito são significativos. Em primeiro lugar, há possibilidade de que o cliente não pague. Em segundo lugar, a empresa é obrigada a assumir os custos de carregamento de contas a receber (ROSS, WESTERFIELD e JORDAN, 2002).

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

Para isso, o estudo expôs ferramentas importantes, as quais, atualmente são utilizadas por empresas que prezam a minimização do risco de inadimplência por parte dos compradores.

Nesse sentido, o objetivo proposto foi alcançado e considerou-se o tema de extrema valia, por proporcionar uma concepção de novas perspectivas e o aprimoramento do conhecimento acadêmico no contexto atual.

#### 5. REFERÊNCIAS

- ASSAF NETO, Alexandre; SILVA, César Augusto Tibúrcio. **Administração do Capital de Giro**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- BLATT, A. **Avaliação de risco e decisões de crédito**: um enfoque prático. São Paulo: Nobel, 1999.
- BRAGA, Roberto. **Fundamentos e técnicas de Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 1995.
- HOJI, Mazakazu. **Administração Financeira: uma abordagem prática**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- ROSS, Stephen A., WESTERFIELD, Rondolph W.; JORDAN, Brandford D. **Princípios da Administração Financeira**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- Equipax. Disponível em: <<http://www.sci.com.br/>> Acesso em: 25 jul. 2009.
- Cosulati. Disponível em: <<http://www.cosulati.com.br>> Acesso em: 27 jul. 2009.