

ASPECTOS TEÓRICOS PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA POLÍTICA DE CRÉDITO EM EMPRESA COMERCIAL

Luana Bertotti¹
Catherine Chiappin Dutra²
Odir Berlatto³

Resumo: A política crédito é uma das ferramentas utilizadas pelas empresas como meio de obtenção do equilíbrio entre as vendas e a qualidade da carteira de clientes. Em seu desenvolvimento serão delimitados os procedimentos a serem efetuados desde o momento da venda até a concessão do crédito para o cliente. Além disso, pode-se considerá-la estratégica para organização, pois o impacto no resultado dependerá do perfil adotado pela mesma. O objetivo do presente estudo consiste em analisar os aspectos teóricos para a implantação de uma política de crédito em empresa comercial. Para isso, com base na bibliografia sobre o assunto, o artigo apresenta, também, modelos de análise de crédito e risco existentes. Concluiu-se que para cada organização, o modelo a ser utilizado deve considerar as características da mesma, assim como seus propósitos. Além disso, o uso de mais de um modelo permite a análise uma maior quantidade de variáveis.

Palavras-chave: Crédito. Política de crédito. Análise. Risco.

1 INTRODUÇÃO

Diante de um cenário econômico cada vez mais competitivo, cabe às empresas empregar estratégias para se destacar no mercado. As diretrizes tomadas pela gestão empresarial determinarão o sucesso da organização. Assim sendo, utilizar a política de crédito a seu favor apresenta-se como uma das alternativas no âmbito financeiro. Além de proteger-se no que se refere à redução do risco das operações de concessão de crédito, pode-se aproveitar esta ferramenta para equilibrar as vendas de acordo com o momento.

Neste sentido, o crédito pode ser entendido como um instrumento de troca entre as partes envolvidas. Em outras palavras, a entrega do bem ou serviço pode ocorrer antes do pagamento e, ao mesmo tempo, aumentar o lucro por meio das vendas com recebimento futuro. Assim sendo, proporcionou-se, ao longo do século XX, o crescimento do sistema capitalista, de forma a facilitar estas trocas (RODRIGUES, 2011).

Com a evolução do mercado de capitais aumentou-se, por conseguinte, o risco das operações de crédito. A análise para a concessão do crédito precisou, então, passar por mudanças. Antes dessa evolução acontecer, muitas instituições apenas faziam uso do julgamento pessoal, o que tornou-se inviável a medida que a inadimplência aumentava. Atualmente, “[...] diversas técnicas têm sido empregadas para melhorar a qualidade dos modelos, como regressão logística, análise discriminante, regra dos k vizinhos mais próximos,

¹ Acadêmica do Curso de Ciências Contábeis da Faculdade da Serra Gaúcha.

² Professora do Curso de Ciências Contábeis na FSG. Endereço eletrônico: catherine.dutra@fsg.br.

³ Mestre em Ciências Sociais. Professor do Curso de Administração, Ciências Contábeis e Psicologia da FSG.

árvores de decisão e, mais recentemente, foram retomadas as redes neurais.” (BORGES, 2011, p. 19). Destaca-se, entretanto, que a escolha do método varia de uma empresa para a outra, pois é necessário que se adapte ao perfil da instituição.

Por isso, o desenvolvimento de uma política de crédito pode aumentar as possibilidades de bons negócios. Com um modelo de análise que englobe as principais variáveis, por meio de dados tanto quantitativos, como qualitativos, consegue-se tomar decisões mais assertivas com relação à concessão de crédito. Além disso, ao estabelecer um padrão a ser seguido, possibilita-se analisar todos os clientes com igualdade de parâmetros. Diante disso, como implantar uma política de crédito em uma empresa?

Assim sendo, o objetivo geral do estudo consiste em analisar os aspectos teóricos para a implantação de uma política de crédito em empresa comercial. Conjuntamente com este, surgem os objetivos específicos. Pesquisar os conceitos de análise de crédito, política de crédito e risco, analisar os critérios para o desenvolvimento de uma política de crédito e avaliar os modelos de análise crédito e risco existentes compõem esse grupo.

Tendo em vista que o crédito é um meio de empréstimo ou financiamento, seu uso está diretamente ligado com a gestão financeira. Dessa forma, a concessão de crédito pode, inclusive, ser uma das principais fontes de retorno (SOUZA; CHAIA, 2000). Assim, uma operação de crédito mal sucedida coloca em risco as demais operações, uma vez que terá que recuperar o prejuízo gerado por ela.

Nesse sentido, o crédito é responsável, também, pelo poder de aquisição, assim como por aumentar o capital de giro das organizações. Logo, “a política de crédito está relacionada diretamente com as aplicações de recursos de natureza operacional e pode envolver expressivos volumes de investimentos.” (SILVA, 2000, p. 103). Assim, considerando-se o percentual de vendas a prazo na empresa em que se desenvolverá o estudo, a implantação desta política possibilitará não apenas gestão desses recursos, como também gestão do risco gerado por eles.

Destaca-se ainda que:

As atividades de crédito têm um importante papel no contexto socioeconômico do país, estando presentes no dia a dia das empresas e das pessoas mais do que muitas vezes se possa imaginar. Com frequência, instala-se o seguinte dilema: a constante combinação de recursos finitos com o conjunto de necessidades infinitas, ou seja, existe maior facilidade em gastar do que em ganhá-lo. (TSURU; CENTA, 2009, p.16).

Desta forma, a exposição com relação ao risco de não recebimento aumenta na medida em que os recursos de seus clientes para quitar suas obrigações diminuem. Por isso, a avaliação do crédito torna-se necessária para que se conheça o cliente e conceda-se a ele um valor compatível com a sua capacidade.

Logo, o intuito da criação de uma política de crédito refere-se ao desenvolvimento de ferramentas de apoio para a tomada de decisão. Utilizar as informações que o banco de dados da organização já apresenta, enquadrando-as em um modelo de análise de crédito para que todas as variáveis sejam avaliadas, apresenta-se como uma oportunidade de assegurar negócios vantajosos. Além disso, possibilitará propor alternativas viáveis para cada perfil de cliente.

Ressalta-se que o estudo em questão é parte integrante de um projeto de estágio, cujo resultado será a elaboração de uma proposta de implantação de uma política de crédito em um comércio de materiais elétricos em Caxias do Sul. Por isso, os tópicos abordados nesse artigo referem-se aos aspectos teóricos que devem ser observados para o posterior desenvolvimento da proposta.

2 DESENVOLVIMENTO

Toda a informação gerada por uma organização pode ser transformada em dados para o auxílio na tomada de decisão. Assim, “a contabilidade gerencial é o processo de identificar, mensurar, relatar e analisar as informações sobre os eventos econômicos da empresa.” (ATKINSON *et al.*, 2008, p. 36). Seu ponto fundamental está na utilização dos dados contábeis como ferramenta administrativa (PADOVEZE, 2000).

Com relação à sua aplicabilidade, “[...] num sentido mais profundo, está voltada única e exclusivamente para a administração da empresa, procurando suprir informações que se ‘encaixem’ de maneira válida e efetiva no modelo decisório do administrador.” (IUDÍCIBUS, 1998, p. 21). Em outras palavras, orienta-se de acordo com as necessidades de informações internas para amparar decisões operacionais e de investimento (ATKINSON *et al.*, 2008). Logo, a contabilidade terá função gerencial a partir do momento que for utilizada como fonte para aperfeiçoamento de processos.

Por outro lado, cabe salientar que para ocorrer a gestão da contabilidade, são necessárias mais de uma área de conhecimento. Padoveze (2000) salienta que ela utiliza-se de

técnicas de outras disciplinas inclusive para obter o estudo específico necessário para cada caso. Sob o mesmo ponto de vista, Iudícibus (1998, p. 21) descreve que “[...] todo procedimento, técnica, informação ou relatório contábil feitos ‘sob medida’ para que a administração os utilize na tomada de decisões entre alternativas conflitantes, ou na avaliação de desempenho, recai sobre a contabilidade gerencial.” Dessa forma, pode-se afirmar que ela representa uma ferramenta de apoio não só na parte contábil, mas também no processo como um todo.

Outro aspecto a ser observado diz respeito à informação contábil gerencial, ou seja, aos dados financeiros e operacionais, sejam eles sobre o processo, atividades, produtos, clientes, entre outros. Atkinson *et al.* (2008) aponta que são eles um dos principais meios de receber um *feedback*, possibilitando a aprendizagem com a experiência passada visando melhorias futuras. Por conseguinte, “sistemas de contabilidade gerencial eficazes podem criar valor considerável pela informação a tempo e com precisão sobre as atividades exigidas para o sucesso da organização.” (ATKINSON *et al.*, 2008, p. 37). Todavia, o mau uso dessas informações pode, inclusive, colocar a empresa em dificuldades, uma vez que informações equivocadas podem provocar erros irreparáveis.

Por tanto, pode-se dizer que a política de crédito está diretamente ligada com a contabilidade gerencial. Os dados extraídos dela serão fonte da análise de crédito. Assim, “um bom conhecimento de conceitos e mecanismos contábeis é necessário para o desenvolvimento de uma boa análise financeira.” (SILVA, 2001, p.27). Embora sejam necessárias mais informações sobre o cliente, as demonstrações contábeis apresentam elementos relevantes sobre as condições financeira do mesmo.

2.1 Crédito

Diversos são os conceitos abordados com relação ao crédito. De acordo com o contexto em que está inserido, podem-se ter diferentes entendimentos sobre ele. De modo geral, “a palavra crédito tem sua origem no vocabulário latino *credere*, que significa: crer, confiar, acreditar, ou ainda, do substantivo *creditum*, o qual significa literalmente, ‘confiança’.” (BLATT, 1999, p. 23). Assim sendo, entende-se que para existir a concessão do crédito é necessário haver confiança por parte da empresa credora.

Por outro lado, o crédito pode ser interpretado como a disponibilidade de uma pessoa em entregar temporariamente algo que lhe pertença à outra com o intuito de receber de volta no tempo estipulado (SCHRICKEL *apud* TSURU; CENTA, 2009). Essa devolução pode acontecer por meio do próprio objeto cedido ou então, como no caso da gestão financeira, ocorrer por pagamentos em dinheiro. Silva (2002, p.48) complementa que “o crédito que uma pessoa ou entidade pode ter, significa a sua capacidade de obter dinheiro, mercadoria ou serviço, mediante um compromisso de pagamento num prazo acordado.” Em outras palavras, ter crédito é ter condições para honrar um compromisso, enquanto conceder crédito é confiar que o retorno esperado acontecerá.

Em vista disso, no comércio, “[...] o crédito assume o papel de facilitador da venda, possibilitando ao cliente o bem para atender sua necessidade, ao mesmo tempo em que incrementa as vendas do comerciante.” (SILVA, 2000, p.64). A partir disso, cria-se um ciclo, onde a empresa financia seu cliente por meio do seu bem, o qual assume um compromisso de pagamento e posteriormente efetua-o, representando o retorno para o credor. Nesse sentido:

A concessão de crédito atua como elemento do processo de oferecimento de um produto ou serviço não só porque afeta diretamente o preço de aquisição, distribuindo os pagamentos no tempo, como proporciona maior flexibilidade operacional ao comprador, que ganha tempo para gerar recursos com vistas a efetuar os pagamentos devidos. (SANVICENTE, 1987, p. 153).

Por tanto, as operações de crédito precisam passar por avaliações para estarem dentro dos padrões estipulados pela empresa. Isso se justifica pois ao haver expectativa do retorno ocorrer conforme o esperado assume-se o risco dele efetivamente não acontecer (RODRIGUES, 2011). Esse risco, por sua vez, deve ser medido e analisado para a concessão ocorrer de maneira segura para a organização. Logo, a política de crédito traçada pela instituição definirá as ações a serem tomadas.

2.1.1 Política de crédito

A política de crédito em uma organização relaciona-se com as diretrizes traçadas para atingir seus objetivos. A política creditícia deve ser estabelecida de forma a encontrar o equilíbrio entre as vendas e a qualidade da carteira de clientes a receber (BLATT, 1999). Dessa forma, é um instrumento de auxílio à obtenção do lucro desejado sem deixar de lado as necessidades apresentadas pelos clientes.

Ressalta-se, entretanto, que “a política de crédito é um guia para a decisão de crédito, porém não é a decisão; rege a concessão de crédito, porém não concede o crédito; orienta a concessão de crédito para o objetivo desejado, mas não é o objetivo em si.” (SILVA, 2000, p. 103). Assim, caberá ao profissional que realizar a análise a opção pela concessão. Logo, essa ferramenta deve estar suficientemente detalhada a fim de diminuir as chances de procedimentos indevidos. Assim sendo, irá definir os parâmetros que indicarão as situações em que o crédito será liberado ao cliente ou não e qual o limite a ser atribuído (BRAGA, 2008). Ou seja, nesse instrumento serão definidos os critérios para a realização das vendas a prazo, devendo então ser encarado como um fator de alavancagem das receitas (SOUZA; CHAIA, 2000). Por isso, deverá conter os requisitos mínimos a serem atendidos para obter crédito junto à instituição. De acordo com o cumprimento desses requisitos pode-se estabelecer níveis de crédito a serem concedidos, de forma que os clientes que apresentarem menos informações sólidas relacionadas à sua condição de pagamento tenham limites menores do que aqueles que demonstrarem bom desempenho.

Em virtude disso, Blatt (1999) elenca alguns dos temas que devem ser abordados na política de crédito:

- a) concessão de crédito como instrumento de estímulo para as vendas;
- b) critérios para a concessão;
- c) condições creditícias de venda;
- d) responsabilidades para a obtenção das informações necessárias para a análise;
- e) descrição da autoridade que o departamento de crédito terá para implementação de processos que julgue necessário;
- f) responsabilidade do departamento de vendas com relação ao departamento de crédito na cobrança de clientes inadimplentes;
- g) informações sobre a administração das contas a receber;
- h) diretrizes e procedimentos para a função do crédito;
- i) procedimentos e diretrizes que serão adotados na necessidade da cobrança; e
- j) atitudes a serem tomadas em caso de clientes inadimplentes – a suspensão do crédito, por exemplo – a fim de controlar a exposição ao risco e à perda.

O autor salienta ainda que, além desses temas, as políticas de crédito devem incluir:

- a) políticas: a fim de definir o comportamento apropriado;

- b) padrões ou critérios de desempenho: formas de avaliar o cumprimento do que foi estabelecido; e
- c) procedimentos: definição de atividades a serem feitas para que os padrões determinados sejam atendidos.

De modo mais sucinto, porém com o mesmo sentido, Silva (2000, p. 109) destaca como fatores que podem interferir no desempenho e, por isso, devem estar abrangidos pela política de crédito:

- a) as normas legais;
- b) a definição estratégica [...];
- c) os objetivos a serem alcançados;
- d) a forma de decisão e de delegação de poder;
- e) os limites de crédito;
- f) a análise de crédito;
- g) a composição e a formalização dos processos; e
- h) a administração e o controle de crédito.

Com a abordagem desses tópicos pode-se dizer então que esses padrões representam os pontos de referência para a análise que será feita, incluindo desde questões sobre como conceder até a forma como acompanhar os créditos concedidos (BUENO, 2003). Além disso, estará estabelecido qual o perfil da organização com relação à política de crédito, que segundo Blatt (1999), podem ser cinco tipos diferentes:

- a) crédito liberal com cobranças rigorosas;
- b) crédito rigoroso com cobranças liberais;
- c) crédito rigoroso com cobranças rigorosas;
- d) crédito liberal com cobranças liberais; ou
- e) crédito moderado com cobranças moderadas.

Conforme o estilo adotado, o impacto nas vendas será maior ou menor, positivo ou negativo. Destaca-se que “[...] quanto maior for o saldo médio de qualquer item de ativo corrente, dado um certo volume de operações, menor será a rotação dos recursos usados pela empresa, prejudicando, por conseguinte, a sua rentabilidade.” (SANVICENTE, 1987, p. 155). Com isso, torna-se necessário avaliar a política utilizada constantemente, a fim de mantê-la atualizada. Ainda que a organização apresente bons resultados, a política de crédito pode ser empregada de maneiras diferentes no decorrer de um período, objetivando influenciar nas vendas de acordo com a necessidade do momento.

2.1.1.1 Alterações na política de crédito

A relevância da adoção correta da política de crédito justifica-se pela influência que a mesma apresenta na competitividade da empresa perante seus concorrentes (TSURU; CENTA, 2009). Deve-se atentar que “padrões mais relaxados geram aumento de vendas e devedores duvidosos; padrões mais rígidos reduzem os problemas de cobrança mas baixam as vendas e, possivelmente, o lucro operacional.” (SOUZA; CHAIA, 2000, p. 18). Desse modo, a figura 2 demonstra o impacto do perfil da política de crédito adotada.

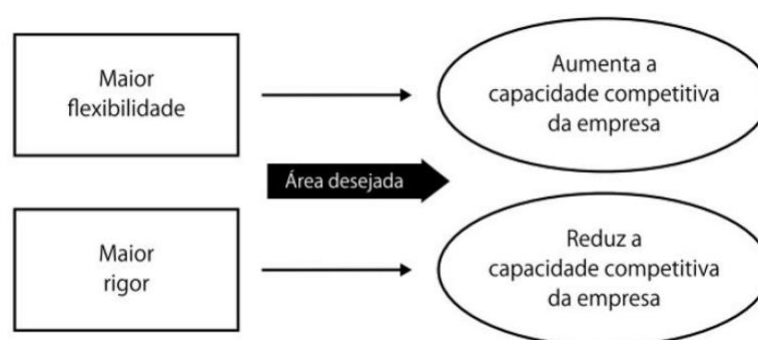


Figura 1: Área desejada na política de crédito
Fonte: Tsuru e Centa (2009, p. 30)

Gitman (2004), por sua vez, salienta que os efeitos da política de crédito vão além das vendas, englobando os investimentos em contas a receber e perdas com clientes, inclusive, conforme exposto no quadro 2.

Efeitos do relaxamento de padrões de crédito		
Variável	Direção da variação	Efeito sobre os lucros
Volume de vendas	Aumento	Positivo
Investimento em contas a receber	Aumento	Negativo
Perdas com clientes	Aumento	Negativo

Quadro 1: Efeitos do relaxamento de padrões de crédito
Fonte: Gitman (2004, p. 521)

No exemplo utilizado pelo autor, tem-se como base uma empresa que possui políticas de créditos mais rigorosas ao mudar para um perfil mais liberal. Logo, o autor destaca que, em um caso contrário, onde a organização passasse a fazer uso de métodos mais rígidos do que os

praticados até então, os efeitos, conseqüentemente, seriam inversos aos apresentados no quadro. Sob o mesmo ponto de vista, Braga (2008) concorda com os efeitos descritos por Gitman (2004) e destaca que as perdas com clientes são ocasionadas em função da inadimplência.

Contudo, para Braga (2008), mesmo que existam perdas pode haver vantagens, pois embora os clientes possam apresentar maior risco de crédito, eleva-se o volume de vendas, aumentando, então, as receitas operacionais e os custos variáveis e reduzindo o impacto dos custos fixos sobre o resultado final. Em contrapartida, de acordo com Sanvicente (1987), uma política de crédito mais restritiva, no que diz respeito aos prazos e critérios de seleção de clientes, diminui os custos incorridos, pois reduz os saldos em contas a receber. Todavia, complementa que esse benefício só será observado caso não diminua o volume de vendas e o lucro obtido.

Portanto, torna-se necessária a avaliação dos efeitos para verificar a real viabilidade de alteração de política. Sobre esse aspecto, Gitman (2004, p. 522) acrescenta que:

Para decidir se deve ou não relaxar seus padrões de crédito, a empresa deve comparar a contribuição das vendas adicionais ao lucro aos custos adicionais, decorrentes do investimento marginal em contas a receber e das perdas marginais com cliente. Se a contribuição ao lucro for superior aos custos marginais, então os padrões de crédito deverão ser relaxados.

Logo, “uma política de crédito define a forma pela qual a empresa vai conduzir as suas operações, se de uma forma conservadora ou agressiva.” (SILVA, 2002, p. 64). Por tanto, ao ter a política de crédito delimitada, realizam-se as análises de crédito baseadas nela, de forma a evitar exposições a riscos desnecessários.

2.1.2 Análise de crédito

De acordo com os tópicos abordados anteriormente, pode-se afirmar que a análise de crédito torna-se necessária no cotidiano das empresas que realizam vendas a prazo. Contudo, as organizações precisam estar atentas para não diferenciar preços entre clientes, ou então oferecer preços iguais com condições de pagamentos diferentes, de forma a discriminar entre os mesmos (BREALEY; MYERS, 2005). Por meio da análise de crédito, pode-se então avaliá-los de forma a enquadrá-los corretamente na política de crédito garantindo condições adequadas ao seu perfil.

Assim sendo, “a análise de crédito é um sistema especializado que depende, acima de tudo, do julgamento subjetivo de profissionais treinados.” (CAOQUETTE; ALTMAN; NARAYANAN, 1999, p. 23). No entanto, a organização deve munir-se de informações confiáveis que, somadas à experiência do profissional que realizará a análise, serão decisivas para a concessão do crédito. Nesse enfoque, Rodrigues (2011) ressalta que a análise do crédito é uma ferramenta ampla, que vai além da consulta de informações em *sites* – dentre os quais estão o Serasa e o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) – possibilitando a identificação de informações e de alternativas de negócios para cada cliente.

Por conseguinte:

A análise de crédito é uma das ferramentas indispensáveis para uma boa decisão de crédito [...] consiste em um estudo da situação global de um devedor em perspectiva, visando a elaboração de um parecer que retrate, de forma clara e objetiva, o desempenho econômico-financeiro do mesmo. (BLATT, 1999, p. 28).

Diante disso, percebe-se que o levantamento de informações é parte integrante da análise. Assim, pode ser utilizada como forma de fortalecer o relacionamento com os clientes.

No que se referem às principais etapas, Rodrigues (2011, p. 25) aponta:

- a) análise retrospectiva do cliente para identificar seu comportamento em outras compras efetuadas a prazo;
- b) análise de tendências da situação futura do cliente; e
- c) capacidade creditícia do cliente, levando em consideração seu comportamento passado, sua situação atual e as tendências a que estará sujeito.

Para Souza (2009), as fases da análise de crédito são definidas conforme exposto no quadro 3.

- Análise Cadastral
- Análise de Idoneidade
- Análise financeira
- Análise de relacionamento
- Análise patrimonial
- Análise de sensibilidade
- Análise do negócio
- Parâmetros para estabelecer o limite de crédito e valor do financiamento

Quadro 2: Fases da análise de crédito para empresa
Fonte: Souza (2009, p. 54)

Em vista disso, Securato (2007) explica que para formar um dossiê sobre o cliente, é usual solicitar os demonstrativos econômico-financeiros dos três últimos exercícios, a documentação societária – nesse caso englobando o contrato ou estatuto social e suas respectivas alterações -, além de elaborar uma ficha cadastral. Nesse contexto, entende-se por ficha cadastral “[...] um conjunto de informações financeiras e não-financeiras que subsidiam o processo decisório de crédito, auxiliando na avaliação da situação econômico-financeira, idoneidade e capacidade de pagamento [...]” (BLATT, 1999, p. 78). Além disso, Securato (2007) complementa que dependendo da empresa analisada, pode-se solicitar ainda a documentação dos sócios, principais administradores e executivos. De posse desses dados, cabe ao analista interpretá-los e juntar ao dossiê suas conclusões assim como os instrumentos que utilizou para chegar até elas como, por exemplo, planilhas de cálculos.

Dessa forma, “[...] as empresas recorrem ao uso de duas técnicas: a técnica subjetiva baseada no julgamento humano e a técnica objetiva baseada em procedimentos estatísticos.” (SANTOS, 2009, p. 29). Essas técnicas são equivalentes à análise qualitativa e a análise quantitativa, respectivamente, abordadas por Securato (2007) e Silva (2008). Todavia, destaca-se que elas devem ser utilizadas em conjunto. A utilização de apenas uma delas aumentaria o risco da operação, tendo em vista que uma técnica complementa a outra. Enquanto na parte qualitativa englobam-se dados predominantemente teóricos, a quantitativa apresenta o resultado de cálculos que comprovem a situação verificada.

Assim sendo, “o objetivo é averiguar a compatibilidade do crédito solicitado com a capacidade financeira do cliente, conciliando-se a análise subjetiva com a análise técnica.” (TSURU; CENTA, 2009, p. 86). Em se tratando de um cliente pessoa jurídica, pode-se dizer que a análise subjetiva corresponde aos Cs do crédito e a técnica ao *credit scoring*, por exemplo. Por isso, ambas as técnicas serão avaliadas posteriormente.

2.2 Análise de crédito e risco

De acordo com os tópicos abordados até então, pode-se dizer que toda a operação de crédito envolve risco. Dessa forma, “fundamentalmente, risco é a possibilidade de perda financeira.” (GITMAN, 2004, p. 184). Similarmente, pode-se conceituá-lo como “[...] a possibilidade de um evento, que nos afete negativamente, acontecer.” (BRITO, 2007, p.3).

No que se refere à análise de crédito, o risco está relacionado à probabilidade do pagamento não ocorrer conforme o previsto. Ou seja, a falta da certeza sobre o resultado final do processo de concessão de crédito é que condiciona a existência do risco na operação (SECURATO, 2007). Embora tenham semelhanças, há diferenças entre risco e incerteza. Silva (2008, p. 56) aponta:

Resumidamente podemos dizer que: (a) Risco: existe quando o tomador de decisões pode basear-se em probabilidades objetivas para estimar diferentes resultados, de modo que sua expectativa se baseie em dados históricos e, por tanto, a decisão é tomada a partir de estimativas julgadas aceitáveis pelo tomador de decisões. (b) Incerteza: ocorre quando não se dispõe de dados históricos acerca de um fato, o que poderá exigir que o tomador de decisões faça uma distribuição probabilística subjetiva, isto é, baseado em sua sensibilidade pessoal.

Nesse sentido, a diferença básica é que a incerteza, por ter como característica a aleatoriedade, não permite a mensuração das possibilidades, pois está potencialmente vinculada ao acaso (BRITO, 2007). Cabe aos gestores, então, administrar os riscos apresentados pelas atividades que a empresa desenvolve. Por conseguinte, “devemos nos certificar de que as políticas e os procedimentos, atualmente em vigor, são aceitáveis e adequados o suficiente ao bom gerenciamento do risco, associado à transação.” (BRITO, 2007, p.160). Assim sendo, permite-se a compreensão dos efeitos negativos que podem ocorrer, a fim de enquadrá-los nos objetivos da organização reduzindo ao máximo seu impacto.

2.2.1 Risco de crédito

Tendo em vista que o crédito pode ser definido como “[...] ‘a expectativa de uma quantia em dinheiro, dentro de um espaço de tempo limitado’, então o risco de crédito é a chance de que esta expectativa não se cumpra.” (CAOQUETTE; ALTMAN; NARAYANAN, 1991, p. 1). Logo, “o risco de crédito advém de qualquer valor a receber pela instituição e não somente daquele decorrente de concessão de empréstimo” (BRITO, 2007, p. 171). Desse modo, ele estará presente sempre que a organização ceder um bem ou serviço antes da ocorrência do pagamento.

Blatt (1999, p. 63) ressalta que “o risco de crédito está relacionado ao cliente, porque a dimensão do risco depende do desejo e da capacidade do cliente para cumprir com duas obrigações para com o credor”. Com isso, paralelamente a sua existência, faz-se necessária a

sua administração para que os negócios fechados estejam dentro dos padrões previamente definidos. Além disso, seu controle permite evitar prejuízos financeiros para a organização.

Portanto, a gestão do risco do crédito contempla a identificação, mensuração e controle das exposições ao risco que estiver submetida (ROVEDA, 2002). Blatt (1999, p. 62), corroborando com esse pensamento, afirma que seu objetivo “[...] é entender o risco no ambiente empresarial e poder reduzi-lo, identificando certas técnicas que o credor pode usar no processo de gestão de riscos.” Entretanto, deve-se atentar ao fato desse risco estar associado ao comportamento do mercado e suas mudanças (SELAU, 2008). Assim, toda e qualquer alteração no cenário econômico deve ser constantemente analisada, a fim de que as devidas alterações no modelo de análise da instituição sejam feitas.

Cabe ressaltar que, “a avaliação do risco de crédito é reflexo da multiplicidade, qualidade e origem das informações disponíveis para o analista. A análise e a administração do risco estão baseadas no processamento das informações sobre o proponente do crédito.” (ROVEDA, 2002, p. 25). Com base nisso, pode-se afirmar que a análise de crédito está interligada com a análise de risco. Todavia, enquanto a análise do crédito tende a basear-se em dados passados, o risco deve projetar-se para o futuro. Em outras palavras, estima-se qual será a situação do cliente diante do prazo e do valor que será concedido para avaliar a viabilidade do negócio. Portanto, o risco aumenta na medida em que a análise de crédito apresenta resultados abaixo do esperado.

2.2.2 Risco operacional

Para Gonçalves (2005) e Soares (2005), o risco operacional está relacionado às perdas provocadas por falhas internas. Segundo eles, podem estar ligadas a erros humanos ou técnicos, incluindo a modelagem e processamento e sistemas e/ou controles inadequados. Com relação às consequências, a possibilidade de erros de avaliação e até mesmo de fraude são citadas por Soares (2005).

De maneira mais específica, Duarte *et al. apud* Soares (2005, p. 15) define risco operacional como sendo:

Uma medida numérica da incerteza dos retornos de uma instituição caso seus sistemas, práticas e medidas de controle não sejam capazes de resistir às falhas humanas, danos à infraestrutura de suporte, utilização indevida de modelos

matemáticos ou produtos, alterações no ambiente dos negócios, ou a situações adversas do mercado.

Em vista disso, pode-se afirmar que esse tipo de risco está associado às falhas que podem ocorrer durante o processo de análise e concessão de crédito. Embora seja um risco existente dentro da empresa, também deve ser considerado para que o crédito seja aprovado. Por mais detalhado e cuidadoso que seja o processo, a chance de erro, seja ele intencional ou não, existirá.

2.3 Modelos de análise de crédito e risco

Diante da crescente necessidade de avaliação antecipada dos clientes para verificar a possibilidade de concessão de crédito, as organizações encontram nos modelos já existentes uma ferramenta eficaz.

O objetivo conceitual de todos os modelos é obter um conjunto de informações sobre o comprador que possa demonstrar sua real capacidade de honrar os compromissos assumidos. De posse desses modelos, as empresas estarão mais aptas a decidir se concedem ou não o crédito a um cliente. (SOUZA; CHAIA, 2000, p. 19).

Roveda (2002, p.25) complementa esse pensamento ao relacioná-los com o risco envolvido nas operações:

O objetivo maior dos modelos de mensuração do risco de crédito está em criar estimativas das probabilidades de os créditos serem pagos, permitindo, por meio do controle das variáveis utilizadas, a definição de um crédito que vise a maximização das receitas ou a minimização das perdas, fornecendo uma base estatística satisfatória para comprovação das decisões.

Entretanto, dificilmente um deles se enquadrará perfeitamente no perfil de uma organização. Tendo em vista que cada uma apresenta uma cultura organizacional diferente, indica-se a avaliação dos métodos existentes para que, então, sejam adaptados as suas necessidades.

2.3.1 Análise financeira dos clientes

A análise financeira dos clientes é uma das principais ferramentas para a análise de crédito de pessoas jurídicas. Por meio da análise dos demonstrativos fornecidos pelo cliente, obtêm-se informações sobre a saúde financeira da empresa. Desse modo, Blatt (1999) aponta

que sua função é estimar as forças e fraquezas do cliente. Santos (2009, p. 82) complementa que esse “[...] é um procedimento indispensável na avaliação de riscos em concessão de financiamentos às empresas.”

Vale ressaltar que, de acordo com Assaf Neto (2007), análise de balanço, análise das demonstrações/demonstrativos contábeis, relatórios financeiros e análise financeira são expressões consideradas equivalentes. Assim sendo, o autor aponta que:

A análise de balanços visa relatar, com base nas informações contábeis fornecidas pelas empresas, a posição econômico-financeira atual, as causas que determinaram a evolução apresentada e as tendências futuras. Em outras palavras, pela análise de balanços extraem-se informações sobre a posição passada, presente e futura (projetada) de uma empresa. (ASSAF NETO, 2007, p. 55).

Entretanto, para que os dados apresentados pelas demonstrações tornem-se informações relevantes para a tomada de decisão, é necessário que os mesmos passem por um processo de aplicação de instrumentos técnicos de análise (BRAGA, 2008). A figura 3 ilustra essa transformação.

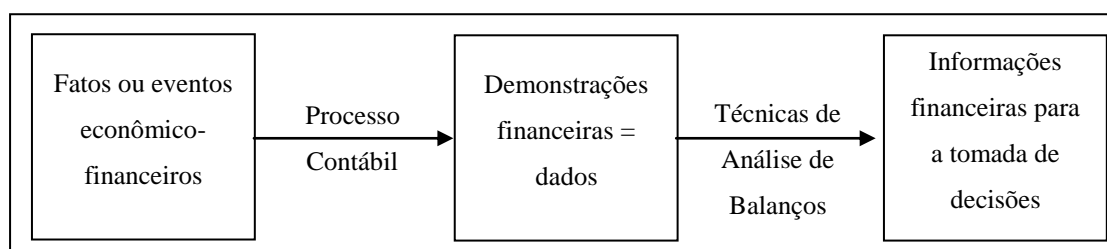


Figura 2: Sequência do processo contábil
Fonte: Matarazzo (2007, p. 16)

No que se refere às demonstrações financeiras, as mais utilizadas pelos analistas, conforme Santos (2009), são o Balanço Patrimonial (BP), a Demonstração de Resultados do Exercício (DRE) e a Demonstração do Fluxo de Caixa do Exercício (DFC). Já sobre as técnicas de análise de balanço, a análise horizontal e a análise vertical são algumas alternativas. Contudo, o mais habitual para esse fim é a utilização de indicadores econômico-financeiros.

Diante disso, “os índices financeiros são relações entre contas ou grupos de contas das demonstrações financeiras, que tem por objetivo fornecer-nos informações que não são fáceis de serem visualizadas de forma direta [...]” (SILVA, 2008, p. 188). Matarazzo (2007, p. 24) destaca ainda que “a conjugação do uso de índices-padrão e de pesos possibilita chegar-se a

uma avaliação global da empresa analisada, o que é de extrema utilidade nas decisões de crédito [...]” Logo, por caracterizarem-se como uma medida relativa de grandeza, ou seja, por demonstrarem através de números, índices, a situação da organização, facilitam a comparação entre períodos e a avaliação do desempenho da mesma.

Outra questão a ser considerada relaciona-se com a quantidade de índices a serem utilizados. Silva (2008) salienta que uma grande variedade pode inclusive confundir o analista, em função do excesso de informação, mas, por outro lado, uma quantidade muito pequena pode ser insuficiente para chegar-se a uma conclusão. Por conseguinte, Marion (2010) aponta três pontos considerados por ele indispensáveis para fornecer condições sobre a situação da organização:

- a) liquidez: aborda a situação financeira;
- b) rentabilidade: demonstra a situação econômica; e
- c) endividamento: engloba a estrutura de capital.

Aos pontos essenciais, pode-se acrescentar ainda o índice de atividade, ou ciclo operacional considerado por Rodrigues (2011), Assaf Neto (2007) e Silva (2008), necessário para complementar a análise.

2.3.1.1 Índices de liquidez

Os índices de liquidez são os responsáveis por demonstrar a situação financeira da empresa, partindo da comparação entre os ativos e as dívidas. Ou seja, evidenciam a situação da empresa perante seus compromissos financeiros (ASSAF NETO, 2007). Além disso, Marion (2010) descreve que são utilizados para avaliar a organização com relação à capacidade de saldá-los.

Todavia, para Matarazzo (2007), por seus dados não serem extraídos do fluxo de caixa, não podem ser considerados índices de capacidade de pagamento. Nesse sentido, o autor adverte que “uma empresa com bons índices de liquidez tem condições de ter boa capacidade de pagar suas dívidas, mas não estará, obrigatoriamente pagando suas dívidas em dia em função de outras variáveis como o prazo, renovação de dívidas, etc.” (MATARAZZO, 2007, p. 164). Assim, segundo ele, mede-se a solidez da base financeira do cliente.

Os índices de liquidez se subdividem em quatro grupos: liquidez absoluta ou imediata (LA), liquidez seca (LS), liquidez corrente (LC) e liquidez geral (LG). Dessa forma, o quadro

4 apresenta a fórmula para chegar ao resultado de cada um deles assim como seus significados.

Índice	Fórmula	Significado
LA	$\frac{\text{Disponível}}{\text{Passivo Circulante}}$	Demonstra quanto se dispõe para saldar as dívidas de curto prazo imediatamente (MARION, 2010). Tende a ser um quociente baixo pelo pouco interesse em manterem-se recursos em caixa (ASSAF NETO, 2007).
LS	$\frac{\text{Ativo Circulante} - \text{Estoques} - \text{Despesas antecipadas}}{\text{Passivo Circulante}}$	Representa a quanto das dívidas a curto prazo podem ser pagas com recursos imediatos sem se desfazer dos estoques (MARION, 2010). Ou seja, quanto de dívidas a curto prazo tem condições de serem saldas com itens monetários de maior liquidez do ativo circulante (ASSAF NETO, 2007).
LC	$\frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$	Demonstra a capacidade de pagamento da empresa a Curto Prazo (MARION, 2010). Quanto a empresa possui de ativo circulante para cada R\$1,00 de dívida a curto prazo (ASSAF NETO, 2007).
LG	$\frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$	Representa a capacidade de pagamento sobre os compromissos a longo prazo, considerando tanto o que converterá em dinheiro quanto o que já assumiu como dívida (MARION, 2010). Pode ser utilizada como uma forma de segurança por demonstrar se tem condições de saldar todos seus compromissos (ASSAF NETO, 2007).

Quadro 3: Indicadores de liquidez

Fonte: Adaptado de Assaf Neto (2007), Marion (2010) e Matarazzo (2007).

No que se refere à interpretação dos mesmos, quanto maior forem os resultados, melhor. Além disso, o índice de LC pode ser interpretado da seguinte forma: se maior que 1,00 indica Capital Circulante Líquido positivo; se igual a 1,00 nulo; e se menor que 1,00 negativo (ASSAF NETO, 2007). Dessa forma, permite ao analista posicionar-se sobre a solvência da empresa.

2.3.1.2 Índices de rentabilidade

Os índices de rentabilidade são utilizados para a “comparação do resultado econômico (lucro ou prejuízo) com o capital, nos vários aspectos de sua origem e aplicações, bem como com a movimentação econômica da empresa (produção ou vendas).” (FRANCO, 2010, p.178). Por tratar-se de indicadores econômicos, abordam “[...] a rentabilidade da empresa,

para seu potencial de vendas, para sua habilidade de gerar resultados, para a evolução das despesas, etc.” (MARION, 2010, p. 129). Dessa forma, além do BP para o cálculo desses necessita-se, também, da DRE.

Entre os índices de rentabilidade existentes estão: rentabilidade das vendas ou margem líquida (ML), rotatividade do ativo ou giro do ativo (GA), rentabilidade do ativo ou retorno sobre investimento (ROI) e rentabilidade do patrimônio líquido ou retorno sobre capital próprio (ROE). O quadro 5 apresenta suas fórmulas e significados.

Índice	Fórmula	Significado
ML	$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Vendas Líquidas}}$	Demonstra quanto o lucro obtido para cada real de produto vendido (MATARAZZO, 2007).
GA	$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Ativo Total}}$	Indica o número de vezes que girou o ativo total da empresa (ASSAF NETO, 2007). Quanto a empresa lucrou para cada R\$1,00 de investimento total realizado (MATARAZZO, 2007).
ROI	$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Ativo Total}}$	Representa quanto se tem de lucro sobre o investimento total (MATARAZZO, 2007). Ou seja, representa a taxa de retorno sobre o investimento do ponto de vista da empresa (MARION, 2010).
ROE	$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Patrimônio Líquido}}$	Representa quanto se obtém e lucro sobre o capital próprio investido, desconsiderando as aplicações de terceiros (MATARAZZO, 2007). É a taxa de retorno sobre o Patrimônio Líquido do ponto de vista dos proprietários (MARION, 2010).

Quadro 4: Indicadores de rentabilidade

Fonte: Adaptado de Assaf Neto (2007), Marion (2010) e Matarazzo (2007).

Assim como a liquidez, na rentabilidade resultados maiores são mais favoráveis. Além disso, cabe salientar que “a rentabilidade é medida em função dos investimentos. As fontes de financiamento do Ativo são Capital Próprio e Capital de Terceiros. A administração adequada do Ativo proporciona maior retorno para a empresa.” (MARION, 2010, p. 131). Por isso, para a análise de crédito, a boa administração da organização tende a ser um fator positivo para determinar a concessão.

2.3.1.3 Índices de endividamento

Os índices de endividamento evidenciarão o perfil da instituição com relação aos investimentos e tomadas de recursos, demonstrando sua estrutura de capital. Dessa forma, de

acordo com Marion (2010, p. 93), “[...] são os indicadores de endividamento que nos informam se a empresa utiliza mais de recursos de terceiros ou de recursos dos proprietários.” Sobre esse grupo, destacam-se quatro índices: participação dos capitais de terceiros (PCT), composição do endividamento (CE), imobilização do patrimônio líquido (IPL) e imobilização dos recursos não correntes (IRNC). O quadro 6 destaca como os mesmos são encontrados e o que representam.

Índices	Fórmula	Significado
PCT	$\frac{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}{\text{Patrimônio Líquido}}$	Indica quanto a empresa tomou de capital de terceiros para cada real de capital próprio (MATARAZZO, 2007).
CE	$\frac{\text{Passivo Circulante}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$	Representa as dívidas de curto prazo (MARION, 2010). Quanto a empresa possui de obrigações a curto prazo em relação às obrigações totais (MATARAZZO, 2007).
IPL	$\frac{\text{Ativo Não Circulante} - \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Patrimônio Líquido}}$	Representa quanto do seu capital próprio foi aplicado em recursos não correntes (MATARAZO, 2007).
IRNC	$\frac{\text{Ativo Não Circulante} - \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Patrimônio Líquido} + \text{Passivo Não Circulante}}$	Demonstra a quantidade de recursos não correntes que financia o ativo não circulante, exceto o realizável a longo prazo (MATARAZZO, 2007).

Quadro 5: Indicadores de endividamento

Fonte: Adaptado de Marion (2010) e Matarazzo (2007).

Ao contrário dos indicadores apresentados anteriormente, para os índices de endividamento, quanto menor forem os resultados, melhor. Todavia, alguns aspectos precisam ser considerados. Marion (2010) salienta que caso a organização apresente maior concentração de dívidas em curto prazo, a mesma poderá ter dificuldades em caso de reversão do mercado, pois terá poucas alternativas. Por outro lado, o autor destaca que “se a concentração fosse em Longo Prazo, a empresa, num momento de revés, teria mais tempo para planejar sua situação, sem necessidade de desfazer-se de seus Estoques a qualquer preço.” (MARION, 2010, p. 94).

Braga (2008, p. 155) adiciona ainda que:

[...] uma empresa certamente não estará com uma situação financeira confortável se apresentar elevada participação de recursos de terceiros em relação ao capital próprio e ao ativo total, com predominância de dívidas a curto prazo nas exigibilidades totais, e com elevada imobilização dos seus recursos permanentes.

Portanto, pode-se dizer que, para a análise de crédito, a posição da empresa perante esses indicadores influenciará o risco da operação. Quanto maior for o endividamento, maiores são as chances do pagamento não ocorrer.

2.3.1.4 Índices de rotação, atividade, prazo médio ou ciclo operacional

Por meio da análise dos índices de rotação de uma instituição, é possível saber “[...] quantos dias a empresa demora, em média, para receber suas vendas, para pagar suas compras e para renovar seu estoque.” (MARION, 2010, p. 110). Assim, esses indicadores englobam o ciclo operacional (CO) e financeiro (CF) da mesma que iniciam com a compra de seus materiais finalizam com o recebimento dos clientes. Logo, “quanto mais longo se apresentar o ciclo operacional, mais elevadas serão as necessidades de investimento em giro.” (ASSAF NETO, 2007 p.197).

Os indicadores de prazos médios dividem-se em: prazo médio de renovação estoque (PMRE), prazo médio de pagamento de compras (PMPC) e prazo médio de recebimento de vendas (PMRV). O quadro 7 aborda a explicação de cada um deles, suas fórmulas e como calcular os ciclos da empresa.

Índices	Fórmula	Significado
PMRE	$\frac{\text{Estoques} \times 360}{\text{Custo dos Produtos Vendidos}}$	Tempo médio em que o produto fica estocado na empresa (BLATT, 1999).
PMPC	$\frac{\text{Fornecedores} \times 360}{\text{Compras anuais Prazo (CPV+Est.Final-Est.Inicial)}}$	Indica o tempo médio que as compras demoram para ser pagas (ASSAF NETO, 2007).
PMRV	$\frac{\text{Duplicatas a Receber} \times 360}{\text{Vendas Anuais a Prazo}}$	Demonstra, em média, quantos dias a empresa espera para receber por suas vendas (MARION, 2010).
CF	$\text{PMRV} + \text{PMRE} - \text{PMPC}$	Prazo entre o pagamento das compras e o recebimento das vendas (BLATT, 1999).
CO	$\text{PMRE} + \text{PMRV}$	Prazo entre a compra e o recebimento da venda (BLATT, 1999).

Quadro 6: Indicadores de rotação

Fonte: Adaptado de Assaf Neto (2007), Blatt (1999), Marion (2010) e Matarazzo (2007).

Com relação ao cálculo desses índices, destaca-se que são considerados os dias do calendário comercial, 360 dias. Já sobre o PMRE, cabe salientar que essa fórmula é utilizada

para empresas comerciais. Em caso de análise de uma indústria, o custo dos produtos vendidos deve ser substituído pelo custo de produção anual.

Quanto a sua interpretação, pode-se considerar que “para fins de análise, quanto maior for a velocidade de recebimento de vendas de renovação de estoque melhor. Por outro lado, quanto mais lento for o pagamento das compras, desde que não corresponda a atrasos, melhor.” (MARION, 2010, p. 110). Além disso, possibilita ao analista comparar se os prazos apresentados são compatíveis com necessário para o crédito que está sendo concedido.

2.3.2 Os “Cs” do crédito

Uma das técnicas mais tradicionais, enquadrada na análise qualitativa, abordada por autores é a análise dos “Cs” do crédito. Tal denominação decorre do fato de basear-se nas seguintes variáveis: caráter, condições, capital, colateral e condições. A figura 4 apresenta brevemente os pontos analisados por cada item.

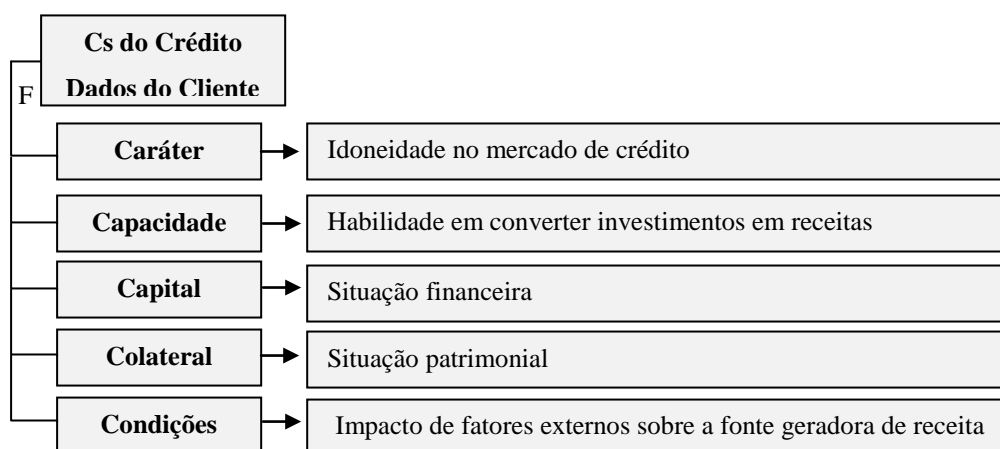


Figura 3: Cs do Crédito
Fonte: Santos (2009, p. 30)

Rodrigues (2011) enfatiza que a análise detalhada dessas variáveis permite avaliar se o cliente é merecedor do crédito. Entretanto, Gitman (2004) destaca que essa técnica oferece um esquema de referências que pode ser utilizado em casos de análises mais aprofundadas, em função do tempo e dos custos envolvidos. Pode-se afirmar, então, que os Cs do crédito demonstram a complexidade de uma análise, pois envolve um grau elevado de subjetividade (BLATT, 1999). Assim sendo, Blatt (1999) salienta que o nível de subjetividade aumenta em função:

- a) da dificuldade em ponderar a multiplicidade, o grau de qualidade e origem das informações; e
- b) a contradição do caráter apresentado pelas informações, por apresentarem pontos negativos e positivos.

Além disso, os pontos abordados pelos Cs do crédito são considerados norteadores. Por meio deles, diminui-se a probabilidade de que aspectos importantes a serem considerados sejam esquecidos. Embora complexos, compreendem os pontos principais da decisão do crédito.

2.3.2.1 Caráter

O caráter representa um elemento o qual demonstra se o cliente possui valores morais e éticos que irão fazê-lo primar pelo pagamento de suas obrigações (RODRIGUES, 2011). Para essa avaliação, são necessários dados históricos que evidenciem essa posição. Santos (2009) afirma que os relatórios gerenciais internos podem ser uma das fontes utilizadas, além da consulta externa em bancos de dados de empresas especializadas que constem registros sobre a pontualidade. Esses dados demonstrarão “[...] a honestidade do cliente, se ele é reputado como íntegro nos seus negócios e, se habitualmente cumpre com seus pagamentos independentemente de fatores adversos que possam ocorrer.” (BLATT, 1999, p. 43).

2.3.2.2 Capacidade

A capacidade é um aspecto em que os autores apresentam mais de um entendimento. Para Rodrigues (2011), Tsuru e Centa (2009) e Santi Filho (1997), está relacionada com a competência, a habilidade em pagar as dívidas. Similarmente, Santos (2009, p. 31) menciona a “a habilidade dos clientes no gerenciamento e conversão de seus negócios em receita.”

Já na visão de Silva (2008, p. 67), “a capacidade refere-se à habilidade do indivíduo ou grupo de indivíduos de gerir estratégica e operacionalmente os negócios da empresa.” Com esse mesmo pensamento, Blatt (1999) complementa indicando a necessidade de verificar aspectos pessoais e profissionais daqueles que gerenciam a organização. Nesse sentido pode-se, inclusive, relacionar-se a fatores internos que venham influenciar nas atividades da organização.

Contudo, ambos os entendimentos estão direcionados para a questão do potencial de pagamento. Embora a visão de Silva (2008) e Blatt (1999) avalie também o lado pessoal de quem trabalha na organização para o bom desempenho dela, de forma indireta também objetiva a verificação se a empresa consegue quitar suas obrigações. Assim, pode-se afirmar que esta variável está associada, também, ao potencial comercial do cliente.

2.3.2.3 Capital

Por tratar da mensuração e qualificação da situação da empresa, o capital é entendido por Blatt (1999) como um dos “Cs” mais significativos. Dessa forma, “[...] refere-se à situação econômico-financeira da empresa, no que diz respeito a seus bens e recursos possuídos para saldar seus débitos”. (SILVA, 2008, p. 76). Nesse item, analisa-se o quanto da renda, ou faturamento, está comprometida com dívidas contraídas, sejam elas de financiamentos ou de compras de matérias-primas (RODRIGUES, 2011).

Portanto, verifica-se o capital de uma instituição por meio da análise de seus demonstrativos contábeis. Além de constatar onde estão alocados os recursos do cliente, possibilita compreender a situação patrimonial do mesmo. Trata-se de assegurar-se que ele estará assumindo uma dívida na qual terá recursos para saldar.

2.3.2.4 Colateral

Colateral está associado às garantias que o cliente tem a oferecer para a organização visando à viabilização do crédito (SECURATO, 2007). Além disso, considera a riqueza patrimonial, composta por bens e aplicações financeiras (SANTOS, 2009). Destaca-se que as garantias analisadas irão depender do valor do crédito que está sendo concedido. Quanto maior for o valor envolvido na operação, maiores serão as garantias exigidas.

No entanto, Blatt (1999, p. 46) ressalta que “um crédito duvidoso jamais deve ser liberado baseando-se tão somente na qualidade da garantia oferecida ou solicitada. A concessão do crédito só deve ser efetivada quando a probabilidade de execução da garantia for mínima.” Mesmo que a existência de bom patrimônio indique mais chances de recebimento judicial, em caso de não pagamento, esta variável deve ser somada com a avaliação das demais, não sendo utilizada isoladamente.

2.3.2.5 Condições

Além dos aspectos tradicionais sobre as condições econômicas e empresariais, esse “C” verifica também outros aspectos que possam interferir no pagamento, como questões políticas e econômicas locais, o ramo de atividade em que está inserido, entre outros (TSURU; CENTA, 2009). Em outros termos, refere-se aos fatores externos e macroeconômicos considerando-se, inclusive, a sazonalidade e o desaquecimento setorial (BLATT, 1999). Para Santi Filho (1997), engloba fatores que fogem do controle da organização por muitas vezes serem imprevisíveis.

Por isso, para que essa avaliação ocorra, torna-se necessário o entendimento das perspectivas para o período. Em função disso, precisa-se estar ciente do impacto que cada item considerado terá sobre o cliente analisado. Como resultado, espera-se saber se o mesmo apresenta previsões positivas as quais indiquem potencialidade de pagamento.

2.3.2.6 Conglomerado

Considerado por Blatt (1999) e por Silva (2008) como o sexto “C” do crédito, representa a análise não apenas do cliente que está solicitando o crédito. “O conglomerado faz menção à análise financeira de controlada(s), controladora(s), coligada(s) e interligadas(s), para que se possa fazer uma análise mais apurada com relação ao pleiteante do crédito.” (BLATT, 1999, p.47). Nesse sentido, Silva (2008, p. 77) explica que “nessa condição, é preciso termos uma visão global (do conjunto), para sabermos qual o risco que esse conjunto representa e quais as transações existentes entre as empresas que o integram.” Logo, pode-se dizer que envolve a avaliação de todo o grupo do qual o cliente faz parte.

2.3.3 Credit Scoring

O *credit scoring* é considerado um dos modelos de análise técnica. Sua principal fonte de informações são os acontecimentos passados. Além disso, os dados cadastrais do cliente também são considerados primários para esse método. Por isso, a informática apresenta-se como aliada para a aplicação do mesmo, proporcionando agilidade na busca pelas informações.

Logo, “o ‘*credit scoring*’ é uma técnica fundamentada em conceitos de finanças, crédito e estatísticas, que pode utilizar diversas variáveis definidas pelo gestor conforme o objetivo desejado.” (BUENO, 2003, p. 104). Em outros termos, Securato (2007) descreve que esse modelo compila e compara os dados existentes sobre o cliente com parâmetros quantitativos e qualitativos já determinados de modo a fornecer uma pontuação. Por tanto, pode-se afirmar que se trata de um método no qual as informações são agrupadas e analisadas pelo seu conjunto, não considerando os resultados isolados.

Silva (2002) considera um modelo analítico e automatizável e destaca que entre os itens a serem pontuados na análise de pessoa jurídica estão o faturamento, os índices de liquidez, nível de endividamento e imóveis próprios. Logo, pode-se dizer que a análise dos Cs do crédito servirá como base para o *credit scoring*, uma vez que esses envolvem os critérios fundamentais para a concessão. Assim, corrobora-se com a ideia de que os modelos devem ser utilizados em conjunto para que suas informações complementem-se.

Blatt (1999) exemplifica por meio de um quadro com dados de pessoas físicas, o funcionamento desse modelo.

Casa própria / alugada	Própria 46	Alugada 19	Outros 25			
Tempo de emprego	- de 1 ano 16	1 a 2 anos 22	3 a 4 anos 26	5 a 9 anos 28	10 a 12 anos 30	+ de 13 anos 36
Cartão de crédito	Sim 19	Não 0				
Tipo de conta	Somente c/c 30	C/c e poup. 50	C/c e fundos 55	Nenhuma 0	Não inform. 20	
Profissão	Executivo/ aposentado 40	Supervisão Gerencia 35	Profissional Liberal 31	Cargos Administr. 25	Vendas autônomas 10	Outros 20
Idade	- de 25 anos 11	25 a 30 22	31 a 35 29	36 a 40 45	41 a 50 55	+ de 50 58
Histórico de crédito	Nada consta 25	1 ocorrência 11	1 protesto 5	+ de 1 protesto -60		

Quadro 7: Modelo de quadro de *score*

Fonte: Blatt (1999, p. 199)

Conforme exposto no quadro 8, as probabilidades consideradas para cada situação foram transformadas em *scores*, ou seja, em pontos. Nota-se que quando a característica

apresentada tende a ser benéfica o valor atribuído a ela é maior. Isso se justifica porque, no *credit scoring*, as medidas são feitas considerando a chance da não inadimplência. Em vista disso, a soma das pontuações será o *credit score* do cliente e indicará o risco e se a concessão deve ou não ocorrer. A figura 5 resume o processo de análise utilizando esse método.

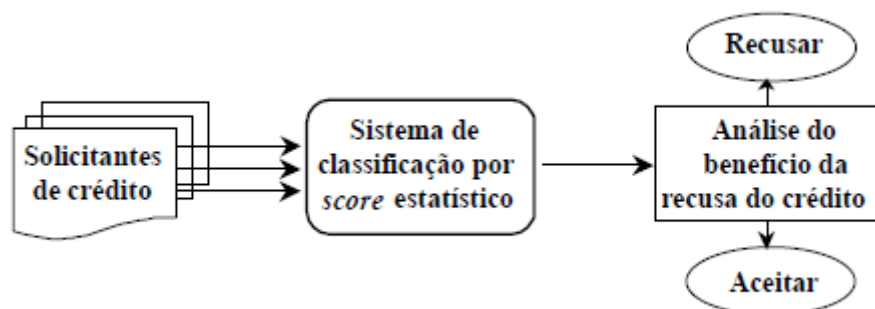


Figura 4: Processo de concessão de crédito pelo *credit scoring*
 Fonte: Souza e Chaia (2000, p. 21)

Percebe-se que o processo demonstrado por Souza e Chaia (2000) inclui a análise do benefício da recusa do crédito. Tal fato pode ser explicado, pois:

Apesar de o *credit score* representar um processo científico, ele não inibe a possibilidade de se recusar um bom pagador ou de se aceitar um mau pagador. Isto ocorre porque nenhum sistema de gestão de crédito consegue o total de informações relevantes na classificação do devedor, e, mesmo que conseguisse, o seu custo tornaria a análise economicamente inviável. (SOUZA; CHAIA, 2000, p. 21).

Caouette, Altman e Narayanan (1999) explicam que para definir se o *score* é favorável ou não, é necessário compará-lo a um ponto de corte. Esse ponto pode ser entendido como *score* mínimo aceitável para que o crédito seja liberado. Seu cálculo baseia-se na probabilidade de clientes bons e maus pagadores para cada pontuação, juntamente com as perdas ou ganhos com a rejeição do crédito (SOUZA; CHAIA, 2000). Dessa forma, quanto maior for a pontuação apresentada, ou seja, quanto mais distante positivamente estiver do ponto de corte, menor será o risco oferecido pelo o cliente.

Embora a chance de rejeitar um cliente o qual poderia se tornar um bom pagador possa ser ponderada como um aspecto negativo, há muitos benefícios que o uso deste método pode proporcionar. Nesse sentido, Roveda (2002) salienta algumas vantagens desses modelos:

- a) objetividade e consistência;
- b) tendem a ser relativamente simples e de fácil interpretação;
- c) facilidade de implantação;

- d) metodologias comuns e bem entendidas; e
- e) agilidade nas análises.

Desse modo, permite que o analista se detenha aos casos mais específicos, uma vez que o processo se detém em avaliar eventos repetitivos (BLATT, 1999).

Sobre a decisão de concessão, ressalta-se que a mesma “[...] é tomada por meio de procedimentos impessoais e padronizados, visto que, em geral, os solicitantes apresentam muitos fatores semelhantes entre si.” (SOUZA; CHAIA, 2000, p. 21). Entretanto, Blatt (1999) salienta que quem concede o crédito ao cliente não é o programa de computador, visto que esse somente realizará a análise dos dados obtidos de acordo com que foi parametrizado nele. Destaca ainda que o modelo apenas enquadra o cliente em um grupo de risco cuja probabilidade já está definida, não determinando se será ou não um bom pagador. Dessa forma, continua sendo do analista a decisão sobre o crédito.

2.3.4 Behavioural Scoring

O *behavioural scoring* é um método semelhante ao *credit scoring*. Ambos utilizam pontuações para classificar o cliente. A principal diferença é que o *behavioural scoring* “[...] destina-se a clientes já existentes, que já possuem histórico de crédito junto a empresa.” (SILVA, 2002, p. 74). Embora não seja tão amplamente utilizado como o *credit scoring*, Blatt (1999) acredita na tendência de expansão desse modelo.

Securato (2007, p. 36) define-o como sendo “[...] um sistema de pontuação com base em análise comportamental.” Dessa forma, questões como o modo que o cliente utilizou o crédito, quanto e o que usou de crédito também são abordadas (BLATT, 1999). Silva (2002) inclui também a pontualidade nos pagamentos, o volume das compras efetuadas e os pagamentos realizados antecipadamente como outros itens considerados nesse modelo. Assim, entende-se que o mesmo baseia-se em informações mais detalhadas e que variam constantemente.

Destaca-se que o intuito é, por meio da avaliação dos dados conhecidos sobre o cliente, em qualquer momento, determinar o risco do mesmo tornar-se um mau pagador (BLATT, 1999). Contudo, Securato (2007, p. 36) afirma que a complexidade da sua elaboração “[...] envolve grande quantidades de amostras variáveis particulares vinculadas ao comportamento dos indivíduos; por sua vez, o comportamento guarda correlação com

variáveis conjunturais.” Por isso, pode-se dizer que a base para a avaliação é o comportamento que o cliente apresentou em cada período.

No que diz respeito a sua forma, Blatt (1999, p. 130) observa que “quando o sistema de *Behavioural Scoring* é produzido, o resultado final é uma tabela de pontuação que pode ser implementada no sistema de faturamento do usuário [...]” Logo, permite-se verificar a mudança de perfil do cliente assim como se ele deixará de enquadrar-se como um bom pagador. Em outras palavras, possibilita identificar o momento em que o cliente deixa a posição considerada ideal para suas características para que a análise seja feita com os critérios adequados as suas novas características.

Já, sobre a sua utilização, Blatt (1999, p. 129) elenca os seguintes itens:

- a) determinar limites de crédito;
- b) guiar decisões de crédito;
- c) priorizar cobranças;
- d) incrementar automação na tomada de decisões creditícias;
- e) avaliar estratégias e políticas de crédito; e
- f) criar critérios de decisões de crédito.

Em função disso, seu resultado pode muitas vezes ser mais consistente que o obtido com a utilização do *credit scoring* (BLATT, 1999). Entretanto, os dois métodos podem ser utilizados simultaneamente, um complementando o outro, uma vez que o enfoque dos dados analisados por cada um é diferente. Além disso, “a medida do sucesso de um sistema de *Behavioural Scoring* não é a precisão de sua medida de risco, mas a efetividade relativa às novas políticas estabelecidas pela administração comparada com os resultados de políticas anteriores.” (BLATT, 1999, p. 130).

Sobre os benefícios desse método, a melhoria do controle na concessão, flexibilidade nas decisões, maior eficiência empresarial e, principalmente, a redução de perdas creditícias são alguns dos itens mencionados por Blatt (1999). Vale ressaltar, então, que para o *behavioural scoring* também se faz necessária a utilização de programas de informática. Sem o uso dos mesmos, dificultaria não só a sua aplicação como também a mensuração da redução das perdas proporcionada por ele.

2.3.5 Árvore de decisão

De acordo com Come *apud* Silva (2002, p. 72):

Árvore de decisão pode ser descrita como um diagrama de decisão. Conforme definições existentes, um diagrama de decisão consiste de ramos interconectados, cada um dos quais representa um ato que o tomador de decisões deve escolher ou um evento sobre o qual o tomador de decisões deve aprender. Pode-se definir ainda como um diagrama de um problema decisório seqüencial, com ramos individuais associados a decisões potenciais e sobre os quais os resultados seqüenciais dos cálculos de valores esperados podem ser exibidos.

Portanto, ela analisa a sequência de acontecimentos de modo a chegar a uma conclusão final. Sobre esse encadeamento, Caouette, Altman e Narayanan (1999, p. 187) descrevem que “na abordagem da árvore de decisão, os atributos de um solicitante são analisados sucessivamente, do mais importante para o menos importante” e afirmam que a ideia inicial pode ser dividida em dois ramos principais. Por isso, Pires (2011) classifica esse modelo como uma forma de indução do conhecimento que possibilita dividir as informações em subclasses.

Em um exemplo com base em apenas duas variáveis, Caouette, Altman e Narayanan (1999) avaliam clientes de acordo com casa própria/alugada e nível de renda.

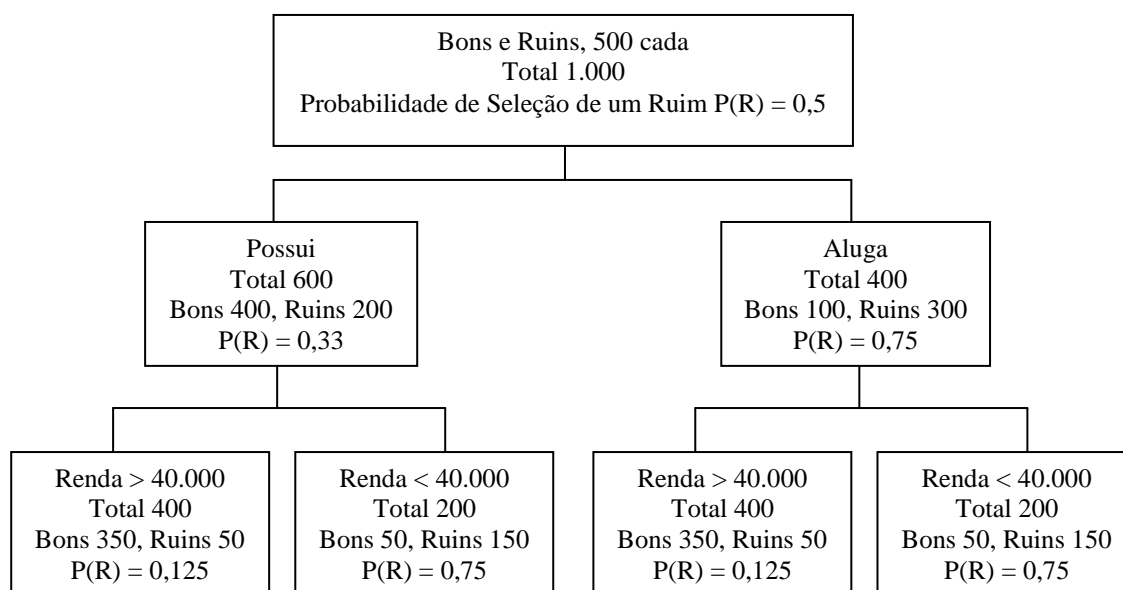


Figura 5: Árvore de decisão de seleção de crédito
Fonte: Caouette, Altman e Narayanan (1999, p. 187)

De maneira simplificada, pode-se dizer que esse método indiretamente questiona o analista sobre em qual das opções apresentadas o cliente encontra-se. Existirão apenas duas alternativas, que, de acordo com a escolha, levará para indagações específicas. A partir das respostas, passará para o próximo item a ser resolvido, e assim acontecerá até chegar ao final

da cadeia, onde estará o risco do cliente. Assim, aumenta-se a probabilidade da decisão ser tomada corretamente.

Entre suas vantagens, “os adeptos da árvore de decisão alegam que ela lida de maneira mais eficaz com a interação das variáveis do que os modelos de *credit scoring*. Os modelos de árvore de decisão podem gerar um escore de crédito mesmo que faltem algumas variáveis.” (CAOUILLE; ALTMAN; NARAYANAN, 1999, p. 187). Em contra partida, os autores destacam ainda que as células mais baixas, ou seja, as que estão mais próximas do fim, podem receber dados escassos, não sendo suficientes para amparar uma decisão. Assim sendo, em alguns casos, esse modelo pode não demonstrar tanta segurança quanto os considerados mais usuais.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista que o objetivo do estudo focou-se em analisar os aspectos teóricos para a implantação de uma política de crédito em uma empresa, pode-se dizer que o mesmo foi alcançado. Dessa forma, percebe-se que para a implantação de uma política de crédito é necessário o entendimento do perfil da instituição. Além disso, faz-se necessário o conhecimento dos objetivos da mesma no que refere-se aos resultados esperados de suas vendas, bem como o nível de risco que admite assumir.

A análise dos modelos de análise de crédito e risco existentes permite a verificação de qual deles melhor se encaixa a empresa. Todavia, conforme abordado no desenvolvimento do estudo, o uso de apenas um deles pode não ser suficiente para abranger todas as variáveis desejadas. Com isso, uma análise que englobe mais de um modelo torna-se a mais indicada.

Por fim, cabe salientar que a análise de crédito possibilita a verificação da compatibilidade entre o valor de crédito solicitado pelo cliente, com sua real capacidade de pagamento. Assim, torna-se um instrumento de proteger a instituição da inadimplência. Logo, uma política de crédito alinhada com os propósitos da organização não só colabora para o alcance dos resultados, como também proporciona a gestão dos recursos de modo mais eficaz.

6 REFERÊNCIAS

ALFA MATERIAIS ELÉTRICOS LTDA⁴. **Alteração e consolidação do contrato social**. Caxias do Sul: 2013.

ASSAF NETO, Alexandre. **Estrutura e análise de balanço: um enfoque econômico-financeiro**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ASSAF NETO, Alexandre; SILVA, César Augusto Tibúrcio. **Administração do capital de giro**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

ATKINSON, Anthony A. *et al.* **Contabilidade Gerencial**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

BERLATTO, Odir (Org.). **Manual para elaboração e normatização de trabalhos acadêmicos do curso de ciências contábeis**. Caxias do Sul: FSG, 2010. Disponível em: <http://www.fsg.br/website_pt/user_files/File/Documentos/COT/ManualContabeis20101.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2010.

BEUREN, Ilse Maria (Org.) **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BLATT, Adriano. **Avaliação de riscos e decisões de créditos: um enfoque**. São Paulo: Nobel, 1999.

BORGES, Vanessa Anelli. **Contribuição da segmentação de dados para a decisão de concessão de crédito ao consumidor: uma comparação de resultados**. Ribeirão Preto: USP, 2011. Dissertação (Mestrado em Ciências); Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, 2011.

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e técnicas de administração financeira**. 1. ed. 16. reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.

BREALEY, Richard A.; MEYERS, Stewart C. **Finanças corporativas: financiamento e gestão de risco**. Porto Alegre: Bookman, 2005.

BRITO, Osias Santana. **Gestão de riscos: uma abordagem orientada a riscos operacionais**. São Paulo: Saraiva, 2007.

BUENO, Valmor de Fátima Ferreira. **Avaliação de risco na concessão de crédito bancário para micros e pequenas empresas**. Florianópolis: UFSC, 2003. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção); Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção,

⁴ Nome fictício conforme explicado na nota de rodapé número 1.

Universidade Federal de Santa Catarina, 2003.

CAOQUETTE, John B.; ALTMAN, Edward I.; NARAYANAN, Paul. **Gestão do risco de crédito: o próximo grande desafio financeiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

CARDORIN, Jerusa. **Análise da política de crédito adotada por uma instituição financeira no segmento de veículos pesados**. Florianópolis: UFSC, 2006. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis); Centro Sócio-Econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, 2006.

CHING, Hong Yuh. **Contabilidade e finanças para não especialistas**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

FERNANDES, Eloane Naiara Lopes. **O impacto da informação contábil de empresas fechadas na percepção de risco dos analistas de crédito**. São Paulo: USP, 2010. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis); Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 2010.

FRANCO, Hilário. **Estrutura, análise e interpretação de balanços: de acordo com a nova Lei das S.A., Lei nº 6.404, de 15-12-1976**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GITMAN, Lawrence Jeffrey. **Princípios de administração financeira**. 10. ed. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2004.

GITMAN, Lawrence Jeffrey; MADURA, Jeff. **Administração financeira: uma abordagem gerencial**. São Paulo: Addison Wesley, 2003.

GONÇALVES, Eric Bacconi. **Análise de risco de crédito com o uso de modelos de regressão logística, redes neurais e algoritmos genéricos**. São Paulo: USP, 2005. Dissertação (Mestrado em Administração); Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 2005.

INFORME COMERCIAL. **Pioneiro**, Caxias do Sul, s.p., 10 e 11 abr. 1999.

INFORME COMERCIAL. **Pioneiro**, Caxias do Sul, s.p., 30 mar. 2004.

INFORME COMERCIAL. **Pioneiro**, Caxias do Sul, s.p., 14 mai. 2009.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Contabilidade gerencial**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

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. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

MARION, José Carlos. **Análise das demonstrações contábeis:** contabilidade empresarial. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MASCARENHAS, Sidnei Augusto. **Metodologia científica.** São Paulo: Pearson Education do Brasil: 2012.

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise financeira de balanços:** uma abordagem básica e gerencial. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MEGLIORINI, Evandir. **Administração financeira.** São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade gerencial:** um enfoque em sistema de informação contábil. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PIRES, Vanessa Martins. **Classificação de risco de crédito:** modelos estruturais, modelos não estruturais, *ratings* das agências de classificação: convergências e/ou divergências. São Leopoldo: UNISINOS, 2011. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis); Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2011.

RODRIGUES, Chrystian Marcelo. **Análise de crédito e risco.** Curitiba: Ibpex, 2011.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projeto de estágio e de pesquisa em administração:** guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ROVEDA, Anadir. **O processo de concessão de crédito no varejo de eletro-eletrônicos na cidade de Caxias do Sul.** Porto Alegre: UFRGS, 2002. Dissertação (Mestrado em Administração); Escola de Administração, Programa de pós-graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2002.

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

SANTOS, José Odálio dos. **Análise de crédito:** empresas, pessoas físicas, agronegócio e pecuária. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

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

SECURATO, José Roberto (Coord.). **Crédito:** análise e avaliação do risco: pessoas físicas e jurídicas. São Paulo: Saint Paul Editora, 2007.

SELAU, Lisiane Priscila Roldão. **Construção de modelos de previsão de risco de crédito.** Porto Alegre: UFRGS, 2008. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção), Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2008.

SELEME, Roberto Bohlen. Diretrizes e práticas da gestão financeira e orientação tributárias. Curitiba: Ibplex, 2010.

SILVA, Ângelo Alves. **Gestão financeira:** um estudo acerca da contribuição da contabilidade na gestão do capital de giro das médias e grandes indústrias de confecções do estado do Paraná. São Paulo: USP, 2002. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade); Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 2002.

SILVA, Edna Lúcia da; MENEZES, Eстера Muszkat. **Metodologia da pesquisa e elaboração de dissertação.** 3. ed. ver. rev. atual. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001.

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

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

SILVA, José Pereira da. **Gestão e análise de risco de crédito.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SOARES, Carla de Almeida Frazão. **Da possibilidade de regulação das agências de rating no Brasil.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2005. Monografia; Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2005.

SOUZA, Almir Ferreira de; CHAIA, Alexandre Jorge. **Política de crédito:** uma análise qualitativa dos processos em empresas. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 07, nº 3, julho/setembro 2000.

TSURU, Sérgio Kazuo; CENTA, Sérgio Alexandre. **Crédito no varejo para pessoas físicas e jurídicas.** 2. e.d. Curitiba: Ibplex, 2009.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de Pesquisa em Administração.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

YIN, Robert K. **Estudo de caso:** planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.