



A IMPORTÂNCIA DA ANÁLISE DE CRÉDITO NO CONTROLE DA INADIMPLÊNCIA: UM ESTUDO DE CASO NA EMPRESA DIREÇÃO MARCAS E PATENTES

THE IMPORTANCE OF CREDIT ANALYSIS IN THE CONTROL OF
DEFAULTS: A CASE STUDY IN THE COMPANY DIRECTION
BRANDS AND PATENTS

Eliziana Aparecida Ramalho Luiz

Artigo apresentado como requisito formal para a obtenção do Diploma de Graduação em Administração. Centro Universitário Autônomo do Brasil – UniBrasil. Endereço eletrônico para contato: elizianaramalho@hotmail.com.

Germano Slomski Neto

Artigo apresentado como requisito formal para a obtenção do Diploma de Graduação em Administração. Centro Universitário Autônomo do Brasil – UniBrasil. Endereço eletrônico para contato: germano_coxa@hotmail.com.

Juliana Sayuri Sugita

Artigo apresentado como requisito formal para a obtenção do Diploma de Graduação em Administração. Centro Universitário Autônomo do Brasil – UniBrasil. Endereço eletrônico para contato: juliana.sugita23@gmail.com.

Sandra Aparecida Silva

Artigo apresentado como requisito formal para a obtenção do Diploma de Graduação em Administração. Centro Universitário Autônomo do Brasil – UniBrasil. Endereço eletrônico para contato: sandrinha_snr@hotmail.com.

Franciéle Lourenço

Orientadora do Trabalho de Conclusão de Curso de Administração. Mestre em Organizações e Desenvolvimento pela FAE Business School. Docente do Centro Universitário Autônomo do Brasil – UniBrasil. Endereço eletrônico para contato: francielelourenco@gmail.com.

Correspondência/Contato

UniBrasil - Centro Universitário Autônomo do Brasil
Rua Konrad Adenauer, 442 - Tarumã - Curitiba - PR -
82821-020

cademosdenegocios@unibrasil.com.br
<http://revistas.unibrasil.com.br/cademosnegocios/>

Editor responsável

Claudio Marlius Skora
claudio.skora@unibrasil.com.br

RESUMO

O presente artigo tem como problemática: Como a empresa Direção Marcas e Patentes - DM&P age no sentido de recuperar os créditos concedidos e não recebidos? Considerando a relevância do objeto, que se dá em virtude do momento de recessão econômica e a grande competitividade, que leva os empresários a buscar otimização dos custos, a diferenciação e uma melhor gestão das contas a receber, percebe-se que o aumento da inadimplência é notório em âmbito nacional. Fez-se necessário o seguinte objetivo geral, que é o de mostrar como são concedidos os créditos e que tipos de serviços são realizados pela empresa, abordando os seguintes objetivos específicos: a) Estudar os princípios para uma análise e concessão de crédito; b) Mostrar como uma análise de crédito criteriosa pode minimizar o risco de inadimplência da empresa e; c) Avaliar como a empresa pode aprimorar o processo de prevenção da inadimplência de seus clientes. O tema foi escolhido com o intuito de contribuir com o crescimento da organização, possibilitando uma análise por parte dos gestores financeiros e agentes decisórios, a fim de implantarem procedimentos que possibilitem a redução de perdas, considerando que atualmente, a empresa apresenta um alto número de clientes inadimplentes.

Palavras-chave: Inadimplência. Risco. Análise de crédito.

ABSTRACT

The present article has as problematic: How does the company Direction Brands and Patents - DM & P act to recover the credits granted and not received ?. Given the relevance of the object, due to the economic downturn and the great competitiveness, which leads entrepreneurs to seek cost optimization, differentiation and better management of accounts receivable, since the increase in Is well known at national level. The following general objective was necessary, which is to show how credits are granted and what types of services are performed by the company, addressing the following specific objectives: a) To study the principles for a credit analysis and concession; B) Show how a careful credit analysis can minimize the risk of default of the company and; C) Evaluate how the company can improve the process of preventing delinquency of its clients. The theme was chosen with the purpose of contributing to the growth of the organization, allowing an analysis by the financial managers and decision agents, in order to implement procedures that allow the reduction of losses, considering that the company currently has a high number of Defaulter clients.

Keywords: Delinquency Rates. Risk. Customer Profile.

Submetido em 20.12.2016. Aprovado em 16.06.2017
Avaliado pelo sistema double blind review

1 INTRODUÇÃO

No século XVI, as atividades comerciais resumiam-se na troca de um bem ou serviço pelo seu valor determinado. O que mostrava baixa complexidade e, por consequência uma menor quantidade de problemas a serem resolvidos.

Contudo, o avanço das atividades comerciais permitiu que os empresários fomentassem o acesso aos produtos para uma quantidade maior de pessoas, o que acarretou no aparecimento das vendas a prazo, assim, as empresas passaram a viabilizar aquisições e negociações através da concessão de crédito, estendendo prazos e permitindo pagamentos postecipados. O que também as deixam sob os riscos de inadimplência das operações comerciais e de serviços, por conta do grande aparecimento de maus pagadores ou inadimplentes, que foi inevitável; por isso é imprescindível e se faz urgente a criação de políticas que visem minimizar os riscos e de fato a inadimplência.

Portanto, devido o crescimento irremediável dos mercados emergentes, a competitividade acirrada entre as empresas e a própria inadimplência, as empresas se viram obrigadas a repensar seus processos de liberação de crédito e de cobrança dos mesmos.

Considerando que hoje, a concessão de créditos viabiliza as relações comerciais e a prestação serviço – o que colabora para a atividade econômica e permite o acesso a bens e serviços outrora inacessíveis. Por isso, Silva (1997, p. 68) corrobora dizendo que:

“O crédito possibilita às empresas aumentarem seu nível de produtividade, estimula o consumo influenciando a demanda, ajuda as pessoas a obter moradia, bens e até alimentos e facilita a execução de projetos para os quais as empresas não disponham de recursos próprios suficientes”.

Dessa forma, a viabilização do crédito e as informações de inadimplência são compartilhadas para parâmetros de mercado, com o intuito de colaborar com a gestão eficiente do risco de dispensação de crédito e de munir os sistemas de recuperação de ativos.

Contudo, a cobrança de ativos tem papel fundamental dentro dos departamentos financeiros e cumpre seu papel junto ao plano de negócios, pois colabora com o crescimento da organização. Uma vez que faz com que o capital da empresa, que foi investido em produtos ou serviços retorne a empresa através de seus recebíveis.

Logo, as políticas de cobranças são procedimentos utilizados pelas empresas para cobrar as contas vencidas de seus clientes, mas a eficiência dessa política pode ser avaliada quando observamos o nível de perdas com débitos incobráveis. No entanto, percebemos que o nível de perdas pode ser positivo quanto negativo (GITMAN, 2001).

Esta relação positiva/negativa se dá pelas oscilações econômicas, crises de escassez de recursos e a falta de comprometimento do estado com a manutenção do crescimento econômico, o que faz com que os empresários se deparem com situações adversas, e que afetam a atividade empresarial e o bom funcionamento da economia.

Outro fato importante é que a concorrência em conjunto com todos os fatores mencionados acima, faz com que o aprimoramento das técnicas de gestão e processos empresariais sejam obrigatórios para a manutenção da própria gestão empresarial, sendo o empresário responsável por acompanhar a movimentação de todos os agentes externos e internos, realizando a coleta de dados para análise da inadimplência, que apoiarão a tomada de decisão. Não somente na área financeira da empresa, mas em todas as outras envolvidas no processo matriz da organização, as quais possuem um importante papel no crescimento e bem estar econômico da empresa. Sendo assim, de acordo com o autor Hoji (2004):

“O objetivo da administração financeira é maximizar o valor de mercado das empresas em longo prazo, pois, dessa forma estará sendo aumentada a riqueza de seus proprietários (acionistas de sociedades por ações ou sócios de outros tipos de sociedade)” (HOJI, 2004, p.16).

Por isso, mesmo que não exista critério para a dispensação de crédito é necessário que o setor de cobrança seja o maior provedor de dados sobre ativos vencidos, e que esses dados permitam uma retroalimentação da base, a fim de que o processo se torne mais rápido; que haja uma maior garantia do recebimento e por si só que melhore a operacionalização do processo por um todo, caso contrário, a falta de informações dos clientes, acaba por aumentar os riscos com inadimplência.

Diante do aumento do número de inadimplentes, o problema de pesquisa para este caso definiu-se por: Como a Direção Marcas e Patentes – DM&P age no sentido de recuperar os créditos concedidos e não recebidos?

Além disso, entendemos que a busca pela plenitude financeira da empresa DM&P se torna difícil, devido o atraso dos pagamentos dos clientes, todavia a otimização constante entre as contas a pagar e a receber é necessário para a sustentabilidade do negócio.

Portanto, o aprofundamento do conhecimento sobre a administração de contas a receber é de profunda relevância para a diminuição e prevenção da inadimplência na empresa, uma vez que o conhecimento adquirido permite evidenciar a causa da inadimplência.

Uma vez que existe, um alto índice da carteira de inadimplentes do estado do Paraná e o fluxo de caixa da empresa em questão sofre influência, pois, aquilo que foi investido na produção de bens ou serviços não tem retornado com tanta eficiência em forma de lucro. E que, se permanecer neste patamar, em casos mais graves poderá ocasionar sérios prejuízos.

Logo, o intuito do trabalho com a empresa DM&P foi o de demonstrar as ferramentas e técnicas que possam melhorar os processos de gestão de cobrança, através da instituição de políticas de ação, conhecimento dos perfis de devedores e assim possibilitar a diminuição dos índices de inadimplência.

A justificativa de estudo pautou-se na importância de levar os embasamentos teóricos e acadêmicos à prática. Teóricos por se tratar das pesquisas de estudiosos que dedicaram

suas vidas para tal, e prática, em tirar do papel conceitos, estratégias e ações, para resultados palpáveis para a empresa DM&P.

O objetivo geral foi o de mostrar como são concedidos os créditos e que tipos de serviços são realizados pela empresa. Mediante a isto foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- a) Estudar os princípios para uma análise e concessão de crédito;
- b) Mostrar como uma análise de crédito criteriosa pode minimizar o risco de inadimplência da empresa e;
- c) Avaliar como a empresa pode aprimorar o processo de prevenção da inadimplência de seus clientes.

Sendo assim, a seguir analisou-se o perfil da empresa, demonstrando os serviços por ela prestados e como ela se inseriu no mercado.

2 PERFIL ORGANIZACIONAL

A empresa DM&P foi fundada em Curitiba/PR no ano de 2001, no entanto, atualmente, possui escritórios em: São Paulo, Rio de Janeiro, Maringá, Belo Horizonte, Brasília, Salvador, Florianópolis, Porto Alegre e Recife. Sua abertura se deu devido ao fato de que o empresário trabalhava em uma empresa do mesmo ramo de atuação, e quando se formou decidiu abrir o seu próprio negócio, utilizando assim a experiência que havia tido no emprego anterior, o qual lhe deu uma visão empreendedora.

Sendo assim, a empresa é especializada na área de registros de *softwares*, marcas, patentes, desenho industrial e propriedade intelectual e para isso, dispõe de profissionais altamente capacitados nas mais diversas áreas de formação.

Sua “missão” é de assegurar os direitos de seus clientes com sigilo irrestrito, absoluta idoneidade profissional, agilidade, mas, acima de tudo, competência e qualidade na execução e realização dos procedimentos que a são confiada.

Por isso, o escritório está conectado com o Instituto Nacional da Propriedade Intelectual (INPI), no qual todos os despachos são acompanhados diariamente. O que proporciona aos clientes, a garantia e a tranquilidade de que seus processos terão o devido acompanhamento revestido da mais alta qualidade e competência.

Atualmente, a empresa trabalha com dezessete empregados, sendo eles três gerentes, dois deles são formados em direito e um está cursando administração, dez consultores todos contratados em regime da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) e dois deles trabalham na execução dos processos, na qual a maior parte de seus empregados são consultores de vendas e dois são auxiliares administrativos, exceto a parte de jardinagem e manutenção que são terceirizados.

O grau de instrução dos colaboradores tem aumentado, pois o mercado de trabalho vem exigindo cada vez mais o aperfeiçoamento por parte dos mesmos, dos quais 70% do seu efetivo possui curso de graduação.

QUADRO 1 - GRAU DE INSTRUÇÃO E FUNÇÃO EXERCIDA

NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS	GRAU DE INSTRUÇÃO	CURSO DE ENSINO SUPERIOR	FUNÇÃO EXERCIDA NA EMPRESA
2	Graduação	Direito	Gerência
1	Cursando	Administração	Gerência
3	Graduação	Direito	Consultor de vendas
1	Graduação	Secretariado Executivo	Execução de processos
2	Graduação	Administração	Consultor de vendas
3	Cursando	Administração	Consultor de vendas
2	Ensino médio	-	1 Auxiliar Execução de processos, 1 Serviços Gerais
2	Cursando	Administração	Auxiliar administrativo
1	Cursando	Ciências Contábeis	Auxiliar administrativo

FONTE: Os Autores (2016)

Em relação as funções de cada um dos funcionários citados na tabela anterior temos:

São dois gerentes de área que realizam a função de gerenciar os setores de SAC e comercial e, um gerente geral. A empresa conta com oito consultores de vendas - responsáveis por oferecer os serviços, podendo no ato do fechamento do contrato fazer uma negociação flexível, conforme as condições de pagamento dos clientes. Na execução de processos há um funcionário auxiliar que inicia o processo de depósito dos serviços junto ao INPI e, há também uma pessoa responsável pela organização da empresa na função de serviços gerais, contudo, os auxiliares administrativos cuidam da parte de boletos vencidos e vincendos.

Atualmente a empresa -DM&P apresenta certa deficiência em seu quadro de empregados, principalmente, no setor de cobranças, devido a falta deste profissional no setor, por isso, os processos de cobranças acabam sendo demorados ineficientes, já que são mais de 5 mil clientes e, muitos deles estão em processo de cobrança de créditos atrasados.

Logo, para que a DM&P poderia ter uma boa gestão de cobranças de créditos se, dependesse não só de ferramentas, mas, de pessoas preparadas para realizar as atividades. Sendo assim, é necessário que a DM&P disponha de empregados qualificados para trabalharem no setor financeiro, a fim de garantir que seus objetivos sejam cumpridos e, em curto período de tempo. Quando a empresa não dispõe desses recursos e de conhecimento para estruturar o controle dos riscos financeiros para aprimorar o seu desempenho, esta pode ter um alto índice de inadimplentes.

Sendo assim, o processo de cobrança de créditos se dá após o vencimento dos títulos, no qual inicia-se com o envio de e-mails e ligações para informar aos clientes que possuem débitos juntos a empresa, posteriormente, caso os mesmos não venham a ser

reprogramados e pagos, conseqüentemente serão enviados junto ao órgão de restrição SERASA e, conseqüentemente, encaminhados ao setor jurídico o qual entrará com processo judicial para recuperação do crédito.

A DM&P oferece serviços nas modalidades de pedido registro de depósito de marca, pedido de registro de depósito de patente, software, desenho industrial e direitos autorais (músicas, livros, poesias, etc).

A seguir conforme tabela 2 se faz um comparativo das vendas de cada um dos serviços que a empresa oferece aos seus clientes referenciando o período entre 2014 e 2015.

QUADRO 2 - COMPARATIVO ANUAL DE VENDAS DO PERÍODO DE 2014 E 2015

SERVIÇOS	VENDA 2014	VENDA 2015
MARCAS	653	546
PATENTES	30	61
DESENHO INDUSTRIAL	10	12
SOFTWARE	6	5
DIREITO AUTORAL	10	51
TOTAL	709	675

FONTE: Os Autores (2016)

Conforme, os principais processos da DM&P estão relacionados aos pedidos de registros e acompanhamentos dos processos junto ao INPI. Primeiramente, se faz uma busca prévia para verificar a disponibilidade e utilização do nome a ser registrado. Em menos de 24 horas é dada a entrada do pedido de registro e, em até 3 meses poderá haver a publicação do registro na revista online do INPI.

No caso de não haverem terceiros (empresas) interessados pela marca, aguarda-se 24 (vinte e quatro) meses para o deferimento e pagamento da taxa final e, após 3 (três) meses divulga-se a concessão do registro, não havendo nulidade administrativa ou contestações, após 3 (três) meses entrega-se o certificado de registro – que é válido por 10 (dez) anos renováveis.

Após o atendimento ao cliente, o pedido de registro é formalizado e encaminhado ao Departamento financeiro/administrativo, o qual recebe um número sequencial em uma pasta e, em seguida é cadastrado no sistema de cobrança para o envio dos boletos a serem pagos pelos clientes. Os dados das vendas são repassados a uma planilha de pagamentos de honorários e outra de comissão, no entanto, essa mesma pasta será enviada ao setor de execução, para que seja dada a continuidade aos procedimentos internos, nos quais serão feitas as cobranças de possíveis documentos faltantes e, além disso, é gerado um protocolo após o pagamento da Guia de Recolhimento da União (GRU) e por desta guia/protocolo, semanalmente é feito um acompanhamento junto ao INPI.

Por fim, o setor financeiro é o responsável por garantir o retorno do capital agregado aos produtos/serviços entregues ao cliente no momento da venda, e fazer com que a empresa/consumidor cumpra seu papel.

Para que exista segurança na efetivação da venda, é necessário que a imputação de riscos seja mínima. Todavia poucas empresas se preocupam com essa parte do processo, por alegarem que a gestão de risco de concessão de crédito pode influenciar na performance comercial. Assim, recai sobre o setor de contas a receber a incumbência de recuperar os ativos, seja de operações saudáveis ou não.

Portanto, a DM&P age no sentido de recuperar os créditos concedidos e não recebidos da seguinte forma: enviando e-mails de alerta de boletos vencidos, fazendo ligações para tentar uma nova reprogramação desses títulos, caso não seja suficiente, os dados dos clientes são incluídos no órgão de restrição SERASA, para que possa enfim entrar com ação judicial para a recuperação da dívida.

Por fim, a DM&P busca através da inclusão no SERASA e da cobrança ostensiva do setor administrativo e setor jurídico a diminuição da inadimplência, recuperando os créditos perdidos.

Pois grande parte dos processos da DM&P são realizados via telefone, por meio de um número de 0800, no qual os clientes são direcionados, conforme filtragem de ligações para os setores competentes.

A fatia de mercado ocupada pela DM&P compõe empresas de pequeno, médio, grande porte e autônomos, sendo que 344 são pessoas físicas e 2.951 pessoas jurídicas. Ambos os tipos de clientes utilizam a marca, pois, o registro da patente acaba por protegê-los do uso não autorizado de terceiros.

Os principais concorrentes diretos são: Esmeralda Marcas e Patentes, Brasil Sul Marcas e Patentes, Ideal Marcas e Patentes, Senior's Marcas & Patentes, Marca e Cia Marcas e Patentes, Leme Marcas e Patentes, Milena Miranda Marcas e Patentes. Os concorrentes indiretos são os próprios clientes que por sua conta e risco entram com o pedido de registro junto ao INPI.

Por sua vez, a marca (logomarca/identidade) é o que distingue e identifica os produtos/serviços prestados pela DM&P, seja na forma nominativa (apenas nome), forma figurativa (logomarca) ou na forma mista (nome e logomarca), as mesmas são registradas conforme classificação da atividade exercida pela empresa.

Logo, a DM&P presta serviços de registro de patente¹ devido a credibilidade da marca que esta trás, pois a Patente é um privilégio de invenção exclusiva sobre um objeto original ou

¹ Art. 1º Esta Lei regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Art. 2º A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante: I - concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade; II - Concessão de registro de desenho industrial; III - Concessão de registro de marca; IV - Repressão às falsas indicações geográficas; e V - Repressão à concorrência desleal.

um método inovador passível de utilização ou aproveitamento em escala industrial, resumidamente é uma proteção a uma tecnologia.

Esta proteção pode ser registrada nas formas de Privilégio de Invenção (PI) - vigência de 20 (vinte) anos ou como Modelo de Utilidade (MU) que resulta na melhor de um objeto já existente - vigência de 15 anos, conforme lei de patentes.

Por fim, a DM&P é uma empresa prestadora de serviços de cadastro de propriedade intelectual - sua concessão/execução são regidas por leis que cabem a cada jurisdição, seja na forma de música, poema ou escritura de um livro, cujo registro é feito junto a Escola de Belas Artes, Biblioteca Nacional e Escola de Música.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção visa apresentar embasamento teórico que possa reforçar a relação existente entre inadimplência, risco e perfil dos clientes.

3.1 Inadimplência

A inadimplência significa a falta de não cumprimento de uma obrigação. Hoje em dia, as empresas fornecedoras de serviços de crédito tem uma grande preocupação em relação a seus clientes, destes não efetuarem os pagamentos no prazo estipulado. Sendo assim, quando o cliente não realiza os pagamentos na data prometida ele passa a ser denominado como inadimplente.

Para Sandroni (1999, p. 293) a inadimplência é “a falta de cumprimento das cláusulas contratuais em determinado prazo”.

Segundo o Guia Serasa (2005, p.4) o termo inadimplente significa “aquele que falta ao cumprimento de suas obrigações jurídicas no prazo estipulado”.

Segundo Provar (2000 apud MULLER, 2008) o termo inadimplente refere-se ao devedor que inadimple, e que não cumpre no termo convencionado suas obrigações contratuais e que a inadimplência se apresenta de várias formas, não só no pagamento de carnês de crediário, mas os cheques devolvidos pelos bancos por falta de fundos sejam eles pré-datados ou não, que também causam sérios problemas as empresas.

A busca incessante pelos bens e/ou serviços desejados, faz com que as compras pelo mesmo sejam frequentes. Isso faz com que muitas pessoas realizem o consumo sem medidas, com isso, se endividam, e muitas vezes a situação chega ao extremo e então torna-se muito difícil de ser controlada, podendo ocasionar sérios prejuízos à vida do consumidor sejam eles morais ou financeiros.

Em virtude desse consumo exagerado, as empresas vêm se preocupando mais com os índices de inadimplências. Sandroni (1999) até reforça que as empresas financeiras estão

se preocupando com as altas taxas de “inadimplência” - que vêm se elevando, devido aos consumidores não conseguirem mais arcar com seus compromissos.

Uma das principais fontes de entrada de recursos para a instituição financeira é pelo meio das operações de crédito. E estas trazem a expectativa por parte do credor em receber os seus recursos financeiros, dotados dos juros cabíveis, porém, o risco do não pagamento traz consigo a inadimplência.

Por isso, no momento da concessão do crédito, é necessário identificar se o grau de comprometimento da renda de seus consumidores, assim como o histórico de pagamentos passados, foram feitos e no prazo estipulado, facilitando a avaliação do serviço contratado, e se este será pago ou não.

Mesmo com as inúmeras formas de se reduzir o índice de inadimplência dos clientes, são várias as razões para o não cumprimento das obrigações, sejam eles problemas familiares, desemprego, descontrole financeiro, entre outros.

Segundo Santos (2003, p. 17), o risco de inadimplência:

“pode ser determinado por fatores internos e externos. O risco total de crédito é função direta desses dois fatores. Entre os fatores internos podem-se destacar profissionais desqualificados; controles de riscos inadequados, ausência de modelos estatísticos; concentração de crédito com clientes de alto risco; e fatores externos são de natureza macroeconômica”.

Gomes e Sorato (2010) complementam que:

“O grau de endividamento das pessoas vem crescendo ano após ano, por não existir um planejamento financeiro dos recursos. O hábito de controlar as finanças pessoais é uma prática pouco difundida entre a população brasileira, o que favorece o endividamento familiar e pessoal”.

Logo, a inadimplência prejudica muito as empresas, é necessário ter uma análise das causas para que esse índice não se eleve muito, e devem-se adotar medidas a fim de que não apareçam problemas no recebimento dos seus pagamentos, ou seja, minimizar os efeitos negativos da inadimplência.

Mesmo que exista uma grande dificuldade por parte dos consumidores pelo não pagamento de suas dívidas, as empresas também cometem falhas nos seus planejamentos financeiros de concessão do crédito e, a ousadia na hora da venda leva a consequências desastrosas.

Conforme Tavares (2011) “dois fatores levam as pessoas ao endividamento: crédito fácil e a ilusão de manter um padrão de vida acima de sua realidade econômica”.

Tavares (2011) ainda complementa que existem inúmeros fatores que levam as pessoas a ficarem endividadas, devido a não conseguirem arcar com suas dívidas no curto prazo, correndo o risco de seu crédito (nome) estar inscrito junto aos órgãos de proteção ao

consumidor (Sistema de Proteção ao Crédito – SPC e da Centralizadora dos Serviços dos Bancos – SERASA).

É a situação atual da maioria dos brasileiros, que se pegam em meio às dívidas particulares e a própria condição instável da economia.

3.2 Risco financeiro

Conforme Securato (1996, p. 44) "risco financeiro é entendido como a falta de liquidez financeira da empresa para saldar seus compromissos, que está diretamente ligado à questão do endividamento da empresa, do controle de custos, ou da variabilidade das vendas".

O risco dá-se em virtude da ação comercial por si só. Uma vez que o modelo de negócio prevê a concessão de crédito por meio de vendas com pagamentos postecipados, o gestor imputa na própria carteira de contas a receber o risco da operação.

Para tanto é necessário o conhecimento do cliente, por isso, as informações históricas internas são extraídas de relatórios gerenciais, nos quais constam registros de pontualidade, atrasos, renegociações e perdas financeiras resultantes da inadimplência.

Já as informações históricas externas são extraídas de arquivos de dados de empresas especializadas em coleta, armazenamento e relacionadas à idoneidade do cliente no mercado de crédito. O credores verificam nos arquivos de empresas de gerenciamento de risco de crédito, por exemplo o SERASA, e se existem informações desabonadoras dos clientes, tais como as decorrente da existência de ações executivas, cheques devolvidos, protestos, falências requeridas, etc.(PINTO; MARTINS, 2006).

Mas isso não é o suficiente para que se possa determinar a idoneidade do cliente.

Por isso, Bernardi (2002, p. 49) afirma que a simulação permite então, medir o risco e o retorno do projeto. Após a repetição do processo o risco pode ser medido pela curva de probabilidade e dispersão dos resultados apurados, enquanto o retorno é medido pelo valor provável e valor médio desta mesma curva de probabilidade.

Já Weston e Brigham (2002, p.155) afirmam que o risco é "a possibilidade de que algum acontecimento desfavorável venha a ocorrer".

O risco pode se definir como incerteza ou "perigo; inconveniente possível: todos os negócios têm seus riscos" (LELLO, 1981, p. 155).

Portanto, para Gitman (1997, p. 202) risco é "a probabilidade de prejuízo financeiro ou então a variabilidade de retorno associada a um determinado ativo".

O retorno sobre um investimento significa ganhos ou prejuízo decorrentes de uma atividade financeira seu resultado é dividido pelo valor do investimento no início do período, portanto toda tomada de decisão em crédito é avaliada em seu risco e retorno (GITMAN, 2002, p. 202).

“Um bom sistema de classificação de risco é fundamental para a decisão de crédito, orientado quanto ao nível de risco que sendo assumido quanto às expectativas de inadimplência, bem como o grau de exigência de garantias”. Sendo assim fundamental para determinar o tempo das revisões de crédito (SILVA, 2004, p. 91)

Tendo em vista o que os autores anteriores destacam sobre o risco financeiro. Silva (1988) ainda reforça que o risco de crédito serve para caracterizar vários fatores que podem contribuir para aquele que concedeu o crédito não receba o pagamento na data do acordo, dessa forma, não está se construindo uma distribuição probabilística e objetiva, partindo-se do pressuposto de que os dados históricos, o risco e incerteza são coisas distintas.

Em uma empresa comercial, por exemplo, a venda à vista não apresenta qualquer risco de crédito, pelo fato de que a probabilidade de não receber é nula, no entanto, em um banco comercial, a operação de crédito se estabelece em seu próprio negócio, sendo seu principal “produto” entregue ao cliente, com a promessa de faturamento futuro, o que compreende um risco de não recebimento.

3.3 Conceito de crédito

Crédito é a relação de confiança entre duas ou mais partes. A empresa cede créditos a um cliente, que vai adquirir seus produtos e/ou serviços, porém, deve também fazer concessões e acreditar que seus credores não irão deixar de cumprir suas obrigações (CENTA, 2004).

O crédito encontra-se presente no dia a dia das pessoas, tanto como pessoa física ou jurídica, disponibiliza de seu capital em favor de alguém em tempo determinado para que possa recebê-lo depois. Isto é, empresta-se um capital para que possam assim honrar com seus compromissos mais tarde.

Hoje em dia, o crédito é muito utilizado para facilitar a realização de vendas de bens e serviços e, é responsável por grandes resultados nas empresas, pois quanto maior forem as vendas, maiores são os lucros obtidos.

Portanto, quanto maior for o volume de vendas a crédito e maior for o prazo médio de cobrança, maior será a necessidade de capital de giro, afinal o “crédito é a segurança de que alguma coisa é verdadeira: é confiança” (FERREIRA *apud* SILVA, 2002, p. 19).

O crédito, conforme Bem, Santos e Comitre (2007) dizem: “pode ser um determinado valor a uma empresa ou pessoa, que o cedente tem a expectativa do retorno integral dessa quantia, num determinado espaço de tempo”.

Por isso que as empresas devem possuir uma boa política de concessão de créditos, conforme será visto a seguir.

3.4 Política de crédito

Política de crédito é a base da administração de valores a receber, pois através dela, que é detalhada a forma de como conceder tal crédito, essa política define os padrões de crédito, riscos, prazos a serem cumpridos, tendo como objetivo a orientação das decisões de crédito em prol dos objetivos desejados e estabelecidos.

A política de crédito é considerada um guia para a decisão de crédito. Diante de certas mudanças vivenciadas na economia do país, das condições de mercado, da concorrência e de outros fatores internos e externos. Uma empresa precisa gerenciar adequadamente suas finanças, para manter o equilíbrio financeiro e aumentar a rentabilidade de seus negócios (BEM; SANTOS; COMITRE, 2007).

Ainda na concepção de Bem et al (2007) dependendo das condições da administração, a política de crédito de uma empresa pode sofrer alterações nos prazos de concessão, nas taxas de juros, nas garantias, nos critérios de análise do crédito, o que é determinante para a rentabilidade de uma empresa, pois compreende as decisões estratégicas e proporciona as alterações nos seus limites.

Brigham e Houston (1999) mostram que os principais fatores que movimentam a demanda dos produtos são: os preços de venda, a qualidade do produto, a propaganda e a política de crédito - fatores estes que auxiliam a empresa para atingir o sucesso em suas vendas, pois quanto maior a venda maior o lucro, em face disso, ela é dividida em quatro variáveis:

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

Se a empresa optar em ter uma política de crédito liberal, suas vendas aumentam e o risco de inadimplência tende a aumentar. O ideal seria incentivar o aumento das vendas com a diminuição da inadimplência (SANTOS, 2001). Pois, se a política de crédito é muito liberal, ela pode até aumentar o número de vendas, mas também pode aumentar o investimento com contas a receber. A grosso modo, o ideal é ter uma política de cobrança rígida para conseguir recuperar os ativos (HOJI, 2001 apud CORRÊA, 2011).

3.5 Análise de crédito

A análise de crédito é o processo pelo qual a empresa analisa e avalia o valor que será disponibilizado ao cliente, conforme a capacidade de pagamento, pois, essa é uma forma

de estudar e evitar os riscos que a empresa futuramente terá com a liberação do crédito ou serviços prestados com pagamentos de longo prazo e com futuros inadimplentes.

“Sempre se deve avaliar o passado, as pessoas e as empresas, antes da liberação de um crédito, para ter a certeza de que possam cumprir com suas obrigações e honrar seus compromissos” (CENTA, 2004, p.10).

Schrickel (2000) vê a análise de crédito como uma habilidade de decidir sua concessão ou não do crédito, dentro de um cenário de incertezas e constantes mudanças na tecnologia da informação. Ou seja, a análise de crédito é feita através do julgamento de um agente de crédito, baseando-se principalmente em sua habilidade e experiência, determinando, se ela merece confiança ou não, decide-se também qual o valor do limite e o prazo que se irá conceder, avaliando desde a capacidade de analisar a situação e chegar a uma conclusão clara, prática e aplicável.

Conforme Santos (2003) o objetivo desse processo de avaliação e análise de crédito é meramente para conhecer o cliente, conhecer sua idoneidade e a capacidade de pagar suas dívidas. Para analisar o crédito, as empresas normalmente se utilizam de duas técnicas, uma subjetiva, que analisa o cliente a qual fará a liberação do crédito, e a técnica objetiva que utiliza procedimentos estatísticos.

A análise subjetiva, não é uma ciência exata, pois podem existir inúmeras soluções para cada situação de concessão, certo de que a análise pode fazer surgir outras opções durante o processo decisório, complementa Blatt (1999).

Santos (2003) acrescenta que esse tipo de análise subjetiva tem como objetivo chegar a uma decisão clara sobre a concessão ou não do crédito a quem o solicita. Schrickel (2000) complementa essa análise, dizendo que ocorre conforme a necessidade do cliente solicitante, e dentro de um nível de risco aceitável, mediante apresentação da documentação necessária para que tal avaliação possa ser realizada com intuito de chegar a um resultado favorável.

Este é um processo muito importante para a análise de crédito nas organizações, pois algumas empresas principalmente de pequeno porte, não dispõem de capital para manter um analista de crédito ativo, por isso recorrem a empresas que podem dar suporte aos empreendedores como, por exemplo, as consultas no SERASA e SPC, visando à diminuição das perdas financeiras com a inadimplência. Estas duas empresas funcionam como banco de dados cadastrais, que limitam o crédito tanto de pessoas jurídicas ou físicas, por causa do endividamento. Com o não pagamento das dívidas a pessoa fica com o nome pessoal ou da empresa, retido na praça.

As perdas também podem ser geradas pela falta de informação em relação aos clientes, isso, se não levarmos em consideração as consultas realizadas em empresas de dados cadastrais, como as citadas acima.

Barth (2004) ainda complementa que existe o problema da escolha de um conjunto restrito de informações sobre o candidato à obtenção do crédito, informações que devem ser coletadas para a decisão sobre a concessão do mesmo. Afirma também que considerar o fato de o candidato ser um potencial adimplente ou inadimplente, dependerá não só das informações selecionadas, mas também de uma série de informações que não estão acessíveis.

Ou seja, há o problema de escolha acerca do conjunto restrito de informações que devem ser levantadas sobre o candidato à obtenção do crédito, porém, não há como acessá-las. Tendo em vista que algumas empresas não possuem o costume de coletar outras informações complementares as do cadastro.

O levantamento dos casos já existentes permite uma análise profunda e minuciosa de dados que podem nos levar a estabelecer parâmetros, e por consequência estabelecer perfis de maior risco de inadimplência. Entender quem são, e quais as chances de um determinado perfil se tornar um inadimplente em potencial.

Por isso, Fonseca e Naya (2008) reforçam que os empresários devem tomar cuidados, se o crédito for muito fácil, as perdas resultantes a inadimplência poderão ultrapassar as vantagens de dar receita de vendas. Logo, a concessão e análise desse crédito influenciam e contribuem muito para o crescimento de um país.

Em conjunto às ideias de Fonseca e Naya (2008), Neto (1997, p. 567) fala de exigências mínimas que a empresa deve possuir no momento da concessão de crédito:

“o estabelecimento dessas exigências mínimas envolve geralmente o agrupamento dos clientes em diversas categorias de risco, as quais visam normalmente mediante o uso de probabilidades, mensurar o custo das perdas associadas às vendas realizadas a um ou vários clientes de características semelhantes”.

Neste caso, cada um a sua maneira enxerga a necessidade de uma boa análise, para que tanto o empresário quanto o cliente não sejam desfavorecidos quando da compra/venda de bens e/ou serviços, tendo em vista o risco envolvido na liberação do crédito após sua análise e aprovação.

Por isso, Schrickel (1998, p. 22) diz que “um empréstimo baseado inicialmente e principalmente nas garantias é um mau empréstimo a princípio”. Pois a garantia tem como parâmetro estabelecer o comprometimento pessoal ou patrimonial com a operação em si, aumentando assim o grau de segurança de pagamento.

Assim, a análise de crédito na maioria das organizações tem um ativo valioso, tendo em vista o alcance da rentabilidade. Fazendo necessário que a organização tenha uma política específica, e muito bem estruturada para alocar eficientemente seus ativos. Por fim, as decisões de crédito não são tão fáceis de serem tomadas, o que prevalece, na maioria das vezes é o bom senso após a análise de todas as documentações necessárias, levando em

consideração as normas estabelecidas pela empresa. E, se utilizada corretamente, com a análise de crédito, as organizações conseguirão minimizar os problemas referentes à concessão de crédito e/ou inadimplência.

3.6 Os 5 C's para a concessão de crédito

Em complemento ao item anterior, falar-se-á das ferramentas utilizadas para a análise de liberação de crédito, que é a chamada de análise de créditos pelo método dos 5 C's, que de acordo com Brigham (1999), estas ferramentas servem para determinar a capacidade creditícia de um cliente, sendo eles pessoas físicas ou jurídicas e servem para avaliar a sua credibilidade do pagamento. Os 5 C's exploram as dimensões do caráter, da capacidade, do capital, colateral e condições.

A análise do caráter é fundamental para que aconteça o cumprimento de uma obrigação, cumprir aquilo que se foi prometido de acordo com o trato ou contrato em questão, uma vez feito um acordo espera-se que as partes envolvidas as cumpra conforme prometido.

Para fazer uma avaliação de pessoa física ou jurídica, basta preencher uma ficha cadastral, a qual examina seu histórico de comportamento de crédito em termos de integridade, honestidade, moral, enfim, sua disposição em pagar e cumprir com suas obrigações. A ficha cadastral permite unir informações do solicitante de crédito, tais como: nome, endereço, registros, profissões, fontes de referência etc.. Ela também possibilita obter informações junto às organizações de proteção ao crédito, pois, essa é uma das formas de descobrir se os clientes cumprem ou não com suas obrigações.

A análise de capacidade é a potencialidade do cliente em quitar o crédito solicitado e, assim, assumindo seus compromissos financeiros, analisando o fluxo de caixa, renda, nível de endividamento da empresa e sua capacidade em arcar com seus compromissos imediatamente. Por hora, não basta apenas ter vontade de pagar ou não ter restrições no mercado, é necessário que o crédito a ser liberado seja compatível com a capacidade de pagamento.

A análise do capital é o conjunto de bens pertencentes à empresa, constituído de recursos materiais e financeiros - é o capital que dá suporte ao crédito solicitado por pessoas físicas ou jurídicas. Em caso de pessoa física a concessão desse crédito deve estar embasada na renda mensal "fixa ou variável", além dos bens os quais a lei favoreça o tomador de crédito. Já para as pessoas jurídicas é mais perceptível, pois, se baseia no balanço patrimonial da empresa, realizando uma análise econômico-financeira, análise do perfil, da rentabilidade e do endividamento desse patrimônio.

Por outro lado, a análise colateral reúne os montantes de ativos - garantias apresentadas pelo solicitante de crédito e, serve também para frear possíveis impactos

negativos, decorrentes do enfraquecimento da capacidade da pessoa em liquidar com os seus débitos.

Schrickel (2000) comenta que a colateral é uma segurança para empresa, na hora de realizar algum empréstimo em que se deve conhecer os valores de mercado dos bens, que os clientes dispõem como garantia.

A análise das condições está relacionada à capacidade de pagamento dos clientes em relação à ocorrência de fatores externos adversos ou sistemáticos, tais como: o aumento de taxas de inflação, taxa de juros, etc. São verificadas as condições econômicas e empresariais do cliente, bem como outros aspectos que possam interferir no pagamento, como a política, a economia do país e a atividade econômica. Ela tem como objetivo avaliar o momento em que a concessão de empréstimo e seus pagamentos serão analisados, em muitos casos, mediante análise subsidiada pelos órgãos competentes que avaliam o risco do cliente.

São ferramentas que acabam por facilitar, de certa forma, a concessão de créditos e também uma, mesmo que superficial, análise do cliente.

4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos acabam por dar o tom à pesquisa, a fim de determinar como serão alcançados os resultados para o objeto de estudo.

Neste caso, considerou-se que a pesquisa é aplicada, pois baseia-se em estudos já desenvolvidos. O objetivo é exploratório, pois possibilitou o alcance dos resultados desejados.

Quanto a abordagem, se utilizou-se a coleta de dados qualitativa e quantitativa, já que trouxe dados pertinentes a quantidade de clientes, de inadimplentes, etc. E, a qualitativa nos trouxe as vantagens e desvantagens em relação a esse aumento da inadimplência nos últimos tempos e como ela vem interferindo na saúde financeira da DM&P.

Sendo assim, de forma mais clara, o quadro a seguir demonstra cada um dos procedimentos metodológicos utilizados:

QUADRO 3- DEMONSTRATIVO DOS PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS:

DELINEAMENTO DA PESQUISA	DESCRIÇÃO
Natureza: Pesquisa aplicada	A pesquisa aplicada tem como objetivo gerar conhecimentos com base em objetos de estudo já desenvolvidos. Envolve verdades e interesses concretos.
Objetivo: Exploratório	Segundo Silva (2003) a pesquisa exploratória tem o objetivo de proporcionar maior conhecimento com o assunto abordado e torná-lo explícito ou construir uma hipótese. Planejar uma pesquisa que permite encontrar fundamentos para alcançar os resultados desejados ou auxiliares para elevar os possíveis

	problemas da pesquisa. Esta pesquisa envolve levantar dados bibliográficos, entrevistas e questionário.
Abordagem: Qualitativa e quantitativa	Este método difere, em princípio, do quantitativo, à medida que não emprega um instrumental estatístico como base na análise de um problema, não pretendendo medir ou numerar categorias (RICHARDSON, 1989). De uma forma geral, tal como a pesquisa experimental, os estudos de campo quantitativos guiam-se por um modelo de pesquisa onde o pesquisador parte de uma tabela conceitual de referência bem estruturada, a partir dos quais formula hipóteses sobre os fenômenos e situações que quer estudar. Uma lista de consequências é então deduzida das hipóteses.
População: Amostragem com base na carteira de clientes	Para Costa Neto (1977, p.43) “nem sempre é possível se ter acesso a toda a população objeto de estudo, sendo assim é preciso dar segmento a pesquisa utilizando-se a parte da população que é acessível na ocasião da pesquisa”. A técnica da amostragem não probabilística que melhor se enquadra é a amostragem por acessibilidade, na qual o pesquisador seleciona o universo que deseja explorar.
Instrumentos e coleta de dados: Por meio de coleta em base de dados	Segundo Ruiz (2002) está relacionada ao passo inicial e procura dados que estejam documentados e formalizados.

FONTE: Os Autores (2016), Adaptado de Costa Neto (1977), Richardson (1989) e Silva (2003).

A escolha da abordagem qualitativa se deu, em virtude de os dados serem analisados subjetivamente. Logo, esta pesquisa permitiu o aprofundamento nos pontos onde as fontes do problema se encontram. Os dados foram coletados em base de dados, o que permitiu a mensuração e a determinação do perfil.

Já, a pesquisa exploratória possibilitou a efetivação da finalidade do objeto de estudo e o alcance do objetivo, através do aprofundamento do estudo.

O plano de tratamento de dados deu-se por meio da análise de carteira de inadimplentes da empresa e seu devido comportamento, mediante relato de experiência por parte do setor de cobrança. E também, a averiguação das políticas de concessão de crédito, atualmente praticadas, e os riscos gerados em decorrência de sua execução. Por isso, em se tratando de análise de conteúdo, é primordial que se obtenha uma definição precisa de acordo com o proposto.

A coleta de dados ocorreu com a análise de relatórios financeiros, a política de créditos, a observação e análise da carteira de inadimplentes e a pesquisa bibliográfica. Na qual obtivemos informações e conhecimento teórico sobre os conceitos de inadimplência, risco, e análise de crédito.

Mediante a posse do relatório de inadimplentes, foi categorizado se esses eram pessoas físicas ou jurídicas e, o prazo que estes possuem seus contratos vencidos. Juntamente com o levantamento das políticas de cobrança atuais, processos e melhores práticas. Com base no levantamento destes dados juntamente com a análise dos mesmos, estabelecer parâmetros aceitáveis.

E o tratamento sobre a dispensação de crédito, foi feito por meio de análise da política de concessão, assim como os procedimentos utilizados na rotina financeira da empresa.

5. ANÁLISE DE DADOS E PROPOSIÇÕES

A DM&P faz uso de alguns princípios para a análise e concessão de crédito aos seus clientes. E, conforme dito anteriormente, são eles; a concessão de créditos, a identificação dos fatores de caráter, capacidade, de capital e as condições que serão feitos esses pagamentos.

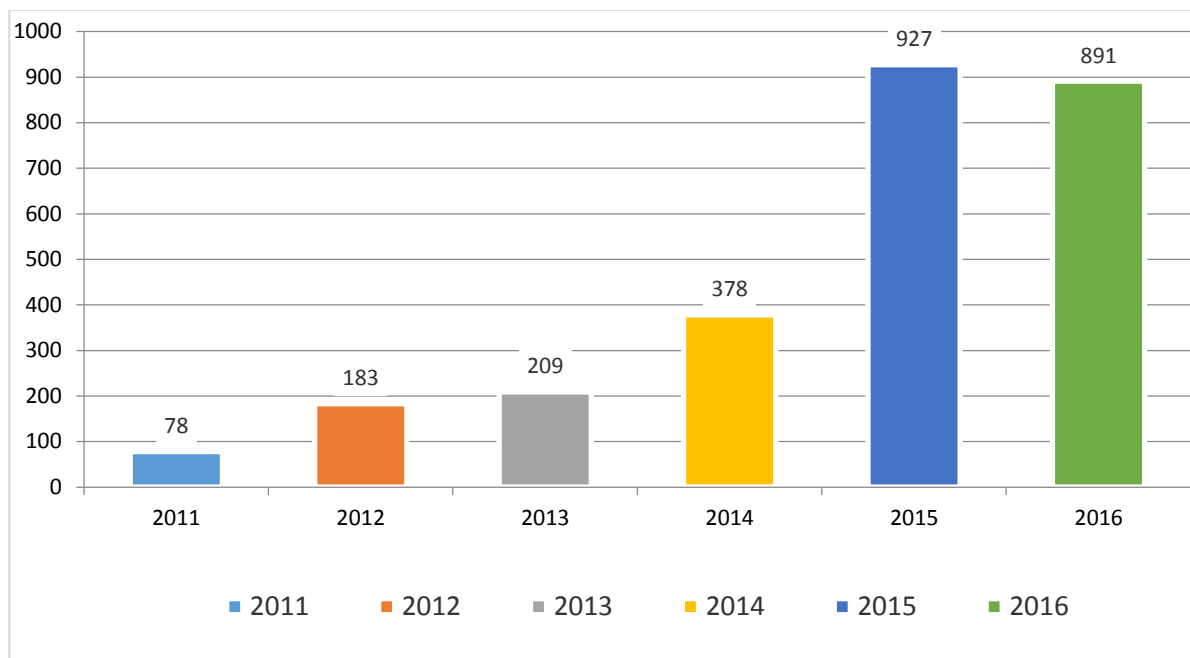
Esse processo de análise para concessão de crédito visa identificar os riscos para a empresa a quem está cedendo o crédito, identificando à capacidade de pagamento da pessoa que solicitou esse crédito, por meio de um levantamento realizado da melhor forma possível.

Assim, uma análise de crédito criteriosa pode minimizar o risco de inadimplência da empresa por meio do perfil do cliente e seus registros cadastrais, junto as empresas de proteção ao crédito ou até mesmo pelo histórico que este possuem de suas movimentações financeiras. Entretanto, isso demonstra que devido o alto nível de inadimplentes, o problema encontrado no setor financeiro vem crescendo ano a ano de forma assustadora, fato este demonstrado pelos números de títulos de clientes vencidos da DM&P, entre os anos de 2011 a 2016.

No entanto, a atenção maior é voltada à partir do ano de 2012, que apresenta 183 títulos vencidos e, de lá pra cá cresceu tanto que, no ano de 2015 o número passou para 927 títulos em aberto, desde então, esses números vem crescendo consideravelmente.

Em 2016 a pesquisa foi realizada de Janeiro a Outubro e, assustadoramente, esse número quase se iguala ao ano de 2015 contendo 891 boletos não pagos, isso que o ano ainda não acabou, portanto, esses números devem aumentar ainda mais, tendo em vista a época de festividades de final de ano. Conforme pode ser visto no gráfico a seguir:

GRAFICO 1 - NÚMERO DE TÍTULOS VENCIDOS DOS CLIENTES DA EMPRESA DM&P DOS ANOS DE 2006 A 2016



FONTE: Os Autores (2016)

O crescimento da inadimplência se dá ao fato de que muitas pessoas têm gastos maiores do que sua realidade econômica, sendo que muitos não têm controle sobre isso e acabam ficando endividados, e quando veem não conseguem arcar com suas dívidas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos resultados, conclui-se que o problema de pesquisa: “Como a DM&P age no sentido de recuperar os créditos concedidos e não recebidos?” Foi alcançado, pois, mostra que a DM&P tenta recuperar os créditos, mas não de uma maneira muito evasiva, tendo em vista que, são enviados e-mails com alerta de boletos vencidos, são realizadas ligações na tentativa de uma nova reprogramação desses títulos e, caso não seja suficiente, os dados dos clientes são incluídos no órgão de restrição de crédito e possivelmente com a ação judicial para a recuperação da dívida, já que a empresa não disponibilizou os retornos financeiros, e se manter as atividades vale a pena, já que dos mais de 5.000 clientes, a empresa possui mais de 3.600 boletos vencidos e a inadimplência vem aumentando a cada ano.

Respondendo o problema de pesquisa, objetivo geral foi o de “Mostrar como são concedidos os créditos e que tipos de serviços são realizados pela empresa” – a DM&P utiliza a concessão de créditos comum dos 5 C's, ou seja, identifica a capacidade de pagamento e faz a análise dos relatórios financeiros da pessoa que solicitou o crédito. Outros dados são o levantamento do perfil dos clientes e seus registros cadastrais, junto as empresas de proteção ao crédito ou até mesmo pelo histórico que estes possuem de suas movimentações financeiras, mas que nem sempre são tão seguros, já que os clientes podem desistir da compra de algum serviço no meio do processo.

Como objetivos específicos foram estudados os “Princípios para uma análise e concessão de crédito”, demonstrando assim os conceitos principais, tais como os conceitos de: inadimplência; risco financeiro; crédito; política de crédito; análise de crédito e; os 5 C's para análise de crédito.

Mostramos também “Como uma análise de crédito criteriosa pode minimizar o risco de inadimplência da empresa” – que pôde ser constatada por meio da avaliação financeira dos clientes, porém, a empresa demonstrou que por mais que sua análise envolva algumas questões básicas de levantamento dos clientes, ao todo, ainda não tem sido eficiente, pois, o número de clientes inadimplentes vem crescendo ano a ano e está gestão de contas a receber não vem sendo tão criteriosa assim, deixando muitas aberturas para o aumento progressivo da inadimplência.

Quanto a avaliação de “Como a empresa pode aprimorar o processo de prevenção da inadimplência de seus clientes” – as alternativas que restam é de consultar os órgãos de restrição de crédito antes de concluir as vendas, para que haja uma maior segurança na efetivação. Além disso, a maior necessidade neste momento foi demonstrada na Tabela 1 – na qual se percebe que a falta de funcionários para a cobrança de títulos vencidos/vincendos não tem sido suficientes, logo, a empresa deveria contratar mais funcionários para exercer esta função e diminuir o número de inadimplentes, pois, ao que parece essa tem sido a principal “falha” na hora do levantamento de contas a receber, já que, como dito anteriormente, a empresa possui mais de 5.000 clientes e não possui pessoal suficiente para a cobrança. Atualmente foi contratada mais uma pessoa para auxiliar o processo de cobrança dos boletos, porém, a quantidade sobrecarrega as duas pessoas destinadas a realizar este serviço.

Dada às limitações do presente estudo por considerar uma análise mediante a pesquisa qualitativa e quantitativa, exploratória e aplicada, estudo de caso, por meio de uma pesquisa documental, contendo elementos representativos da sociedade atual.

As constantes discussões sobre a inadimplência, análise de crédito e risco são fatores indispensáveis ao desenvolvimento organizacional e devem sempre promover o nascimento de novos trabalhos na área.

Em especial, recomenda-se para estudos futuros, aprofundamentos no assunto inadimplência, análise de crédito e risco. Dessa forma, será possível compreender em absoluto o peso de cada um desses elementos na dinâmica da gestão das empresas.

Assim como, sugere-se a empresa que realiza um levantamento adequado do perfil de futuros clientes ou dos já existentes; alimentação adequada de dados dos clientes em um programa que tenha maior controle quanto aos boletos vencidos ou não; a ampliação do quadro funcional ou até mesmo o estudo da hipótese de ampliação do quadro funcional e, além disso, um estudo aprofundado da situação financeira da empresa - para garantir que a empresa não esteja sobrevivendo sem ter fins lucrativos.

Espera-se que este artigo possa vir a ajudar muitas empresas que estejam enfrentando dificuldades no setor financeiro relacionado à inadimplência de seus clientes.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, A.; SILVA, C. A. T. **Administração do Capital de Giro**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

BARTH, Nelson Lerner: **Inadimplência**: Construção de modelos de previsão. São Paulo: Nobel, 2004.

BEM, J. B. de; SANTOS, K. C. B. dos; COMITRE, Mariana Galiano. **Um estudo sobre os impactos causados pela inadimplência e os reflexos na saúde financeira das empresas**. 77f. Monografia– Faculdade de Ciências Econômicas, Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo. São Paulo, 2007.

BERNARDI, Pedro Beck DI. **Análise de Riscos em Investimentos Imobiliários por Simulação**. Dissertação de Mestrado. Engenharia Civil, UFSC, 2002.

BLATT, Adriano. **Avaliação de risco e decisão de crédito**: um enfoque prático. São Paulo: Nobel, 1999.

BRIGHAM, E. F.; HOUSTON, J. F. **Fundamentos da moderna administração financeira**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CENTA, S. A.. **Análise de crédito**. 2. Ed. Curitiba: Ibpex, 2004.

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

COSTA NETO, P. L. O. **Estatística**. São Paulo: Edgard Blücher, 1977.

DIREÇÃO MARCAS & PATENTES **Direção assessoria em registro empresarial**. Disponível em <http://www.direcaoconsultoria.com.br/>. Acesso em: 24 abril. 2016.

FERREIRA, J. A. S. **Finanças corporativas: conceitos e aplicações**. São Paulo: Pearson, 2002.

FONSECA, A. P., NAYA, A. C. **Critérios para o crédito creditam lucros**. 2008. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis e Administrativas) – Centro Universitário Católico Auxilium Salesiano de Lins, Lins. Fortaleza: Sober, 2006. p.1-14. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/5/966.pdf>. Acesso em: 17 abr. 2016.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 7ª. Ed. Harbra, 1997.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 2ª. Ed. Porto Alegre: Artmed, 2002.

_____. **Princípios de Administração Financeira:** essencial. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001

GOMES, Deisi Martinello; SORATO, Kátia Aurora Dalla Libera. **Planejamento e controle das finanças pessoais com enfoque na utilização das** ferramentas e serviços contábeis: um estudo com profissionais autônomos, 2010.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira:** uma abordagem prática: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, análise, planejamento e controle financeiro. São Paulo: Atlas, 2001.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira:** uma abordagem prática. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2004.

LELLO, José. LELLO, Edgar. **Dicionário Enciclopédico Luso-Brasileiro:** Porto: Lello & Irmão, 1981.

MULLER, M. B. **Análise do processo de concessão de crédito na empresa** polipetro.Itajaí – SC, 2008. Trabalho de conclusão de estágio. Disponível em: <http://http://siaibib01.univali.br/mwg-internal/de5fs23hu73ds>. Acesso em: 28 mar. 2016.

PINTO, W. J.; MARTINS, J. B. F. Análise do processo de concessão de crédito em distribuidores de defensivos agrícolas. In: **CONGRESSO SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, XLIV. 2006** Fortaleza.

Presidência da República Casa Civil. **Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.** Disponível em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm. Acesso em: 15 outubro. 2016.

PROVAR. **Finanças no varejo:** Gestão operacional - Exercícios práticos com respostas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas.** São Paulo: Atlas, 1989.

RUIZ, João A. Metodologia científica: guia para eficiência nos estudos. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

SANDRONI, Paulo. Novíssimo Dicionário de Economia. **São Paulo, Best Seller, 1999.**

SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração financeira das pequenas e médias empresas.** São Paulo: Atlas, 2001.

SANTOS, J. O. dos. **Análise de crédito: empresas e pessoas físicas.** São Paulo: Atlas, 2003.

SCHRICKEL, W. K. **Análise de Crédito: Concessão e Gerência de Empréstimos.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de Crédito: Concessão e Gerência de Empréstimos.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

SECURATO, José Roberto. **Decisões financeiras em condições de risco**. São Paulo: Atlas, 1996.

SECURATO, José Roberto. **Decisões financeiras em condições de risco**. 2 ed. São Paulo: Saint Paul, 2007.

SERASA. **Como Evitar a Inadimplência**. São Paulo, 2005. Disponível em: <http://www.serasaexperian.com.br/guia/>. Acesso em: 07 ma. 2016.

SILVA, José Pereira da. **Análise de Crédito**: Política e decisão de crédito. 1. Ed. São Paulo: Atlas, 1988.

SILVA, José Pereira da. **Gestão e Análise de Risco de Crédito**. São Paulo: Atlas, 1997.

SILVA, J. A. **Análise do estabelecimento de limite de crédito**: um estudo de caso apresentado no curso de pós-graduação na Universidade de Taubaté-SP, 2002. Disponível em: <http://www.unitau.br/cursos/pos-graduação/mestrado/gestao-e-desenvolvimento-regional/dissertacoes/dissertacoes-2002-silva_jose_antonio_da.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2016.

SILVA, José, Pereira da. **Gestão e Análise de Risco de Crédito**: Editora Atlas, 2003.

SILVA, José, Pereira da. **Gestão e Análise de Risco de Crédito**: Editora Atlas, 2004.

_____. **Gestão e Análise de Risco de Crédito**: Editora Atlas, 2004.

TAVARES, Célio. 2011. **Dicas sobre finanças pessoais**. Disponível em: <http://www.ctavares.com.br/>. Acesso em: 07 maio. 2016.

WESTON, J. Fred. BRIGHAM, Eugene F. **Fundamentos da Administração Financeira**/ Tradução Sidney Stancatti. São Paulo: Makron, 2000.

WESTON, J. Fred; BRIGHAM, Eugene F. **Fundamentos de Administração Financeira**. 10.ed. São Paulo: Makron Books, 2002.

ANEXO 1 – TERMO DE AUTORIZAÇÃO

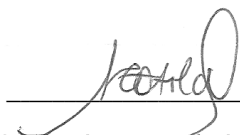
TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA PESQUISA E DIVULGAÇÃO DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Eu, MATILDE DE OLIVEIRA DOS SANTOS, cargo: DIRETORA da organização, DIREÇÃO MARCAS & PATENTES, telefone número 41- 32077000, e e-mail gerencia@direcaoconsultoria.com.br, contato da equipe (SANDRA APARECIDA SILVA 41-97566877) do Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Administração das Faculdades Integradas do Brasil **autorizo** a mesma a realizar este estudo nesta organização e tenho a seguinte decisão quanto a divulgação do trabalho final a ser elaborado pelos integrantes:

- (X) **autorizar** a divulgação do nome da organização no Trabalho de Conclusão do Curso visando divulgar seu nome, função e seus processos gerenciais, tornando-a mais conhecida no mercado e demonstrando sua missão para a sociedade em geral;
- () **não autorizar** a divulgação do nome da empresa no Trabalho de Conclusão do Curso.

CURITIBA 16/08/2016

Atenciosamente,



Assinatura do Responsável e Carimbo da Organização

