
GESTÃO DE CRÉDITO: uma Análise de sua Concessão em uma Empresa do Segmento de Locações em Itabira/MG

Credit Management: an Analysis of its Concession in a Rental Segment Company in Itabira/MG

Alexandre Henrique Zanon Alves¹

Raiane Carolina Rosa²

Marcelo Silva Ângelo Ferreira³

Arnaldo de Ávila Quintão⁴

Maximiliano Francisco de Oliveira⁵

Resumo: Na busca de se manterem competitivas no mercado as empresas utilizam estratégias que possibilitam aumentar as vendas de forma significativa e umas delas é a oferta do crédito. O objetivo geral desta pesquisa foi identificar a política de crédito em uma empresa do ramo de locações de equipamentos na cidade de Itabira/MG. Os objetivos específicos foram caracterizar a empresa estudada, apresentar a política de crédito da empresa e relacionar a política de crédito utilizada com os critérios estabelecidos por alguns autores de livros da área de administração. A metodologia utilizada teve abordagem qualitativa, caráter descritivo, e o método foi a análise documental. Ao final do estudo concluiu-se que a empresa, apesar de apresentar uma política de crédito com regras e padrões para atender aos clientes e manter um índice de inadimplência equilibrado, não utiliza todos os requisitos apresentados pelos autores literários da área de administração para compor a sua política de crédito.

Palavras chave: concessão de crédito; política de crédito; crédito

Abstract: In order to maintain competitive in the market, companies have built innovative strategies. Credit concession is one of these strategies that allows an expressive increase in sales. The general objective of this research was to identify the credit policy in an equipment leasing company located in Itabira/MG. The specific objectives were to characterize the company, to present its credit policy, and to connect its established policy with the literature. The methodology was based on a qualitative descriptive approach, using the documentary analysis as a research method. It was

1 Graduação em Administração de Empresas pela Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira – FUNCESI, Brasil, alexandrezanon@bol.com.br

2 Graduada em Administração de Empresas pela Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira – FUNCESI, Brasil, raianecarolina3@gmail.com

3 Mestre/Doutor em Administração de Empresas, Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira – FUNCESI, Faculdade de Minas Gerais, FAMIG, Brasil, marcelo.ferreira@funcesi.br, marcelos.bh@terra.com.br

4 Mestre em Administração de Empresas, Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira – FUNCESI, Brasil, arnaldo.quintao@funcesi.br

5 Mestre em Administração de Empresas, Faculdade de Minas Gerais, FAMIG, Brasil, max.bh@terra.com.br

concluded that although the company presents a credit policy with specific rules and patterns to attend its clients, and to maintain the default rate balanced, it does not use all requirements presented in the literature to constitute its credit policy.

Keywords: Credit concession; credit policy; credit

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos o cenário econômico passou por muitas mudanças e se tornou cada vez mais instável. Para garantir a sobrevivência, as empresas, cada vez mais competitivas, criam estratégias que ajudam a aumentar as vendas e manter os clientes, e, uma delas, é o fornecimento de crédito.

Com a necessidade de ofertar o crédito também aumentaram os riscos às empresas, porque muitos clientes utilizam o serviço, mas, não conseguem arcar com as obrigações futuras. Para que não ocorra este tipo de problema, o cliente deve ser acompanhado desde o momento da solicitação do crédito.

O controle do crédito deve ser realizado por meio do uso de ferramentas estruturadas como um Sistema de Informação Gerencial para monitorar e acompanhar os resultados no processo de crédito.

Ao conceder o crédito é importante estabelecer uma relação de confiança com o cliente solicitando uma garantia pelo serviço a ser prestado e esclarecendo as dúvidas e obrigações dele mediante a concessão. Para tanto, utiliza-se uma política de crédito que, quando supereficiente, possui técnicas subjetivas, financeiras e estatísticas que chegam a uma conclusão sobre o cliente e ajudam na tomada de decisão.

Partindo dos expostos surge o seguinte questionamento: Como é a política de crédito de uma empresa do ramo de locação de equipamentos em Itabira/MG? Mediante ao problema apresentado, o desenvolvimento deste estudo tem como objetivo geral identificar a política de crédito adotada pela empresa estudada.

Os objetivos específicos são caracterizar a empresa estudada, apresentar a política de crédito aderida pela empresa e relacionar a política de crédito utilizada com os critérios estabelecidos por alguns autores de livros da área de administração.

Esta pesquisa é importante às empresas porque o sucesso na concessão de crédito pode ser alcançado por meio de normas e critérios específicos, e, principalmente, pela proximidade entre empresa/cliente. Identificar os riscos antes de acontecer é inevitável para que não ocorram prejuízos aos negócios, todavia, só é possível, quando existe uma política de crédito muito bem definida e eficiente.

O presente trabalho está disposto de um referencial teórico que tem como foco os tópicos: crédito, política de crédito e elementos da política de crédito, seguido pela metodologia, análise de dados destacando a caracterização da empresa, política de crédito da empresa e a relação entre a política de crédito apresentada e os critérios estabelecidos por alguns autores de livros da área de adminis-

tração. O estudo é concluído através das considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Crédito

Ao comercializar um bem ou serviço, uma empresa pode solicitar o pagamento à vista ou esperar algum tempo para que o pagamento se dê em sua totalidade, ou seja, conceder o crédito.

O crédito é uma palavra que vem do latim *creditum* e significa “acreditar, confiar”. Para Rodrigues (2012, p.22) o crédito é uma “ferramenta pela qual as empresas alicerçam suas vendas a partir do instante em que tenham confiança na liquidação da dívida assumida pelos clientes”. Desta forma, o cliente pode adquirir um bem ou serviço que atenda às suas necessidades, realizando o pagamento de forma parcelada.

Para conseguir o crédito o cliente deve conquistar a credibilidade junto ao mercado, buscando cumprir com os acordos e quitação de seus débitos. Já os empresários devem manter a desconfiança e se atentar aos riscos ao fornecê-lo.

Para Silva (1997, p. 347) “a decisão de conceder crédito numa empresa comercial ou industrial está relacionada ao volume de vendas que se quer atingir em determinado produto e em determinada época”.

No entanto, Neto (2003) entende que é de extrema importância que as empresas definam os riscos que irão assumir em relação às decisões de crédito e qual o tratamento será dado às solicitações do crédito.

Diante do exposto pelos autores o crédito pode ser visto como uma estratégia para aumentar as vendas, mas os administradores devem se atentar aos riscos que estão sujeitos através desta ação.

O risco de conceder crédito pode ser visto como a possibilidade de que o acordo estabelecido não se cumpra, o que, se acontecer, torna o devedor um inadimplente e acarretará prejuízos às concedentes. Para entender o significado de crédito e posteriormente sua composição em uma política de crédito, é necessário ter em mente que a concessão de crédito deve ser analisada da mesma forma como qualquer outro ativo financeiro da empresa e que tem risco e retorno associados (Roveda, 2002).

As organizações devem se atentar as ferramentas existentes para minimizar os riscos, além de conseguir gerenciá-los, pois, o ato de ofertar o crédito, deve ser visto como um investimento para as empresas. Para Schrickel (2000) o crédito é importante no sentido de auxiliar as empresas a administrarem seus ativos, e, desta forma, atingir seus objetivos.

2.2 Política de crédito

A política de crédito é baseada em elementos que têm como objetivo diminuir os riscos de perdas de uma empresa. Para Santos (2000, p. 40) “uma política de crédito contém características merca-

dológicas e financeiras que têm efeito direto na organização”. Ela é capaz de interferir de forma direta e deve ser apresentada de forma positiva no faturamento de uma empresa, com informações relacionadas à venda e ao financeiro.

Meglierini e Vallim (2009) diz que a política de crédito deve ser eficiente e ir além da fixação de prazos para a quitação de uma dívida, ou seja, devem ser estabelecidos critérios para a seleção de clientes para tentar distinguir os mais confiáveis dos menos confiáveis.

Tsuru e Centa (2012) demonstram que uma política de crédito deve conter regras e diretrizes para que possam ser seguidas no dia a dia de forma padronizada e consistente e que seja em conformidade com os objetivos estabelecidos.

Portanto, antes da tomada de decisão de concessão do crédito, é necessário realizar uma análise minuciosa dos riscos e então deve ser elaborada uma política de crédito consistente que vise conhecer melhor o cliente e antecipar possíveis prejuízos.

Diante do exposto, fica evidente que a política de crédito bem fundamentada é uma ferramenta importante para uma empresa, principalmente para reduzir os riscos com a inadimplência. Precisa ser bem estruturada para evitar perdas de clientes e o aumento da inadimplência, porque a consequência é um impacto negativo no faturamento da empresa.

Muito se discute sobre a melhor política de crédito a ser adotada e alguns autores enfatizam que é necessário manter um equilíbrio entre os critérios restritivos e flexíveis. Santos (2010) acredita que uma boa política de crédito é aquela que incentive as vendas ao máximo e possua o mínimo de perdas por inadimplência. Afirmar ainda que, quanto mais liberal for a política de crédito adotada, maiores serão os volumes de vendas, e também o índice de inadimplência.

Na concepção de Tsuru e Centa (2012) para desenvolver políticas de créditos com maior ou menor flexibilidade devem-se analisar diversos fatores, entre eles, as características de cada empresa e de seus produtos.

Se as empresas mantiverem os termos regulares de crédito de acordo com os padrões do setor e estes forem mais rígidos do que os dos concorrentes, certamente, a empresa perderá clientes, no entanto, se forem mais flexíveis, atrairão consumidores que provavelmente seriam incapazes de pagar seguindo os termos adotados pelo setor como um todo (Gitman, 2010).

Portanto, a melhor política de crédito a ser aplicada pode variar de empresa para empresa e os fatores que podem influenciar se o crédito será flexível ou restritivo está diretamente ligado aos produtos e serviços ofertados. Ainda assim o mais recomendado pelos autores é equilibrar os critérios a fim de não impactar na redução das vendas. Em uma empresa comercial, por exemplo, uma política de crédito mais liberal aumentará o volume de negócios, no entanto, exigirá um controle maior em suas finanças.

2.3 Elementos da política de crédito

Para a política de crédito se tornar eficiente deve ser bem estruturada e observar elementos e técnicas que possibilitará conhecer o cliente, conhecer os riscos e reduzir os números de inadimplência.

Diante disso, alguns autores apresentam cinco elementos que deve ser disposto na política de crédito.

Em Santos (2010) esses elementos são descritos como: 1) O prazo de recebimento: deve ser avaliado o prazo concedido de acordo com a situação financeira da empresa vendedora; 2) Critérios de aprovação de crédito: são divididos entre análise de cadastro e a análise de crédito e permite conhecer antecipadamente a capacidade do cliente pagar os suas dívidas num futuro próximo; 3) Limite de crédito: deve ser estabelecido, um valor máximo de venda, de forma a reduzir o risco com possíveis inadimplências; 4) Condição financeira de crédito: é importante definir descontos pelos pagamentos antecipados e juro de mora para os pagamentos em atraso. Geralmente esse elemento é considerado como elemento acessório de uma política de crédito, mas podem ter grande influência no financeiro da empresa; 5) Tratamento aos clientes inadimplentes: são métodos e critérios estabelecidos pela política de crédito. Era uma atividade dispensada no passado, entretanto, hoje, essa prática deu lugar à filosofia de negociação.

Esses elementos devem ser vistos como um norte para que os administradores e responsáveis pela área consigam desenvolver e praticar uma política de crédito com a segurança de que todos os aspectos relacionados a venda e as finanças da empresa estão sendo integrados.

Ainda para a composição de uma boa estrutura da política de crédito e visando conhecer o cliente, alguns autores citam uma técnica conhecida como 5Cs. Essa técnica aborda fatores que de acordo com Rodrigues (2012) devem ser analisadas em profundidade para definir se um cliente merece a concessão de crédito.

Os 5Cs são apresentados por Rodrigues (2012) como: 1) Caráter: Fundamental para saber se o cliente possui valores morais e éticos para cumprir com o pagamento de suas obrigações; 2) Capacidade: É a habilidade e competência do cliente em pagar suas dívidas. Esta análise da capacidade pode ser feita por meio de referências informadas por outras empresas que tenham se relacionado com o cliente em questão; 3) Capital: Consiste em saber o quanto da renda deste cliente já está comprometida com outras dívidas e qual será o peso sobre elas junto ao crédito que ele está solicitando; 4) Colateral: Também é conhecido como garantia e trata-se do bem ou valor que servirá de pagamento caso não receba a recomposição das vendas de acordo com os parâmetros estabelecidos em contratos; 5) Condições: Visa verificar se o cliente do crédito não está inserido em um nicho de mercado que esteja passando por dificuldades e que futuramente possa acarretar no aumento de inadimplência. A análise de condições, basicamente, procura saber se o cliente estará empregado ao longo do período em que o crédito deverá ser recuperado.

A identificação dos fatores, demonstrado nos ‘5Cs’, em uma política de crédito, é de suma importância para se conhecer o cliente e observar alguns critérios que auxiliarão na tomada de decisão

de conceder ou não o crédito.

Embora todos os fatores apresentados sejam importantes para a decisão do fornecimento de crédito, Gitman (1997, p. 697) salienta que “os analistas de crédito costumam dar maior ênfase aos dois primeiros fatores - caráter e capacidade - uma vez que eles representam os requisitos fundamentais para a concessão de crédito”, Schrickel (1997, p. 55) discorda dizendo que: “idealmente, não se deve tomar decisões baseando apenas em um dos ‘Cs’ isoladamente. Eles devem ser vistos em conjunto”.

No que tange ao primeiro fator, o caráter, existem fontes de levantamentos que são capazes de apontar e avaliar o caráter de um cliente. Esses levantamentos podem ser comprovados através de relatórios gerenciais de acompanhamento de risco, que mostram os atrasos em seus pagamentos. São banco de dados de empresas especializadas em informações, como Serasa e SPC; referências bancárias e referências comerciais que fornecem essas informações (Santos, 2010).

Na política de crédito também devem conter informações que propiciem uma análise de crédito consistente, pois será através dela que serão fornecidos os parâmetros a serem seguidos antes da realização do cadastro. E será por meio desse cadastro que as empresas observarão o perfil do cliente, sua capacidade de liquidar as dívidas e principalmente a tomada de decisão em conceder ou não o crédito.

O cadastro é o início para uma análise de crédito e é de fundamental importância a união de dados que qualifiquem as pessoas em qualquer nível de atividade, seja comercial, industrial ou escolar. O cadastro deve ser o mais completo possível em virtude de eventuais consultas para a concessão do crédito (Leoni e Leoni, 1997).

No entanto Tsuru e Centa (2012, p. 76) dizem que “a base para uma boa decisão de crédito depende da qualidade das informações obtidas e da competência no tratamento dessas informações, devendo torná-las consistentes para uma decisão de crédito segura”.

Santos (2010, p.31) diz ainda que “qualquer análise de cadastro informa apenas uma situação passada. A análise de crédito permite que a empresa vendedora tenha alguma estimativa sobre a situação financeira futura de um pretendente com um cadastro recomendável.”

Segundo os autores, o cadastro é o primeiro passo para a construção de uma imagem do cliente, não cabendo a tomada de decisão baseada somente neste critério, mas como um todo. Portanto é importante que sejam utilizadas todas as informações apresentadas pelo cliente para a realização de buscas em órgãos como Serasa e SPC e em referências comerciais, pessoais e bancárias.

Berni (1999) também aponta que para avaliar um cliente, quando pessoa física, deve-se levar em conta principalmente a renda, experiência, atividade profissional, capacidade de solvência e referência.

Conforme as diretrizes apresentadas pelos autores a política de crédito deve ser composta por parâ-

metros que podem contribuir para identificar o perfil de um cliente e reduzir os riscos inerentes a atividade de concessão de crédito. A análise do crédito também deve ser vista como parte da estrutura descrita em uma política de crédito, uma vez que a tomada de decisão de conceder o crédito se dará através deste instrumento.

3 METODOLOGIA

A metodologia é considerada por Richardson (2014) como a escolha de procedimentos sistemáticos para descrever e explicar fenômenos.

O presente estudo tem uma abordagem qualitativa e busca identificar a política de crédito utilizada por uma empresa do ramo de locações de equipamentos na cidade de Itabira - MG. Michel (2009) diz que as pesquisas qualitativas auxiliam a descrever um determinado problema, a analisar as variáveis e suas interações e permite uma interpretação profunda de comportamentos ou atitudes.

O tipo da pesquisa é classificado como descritiva, pois objetiva descrever a política de crédito em uma empresa do segmento de locações em Itabira/MG. Vergara (2011, p. 42) afirma que esse tipo de pesquisa “não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação”.

Para Vergara (2011), o universo é um conjunto de elementos que possui as características de objetos de estudo, assim o universo da pesquisa em questão são os documentos de uma empresa de locações de equipamentos, tais como ficha de cadastro, política de crédito, procedimento para conceder o crédito e sistema de informação da empresa.

O recorte para a viabilização deste estudo se deu através de uma análise documental que aconteceu no período de 20 de Abril de 2018 a 10 de Maio de 2018, com visitas à empresa nas terças e sextas-feiras, após o horário comercial, com o acompanhamento dos sócios diretores e do setor financeiro da empresa para a realização do estudo em documentos apresentados desde o ano de 2015.

O instrumento utilizado para a coleta dos dados foi a pesquisa documental, realizada em uma empresa do ramo de locações na cidade de Itabira/MG, com documentos como a política de crédito, ficha de cadastro, procedimento para a concessão do crédito e o sistema de informação gerencial, apresentados no período de três anos. Segundo Vergara (2011) a pesquisa documental é efetuada através de documentos mantidos em órgãos públicos e privados de qualquer natureza ou mesmo com pessoas, como registros, regulamentos, balancetes e dispositivos de armazenamento eletrônicos.

Toda pesquisa apresenta limitações e “nem sempre há possibilidade de pesquisar todos os indivíduos do grupo ou da comunidade que se deseja estudar, devido à escassez de recursos ou à premência do tempo”. (MARCONI; LAKATOS, 2009, p. 165)

A limitação dessa pesquisa foi relacionada com a dificuldade para a coletas de dados, devido a agenda dos sócios da empresa, (eles não dispunham de muito tempo para acompanhar a análise dos documentos), no entanto, esta limitação não impediu a realização deste trabalho.

4 Análise de dados

A análise de dados a ser apresentada corresponde ao objetivo geral e aos objetivos específicos supracitados no início desta pesquisa. Ela foi dividida em três tópicos: Caracterização da empresa, Política de crédito da empresa analisada e a Relação entre a política de crédito da empresa pesquisada e os critérios que devem ser estabelecidos -para que seja uma política de crédito eficiente- por alguns autores de livros da área de administração.

4.1 Caracterização da empresa

Em resposta ao primeiro objetivo específico apresenta-se a caracterização da empresa objeto de estudo.

Trata-se de uma empresa de sociedade limitada, de médio porte, que é voltada para a locação de automóveis, máquinas e equipamentos para construção, aluguel de andaime e contêiner, além da prestação de serviços de operação e fornecimento de equipamentos para transporte e elevação de cargas e pessoas para uso em obras.

As atividades da empresa foram iniciadas em 1993, em uma pequena loja, no centro de Itabira, Minas Gerais. Na época dispunha de poucos equipamentos para locação e contava apenas com dois funcionários para realizar todo o serviço, a parte administrativa era responsabilidade do proprietário fundador.

É uma empresa de estrutura familiar e, atualmente, os dois sócios, filhos do fundador, dividem as funções administrativas e operacionais da empresa, porém, o sócio fundador, ainda atua diretamente cabendo a ele a tomada de decisões finais relativas à empresa. Já os assuntos relacionados ao fornecimento de crédito são tratados pelo setor financeiro. O responsável por analisar e liberar os créditos solicitados é um gerente financeiro.

A empresa está localizada nas cidades de Itabira e Barão de Cocais, municípios do estado de Minas Gerais, possuem uma estrutura física de 1.300 m², e em média 40 funcionários nas duas lojas. Contam com um catálogo vasto de equipamentos disponíveis para locação tanto para pessoas físicas quanto jurídicas o que torna sua carteira de clientes extensa e diversificada, destacando como principais clientes as grandes empresas da área de mineração.

4.2 Política de crédito da empresa analisada

A empresa analisada tem uma política de crédito que busca estabelecer critérios e condições para efetuar vendas a prazo com a finalidade de reduzir o nível de inadimplência.

É um documento impresso que fica em posse do setor financeiro e possui as cópias digitais que são repassadas aos funcionários da área de vendas e ao setor administrativo. No entanto, buscando responder ao segundo objetivo específico, apresenta-se a política de crédito da empresa estudada.

A política de crédito é composta por uma estrutura que abrange: vigência, finalidade, amplitude, responsabilidade, revisão do documento, e crédito para pessoas físicas e jurídicas, que serão des-

critas abaixo conforme o documento.

A Vigência é o primeiro item descrito na política de crédito e possui caráter permanente, passível de revisões sempre que se julgar necessário. Sua última revisão foi realizada em Junho de 2016.

A política de crédito analisada diz que a sua finalidade é buscar estabelecer normas para a concessão de crédito a fim de minimizar o nível de inadimplência.

A amplitude, mencionada na política de crédito, refere-se a todos que utilizam a política de crédito, assim, aplica-se a área de vendas, administrativa e financeira da empresa, sendo necessária a integração entre esses setores para que o processo possa seguir de forma eficiente. A responsabilidade é outro item disposto na política de crédito e são divididas para os setores que competem a amplitude da política demonstrando as regras relacionadas ao fornecimento do crédito para cada setor.

Na política de crédito está mencionado que a área administrativa é responsável por garantir o sigilo das informações, mantendo atualizadas as fichas de cadastros e garantindo, desta maneira, o cumprimento da política de crédito, devendo executar as cobranças extrajudiciais através dos meios de comunicação disponíveis (e-mail, telefone, carta).

É descrito também, na política de crédito, a responsabilidade da área financeira de supervisionar o cumprimento da política de crédito, auditar os lançamentos manuais, autorizar negociações não previstas e assessorar os diretores da empresa nas ações de cobranças judiciais.

E, por fim, a política de crédito aponta que a área de vendas devem (ao realizar uma venda) verificar o status do cadastro do cliente, se o mesmo se encontra cadastrado e/ou direcionar à administração potenciais clientes para efetivação do cadastro.

A revisão do documento também é apresentada na política de crédito analisada e mostra que deve ser revisado, após a identificação da necessidade de melhoria, pelos diretores da empresa e compete aos mesmos divulgar as novas revisões aos colaboradores.

A política de crédito apresentada abrange tanto a pessoa física quanto a pessoa jurídica.

Em relação ao crédito para a pessoa física, a política de crédito é subdividida em três tópicos, sendo o critério de avaliação o primeiro deles.

O critério de avaliação descrito na política de crédito especifica quais os documentos e critérios são necessários para a decisão de fornecer ou não um crédito a um novo cliente. Para tanto é estabelecido que os clientes apresentem o documento de identificação, Cadastro de Pessoa Física (CPF), comprovante de endereço atualizado, que só é válido quando se tratar de conta de luz, água ou telefone fixo, informar se mora ou não de aluguel, devendo apresentar o contrato de locação.

Através da apresentação destes documentos a empresa constatará, por meio de consultas aos órgãos de proteção ao crédito, se o cliente possui um cadastro positivo. Como mais um critério, ainda para a pessoa física, a empresa deve recolher informações do cliente referentes à profissão, a empresa onde trabalha e um número de telefone para contato na empresa, além de uma cópia do

contracheque atualizado. Essas informações são necessárias e descritas na política de crédito com o intuito de verificar a autenticidade das informações prestadas pelo futuro cliente.

O cliente deve apresentar também, no mínimo, três referências comerciais na cidade onde reside.

Há um critério exclusivo para os clientes que residam nas cidades onde não possui a loja física, a apresentação de um cheque caução, que só deve ser aceito mediante a apresentação do número de telefone do emitente do cheque. Não podem ser aceitos cheques de contas abertas a menos de seis meses.

Por fim, o último critério estabelecido na política de crédito é que as parcelas das compras não ultrapassem 20% da renda do cliente.

O segundo tópico, em relação ao crédito para a pessoa física, disposto na política de crédito refere-se à fixação dos prazos onde é definido que os clientes devem realizar o pagamento com o prazo de trinta dias a partir da data da venda. A política de crédito descreve ainda que o valor pode ser parcelado em até doze vezes no cartão de crédito ou em até cinco vezes no crediário da empresa.

A forma de pagamento compõe o último tópico para a concessão de crédito para a pessoa física, assim, é estabelecido na política de crédito que ao efetuar a primeira compra, após a abertura do crediário, o cliente deverá pagar no ato da compra, no dinheiro ou no cartão, o equivalente a quarenta por cento do valor da locação ou mercadoria adquirida. Os pagamentos em geral devem ser realizados nas lojas através de dinheiro ou cartão.

No que tange a pessoa jurídica, a concessão de crédito envolve os mesmos quesitos que para as pessoas físicas: critérios de avaliação, fixação de prazos e forma de pagamento.

Os critérios de avaliação ressaltados na política de crédito para o cadastro da pessoa jurídica são: apresentar o contrato social, o Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), a ficha de cadastro preenchida, conforme a figura 01, um comprovante de endereço atualizado, número de telefone e no mínimo três referências comerciais.

Destaca-se na política de crédito que é importante, a pessoa jurídica, apresentar no ato do cadastro dados referentes ao faturamento e as pessoas autorizadas a efetuarem compras. Essas informações devem ser analisadas e uma consulta ao cartório de protestos das cidades deve ser realizada para a constatação de que não há dívidas no nome da empresa solicitante do cadastro.

Figura 01 – Ficha para coleta de dados de pessoas Jurídicas

CADASTRO PESSOA JURIDICA			
Empresa:			
Obra:			
Gestor do contrato/vale:		Contato:	
Empresa Fiscalizadora:		Contato:	
VENDADORA			
Contato e Sócio?		SIM	NAO
Se não:	Autorizados :		
Telefones:			
E-mail:			
Endereço de cobrança:			
Forma de liberação:	Ordem de compra	Autorização	(☐ Fax ☐ Email)
CADASTRO			
Cartão CNPJ:	☐ OK	☐ OK	☐ Falta:
Cartão Insc. Estadual:	☐ OK	☐ OK	☐ Falta:
Última alteração Contratual :	☐ OK	☐ OK	☐ Falta:
Autorização:	☐ OK		
FINANCEIRO			
Certifica telefone:	☐ OK		
OBS:			
SITUAÇÃO:			
Observações para emissão de Notas Fiscal:			

Fonte: Dados da pesquisa.

Quanto a fixação dos prazos, se estabelece que os prazos de pagamento para o crédito concedido a pessoa jurídica serão determinados através de contratos e acordos. O prazo máximo permitido para negociação é de noventa dias após a emissão da Nota Fiscal.

A forma de pagamento descrita na política de crédito para a pessoa jurídica é composta por quatro opções: emissão de boleto bancário, depósito em conta, no dinheiro ou cartão.

A estrutura da política de crédito referente aos tópicos crédito para a pessoa física e jurídica é apresentada de forma simplificada, no quadro 1, com o intuito de comparar e elucidar as regras que podem ser consideradas burocráticas.

Quadro 1 - Crédito para pessoa física e jurídica

	Pessoa Física	Pessoa Jurídica
Crítérios	- Apresentação de documentos pessoais, profissionais e referências comerciais; - Cadastro positivo junto aos órgãos de Proteção ao Crédito; - Apresentação de um cheque caução; - Parcelas das locações não podem ultrapassar 20% da renda do cliente.	- Apresentação de documentos da empresa (CNPJ, contrato social); - Ficha de cadastro preenchida; - CNPJ sem restrições.
Prazos de Pagamento	- 30 dias a partir da data da venda; - Em até 05 vezes no crediário; - Em até 12 vezes no cartão de crédito.	- Determinados através de contratos e acordos; - Não deve ultrapassar 90 dias após a emissão da Nota Fiscal.
Formas de pagamento	- Dinheiro; - Cartões de Débito e Crédito.	- Dinheiro; - Cartões de Débito e Crédito; - Boleto Bancário; - Depósito em Conta.

Fonte: Dados da pesquisa

Diante do exposto é possível identificar as regras determinadas pela empresa de locações de equipamentos para o fornecimento do crédito e toda a estrutura da política de crédito estudada.

4.3 Relação entre a política de crédito da empresa pesquisada e os critérios estabelecidos por alguns autores de livros da área de administração

Frente ao terceiro objetivo específico descreve-se a relação entre a política de crédito analisada e a política de crédito proposta pelos autores.

Para Tsuru e Centa (2012) uma política de crédito deve conter regras e diretrizes para que possam ser seguidas no dia a dia de forma padronizada e consistente. A empresa de locações de equipamentos pesquisada apresenta uma política de crédito que em sua estrutura descreve as regras e diretrizes para a concessão do crédito e que são utilizadas no dia a dia da empresa.

Os autores Megliorini e Vallim (2009) enfatizam que devem-se estabelecer critérios para a seleção de clientes para que se torne possível distinguir os mais confiáveis dos menos confiáveis. Os critérios para distinguir os clientes mais confiáveis dos menos confiáveis, na empresa pesquisada, são descritos na política de crédito através dos critérios de avaliação, no entanto, é estabelecido que sejam realizadas buscas aos órgãos de proteção ao crédito, como o SPC e o Serasa, e também seja feito um contato com as referências comerciais e profissionais informadas pelo cliente.

Santos (2010) acredita que, quanto mais liberal for a política de crédito adotada, mais aumentarão os volumes de vendas, entretanto, também aumentará o índice de inadimplência. A empresa estudada mantém uma linha mais restritiva para ofertar o crédito, por isso, consegue manter o equilíbrio entre a venda e a minimização do índice de inadimplência.

Os cinco elementos descritos por Santos (2010) que compõem uma política de crédito: 1) o prazo de recebimento; 2) os critérios de aprovação; 3) o limite de crédito; 4) a condição financeira do crédito e; 5) o tratamento dos clientes inadimplentes não é utilizado em sua totalidade pela empresa. São adotadas apenas três destes elementos.

O primeiro elemento é o prazo de recebimento que é fixado para pessoas físicas e jurídicas de formas diferentes, sendo o da pessoa física o prazo de trinta dias em uma única parcela e no caso da necessidade de apresentação de mais parcelas, o prazo máximo de cento e cinquenta dias. Em relação a pessoa jurídica o prazo deve ser acordado através de contratos.

O segundo elemento trata-se do critério de aprovação. A política de crédito da empresa pesquisada apresenta critérios para a aprovar o crédito, para tanto, é necessário a apresentação de documentos pessoais, profissionais e comerciais para analisar o cadastro. Ainda como critério estabelecido é necessário o cliente possuir um cadastro positivo junto aos órgãos de busca, como SPC e Serasa.

Finalmente, destaca-se o terceiro elemento que se refere ao limite de crédito que é apresentado de forma implícita, ou seja, a política de crédito da empresa estudada diz que as compras parceladas não devem ultrapassar vinte por cento da renda do cliente, mas não há um tópico exclusivo para se tratar o assunto.

Rodrigues (2012) apresenta uma técnica que deve ser disposta na política de crédito a fim de auxiliar em uma análise de concessão de crédito, a técnica é conhecida como os 5Cs que são o Caráter, a Capacidade, o Capital, Colateral e as Condições, foram encontradas na empresa, mas somente, três delas: o caráter, a capacidade e o capital.

O primeiro C, considerado como caráter não está dito na política de crédito apresentada, mas o caráter de um cliente é visto através dos bancos de dados dos órgãos de proteção ao crédito, como SPC e Serasa e até mesmo nas referências comerciais e profissionais.

O segundo C é a capacidade do cliente em pagar sua dívida através das referências informadas por outras empresas, e a empresa pesquisada exige, no momento do cadastro, a apresentação de no mínimo três referências de empresas comerciais da cidade.

Para a análise do terceiro C, o capital, a empresa solicita o contracheque do cliente e em casos de residir em casa alugada a apresentação do valor do aluguel no intuito de avaliar o quanto da renda do cliente já está comprometida e qual seria o seu peso junto ao crédito solicitado.

O quarto C, colateral, citado pelo autor trata-se de uma garantia, em bem ou valor, que deverá ser utilizada caso a empresa não receba os valores das vendas. No entanto, a empresa estudada descreve essa técnica em sua política de crédito, mas ela se aplica somente aos clientes de outras localidades.

O cadastro de clientes para Leoni e Leoni (1997) é o início para uma análise de crédito e é de fundamental importância a união de dados que qualifiquem as pessoas em qualquer nível de atividade, seja comercial, industrial ou escolar. O autor diz ainda que o cadastro deve ser o mais completo possível em virtude de eventuais consultas para a concessão do crédito.

Diante da afirmação, a política de crédito da empresa, determina que as informações prestadas no cadastro sejam usadas como base para a tomada da decisão indo ao encontro às sugestões do autor.

Com relação aos riscos, Assaf Neto (2003) diz que é de extrema importância que as empresas definam os riscos que irão assumir em relação às decisões de crédito. Foi constatado que a política de crédito da empresa estudada não apresenta os riscos futuros, então, caso haja a inadimplência, os devedores serão cobrados extrajudicialmente.

Contudo, a empresa estudada possui uma política de crédito que contém algumas das diretrizes ensinadas pelos autores, entretanto, a política de crédito adotada por ela não é completa, pois não descreve os riscos, não apresenta diretrizes para o tratamento de clientes inadimplentes e também não faz menção aos descontos, conforme é sugerido pela literatura.

Ressalta-se também que, geralmente, uma política de crédito em uma empresa de estrutura familiar e situada em municípios pequenos, tende a ser desenvolvida de forma empírica pelos administradores e donos de negócios.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após relacionar os critérios estabelecidos por alguns autores da área da administração com as informações obtidas na organização pesquisada, conclui-se que é de suma importância ter uma política de crédito com regras e diretrizes que possam ser seguidas no dia a dia, pois, através de padrões estabelecidos por essa política, que será possível diminuir os riscos financeiros e equilibrar as negociações realizadas com os clientes.

Em resposta ao objetivo geral, a pesquisa realizada na empresa do ramo de locações de equipamentos em Itabira/MG, identificou a política de crédito adotada e contatou-se, através da análise de documentos, que a empresa possui regras e diretrizes padronizadas que são seguidas no dia a dia de acordo com a realidade da empresa.

Com relação ao primeiro objetivo específico, a empresa estudada é do segmento de locação de equipamentos e atua nas cidades de Itabira e Barão de Cocais, em Minas Gerais. É uma empresa de estrutura e administração familiar mas possui vários setores e um deles é o financeiro que é o responsável por gerenciar o crédito.

No que tange ao segundo objetivo, foi identificada a política de crédito da empresa pesquisada e sua estrutura que abrange a vigência, finalidade, amplitude, responsabilidade, revisão do documento e crédito para pessoas físicas e jurídicas.

Em relação ao terceiro objetivo específico, que busca relacionar a política de crédito utilizada pela empresa e os critérios sugeridos pelos autores dos livros de administração, nota-se que a empresa pesquisada segue alguns métodos importantes destacado pelos autores. A empresa segue uma linha restritiva quanto à concessão do crédito, mas consegue manter o equilíbrio entre a venda e a minimização do índice de inadimplência, indo ao encontro do que diz Santos (2010) que uma boa política de crédito é aquela que incentive as vendas ao máximo e possua o mínimo de perdas por inadimplência.

Para se tornar ainda mais eficiente a empresa pode adotar todos os cinco elementos sugeridos por Santos (2010) em sua política de crédito e não apenas os três que utilizam. A técnica dos '5Cs', sugerida por Rodrigues (2012), também pode ser descrita na política de crédito da empresa estudada para uma melhor visão sobre o cliente.

Os métodos apresentados pelos autores servem então como base para melhorias na política de crédito e que objetiva a diminuir a inadimplência, todavia, não são obrigatórios. Cabe a cada empresa decidir se é necessário utilizar todos ou não, optar por ter um crédito restritivo ou flexivo. Contudo, devem considerar os riscos de insucesso caso tenham uma política de crédito mal desenvolvida e/ou falha.

Novas pesquisas podem ser realizadas para compreender como os critérios estabelecidos na política de crédito interferem na questão da inadimplência.

REFERÊNCIAS

- BERNI, Mauro Tadeu. **Operação e concessão de crédito**: os parâmetros para a decisão de crédito. São Paulo: Atlas, 1999. 140 p.
- GITMAN, Lawrence Jeffrey. **Princípios de Administração Financeira**. 7 ed. São Paulo: Harbra, 1997. 841 p.
- GITMAN, Lawrence Jeffrey. **Princípios de Administração Financeira**. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010. 776 p.
- LEONI, Evandro Geraldo; LEONI, Geraldo. **Cadastro, crédito e cobrança**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997. 165 p.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 315 p.
- MEGLIORINI, Evandir; VALLIM, Marco Aurélio. **Administração Financeira**: uma abordagem brasileira. São Paulo: 2009. 253 p.
- MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 204 p.
- NETO, Alexandre Assaf. **Finanças corporativas e valor**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 785 p.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014. 334 p.
- RODRIGUES, Chrystian Marcelo. **Análise de crédito e risco**. Curitiba: Intersaberes, 2012. 202 p.
- ROVEDA, Anadir. O processo de concessão de crédito no varejo de eletro-eletrônicos na cidade de Caxias do Sul. 2002. 119 p. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Administração.)- Universidade Federal do Rio Grande do Sul., Rio Grande do Sul, 2002. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/3092>>. Acesso em: 14 set. 2017.
- SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração financeira da pequena e média empresa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 264 p.
- SANTOS, Jose Odalio dos. **Análise de Crédito: empresas e pessoas físicas**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2000. 352 p.
- SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de crédito**: concessão e gerência de empréstimos. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1997. 353 p.
- SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de crédito**: concessão e gerência de empréstimos. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000. 353 p.
- SILVA, José Pereira da. **Gestão e análise de risco de crédito**. São Paulo: Atlas, 1997. 388 p.
- TSURU, Sérgio Kazuo; CENTA, Sérgio Alexandre. **Crédito no varejo para pessoas físicas e jurídicas**. Curitiba: Intersaberes, 2012. 160 p.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 96 p.
- VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2011. 94 p.