

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO - UFRJ**  
**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS - FACC**



**CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**MONOGRAFIA**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**CONCESSÃO DE CRÉDITO PARA MICROEMPREENDEDORES  
INDIVIDUAIS, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS**

Autor: Fernando Lyrio Nigro da Silva

Orientador: Henrique Westenberger

RIO DE JANEIRO

Dezembro / 2011

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO – UFRJ**  
**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS**  
**NÚCLEO DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

FERNANDO LYRIO NIGRO DA SILVA

**CONCESSÃO DE CRÉDITO PARA MICROEMPREENDEDORES  
INDIVIDUAIS, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS**

Monografia apresentada à Faculdade de Administração e Ciências Contábeis da Universidade Federal do Rio de Janeiro por Fernando Lyrio Nigro da Silva, como requisito para obtenção do título de bacharel em Administração.

Banca Examinadora:

---

Professor Orientador: Henrique Westenberger

---

Professor Leitor: José Albuquerque Costa

## Dedicatória

*Aos meus pais, à minha irmã e à minha noiva, por terem sempre apoiado minhas decisões, incentivado meus estudos e servido como exemplos na minha vida.*

## AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Luiz Hermes e Eloiza, por terem dedicado tudo que podiam para que eu pudesse ter uma educação de qualidade, por me mostrarem sempre o melhor caminho a seguir e por todo amor e carinho que um filho pode receber, mas sempre com a disciplina necessária para que pudesse chegar onde estou.

À minha família como um todo, principalmente à minha irmã Priscilla, que sempre me apoiou nos momentos difíceis e desafiadores, tanto da vida acadêmica quanto da pessoal e profissional. Sem o suporte dela, chegar a esse ponto seria uma tarefa ainda mais difícil.

À minha noiva Raíssa, que não apenas ficou ao meu lado durante todo o trajeto acadêmico, mas também foi vital no suporte psicológico dos momentos conturbados, nos quais a demanda da carreira profissional aumentou o desafio de seguir na acadêmica.

E, finalmente, ao professor Henrique, por aceitar o desafio de me ajudar na elaboração desta monografia e por toda atenção despendida neste período. Além, é claro, de todos os profissionais que trabalharam comigo e que me auxiliaram na base necessária para a confecção deste trabalho.

## RESUMO

O crédito corporativo é um requisito de suma importância para o início das operações da maioria das empresas, que necessitam de fluxo de caixa que nem sempre está disponível no aporte inicial dos sócios ou dos investidores. Essa demanda tende a ser maior nas micros, pequenas e médias empresas, entretanto, quando a necessidade de crédito é para investimentos e/ou melhorias nas suas operações, todas podem ser obrigadas a recorrer a essa ferramenta. Nesse sentido, o administrador financeiro tem a sua importância na análise daqueles que demandam crédito e na definição de um limite para os mesmos, a fim de que esse atinja um equilíbrio entre a necessidade da empresa e a sua capacidade de pagamento. Esta monografia tem o intuito de mostrar diferentes métodos de análise de risco que permitam a tomada de decisão, baseada não apenas nas referências teóricas disponíveis sobre o assunto, mas também na experiência do autor na área. Com ela, podemos concluir que a definição de um limite de crédito para determinada empresa não pode se basear em apenas dois ou três fatores que se mostram aparentemente mais relevantes, mas sim no conjunto de todas as variáveis que estão disponíveis no momento da análise, visto que somente na visão do todo é possível chegar a uma conclusão otimizando o retorno e o risco.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> DIPJ 2011 (Balauço Patrimonial).....	30
<b>Figura 2:</b> DIPJ 2011 (DRE).....	31

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1:</b> Definição de Micro, Pequena e Média Empresa no Brasil.....	15
<b>Quadro 2:</b> Criação de um Modelo de Crédito.....	16
<b>Quadro 3:</b> Os Cinco C's de Crédito.....	25
<b>Quadro 4:</b> Causas Prováveis para o Crescimento de Atos Fraudulentos.....	33

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Total de Formalizações de MEI's.....	38
<b>Gráfico 2:</b> Empregos Formais na PME's.....	40
<b>Gráfico 3:</b> Expansão do Crédito.....	43



## LISTA DE SIGLAS

CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNPJ	Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
CVM	Comissão de Valores Mobiliários
DASN	Declaração Anual do Simples Nacional
DIPJ	Declaração de Informações Econômico-fiscais da Pessoa Jurídica
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPBT	Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário
MEI	Microempreendedor Individual
PIB	Produto Interno Bruto
PME	Pequenas e Médias Empresas
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
1.1. OBJETIVOS .....	12
1.2. ESTRUTURA DA MONOGRAFIA.....	12
<b>2. METODOLOGIA.....</b>	<b>13</b>
<b>3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>14</b>
3.1. CREDIT SCORING.....	15
3.1.1. DESENVOLVIMENTO .....	15
3.1.2. IMPLANTAÇÃO .....	18
3.1.3. ACOMPANHAMENTO .....	19
3.2. ANÁLISES MANUAIS.....	23
3.2.1. OS CINCO C'S DO CRÉDITO .....	24
3.2.2. DOCUMENTAÇÃO APRESENTADA .....	28
3.2.3. SUSPEITAS DE FRAUDE.....	32
3.2.4. CASOS DE EXCEÇÃO .....	35
3.3. MICROCRÉDITO.....	38
3.3.1. DEMANDA REPRIMIDA .....	38
3.3.2. DIFERENCIAÇÃO NA ANÁLISE E OS RISCOS ENVOLVIDOS .....	40
<b>4. CONCLUSÃO.....</b>	<b>42</b>
<b>5. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>44</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O termo “crédito” deriva das palavras latinas *credere* (“confiança”) e *creditum* (“uma coisa confiada de boa-fé”). Ou seja, crédito é aquilo que se concede a determinado indivíduo a fim de tentar atender à sua demanda – não obrigatoriamente financeira –, mas obtendo o retorno esperado por isso. Por exemplo, um plano pós-pago em uma operadora de telefonia pode ser considerado um crédito concedido, visto que a fatura resultante da utilização dos serviços só será paga após o consumo. Com isso, a empresa que aceita esse indivíduo em sua carteira de clientes corre o risco de não obter um resultado positivo nessa operação, visto que existe a possibilidade do não pagamento dessa fatura.

Hoje, existem diferentes formas de disponibilização de crédito – pessoal, habitacional, comercial, etc. –, mas todos eles são resultado da necessidade de uns com a disponibilidade de outros. Enquanto aqueles demandam, estes fornecem com a contrapartida de obter algo além da simples devolução.

O cálculo da rentabilidade que essa operação pode trazer à empresa credora que determina se a concessão deve ser feita ou não, avaliando se o investimento realizado em seu cliente terá o retorno pretendido. Sendo assim, com a demanda por crédito aumentando nos últimos anos (não somente pelas empresas, mas também pelos próprios países nos quais essas atuam), uma análise de qualidade é essencial para que essa operação não resulte em prejuízos para ambas as partes envolvidas, uma delas tendo uma pendência financeira a ser resolvida e a outra sem receber o que lhe é devido.

Segundo Sicsú (2010), a análise de crédito pode ser definida como a tomada de decisão sob condições de incerteza, e para auxiliar essa tarefa existem instrumentos que serão mostrados a seguir. Além da incerteza, porém, muitas vezes o ambiente no qual ocorrem as análises sofre mutações constantes e oferece informações incompletas para possibilitar o resultado do menor risco possível, mas cabe ao administrador avaliar a probabilidade de perda na concessão de um limite de crédito que resulte em retorno financeiro ao credor.

### **1.1.OBJETIVOS**

O objetivo deste trabalho é falar sobre as diferentes variáveis que influenciam na análise de crédito corporativo, mostrando os seus pesos relativos em cada situação e tentando definir de que forma cada uma influencia na concessão ou não de limites para as empresas demandantes. Além disso, serão discutidos alguns métodos para a tomada de decisão automática, criados para o ganho de tempo das credoras, mas que não podem resultar muito negativamente na perda da qualidade.

### **1.2.ESTRUTURA DA MONOGRAFIA**

Esta monografia é apresentada em cinco capítulos, incluindo a introdução (primeiro). No segundo, fala-se sobre os procedimentos metodológicos utilizados para o desenvolvimento e estruturação deste trabalho.

O terceiro capítulo é dedicado para a fundamentação teórica, no qual são citadas não apenas as idéias daqueles que defendem a análise de crédito, mas também os procedimentos que são realizados atualmente no mercado. Além disso,

fala-se nos planos de ação dos credores com o intuito de automatizar seus processos e responder de forma mais efetiva à crescente demanda por crédito.

No quarto capítulo, é apresentada a conclusão do estudo, possibilitando uma visão geral do que foi abordado anteriormente, além de previsões do que o mercado tende a demandar em termos de análise de crédito, e o que isso pode resultar.

Por fim, no quinto e último capítulo, são apresentadas as referências utilizadas para elaboração deste estudo.

## 2. METODOLOGIA

A realização de uma pesquisa tem como objetivo a busca de respostas de algo que se procura compreender, e por meio dessa é possível utilizar diferentes instrumentos para se chegar a uma resposta mais precisa. Segundo Gil (2002), o método científico utiliza um meio para se chegar a um fim.

Esta monografia é uma pesquisa documental e bibliográfica, pois busca as respostas para compreensão de um problema através de referências publicadas em outros documentos. Cabe ressaltar, porém, que relatos da experiência profissional do autor também foram utilizados como fontes de pesquisa, através da análise do histórico de sua atuação no mercado de crédito corporativo.

“Busca conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado sobre determinado assunto, tema ou problema” (CERVO e BERVIAN, 1983)

Além do método histórico-analítico, a experiência empírica – passível de comprovação de falseabilidade através de outras experiências (POPPER, 1959) – também contribuiu para a compreensão dos eventos passados e para explicação da

atual situação do mercado de crédito corporativo brasileiro. Apesar do extenso referencial disponível sobre o assunto, poucos utilizam a experiência própria e de forma genérica, trazendo apenas estudos de casos para os quais as teorias se aplicavam. Sendo assim, o objetivo é que esta monografia sirva também como fonte de consulta para os administradores de limites de crédito, a fim de que conheçam a experiência de outros que atuam nesse mercado.

### **3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Esta seção tem como objetivo apresentar, com base em citações e conseqüentes referências bibliográficas, os principais conceitos teóricos desta monografia, além de explicitar métodos de análise de crédito baseados na experiência empírica do autor.

Cabe atentar para o fato que este presente trabalho refere-se apenas à análise de crédito dos microempreendedores individuais e das pequenas e médias empresas originalmente brasileiras, havendo a necessidade, portanto, de buscar novas fontes de consulta acerca da avaliação das grandes e das multinacionais.

MEI é uma nova opção do sistema tributário brasileiro criada basicamente para que houvesse a formalização dos negócios de diversas pessoas que atuam como profissionais liberais. Para que se enquadrem nessa opção, as empresas só podem ter faturamento bruto máximo de R\$ 36 mil por ano e apenas um funcionário. O SEBRAE é o responsável pelo cadastramento dessas e dá o suporte necessário para que funcionem de acordo com a lei.

Para a definição das PME's deste estudo, foi considerado o método do IBGE em parceria com o Ministério do Trabalho e Emprego e o SEBRAE, conforme quadro a seguir.

	<b>Micro Empresa</b>	<b>Pequena Empresa</b>	<b>Média Empresa</b>
<b>Nº de Empregados (Indústria)</b>	0 a 19	20 a 99	100 a 499
<b>Nº de Empregados (Comércio e Serviços)</b>	0 a 9	10 a 49	50 a 99

Quadro 1: Definição de Micro, Pequena e Média Empresa no Brasil

Ou seja, apenas as empresas com até 99 ou 499 empregados (dependendo do ramo de atuação) foram consideradas no presente estudo.

### 3.1.CREDIT SCORING

#### 3.1.1. DESENVOLVIMENTO

Conforme defende Sicsú (2010), o objetivo do *credit scoring* é estimar da melhor forma possível qual é a probabilidade de perda, ou seja, qual será o risco de crédito na aprovação de determinado limite. Para que isso seja possível, cada empresa deve implantar o seu próprio modelo, baseado nas suas premissas de atuação no mercado, quanto de risco é válido para o negócio e quais variáveis devem ser levadas em consideração para a definição quem seria aprovado e quem não.

A criação do modelo utópico levaria em consideração todas as variáveis disponíveis no mercado (inclusive as que aparentemente não influenciam decisões, como, por exemplo, o signo dos sócios da empresa analisada), mas obviamente o levantamento dessas levaria tempo e teria custos que não viabilizariam o projeto. Com isso, as tomadas de decisão acabam sendo feitas da melhor forma possível considerando a relação entre o risco e as perdas resultantes.

Ainda segundo Sicsú (2010), os modelos criados pelas credoras resultam em escores, que servem para quantificar o risco do crédito disponibilizado. Ou seja, o modelo tem como objetivo informar aos tomadores de decisão qual é o risco da operação, mas quem deve definir se determinado valor é suficiente para a aprovação ou negativa dos clientes é a política definida pelos gestores. Este tema será discutido mais amplamente nos próximos tópicos discutidos.

Seguindo as afirmações de Silva (2003), a criação de um modelo é feita a partir da atribuição de notas dos diferentes quesitos observados e, com a somatória dessas, chegando-se ao resultado final que determinaria o escore da empresa analisada. Abaixo, um quadro exemplificando a criação de um modelo simples de escoragem de crédito.

	Sim	Não
Mais de um ano de fundação?	+ 10	0
Possui restritivos?	- 20	+ 10
Sócios possuem restritivos?	- 15	+ 5
Capital Social acima de R\$ 1 milhão?	+ 20	0
Já é cliente?	+ 10	0
Adimplente?	+ 5	- 15

Quadro 2: Criação de um Modelo de Crédito

Com esse modelo, uma empresa criada há mais de um ano, sem restritivos no mercado para ela ou para seus sócios, com Capital Social abaixo de R\$ 1 milhão, que já é cliente da credora e está inadimplente atingiria o escore de 20 pontos



positivos. O que isso representa na decisão de concessão de crédito, porém, será determinado pela política da empresa, e não pelo modelo.

Para a definição da pontuação de cada variável, devem ser utilizadas técnicas estatísticas que mostrem o histórico dessas em relação ao peso das mesmas na tomada de decisão, e se esta resultou em inadimplência não. Com esse estudo, a credora saberá classificar seus clientes em termos de risco de crédito, visto que os sistemas de score “definem a probabilidade de um cliente vir a ser ‘bom pagador’ ou ‘mau pagador’ com base em suas características” (AMORIN NETO e CARMONA, 2003).

Segundo Sicsú (2010), a arte da modelagem de crédito está na definição do que é relevante saber a respeito do cliente e o que não importa, além de ter a sensibilidade para pontuar cada informação. Um perfil de inadimplência interno não pode ter o mesmo peso do tempo de criação de uma empresa, por exemplo. Além disso, pensando na quantidade de informações disponíveis, tanto obtidas no mercado quanto com os próprios clientes, os modelos devem ser definidos a partir de perfis de comportamento parecidos – restrições financeiras nos últimos cinco anos, mas sem a abertura de diferentes pontuações para cada um –, a fim de simplificá-los e facilitar a sua manutenção.

Se um modelo de crédito for moldado levando em consideração todas as variáveis possíveis, ele nunca vai ficar pronto, tanto pela quantidade de informações disponíveis quanto pelas alterações inevitáveis que ocorrem durante a sua confecção. Entretanto, o agrupamento comportamental de determinadas empresas (CNAE's do mesmo ramo de atuação, por exemplo), deixa o modelo mais simples sem necessariamente o desqualificar.

### 3.1.2. IMPLANTAÇÃO

Conforme afirmam Rogers e Rogers (2011), os modelos de crédito foram criados devido à necessidade de massificação do processo decisório e de uma maior padronização dos procedimentos resultantes. Além disso, a importância da consistência das decisões – a fim de evitar avaliações subjetivas –, da agilidade do processo – pronta resposta ao cliente – e da possibilidade da tomada de decisão à distância – através do input dos dados em sistema próprio – fizeram com que diversos modelos fossem criados por instituições financeiras e empresas de consultoria, principalmente a partir da década de 90.

Entretanto, antes que ocorra a aplicação do modelo desenvolvido, é necessário entender que as decisões que estão sendo tomadas se baseiam em avaliações do passado. Ou seja, determinadas características de um cliente aprovado anteriormente e que se tornou inadimplente contam de forma negativa na pontuação dos próximos demandantes. Através da análise estatística desses dados, percebe-se o padrão de comportamento de algumas características ou informações obtidas e, com isso, definem-se os bons e maus pagadores.

Dessa forma, é importante para o bom resultado do modelo que as condições socioeconômicas do local onde atua sejam as mesmas após um ou dois anos da sua aplicação, a fim de que haja a garantia de que o comportamento dos clientes em relação aos compromissos assumidos ainda é o mesmo (SICSÚ, 2010). Este assunto será tratado de forma mais detalhada no próximo tópico deste terceiro capítulo.

Outro detalhe relevante no momento da aplicação do modelo é a disponibilidade ou não da informação interna das empresas. Quando estamos

lidando com clientes antigos, o fato de a característica de seu comportamento nos últimos tempos (dias, meses, anos, etc., depende do tipo de produto ofertado e da valoração do risco que a credora está disposta a aceitar) ser uma das variáveis permite a aplicação de modelos diferenciados – nesse caso, behavioral scoring, baseado na experiência em outras operações de crédito com os clientes, inclusive utilizando informações que, sendo internas, tendem a ser mais confiáveis (CAOQUETTE, ALTMAN e NARAYANAN, 2000). Importante ressaltar que essa variável não define limite, apenas oferta o crédito baseado no que ocorreu no passado com outros clientes com o perfil parecido com o do solicitante, tanto para aditivos de quem já é da base quanto para quem está contratando um novo serviço ou adquirindo um novo produto.

Após a criação do modelo, faz-se necessária a utilização de diferentes faixas de aprovação de crédito, a fim de que o gestor não tenha apenas a opção de dizer “sim” ou “não”, mas também de aprovar somente até determinado limite. Conforme afirma Sicsú (2010), a existência de 20 faixas permitiria o pleno atendimento da maioria das demandas, mas por questões de custo operacional as empresas costumam trabalhar com 08 ou até 12 faixas de aprovação. Existem casos tanto de sucesso quanto de falha na utilização desses valores, o que parece significar que não é apenas a quantidade de faixas com que se trabalha que garante o bom funcionamento da operação, mas sim a qualidade do modelo implementado.

### **3.1.3. ACOMPANHAMENTO**

Para que um modelo de crédito seja elaborado de forma eficiente, é preciso que haja um planejamento minucioso, envolvendo diferentes áreas da empresa. Apesar de a decisão final em relação à aprovação ou não do cliente ser geralmente

da área de Crédito, todas aquelas que atuam no mesmo mercado devem ser consultadas, visto que algumas entendem melhor o produto ofertado (Vendas), outras sabem trabalhar e de que forma foram obtidos os dados disponíveis (Estatística ou Monitoramento), etc. Além disso, o modelo deve atentar para as características tanto dos clientes quanto de suas operações, visto que uma empresa que solicita um empréstimo no banco, por exemplo, pode ter um comportamento completamente diferente daquela que solicita equipamentos de informática em uma loja de pequeno porte.

Entretanto, para que o modelo continue satisfazendo a necessidade de automação das decisões sem que haja perda na qualidade da mesma, os gestores de crédito devem acompanhá-lo de forma constante, assim como devem se preocupar na qualidade das variáveis a que ele está tendo acesso e utilizando-as para a tomada de decisão. Para isso, conforme Sicsú (2010), deve haver uma gerência sobre a atualização permanente de um sistema de informações com dados sobre os solicitantes de crédito, as suas operações realizadas, os pareceres anteriores, etc.

Com essas informações atualizadas e disponíveis para os criadores do modelo, também é possível rever periodicamente as faixas de limites dados aos clientes, reavaliar a forma de utilização das variáveis (comparando o que é gasto com a aquisição no mercado em relação com o retorno que oferecem) e monitorar o perfil dos clientes potenciais do credor, a fim de auxiliar as futuras estratégias de marketing.

Cabe ressaltar, porém, ainda conforme Sicsú (2010), que apesar de o mercado oferecer diversas soluções em modelagem de crédito já prontas, cada

empresa deve alocar tempo e recursos para desenvolver o seu próprio. Considerando que aqueles que vendem esses modelos prontos possuem seus próprios critérios e definições específicas para pontuar os bons e os maus clientes, a compradora pode acabar com um ótimo modelo à sua disposição, mas que não atende às características do mercado no qual atua. A customização própria pode considerar as especificidades do produto ofertado e da operação de crédito, possuir maior poder discriminador e permitir a medição do risco de forma mais confiável, e possivelmente mais assertiva.

Outra preocupação que deve existir para os gestores é em relação à legislação vigente no momento da análise. Se, por exemplo, uma nova lei não permitir mais a negativa de crédito baseado apenas em informações do mercado, o modelo deve estar pronto para se adaptar à modificação e com isso evitar problemas que poderiam até inviabilizar a continuação da utilização do mesmo, obrigando a criação de um novo (com os respectivos custos) em um curto período de tempo. Não obstante, o acompanhamento das empresas concorrentes também pode refletir na manutenção das decisões de crédito. A partir do momento que outra empresa busca maior participação no mercado e, para isso, permite a entrada de clientes “ruins” em sua base, aquela que conseqüentemente pode perder participação poderia tomar ações impeditivas. Em outras palavras, uma decisão comercial pode obrigar uma maior flexibilidade do modelo, desde que haja o entendimento da influência da alteração em relação aos riscos corridos.

Dessa forma, podemos afirmar que as variáveis que hoje têm um peso significativo na resposta do modelo podem de uma hora para outra ter a sua importância reduzida drasticamente ou até mesmo eliminada. Pensando em taxas

de juros a serem cobradas dos clientes em empréstimos bancários, cabe a mesma necessidade de acompanhamento dos resultados obtidos pelo modelo para a definição desses valores. A estimativa da probabilidade de inadimplência não deve ser obtida apenas em um determinado momento e não sofrer manutenções, pois o acompanhamento pode mostrar que, apesar de todo o estudo feito no momento da confecção, as decisões tomadas estão resultando em alta inadimplência. Com o intuito de evitar ações desesperadas e que, por consequência, tendem a não ser feitas da melhor maneira possível, é preciso analisar com frequência os resultados de cada alteração feita no modelo e constantemente melhorá-lo em relação às mutações das variáveis.

Conforme afirma Davis (2004), com o passar do tempo as empresas foram incorporando outros modelos de crédito à sua operação, de forma a obter diferentes respostas para diferentes demandas. Sendo assim, afirma-se que uma única empresa pode ter diferentes modelos, cada um confeccionado conforme determinado produto ou característica de cliente (micro e médios, por exemplo). O gerenciamento desses, então, torna-se um desafio ainda maior para as áreas de Crédito, que devem cuidar para que eles estejam sempre atualizados e emitindo pareceres em conformidade ao que lhes é solicitado. Sendo assim, não basta a preocupação com a atualização dos dados disponíveis e com as modificações das variáveis, mas sim com todo o sistema de crédito.

Por fim, Sicsú (2010) expõe a sua preocupação em relação à utilização desenfreada do ponto de corte nos modelos de decisão de crédito. Apesar de a sua existência ser indispensável para a devida criação de faixas de limites e a definição de quais clientes estão aptos para cada uma, a utilização de poucas (ou

irrelevantes) variáveis causa uma maior distorção nesse resultado. Clientes com escore 35, por exemplo, têm o seu crédito negado, enquanto aqueles que chegam aos 36 são prontamente aprovados. Ou seja, o tratamento de clientes praticamente iguais é completamente diferente. Para reduzir o risco de ocorrerem discrepâncias desse tipo é importante que os modelos possuam diversas variáveis e que, sempre que possível operacionalmente, as empresas utilizem não apenas um único modelo para todo o seu portfólio e carteira de clientes. Outra opção é a fixação de um percentual máximo de aprovações ou negativas do modelo, mas nessa ação incorrem maiores riscos de erros de análise (aprovação de maus clientes e negativa de bons), o que a deixa apenas como uma alternativa à falta de recursos para o gerenciamento de melhores modelos.

### **3.2. ANÁLISES MANUAIS**

Apesar de a modelagem de crédito estar a cada dia mais complexa e bem desenvolvida, levando em consideração milhares de variáveis e atingindo boas margens em seus resultados, em determinados casos a análise manual ainda se faz necessária, visto que nem sempre todas as informações estarão disponíveis para a tomada de decisão dos modelos. Além da responsabilidade de manutenção dos modelos em vigor, as áreas de Crédito devem possuir em seu quadro de funcionários analistas experientes que possam atuar nessas situações.

Sendo assim, em aquisições de risco muito elevado, com nuances que o modelo possivelmente não perceberia ou não emitiria um parecer que passasse completa confiabilidade aos gestores de crédito, por exemplo, a análise subjetiva se faz necessária. Isso também ocorre quando há ausência de informações, tanto no

mercado quanto internamente, o que impossibilita um parecer do modelo que o administrador financeiro conseguiria defender quando questionado.

Neste capítulo, serão discutidas as variáveis que influenciam em uma análise manual, além dos documentos que a área comercial deve apresentar para a defesa de seu cliente e dos casos de exceção, baseados não apenas na decisão de crédito, mas da empresa como um todo.

### 3.2.1. OS CINCO C'S DO CRÉDITO

Conforme afirma o Programa de Administração de Varejo (PROVAR, 2000) em seu trabalho, uma tomada de decisão equivocada por parte de crédito pode resultar em dois tipos de prejuízos: ou a perda de uma boa oportunidade de negócio (do qual o custo é difícil de calcular), caso haja negativa indevida, ou a inadimplência de um cliente que não deveria ter sido aprovado. Por isso, dependendo do valor de uma negociação, a opinião subjetiva de um experiente analista deve ser levada em consideração.

O processo desse tipo de análise envolve decisões individuais para a tomada de decisão, baseadas nas informações disponíveis – tanto no mercado quanto na documentação apresentada –, na experiência adquirida e na sensibilidade do analista em relação ao risco do negócio da empresa. Além disso, os fatores determinantes para a possibilidade de inadimplência são a fraca qualidade da análise automática (modelagem feita de forma incompleta ou insuficiente, conforme citado anteriormente) e as mudanças na situação macroeconômica do país, aumentando a quantidade de potenciais clientes ruins (SANTOS, 2003). A figura do analista de crédito aparece também nessas situações, para dar o suporte até que o modelo existente seja refeito ou readaptado à nova realidade do mercado.



Para que seja realizada uma análise manual, as principais informações levadas em consideração são “os cinco C’s de crédito”, expostos no quadro a seguir.

<b>Os Cinco C's de Crédito</b>	
Caráter	Intenção de pagar do cliente; idoneidade
Capacidade	Habilidade de pagar os compromissos; converter o investimento em receita
Capital	Situação econômico-financeira
Colateral	Bens patrimoniais
Condições	Relação dos fatores externos com a saúde financeira atual e futura

Quadro 3: Os Cinco C's de Crédito

Publicações mais recentes falam em outros diversos “C’s”, como conglomerado, consistência, comunicação, controle, concorrência, etc., mas este trabalho focará no que há de teoria a respeito dos mais tradicionais.

Para a análise do caráter de um potencial cliente, o foco deve recair sobre o histórico dessa empresa no mercado, em relação aos comprometimentos passados que ela teve e como foi seu perfil de pagamento desses (SANTOS, 2003). Para conseguir emitir um parecer a respeito, o analista deve obter as informações nos órgãos de proteção ao crédito (Serasa, por exemplo) e com isso saber se há restrições financeiras para aquela empresa. Cabe ressaltar, porém, que há diferentes tipos de restrição (protesto, pendência financeira, etc.), e que elas devem ser levadas em consideração sempre pensando no todo, tomando a decisão não apenas no fato de existirem ou não.

Empresas do mercado varejista, por exemplo, comumente possuem diversas pendências financeiras no mercado, porém não necessariamente refletindo

problemas de controle ou inadimplência constante, visto que muitas utilizam o crédito de seus fornecedores para possuir fluxo de caixa. Em relação ao que é seguido pelo mercado, cheques sem fundos são as restrições mais relevantes que a empresa pode apresentar, visto que demonstram problemas de liquidez que dificilmente se justificam.

Quando uma empresa já é cliente da credora e está pretendendo aumentar o seu comprometimento, seu histórico interno se torna uma variável de decisão de suma importância, visto que mostra como é o comportamento em relação às obrigações atuais. O fato de o cliente ter problemas constantes de pagamento (atrasos, multas, negativas, etc.) tende a mostrar que fornecer mais crédito para ele é aumentar o problema já existente.

Ainda segundo Santos (2003), a capacidade de pagamento é avaliada através da qualidade dos clientes em gerenciar suas receitas, traduzindo-as em retorno financeiro líquido e conseqüente cumprimento das obrigações. A criação única e exclusiva de receita não garante bons resultados se não houver uma igualmente boa alocação dos recursos disponíveis.

Para a avaliação do capital, é necessário entender a situação econômico-financeira das empresas, informação que é obtida através dos relatórios contábeis a serem disponibilizados pelas proponentes. O que avaliar e quais documentos pedir (Balanço Patrimonial, DRE, DIPJ, etc.) serão discutidos no capítulo seguinte, mas podemos adiantar que deve existir sempre a preocupação com a veracidade da informação que está sendo levada em consideração.

A avaliação dos bens patrimoniais da empresa é o que chamamos de colateral. Nessa análise, leva-se em consideração o que o solicitante possui de bens

(propriedades, veículos, etc.) e a liquidez desses no mercado, com o intuito de avaliar quais seriam as possibilidades do cliente em um momento de problemas financeiros, para que resultem no pagamento de suas obrigações com o credor. Essas informações geralmente estão disponíveis na DIPJ ou no Balanço Patrimonial da empresa.

Segundo Santos (2003), outra opção da credora quando há a dúvida na aprovação ou não do crédito é a vinculação de algum desses bens como garantia de pagamento dos compromissos. Apesar das complexidades existentes para tomar posse desses judicialmente (principalmente os imóveis), essa modalidade pode garantir a redução da perda por inadimplência, desde que haja controle absoluto sobre o processo. Perdas de prazos para reclamação ou vencimento dos contratos, por exemplo, se traduzem em prejuízos irrecuperáveis.

No mercado de serviços (que não sejam financeiros), adotam-se duas práticas mais simples como garantidoras do retorno: fiança bancária e adiantamento de faturas. Enquanto a primeira funciona da mesma forma que os imóveis, mas sem a complexidade judicial e com maiores agilidade e liquidez (são pagas diretamente pelo banco emissor, bastando apresentar o termo dentro da validade), a segunda não garante que o cliente não vai causar prejuízos, mas pelo menos demonstra boa-fé e comprometimento do mesmo. Entretanto, em ambas o controle e o acompanhamento também devem ser feitos de forma consistente, para que não haja perda dos prazos e, principalmente, seja possível vincular pagamentos adiantados aos determinados clientes, a fim de evitar cobranças indevidas e também divergências contábeis.

Por fim, as condições avaliam a volatilidade da atuação da empresa em relação aos fatores externos do mercado, como inflação, taxas de juros e de câmbio, entre outros. Além disso, deve-se perceber também o ambiente no qual atua a empresa, para que possa ser verificado qual é o provável futuro da mesma. Em um mercado específico que esteja em ascensão, por exemplo, as que atuam nele tendem a não passar por problemas financeiros nos próximos anos, o que por princípio diminuiria o risco da credora.

Para se chegar à tomada de decisão com o menor risco possível, o analista responsável deve avaliar todos os C's de forma conjunta, e não emitir o seu parecer baseado em apenas um ou outro. Atuando dessa maneira, evita-se a falsa impressão de um bom caráter, por exemplo, que não tem possibilidade de manter o pagamento de suas obrigações. Ou seja, o fato de o cliente ter sido honesto até aquele momento não é garantia de que isso vai continuar ocorrendo em tempos futuros, muito menos que ele tem capacidade para novos compromissos.

### **3.2.2. DOCUMENTAÇÃO APRESENTADA**

Nas análises subjetivas, os gestores de crédito precisam ter acesso ao máximo de informações possível, a fim de que consigam embasamento suficiente para a tomada de decisão. As principais delas são as contábeis, geralmente fornecidas pelos clientes do mercado PME – quando a análise é de uma empresa de grande porte e de capital aberto, esses dados estão disponíveis no mercado, através da CVM ou em publicações em jornais de grande circulação –, que mostram a situação econômico-financeira atual, as justificativas para os resultados do ano analisado e tendências futuras (ASSAF NETO, 2002).

Com esses dados, é possível avaliar a eficiência administrativa da empresa, a sua relação de endividamento com os fornecedores, sua capacidade de honrar as dívidas, seus resultados financeiros nos últimos resultados apurados, entre outras informações que possibilitam uma visão econômico-financeira da empresa como um todo, não apenas baseada no que se encontra disponível no mercado e no seu histórico de crédito interno.

Em geral, os principais documentos apresentados pelas empresas são o Balanço Patrimonial e a DRE do ano imediatamente anterior à época da análise, além de Balancetes do ano em curso, caso já estejam disponíveis. Ainda conforme Assaf Neto (2002), esses são os obrigatórios segundo a legislação brasileira, mas para os quais cabe uma ressalva no momento da análise. Pensando em empresas que não divulgam esses resultados ao mercado (principalmente as pequenas, nas quais pode ser incluída a maioria das associações, dos sindicatos, entre outras empresas sem fins lucrativos) e que não dependem deles para comprovar a sua regularidade, devemos considerar que os mesmos são passíveis de irregularidades. Quando o analista de crédito não tem acesso a mais nenhuma informação que não sejam esses documentos, o fato de ele partir da premissa de que são verdadeiros e confiáveis pode resultar em uma tomada de decisão equivocada.

Sendo assim, para evitar aprovações baseadas em documentos que não obrigatoriamente correspondem à realidade da empresa em questão, muitas credoras têm incluído em suas políticas a necessidade da apresentação de outras declarações em conjunto com os documentos supracitados. Entre elas, podemos citar a DIPJ ou a DASN (dependendo do regime de tributação incorrida), nas quais as empresas informam ao governo aquilo que faturaram e, com isso, o analista de

crédito pode considerar esses dados como oficiais. A figura abaixo mostra parte de uma DIPJ, na qual podemos identificar a sua similaridade com um Balanço Patrimonial em relação à estrutura de apresentação das informações, facilitando o entendimento por parte do analista e a validação dos outros documentos não oficiais apresentados.

CNPJ 62.152.657/0001-21		DIPJ 2011 Ano-calendário 2010 Pag. 20	
Ficha 36A - Ativo - Balanço Patrimonial			
Discriminação	Último Balanço do Ano		
	Imediatamente Anterior	da Declaração	
<b>CIRCULANTE</b>			
01.Caixa	391.780,72	345.604,76	
02.Bancos	8.947,46	5.000,00	
03.Recursos no Exterior Decorrentes de Exportação	0,00	0,00	
04.Valores Mobiliários	0,00	0,00	
05.Estoques	54.910,56	53.364,33	
06.Adiantamentos a Fornecedores	0,00	0,00	
07.Clientes	652.924,42	582.225,82	
08.Créditos Fiscais CSLL - Difer. Temp. Base Cálc. Neg.	0,00	0,00	
09.Créditos Fiscais IRPJ - Difer. Temp. Prejuízos Fiscais	0,00	0,00	
10.Impostos e Contribuições a Recuperar	1.455,96	2.453,06	
11.Despesas do Exercício Seguinte	69.888,00	71.640,00	
12.Outras Contas	29.866,42	174.751,01	
13.(-)Contas Retificadoras	0,00	0,00	
14.TOTAL DO CIRCULANTE	1.209.773,54	1.235.041,00	
<b>NÃO CIRCULANTE - REALIZÁVEL A LONGO PRAZO</b>			
15.Clientes	0,00	0,00	
16.Créditos com Pessoas Ligadas (Físicas/Jurídicas)	0,00	0,00	
17.Valores Mobiliários	0,00	0,00	
18.Depósitos Judiciais	74.056,96	99.191,02	
19.Créditos Fiscais CSLL - Difer. Temp. Base Cálculo Negat.	0,00	0,00	
20.Créditos Fiscais IRPJ - Difer. Temp. Prejuízos Fiscais	0,00	0,00	
21.Outras Contas	0,00	0,00	
22.(-)Contas Retificadoras	0,00	0,00	
23.TOTAL DO REALIZÁVEL A LONGO PRAZO	74.056,96	99.191,02	
<b>NÃO CIRCULANTE - INVESTIMENTOS</b>			
24.Participações Permanentes em Coligadas ou Controladas	0,00	0,00	
25.Investimentos Decorrentes de Incentivos Fiscais	0,00	0,00	
26.Outros Investimentos	0,00	0,00	
27.Ágios em Investimentos	0,00	0,00	
28.Correção Monetária - Dif. IPC/STNF (Lei n° 8.200/1991)	0,00	0,00	
29.Correção Monetária Especial (Lei n° 8.200/1991)	0,00	0,00	
30.(-)Deságios e Prov. p/ Perdas Prováveis em Invest.	0,00	0,00	
31.TOTAL DOS INVESTIMENTOS	0,00	0,00	

Figura 1: DIPJ 2011 (Balanço Patrimonial)

Além da questão da veracidade da informação disponível na DIPJ, ela também traz obrigatoriamente os dados da declaração anterior, possibilitando a análise comparativa para melhor constatação da evolução da empresa no mercado. Conforme afirma Marion (2002), o ideal é que tivéssemos disponíveis as Demonstrações Contábeis dos três últimos períodos, porém, pensando principalmente na importância da qualidade da informação para a tomada de decisão, a DIPJ é o melhor documento que o cliente pode disponibilizar.

Outra informação disponível na DIPJ que auxilia o analista de crédito é a demonstração do lucro (ou prejuízo) real, também seguindo a formatação-padrão de uma DRE, conforme mostra a figura abaixo.

CNPJ 42.152.657/0001-21		DIPJ 2011 Ano-calendário 2010 Pag. 9	
Ficha 09A - Demonstração do Lucro Real - PJ em Geral			
Discriminação			Valor
69.(-)Depreciação Acelerada Incentivada (Lei n° 11.196/2005, art. 31)			0,00
70.(-)Deprec. Acel. Incent. - Ativ. Hotelaria (Lei n° 11.727/2008, art. 1º)			0,00
71.(-)Deprec. Acel. - Fabr. Veic. e Autopeças (Lei n° 11.774/2008, art. 11)			0,00
72.(-)Deprec. Acel. - Fab. Bens de Csp. (Lei n° 11.774/2008, art. 12, § 1º)			0,00
73.(-)Depreciação/Amortização Acelerada Incentivada - Demais Hipóteses			0,00
74.(-)Exaustão Incentivada			0,00
75.(-)Perdas Inc. Merc. Renda Var. - Períodos Apur. Anter.			0,00
76.(-)Divulgação Eleitoral Gratuita			0,00
77.(-)Custos/Despesas Capac. Pessoal-TI e TIC(Lei n° 11.774/08)			0,00
78.(-)Outras Exclusões			0,00
79.SOMA DAS EXCLUSÕES			0,00
80.LUCRO REAL ANTES DA COMP. PREJ. PRÓPRIO PER. DE APURAÇÃO			-847.675,23
81.(-)Atividades em Geral			
82.(-)Atividade Rural			
83.LUCRO REAL APÓS COMP. PREJ. PRÓPRIO PER. DE APURAÇÃO			-847.675,23
COMPENSAÇÃO DE PREJ. FISCAIS DE PERÍODOS DE APURAÇÃO ANTERIORES			
84.(-)Atividades em Geral - Per. Apuração de 1991 a 2010			0,00
85.(-)Atividade Rural - Períodos de Apuração de 1986 a 1990			
86.(-)Atividade Rural - Períodos de Apuração de 1991 a 2010			0,00
87.(-)Indúst. Tit. Prog. Export. - Reflex até 03/06/1993			0,00
88.LUCRO REAL			-847.675,23
89.LUCRO REAL POSTERGADO DE PERÍODOS DE APURAÇÃO ANTERIORES			0,00

Figura 2: DIPJ 2011 (DRE)

Com isso, podemos afirmar que os melhores documentos disponíveis para a tomada de decisão baseada nos dados econômico-financeiros (ASSAF NETO, 2002) podem ser fornecidos para os credores pelas próprias empresas demandantes, visto que elas obrigatoriamente os possuem.

Apesar da DIPJ e da DASN nos trazerem informações que demonstram a relação das empresas com as suas obrigações fiscais, no Brasil a sonegação (principalmente das pequenas e médias empresas) é uma realidade que não deve ser ignorada pelos tomadores de decisão das credoras. Segundo dados do IBPT, a sonegação de impostos em 2010 correspondeu a 25% do faturamento de todas as empresas. Somando com a das pessoas físicas (possíveis sócios dessas), o total chegou a 9% do PIB do país. Sendo assim, muitas vezes os documentos oficiais trazem dados que não refletem a realidade econômico-financeira das empresas no

mercado, que faturam valores muito superiores ao informado sem que ocorram os devidos pagamentos integrais dos impostos (ABRÃO, 2009).

Com isso, cabe à gerência das áreas de Crédito a decisão de aceitar outros documentos que comprovem a capacidade financeira dos clientes ou se basear apenas nas informações oficiais. Considerando a existência de faixas máximas de faturamento para que a empresa possa se enquadrar na tributação diferenciada oferecida pelo governo (R\$ 36 mil para os MEI's, R\$ 240 mil para microempresas e R\$ 2,4 milhões para as pequenas a fim de que possam optar pelo Supersimples; cabe ressaltar que esses valores serão elevados em 50% em 2012), é notória a existência de empresas que maquiam seus resultados para a redução da carga tributária.

Caso a credora opte por aceitar outros documentos para comprovação de porte, os clientes podem apresentar inclusive Balanços Patrimoniais com divergências em relação ao DIPJ, por exemplo, RAIS demonstrando a quantidade de funcionários devidamente registrados ou até mesmo documentos que mostrem a frota de uma empresa de logística. Para isso, porém, os gestores devem ter em mente o maior risco incorrido na utilização de dados dificilmente comprováveis – no caso do Balanço Patrimonial, que será discutido no próximo capítulo –, e também na questão da capacidade de administração dos recursos que esses clientes apresentam (análises de capacidade e colateral, conforme os cinco C's de Crédito de Santos, 2003).

### **3.2.3. SUSPEITAS DE FRAUDE**

Além da possibilidade de alterações no Balanço Patrimonial com o intuito de reduzir o valor dos impostos a serem pagos, as áreas de Crédito devem trabalhar



com a hipótese de outras finalidades nas fraudes contábeis, durante as quais são incluídas informações financeiras inverídicas nesses documentos, além da omissão ou manipulação de transações e adulteração de registros e demonstrações contábeis (conforme informações das Normas Brasileiras de Contabilidade e Interpretação Técnica). Ou seja, é possível que a manipulação dos resultados oficiais não seja apenas por questões fiscais, mas também para mostrar ao mercado números satisfatórios que permitam a obtenção de crédito. Dessa forma, impossibilita-se a exatidão da análise dos indicadores econômico-financeiros dessas empresas, justificando a solicitação de documentos oficiais ou, se não for possível obtê-los, o cuidado extremo que deve existir nessas exceções.

	2002	2004
<b>Globalização</b>	3%	6%
<b>Alterações na Organização da empresa</b>	18%	14%
<b>Problemas econômicos</b>	46%	41%
<b>Insuficiência de sistemas de controles</b>	59%	51%
<b>Impunidade</b>	52%	52%
<b>Perda de valores sociais e morais</b>	63%	62%
<b>Outros</b>	1%	5%

Quadro 4: Causas Prováveis para o Crescimento de Atos Fraudulentos

Conforme pesquisa realizada pela empresa de auditoria e consultoria KPMG em 2002 e 2004 (apresentada no quadro 4), diversas são as causas prováveis para o crescimento de atos fraudulentos no Brasil, mas chamamos a atenção da motivação pelos problemas econômicos. Isso demonstra que, com a intenção de

obter melhores pareceres no mercado, muitas empresas tendem a modificar irregularmente Balanços Patrimoniais devido aos seus resultados financeiros negativos.

“Qualquer meio usado por uma pessoa com a finalidade de obter uma vantagem injusta sobre outra pessoa seja por ato ou omissão, por meio de conduta intencional ou má-fé, ou seja, constitui fraude tanto fazer-se quanto omitir-se de fazer algo, podendo esta conduta ser intencional, não necessariamente com o intuito de prejudicar alguém, ou de má-fé, onde a intenção é dolosa ou criminosa.” (CUNHA e CORNACHIONE JUNIOR, 2003)

Considerando a definição acima, existem outras modalidades de fraude no mercado de crédito corporativo, entre as quais podemos citar a falsa personalidade. Nela, todos os documentos obrigatórios são apresentados, inclusive financeiros, mas na realidade a empresa em questão não está solicitando crédito, mas sim outras pessoas que se apresentam como representantes legais da mesma. Para evitar esse tipo de situação, a credora deve pedir o contrato social da empresa devidamente registrado na Junta Comercial de seu estado, no qual será possível validar quem são os sócios e as suas respectivas assinaturas.

Com a disponibilidade do documento citado, a credora também tem acesso aos dados de todos os sócios da empresa solicitante, e não apenas dos majoritários. Este é um ponto de atenção, pois, conforme é de conhecimento dos atuantes no mercado de crédito, algumas empresas tendem a concentrar seu capital naquela pessoa que não apresenta restrições, enquanto o real administrador possui apenas pequenas cotas. Isso mostra a importância da análise de todos os envolvidos na

empresa, visto que os minoritários podem ser os maiores ofensores da inadimplência.

Voltando à análise colateral das empresas, na qual são avaliados bens patrimoniais e possíveis garantidores de crédito, outra fraude comum é a contra credores. Conforme afirma Lebieziejewski (2009), após a assinatura do contrato que garante determinado imóvel como garantia de pagamento de uma dívida, por exemplo, a empresa passa esse objeto para o nome de outra pessoa (física ou jurídica), seja por transferência ou doação, impossibilitando a ação de cobrança. A jurisprudência desses casos indica o ganho de causa para o credor (o imóvel é passado para o seu nome), mas o desgaste necessário para obtenção desse retorno sugere que essa modalidade de garantia de crédito de fato seja evitada pelas empresas.

Nota-se, por fim, que a análise de crédito de uma empresa não pode se ater apenas às questões econômico-financeiras da proponente, mas sim feita de forma geral, pensando em todos os riscos envolvidos no negócio. Aquela que demonstra os melhores resultados em suas Demonstrações Contábeis pode ser a maior ofensora de perdas por fraude.

#### **3.2.4. CASOS DE EXCEÇÃO**

Apesar de um parecer da área de Crédito ser devidamente baseado em argumentações documentais e/ou modelos estatísticos, algumas vezes as áreas comerciais se mobilizam para interferir nessa resposta. Conforme defende Sicsú (2010), esses casos seriam as exceções, ou *overrides*. A idéia é que a decisão de liberação do crédito vá contra a resposta do modelo ou da posição final da área responsável, seja ela positiva ou não. Considerando, porém, que geralmente as

principais metas das áreas comerciais sejam as de vendas, essas demandas surgem comumente quando há a negativa do crédito.

Em determinadas empresas, os tomadores de decisão das áreas comerciais (no mínimo de nível gerencial) possuem alçadas para transpor os pareceres negativos, podendo aprovar essas solicitações até determinado valor ou quantidade de casos por período. Ainda conforme Sicsú (2010), para que haja um controle da inadimplência dessas empresas que são aprovadas por exceção, é importante que o responsável por essa deliberação comercial registre a justificativa para a utilização da sua alçada em algum sistema de fácil acesso a todos. Dessa forma, pode-se verificar se esses clientes estão trazendo retorno financeiro para a credora, pois, se não estiverem, os valores dessa alçada poderão ser revistos ou até mesmo revogados.

Em outras situações, as empresas trabalham com os pareceres de todos os envolvidos no processo, ou seja, crédito, comercial, financeiro e até mesmo marketing. Ou seja, apesar de os indicadores econômico-financeiros da empresa analisada não estarem de acordo com a solicitação, a credora pode avaliá-la como estratégica para a obtenção de novos negócios que atrairão maior retorno que o possível prejuízo desse novo cliente. Dessa maneira, todas as áreas estão cientes e de acordo com a exceção em questão.

Além dessas, outras duas possíveis exceções envolvendo a área comercial são a transferência da dívida do cliente e o investimento no negócio do mesmo. No primeiro caso, quando a empresa comprova que honra dívidas de valores aproximados em outra credora e pretende transferi-los para a atual (na telefonia, por exemplo, isso ocorre em operações de portabilidade numérica), algumas restrições

apontadas pela área de Crédito que justificaram a negativa podem ser relevadas, como pequenas pendências no mercado. No segundo, através da análise das Demonstrações Contábeis da solicitante, fica notória a ausência de capacidade de pagamento, mas o ramo de atividade da empresa indica que ela só crescerá com o aporte financeiro da credora. Com isso, cabe à área de Crédito a decisão de investir nessa empresa e aguardar retorno futuro, mas desde que lhe seja apresentado um eficiente plano de negócios que demonstre a validade do risco dessa operação, visto que, dependendo do valor financeiro envolvido, a credora se torna a responsável pela maior parte do passivo do cliente. Essa exceção na qual a aprovação de crédito apresenta um caráter de investimento também pode ocorrer nas análises do microcrédito, que discutiremos no próximo capítulo.

Entretanto, cabe ressaltar que, conforme afirma Sicsú (2010) em sua obra, as aprovações em exceção, por qualquer natureza que tenham sido motivadas, não modificam a probabilidade de inadimplência do cliente. Ou seja, o risco de ele se tornar um mau pagador é o mesmo calculado previamente (e cabe ressaltar que esse valor motivou a negativa anterior da área de Crédito, então conclui-se que a probabilidade de perda é grande nesses casos).

E, por fim, afirma-se que não existe alçada para *override* de pedidos negados por fraude. Se a empresa solicitante está agindo comprovadamente de má-fé, não há justificativas plausíveis para aceitá-la como cliente. Além do praticamente certo prejuízo que será causado pela inadimplência dessa venda, as questões legais envolvidas não podem ser ignoradas de forma alguma. Fraude, de um modo geral, seja ele contábil ou de falsidade ideológica, é um crime que deve ser combatido e denunciado sempre que possível.

### 3.3.MICROCRÉDITO

#### 3.3.1. DEMANDA REPRIMIDA

Devido às altas taxas de juros cobradas no mercado financeiro e à existência de uma grande quantidade de empresas informais no Brasil, muitos pequenos empreendedores não conseguem obter o financiamento necessário para a possível alavancagem de seus negócios. Conforme pesquisa elaborada pelo SEBRAE em relação aos MEI's, 1,6 milhão de novas empresas foram criadas de julho de 2009 até setembro de 2011, o que demonstra a crescente demanda por crédito de pequeno porte, mas que deveriam ser oferecidos com menores taxas. Além disso, a pesquisa ainda aponta que 57% daquelas que buscaram crédito nos principais bancos não obtiveram resposta positiva.

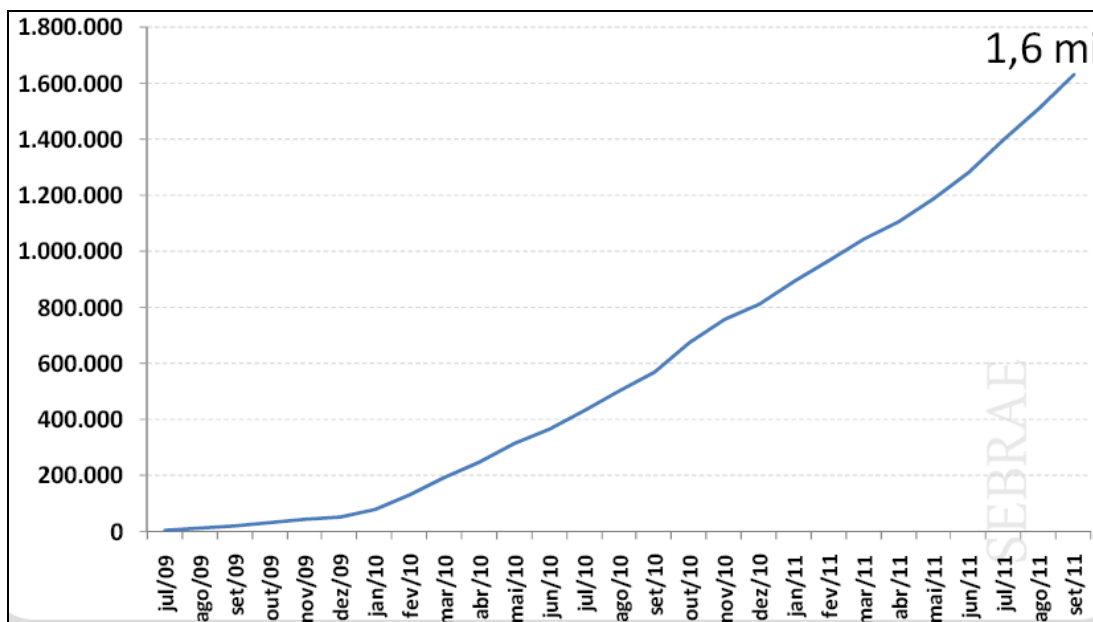


Gráfico 1: Total de Formalizações de MEI's

Fonte: SEBRAE

Segundo afirmam Gulli (1998) e Schreiner (2001), microcrédito é o empréstimo de baixo valor fornecido para pessoas ou empresas de baixa renda,

exatamente o que buscam os MEI's quando procuram o mercado financeiro. Conforme o entendimento do SEBRAE, essas empresas buscam crédito não como forma de assistencialismo, mas sim de profissionalização e expansão de seus negócios. Trata-se de uma procura por investimento.

Muhammad Yunus (1999), pioneiro do microcrédito no mundo através da sua atuação em Bangladesh, também entende que o microcrédito não deve ser uma política assistencialista, assim como afirma que os credores não devem perdoar dívidas, mas sim buscar retorno financeiro para se tornarem sustentáveis. Além disso, ele afirma que o microcrédito deveria ser um direito universal, considerando o retorno social que produz (pessoas que saem da linha de miséria ou pobreza, geração de empregos, etc.). E, por fim, defende que essas pessoas que buscam o mercado financeiro não precisam de treinamento, visto que a maioria já atua informalmente no mesmo ramo que quer investir, mas sim de capital para obter maior retorno com as suas capacidades.

Além dos MEI's, as micro e PME's também apresentam necessidade de crédito para aumentar suas operações através de investimentos produtivos. Segundo pesquisa do Ministério do Trabalho e Emprego em parceria com o SEBRAE, em 2009 essas eram responsáveis por 52% dos empregos formais do Brasil, o que mostra a importância de pleno atendimento e a necessidade de melhorias em relação ao fornecimento de crédito de baixos valores.

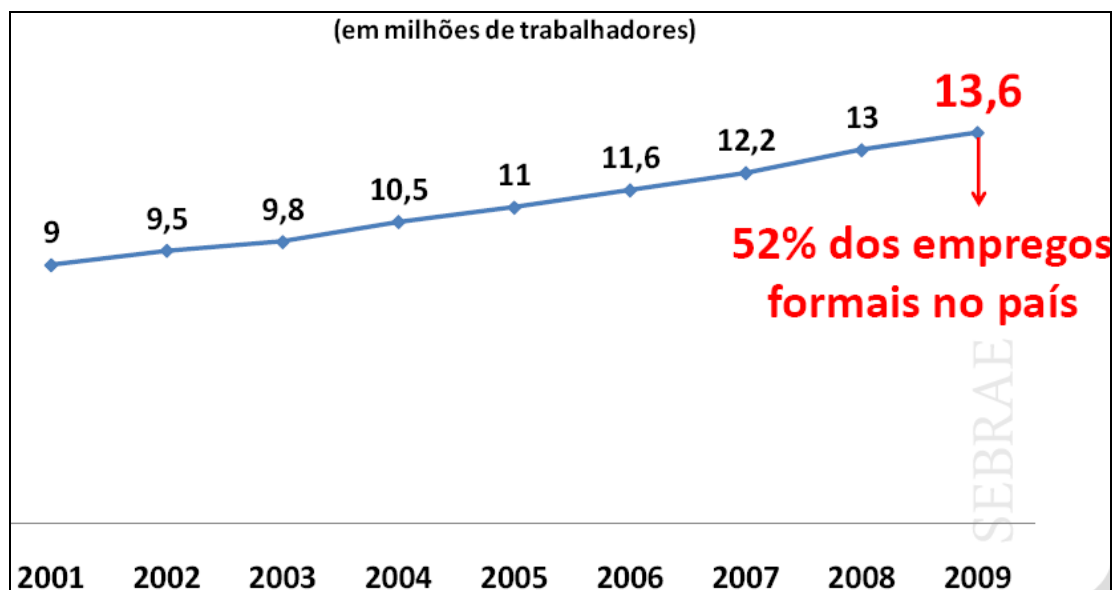


Gráfico 2: Empregos Formais na PME's

Fonte: MTE e SEBRAE

Dessa forma, considerando o aumento da quantidade de empresas formais no país e a conseqüente demanda por crédito gerado por elas, deve haver uma preocupação maior no atendimento diferenciado desse público. Apesar de muitas vezes não possuírem garantias em relação ao pagamento de seus compromissos (o que será discutido no capítulo a seguir), o desenvolvimento do Brasil como um todo depende também do sucesso delas, principalmente em relação à geração de empregos.

### 3.3.2. DIFERENCIAÇÃO NA ANÁLISE E OS RISCOS ENVOLVIDOS

Apesar de existirem casos de sucesso obtidos pelos microcredores no mercado financeiro, como o Banco Grameen e o CrediAMIGO do Banco do Nordeste, que obtiveram índices de inadimplência de 1,15% (YUNUS, 1999) e 0,84% (NERI e MEDRADO, 2005), respectivamente, são necessários alguns cuidados na aprovação de crédito desse público.



Primeiramente, a criação do programa que incentiva a regularização dos MEI's em 2006 (Lei Complementar número 123) pretendia trazer o benefício da simplificação da abertura de empresas e do pagamento dos encargos públicos, que hoje não chegam a trinta reais por mês. Entretanto, conforme informações do SEBRAE, apesar do baixo custo de manutenção do CNPJ, a inadimplência dessas empresas com o governo chega a elevados 40%.

Além disso, falando exclusivamente dos MEI's, seu faturamento máximo deve ser de R\$ 36 mil por ano, o que representa R\$ 3 mil por mês para pagar seus fornecedores, suas contas e, se houver, seu empregado, além de obter lucro na operação. Sendo assim, os credores devem se perguntar até que ponto essa renda já não estaria comprometida, a fim de que avalie a possibilidade de aprovação de crédito. No mercado de telefonia móvel, por exemplo, o analista precisa fazer uma projeção de qual percentual do faturamento dessas empresas pode ser gasto, sem que necessariamente esse ramo represente investimento para o MEI. Ou seja, a aquisição de aparelhos celulares pode auxiliar no crescimento de empresas de determinados ramos de atuação, mas em outros esses são apenas objetos de consumo do empresário.

No ramo empresarial brasileiro, muitos sócios desses pequenos negócios confundem suas finanças próprias com as da empresa, dificultando uma administração competente e que não seja influenciada por mudanças de cunho pessoal. Ao utilizar o caixa da empresa para gastos com supermercado em sua residência, por exemplo, as Demonstrações Contábeis são influenciadas de uma forma que dificilmente se consegue rastrear, prejudicando o planejamento, o controle e o futuro da organização.

Além disso, conforme afirma Yunus (1999), muitas solicitações dessas pequenas empresas são feitas sem a existência do colateral por parte do tomador do empréstimo. Com isso, a credora não apenas tem o risco da inadimplência comum ao negócio como também não consegue se resguardar com alguma garantia, seja ela bancária ou imobilizada. Para reduzir esse risco, as empresas devem trabalhar em parceria, tendo a tomadora a responsabilidade de apresentar um projeto de utilização do crédito solicitado, demonstrando no que será investido o capital em questão. Caberá à credora a análise desse projeto, inclusive influenciando as decisões com dicas que podem ser úteis ao empreendedor e, chegando à conclusão de que o investimento trará retorno financeiro, participar dessa empreitada colaborando para o sucesso do seu mais novo cliente.

#### 4. CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como objetivo demonstrar de que forma as fornecedoras de crédito trabalham na análise das empresas que o prospectam, com o intuito de tomar suas decisões com a menor probabilidade de inadimplência possível. Foram apresentadas também algumas técnicas para se chegar à resposta final da credora, baseadas tanto em modelos estatísticos quanto na análise subjetiva de pessoas devidamente preparadas e experientes do setor.

Conforme foi defendido nesta monografia, o ideal é que as empresas trabalhem sempre com duas formas de análise. Na primeira, a criação de modelos de crédito padroniza e agiliza as respostas, mas demandam manutenção constante, confiabilidade dos dados imputados nos sistemas operacionais e envolvimento de diferentes áreas para a sua confecção. Além disso, algumas variáveis importantes para a tomada de decisão podem não estar sendo consideradas, o que nos leva à

segunda forma. Nesta, existe a figura do analista de crédito para obtenção das informações documentais e de mercado para tomar a sua decisão de forma subjetiva, o que no longo prazo pode resultar em maiores custos em comparação com o modelo e na falta de padronização da área como um todo. Sendo assim, as credoras devem trabalhar com um sistema híbrido para a tomada de decisão, permitindo a utilização da modelagem nas análises corriqueiras e de maiores volumes e recorrendo às pessoas para aquelas de maior risco e/ou valor financeiro envolvido.

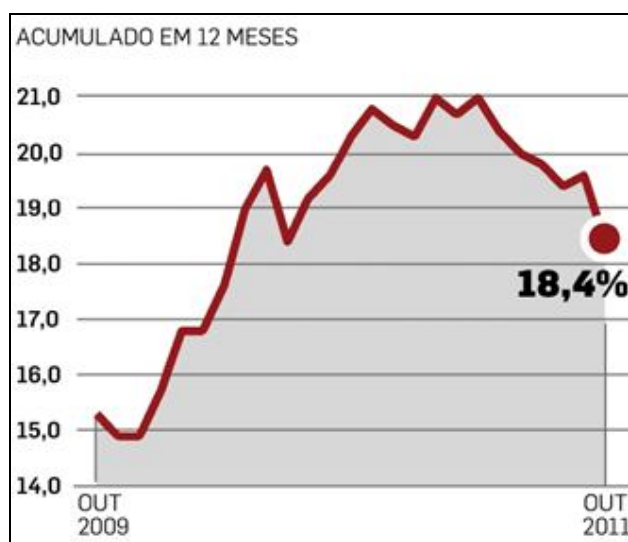


Gráfico 3: Expansão do Crédito

Fonte: Banco Central

Apesar de os recentes indicadores apontarem desaceleração na expansão do crédito das empresas brasileiras, esses números ainda são bastante elevados se comparados ao dos últimos anos, o que demanda máximo cuidado das credoras em não assumirem clientes que deixarão de cumprir suas dívidas. Deve-se ter atenção também ao endividamento excessivo dessas empresas, pois quando somado à crise financeira que assola o mundo (principalmente a Europa) também pode influenciar

negativamente nos níveis de inadimplência do mercado. Em crise, os países compram menos do mercado externo, então as empresas vendedoras reduzem o ritmo de produção, diminuindo o seu faturamento e podendo chegar a problemas de cumprimento de suas obrigações financeiras. Cabe aos administradores financeiros a realização de análises de qualidade, levando em consideração o máximo de variáveis possíveis e as informações disponíveis no mercado interno e externo, a fim de que o risco desse efeito cascata seja diluído ao máximo.

## 5. REFERÊNCIAS

ABRÃO, C. H. **Crime tributário: um estudo da norma penal tributária**. 2ª ed., São Paulo: IOB, 2009

AMORIN NETO, A. A. e CARMONA, C. U. de M. **Modelagem do risco de crédito: um estudo do segmento de pessoas físicas em um banco de Varejo**. XXVII Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração, São Paulo: ENANPAD, 2003

ASSAF NETO, Alexandre. **Estrutura e Análise de Balanços - um enfoque econômico-financeiro comércio e serviços, industriais, bancos comerciais e múltiplos**. 7ª ed., São Paulo: Atlas, 2002

ASSING, I., ALBERTON, L. e TESCH, J. M. **O comportamento das fraudes nas empresas brasileiras**. Revista da FAE, 11ª ed., Curitiba: FAE, 2008

BRAGA, R. **Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira**. Atlas, 1995

CAOQUETTE, J. B., ALTMAN, E. e NARAYANAN, P. **Gestão do risco de crédito: o próximo grande desafio financeiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000

CERVO, Amado L. e BERVIAN, Pedro A. **Metodologia Científica: para uso dos estudantes universitários**. 3ª ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983

CUNHA, J. V. A. da e CORNACHIONE JUNIOR, E. B. **Fraudes e Tecnologia da Informação: análise das influências em sistemas contábeis e empresariais**. Revista Brasileira de Contabilidade, 144ª ed., 2003

DAVIS, Peter. **Mensuração do Risco de Crédito: Evitando Resultados Indesejados - Parte 1**. Tecnologia de Crédito, 53ª ed., São Paulo: Serasa Experian, 2004

- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2002
- GULLI, H. **Microfinance and Poverty: Questioning the Conventional Wisdom**. Washington, D.C.: International American Development Bank, 1998
- LEBIEDZIEJEWSKI, M. L. R. **A Desconsideração da Pessoa Jurídica e suas Aplicações no Direito do Trabalho**. Curitiba: UNIBRASIL, 2009
- LUDÍCIBUS, S. de. **Teoria da contabilidade**. 4ª ed., São Paulo: Atlas, 1994
- MARION, J. C. **Análise das Demonstrações Contábeis - Contabilidade Empresarial**. 2ª ed., São Paulo: Atlas, 2002
- NERI, M. C. e MEDRADO, A. L. **Experimentando Microcrédito: Uma Análise do Impacto do CrediAMIGO sobre Acesso a Crédito**. Ensaios Econômicos, 608ª ed., Rio de Janeiro: FGV, 2005
- POPPER, Karl. **A Lógica da Pesquisa Científica**. São Paulo: Cultrix, 1959
- PROVAR. **Finanças no varejo: gestão operacional: exercícios práticos com respostas**. 2ª ed., São Paulo: Atlas, 2000
- ROGERS, D. e ROGERS, P. **Modelo de Mensuração da Rentabilidade do Crédito**. Tecnologia de Crédito, 69ª ed., São Paulo: Serasa Experian, 2011
- SANTOS, J. O. dos. **Análise de crédito: empresas e pessoas físicas**. São Paulo: Atlas, 2003
- SCHREINER, M. **Informal Finance and the Design of Microfinance**. Development in Practice, 11ª ed., 2001
- SCHRICKEL, K. W. **Análise de crédito: concessão e gerência de empréstimos**. 2ª ed., São Paulo: Atlas, 1995
- SICSÚ, A. L. **Credit Scoring**. 1. ed. São Paulo, Edgard Blücher, 2010
- SILVA, M. A. da. **Elaboração de um modelo de análise e concessão de créditos para pessoas físicas em um banco**. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia da Produção. Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina, 2003
- YUNUS, M. **Banker to the Poor**. Londres: Public Affairs, 1999