

## RISCO DE PREJUÍZO: A IMPORTÂNCIA DA ANÁLISE DE CRÉDITO

Sarah Milena Santos – [sarahmilena1@hotmail.com](mailto:sarahmilena1@hotmail.com)

Elizabeth Cristina Soares – [psi.cristina9@hotmail.com](mailto:psi.cristina9@hotmail.com)

### Introdução

A empresa Curinga dos Pneus foi fundada em 15 de junho de 1967, em Brasília, pelo ex-funcionário da Goodyear do Brasil, Roberto Curi. O mesmo entrou na empresa em 1954 para assumir o cargo de inspetor em São Paulo, e foi promovido em 1962 para gerente geral da filial da empresa naquele estado (Curinga dos Pneus, 2016).

O grupo Curinga dos Pneus atua a mais de 45 anos no mercado dos pneus e serviços e também revendendo exclusivamente os produtos Goodyear, a empresa conta atualmente com 49 filiais em 10 estados brasileiros, sendo 32 lojas de pneus e serviços 02 indústrias de recapagem e 05 concessionárias. Para diversificar e expandir os negócios do grupo, em 1998, Roberto Curi inaugurou a revenda Curinga Veículos Fiat, que atende as cidades de Uberlândia e Araguari em Minas Gerais; e Catalão, no estado de Goiás. Com um novo projeto, o Curinga se tornou também revendedor autorizado da Iveco Caminhões Fiat, com sede em Uberlândia, atendendo toda a região do Triângulo Mineiro. Procurando sempre atender todos os públicos, a empresa também possui uma loja virtual na internet, para obter maior alcance de consumidores e proporcionar também uma maior comodidade para todos (Curinga dos Pneus, 2016).

O Curinga dos Pneus tem como missão oferecer o que há de melhor em soluções de produtos e serviços automotivos, atendendo as expectativas de clientes e acionistas, com profissionalismo, honestidade e qualidade (Curinga dos Pneus, 2016).

A central de crédito do grupo fica localizada na cidade de Anápolis, na Avenida Brasil Norte, 1120 Sala 03, Bairro Cidade Jardim. A central é responsável pela análise de crédito, cobrança e acompanhamento dos clientes de todas as filiais e por isso é de grande importância para toda a corporação. Uma das suas principais finalidades é promover uma correta gestão de crédito, proporcionando assim o suporte necessário para o faturamento e concretização dos objetivos de lucratividade.

Com a premissa de garantir que as práticas de cobrança adotadas pelas filiais, sejam devidamente priorizadas e adequadas as diretrizes estabelecidas e tendo consciência que a administração de uma carteira de contas a receber é o âmago da estabilidade financeira da empresa, a central de crédito atua com responsabilidade nos setores determinados.

O segmento de pneus no Brasil no momento está inconstante levando em consideração a crise econômica que o país enfrentou nos últimos meses, quando aquecida observa-se uma grande demanda por parte das fabricantes de veículos e usuários finais. Essa constante e forte oscilação do mercado consumidor tem dificultado as vendas nos períodos de baixa procura. O presidente da Associação Nacional das Indústrias Pneumáticas (ANIP) afirma que: “Isso é uma demonstração nítida de uma crise. Nesses períodos as pessoas usam o pneu por mais

tempo, mesmo ele estando desgastado. No caso dos veículos de carga, há uma menor circulação de bens e produtos, isso faz com que os automóveis de transporte transitem menos e, conseqüentemente, gastem menos pneus”, Alberto Mayer.

## Formulação do Problema

A grande fundamentação problemática da empresa Curinga dos Pneus – Central de Crédito, consiste no alto risco de inadimplência, como um grande volume das vendas apresenta um alto valor, esse prejuízo pode afetar a saúde financeira da organização e de cada filial que sofrer esse golpe.

“O risco de crédito é a probabilidade de ocorrência de perdas por inadimplência com relação a uma situação desejável” (BORGES; JUNIOR, 2011, p.216).

Afirmam Brito Neto e Corrar (2009, p. 30) “O risco de crédito está associado à possibilidade de o credor incorrer em perdas caso as obrigações assumidas por um tomador não sejam liquidadas nas condições pactuadas”.

Há uma grande necessidade de vendas a prazo, devido ao valor da compra dos clientes da empresa, que geralmente compram para revender. Para Sousa e Chaia (2000, p. 14) “A concessão resultante da venda a prazo, representa a troca de um ativo real (um bem) por um direito de realizar-se no futuro (crédito)”.

Esses riscos geram também despesas para empresa como a previdência para devedores duvidosos (PDD), que causam uma diminuição do lucro pelo fato do não pagamento da compra a prazo. Segundo Sousa e Chaia, mesmo que a estratégia de recuperação dos títulos em aberto seja eficiente, esse mecanismo gera aumento de despesas para a organização, como a manutenção da central de crédito e cobrança. (2000)

## Justificativa

Para o autor Rodrigues (2012) crédito é uma ferramenta pelo qual as empresas apoiam suas vendas a partir do momento que possuem confiança que o cliente irá liquidar o crédito. Assim, o uso do crédito é um método poderoso na negociação de vendas.

Segundo Maia (2012) Ao Liberar créditos a um cliente acredita-se que o mesmo irá dispor da capacidade de devolvê-lo acrescido de juros, correção monetária e taxas fiscais na data determinada na efetuação da compra.

“A análise de crédito não consiste apenas na verificação de algumas informações em sites de pesquisa. Ela é uma ferramenta ampla, que possibilita identificar uma série de informações e de alternativa de negócios para cada cliente” (RODRIGUES, 2012 p. 24).

Para melhor identificar os objetivos da análise de crédito em uma empresa segue abaixo a explicação do autor Schrickel (1998, *apud* RODRIGUES, 2012 P. 24).

“O principal objetivo da análise de crédito numa instituição financeira (como qualquer outro emprestador) é o de identificar os riscos nas situações empréstimos, evidenciar conclusões quanto a capacidade de repagamento do tomador e fazer recomendações relativas à melhor estruturação e tipo de empréstimo a conceder, à luz das necessidades financeiras do solicitante dos riscos identificados e mantendo, adicionalmente, sob perspectiva, a maximização dos resultados da instituição”

Para os autores Souza e Chaia (2000) existem alguns parâmetros básicos para realizar as vendas a prazo, e na política de crédito são encontrados os fundamentos necessários para a concessão, monitoramento e cobrança dessas vendas. No padrão de concessão existem requisitos mínimos a serem atendidos, existem os padrões mais relaxados que aumentam as vendas e também os devedores duvidosos, já os mais rígidos reduzem os problemas com cobrança, mas baixam as vendas e consequentemente os lucros.

Como existe um grande risco de inadimplência dos clientes é fundamental que o trabalho de análise de risco e a concessão de créditos sejam rigorosamente examinados para manter assim a saúde financeira da empresa. Um monitoramento eficaz desses processos diminuem as chances do não pagamento dos créditos fornecidos aos clientes.

## Objetivo Geral

O presente trabalho tem como objetivo avaliar a importância da análise de crédito dentro de uma empresa, que trabalha com a maioria das vendas a prazo.

## Objetivos Específicos

- Identificar os riscos de inadimplência e como melhorar esses índices
- Analisar as atividades referentes à concessão de crédito na empresa.

## Revisão da literatura

“A análise de crédito é uma atividade que, basicamente, analisa os riscos de facilitar e viabilizar a realização de projetos. Uma vez que o crédito, para o credor, se tornará um retorno em função da fidelidade do sacado” (ANDRADE; ARAÚJO; NASCIMENTO, 2013, p.2).

Segundo o dicionário Aurélio Crédito significa “confiança ou segurança na verdade de alguma coisa; crença. O que é devido a alguém. Em contabilidade, o que representa saldo, por oposição a débito”.

Para Sandroni (2003, apud RODRIGUES 2012 p. 22) crédito é a transação comercial em que o comprador recebe imediatamente um bem ou serviço adquirido, e só fará o pagamento depois de um tempo determinado, pode envolver também apenas dinheiro.

“A análise de crédito deve-se fundamentar em evidências objetivas que subsidiam a decisão de concessão. Estas evidências devem ser suficientemente seguras, verídicas, e úteis para conferir com os critérios de oferta de crédito” (ANDRADE; ARAÚJO; NASCIMENTO, 2013, p.8).

“Os métodos de tomada de decisões tradicionais baseados exclusivamente em critérios julgamentais têm perdido espaço nas atividades dos bancos, que buscam instrumentos mais eficazes para gerenciar suas exposições a risco de crédito”. (BRITO; NETO; CORRAR, 2009 P.29)

“Para se tomar uma decisão não basta saber o que se quer, mas é necessário existir alguns fatores para alcançar o objetivo estabelecido, fatores tais como: análise do objetivo e avaliação dos procedimentos possíveis para alcançar o mesmo”. (XAVIER,2011 p.18)

O risco de crédito está associado à possibilidade de o credor incorrer em perdas caso as obrigações assumidas por um tomador não sejam liquidadas nas condições pactuadas. (BRITO; NETO; CORRAR, 2009 p.29).

Os autores Borges e Junior (2001, p. 216) citam risco de crédito como:

“O risco é constituído pela ocorrência de qualquer fato adverso para uma dada situação esperada. No caso específico, o risco de crédito é a probabilidade de ocorrência de perdas por inadimplência com relação a uma situação desejável, constituída pelo repagamento integral dos créditos por parte da totalidade dos devedores”.

Para Bessis (1998 apud BRITO; NETO; CORRAR, 2009 p.29) “O risco de crédito pode ser avaliado por meio dos seus componentes, que são o risco de default, o risco de exposição e o risco de recuperação”.

“O risco pode ser definido como a quantidade ou o grau de incerteza que envolve uma operação de crédito. Desta forma, ele é colocado como um mensurador que pode auxiliar o responsável pela concessão de crédito a decidir” (XAVIER, 2011, p.11).

A forma de avaliação de risco utilizada no Brasil decorre de dois fatores sendo eles a alta volatilidade do contexto operacional das e empresas, sendo esse um fator de risco e a falta de transparência contábil, um fator que agrava a incerteza. (BORGES; JUNIOR 2001)

Definindo de risco de crédito, Blatt (1999, apud MAIA, 2012, p.13) afirma que o risco é de que o credor não receba plenamente o esperado, sofrendo prejuízos financeiros.

Ainda sobre Maia (2012) “Há uma enorme preocupação das empresas fornecedoras de crédito em relação à possibilidade de os seus clientes não efetuarem o pagamento no prazo determinado. Quando o cliente não realiza o pagamento na data estabelecida, ele passa a ser denominado inadimplente”.

Segundo o dicionário Aurélio Inadimplente é aquele “Que não cumpre aquilo que se dispôs a fazer; que não cumpre um contrato ou as obrigações legais dentro do prazo estabelecido previamente. Pessoa que não cumpre suas obrigações; quem não cumpre um contrato”.

## Conclusão

A importância da análise de crédito, nem sempre foi reconhecida dentro das organizações, hoje com o crescimento da inadimplência o seu valor é afirmado por todas as grandes corporações que realizam um alto percentual de vendas a prazo. A saúde financeira da empresa depende em grande parte dessa ferramenta, que atua no controle e concessão do crédito através das análises do cliente antes da liberação garantindo assim, uma diminuição dos devedores.

Assim, após esse reconhecimento as organizações trabalham para manter sempre o índice de inadimplentes o mais baixo possível, utilizando as ferramentas para concessão de crédito.

## Referências

- RODRIGUES, Marcelo Chrystian, Análise de Crédito e Risco, Curitiba, v.1 , p. 19-39, 2012.
- XAVIER, Guimarães Caroline, Risco na Análise de Crédito, Florianópolis, p. 4-65 , 2011.
- SOUSA E CHAIA, Política de crédito: Uma análise qualitativa dos processos na empresa, São Paulo, v.07, nº 03, julho/ setembro 2000.
- REVISTA DO BNDES, O risco legal na Análise de Crédito, Rio de Janeiro, v. 8, n. 16, p. 215-260, Dezembro. 20013.
- MAIA, Cardoso Duane, A importância da análise de crédito no controle da inadimplência: Um estudo de caso em uma distribuidora de combustíveis brasileira, Rio de Janeiro, 2012.
- BRITP, NETO E CORRAR, Sistema de Classificação de Risco de Crédito, São Paulo v. 2, p. 28-42, 2009.