



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO,
ATUÁRIA E CONTABILIDADE - FEAAC
CURSO: CIÊNCIAS ECONÔMICAS

" ANÁLISE DE CRÉDITO PESSOA FÍSICA:
UMA ARMA CONTRA A INADIMPLÊNCIA

LISYA MARIA MARTINS SAUD

FORTALEZA - CEARÁ

JULHO/97 - 1

LISYÁ MARIA MARTINS SAID

**“ANÁLISE DE CRÉDITO PESSOA FÍSICA:
UMA ARMA CONTRA A INADIMPLÊNCIA”**

Monografia submetida à
Coordenação do Curso de
Economia como requisito
parcial para a obtenção do
Bacharelado em Ciências
Econômicas.

Essa monografia foi submetida à análise como parte dos requisitos necessários à obtenção do diploma de Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Federal do Ceará.

Monografia aprovada em 18/07 / 1997

.....
Lisya Maria Martins Said

Banca Examinadora:

.....
Prof. João Mário Santos de França - **Orientador**

.....
Prof. José Raimundo de Araújo Carvalho Júnior

.....
Prof. José Henrique Felix Silva

**“Minha admiração e reconhecimento
a todos aqueles que contribuíram na superação das dificuldades
e participaram, positivamente, na realização deste trabalho,
com a certeza de estarem perpetuados
em minhas lembranças”**

“Crédito é lógica, bom-senso; crédito é um raciocínio”

APRESENTAÇÃO

No presente trabalho, daremos enfoque aos aspectos conceituais de crédito, em seu âmbito mais geral, e especificamente no que se refere às pessoas físicas, passando também, pela caracterização dos 4 “C” de Crédito, tópico este, que está sempre presente em estudos sobre o assunto.

Identificaremos os pontos relevantes para a determinação de uma política de crédito (compondo-se de termos de venda, da análise de crédito e de uma política de cobrança - ponto que não trataremos com maiores detalhes) e seus parâmetros, discorrendo sobre as formas mais usuais de crédito à pessoas físicas, enfocando recursos que devem estar presentes nas áreas de crédito para dar suporte ao processo de tomada de decisão (englobando a análise de riscos, garantias e fontes de repagamento).

Finalmente, exemplificaremos os casos de quatro grandes empresas brasileiras de vulto nacional e seus respectivos modelos de análise e decisão de crédito, juntamente com uma rápida avaliação de seus riscos, bem como de suas taxas de inadimplência e volume de perdas, relacionando-as com algumas deficiências existentes naquelas análises, deixando claro que estes problemas são responsáveis, em muitos dos casos, pela perda de lucratividade nestas empresas.

Sumário

Introdução	09
1. Aspectos Conceituais de Crédito	11
1.1. - Introdução	11
1.2. - Objetivos de Análise de Crédito	12
1.3. - Pontos Presentes numa Situação de Crédito	13
1.4. - Os 4 “C” de Crédito	15
2. A Decisão de Crédito às Pessoas Físicas	18
2.1. - Aspectos Gerais	18
2.2. - Os 4 “C” de Crédito - Pessoa Física	20
2.3. - Risco, Garantias e Fontes de Repagamento	20
2.3.1- Risco	21
2.3.2- Garantias	22
2.3.2.1- Garantias Pessoais	22
2.3.2.2- Garantias Reais	25
2.4. - O Cheque como Título de Crédito	28
2.5. - Lastro de Crédito	30
2.5.1- Créditos Lastreados em Cheques	30
2.5.2- Créditos Lastreados em Informações Cadastrais	31
2.6. - Aspectos de uma Política de Crédito	34
2.6.1- Termos de Venda	36
2.6.1.1- Prazo de Crédito	37
2.6.1.2- Desconto por Pagamento à Vista	37
2.6.1.3- Instrumentos de Crédito	39
2.6.2- Análise de Crédito	40
2.6.2.1- Informações de Crédito	40
2.6.2.2- Escores de Crédito	40
2.6.3- Política de Cobrança	40
2.7. - Limites de Crédito	41
2.8. - Decisão de Crédito	42
2.8.1- Níveis de Tomada de Decisão	42
2.8.2- Métodos para Tomada de Decisão	43
2.9. - Estrutura e Atribuições da Área de Crédito	44
2.9.1- Recursos Materiais da Área de Crédito	46
2.9.1.1- Pasta Cadastral	46
2.9.1.2- Ficha Cadastral	46
2.9.1.3- Computador	47
3. - O Mercado e a Análise de Crédito: a Experiência de 4 Empresas	48
3.1. - Objetivo	48
3.2. - Caso 1: CREDICARD S/A Adm. de Cartões de Crédito	49

3.2.1- Um Breve Histórico	49
3.2.2- Elementos de Análise de Crédito	50
3.2.2.1- Requisitos Básicos para a Obtenção de Crédito.....	50
3.2.2.2- Método de Análise de Crédito	51
3.2.3. - Inadimplência e Perdas	53
3.2.4. - Possíveis Causas do Incumprimento dos Clientes	53
3.3- Caso 2: FININVEST S/A	55
3.3.1 - Um Breve Histórico	55
3.3.2.- Elementos de Análise de Crédito	55
3.3.2.1. - Requisitos Básicos para a Obtenção de Crédito	55
3.3.2.2. - Método de Análise de Crédito	56
3.3.3. - Inadimplência e Perdas	57
3.3.4. - Possíveis Causas do Incumprimento dos Clientes	57
3.4. - Caso 3: Banco do Estado do Ceará - BEC	58
3.4.1. - Um Breve Histórico	58
3.4.2. - Elementos de Análise de Crédito	59
3.4.2.1. - Requisitos Básicos para a Obtenção de Crédito	59
3.4.2.2. - Método de Análise de Crédito	59
3.4.3. - Inadimplência e Perdas	60
3.4.4. - Possíveis Causas do Incumprimento dos Clientes	60
3.5. - Caso 4: Banco Industrial e Comercial S/A - BICBANCO	61
3.5.1 - Um Breve Histórico	61
3.5.2.- Elementos de Análise de Crédito	62
3.5.2.1. - Requisitos Básicos para a Obtenção de Crédito	62
3.5.2.2. - Método de Análise de Crédito	62
3.5.3. - Inadimplência e Perdas	63
3.5.4. - Possíveis Causas do Incumprimento dos Clientes	63
Conclusão	64
Anexo I	66
Bibliografia	67

INTRODUÇÃO

Crédito é um conceito presente no dia-a-dia das pessoas e empresas mais do que possamos imaginar a princípio. Todos nós, tanto pessoas físicas, como jurídicas estamos, muitas vezes, às voltas com um dilema simples: a constante combinação de recursos finitos com necessidades infinitas - podemos constatar por nossos próprios hábitos que existem mais maneiras de se gastar dinheiro, por exemplo, do que de ganhá-lo - ou seja, a procura por crédito, para satisfazer os nossos desejos, desde os mais elementares até os mais complexos.

A história do crédito está intimamente ligada à evolução dos povos e à utilização da moeda como instrumento de troca. Deve-se lembrar rapidamente a evolução inicial das trocas ou escambo até a troca pelas moedas cunhadas em ouro ou outros metais nobres. O crédito foi, em seu primeiro estágio, utilizado até mesmo como forma minimizadora de riscos, quando se evitava a transferência física de moeda obtida na troca por mercadorias, como ocorria na antiga Roma do início da Era Cristã.

O próprio descobrimento da América ofereceu, posteriormente, oportunidades de crescimento do capitalismo com conseqüente expansão do crédito.

Com a conquista de novos mundos, grande quantidade de metais preciosos era transferida, principalmente, aos países da Europa, desenvolvendo-se uma nova economia em que se acumulavam estoques de ouro como base ou lastro de capital.

Foi nos séculos XVI e XVII que os homens de negócios criaram novos métodos. Neste período, letras endossáveis e notas promissórias foram criadas não somente para facilitar as trocas, mas também para minimizar os riscos decorrentes de grandes transferências de metal precioso.

Para os bancos e instituições de crédito em geral, cujo principal produto é o dinheiro, não há possibilidade de venda à vista, o que torna o crédito o próprio negócio da instituição. Para pessoas, que necessitam comprar casa, automóvel, eletrodomésticos, ou mesmo roupas e alimentação, sem que disponham de recursos suficientes, o crédito possibilita-lhes a oportunidade de adquirir tais bens, mediante a promessa de que pagarão no futuro. Empresas que necessitam comprar equipamentos ou matérias-primas para expansão de suas atividades podem valer-se deste meio de aquisição de recursos, como forma de progredirem, gerando mais impostos e empregos ao País.

Apesar dos vários efeitos positivos do crédito, vale ressaltar que há limites para o endividamento de pessoas ou de empresas, de modo que seu uso inadequado em escalas elevadas poderá levar uma empresa à quebra ou um indivíduo à insolvência.

Há, ainda, o caso de pessoas que, ao comprarem à prazo, terminam pagando juros correspondentes a várias vezes o preço do bem adquirido; neste caso, as facilidades de crédito pode não beneficiá-lo; portanto é necessário refletir sobre a hora e as condições das compras efetuadas.

Antes de tudo, crédito é bom-senso. Envolve-se nesta atividade uma gama de conhecimentos técnicos e específicos. Contudo, o bom-senso e a capacidade de analisar problemas, em geral particularizados e complexos, são questões-chave na análise de crédito.

É interessante constatar que “...não existe análise de crédito certa, porém existe análise errada...”¹, ou que “... não existe crédito mal dado, existe sim, crédito mal julgado...”². Tal fato decorre da inexatidão da determinação da análise de crédito.

Deste modo, o propósito deste trabalho é discutir desde os aspectos conceituais do crédito, especificamente o crédito à pessoas físicas, passando pela caracterização dos 4 “C” de crédito, identificando os pontos relevantes para a determinação de uma política de crédito e seus parâmetros, discorrendo sobre as formas mais comuns de crédito a pessoas físicas, enfocando recursos humanos e materiais que devem estar disponíveis nas áreas de crédito para auxiliar no processo de tomada de decisão, até a exemplificação de casos reais de modelos de algumas empresas que atuam no mercado lidando com este tipo de análise e decisão, bem como uma rápida avaliação do risco que correm as empresas que efetuam análises “frouxas” de crédito, no que tange à taxas de inadimplência e volume de perdas.

¹ SCHRICKEL, W. K. , Análise de Crédito - Concessão e Gerência de Empréstimos, Introdução, p. 13.

² SCHRICKEL, W. K. , Análise de Crédito - Concessão e Gerência de Empréstimos, Introdução, p. 13.

1 - Aspectos Conceituais de Crédito

1.1 - Introdução

Crédito é todo ato de vontade ou disposição de alguém ou de alguma entidade de destacar ou ceder, temporariamente, parte do seu patrimônio a um terceiro, com a expectativa de que este montante volte a sua posse integralmente, após decorrido o tempo estipulado.

Esta parte do patrimônio pode estar materializado em dinheiro (empréstimo monetário) ou bens (empréstimo para uso, ou venda com pagamento parcelado, ou a prazo).

O patrimônio a ser cedido deve ser de propriedade do cedente. As instituições financeiras não seguem estritamente este ponto, pois são agentes intermediadores de riquezas (poupanças) e do meio circulante, devidamente autorizadas pelas autoridades monetárias. Atuando na captação e empréstimo de recursos, não necessariamente próprios, estas instituições são intimamente controladas por aquelas autoridades.

Pelo fato desta cessão patrimonial envolver expectativas quanto ao recebimento da parte cedida, é preciso estar atento para o fato de que a qualquer ação de crédito está associada a noção de risco.

Normalmente, associa-se a qualquer transação de empréstimo, um preço remuneratório, a ser pago pelo tomador ao prestador. Este preço, mais apropriadamente denominado taxa de juros, ou preço do capital, fundamenta-se na escassez dos bens em geral, e presta-se à compensação dos riscos assumidos pelo prestador quanto à possível perda ou deterioração da parcela de seu patrimônio que houvera cedido. Por isso, também é chamada de taxa de risco.

Em finanças, o vocábulo **crédito** define um instrumento de política financeira a ser utilizado por uma empresa comercial ou industrial na venda a prazo de seus produtos ou por um banco comercial, por exemplo, na concessão de empréstimo, financiamento ou fiança.

Conceder crédito numa empresa comercial, industrial ou agrícola, significa vender seus produtos transferindo a posse deles mediante promessa de pagamento futuro.

O crédito de que alguém ou uma empresa dispõe, portanto, é a sua capacidade de obter dinheiro, mercadoria ou serviço mediante compromisso de pagamento num prazo tratado.

A função de crédito tem se tornado tão importante na economia, que atualmente é comum encontrarmos empresas cujas listas de preços de venda de seus produtos são apresentadas para pagamento a 30, 60, 90 ou mais dias; o cliente gozará de um desconto se antecipar o pagamento. O crédito pode ainda fazer com que as empresas aumentem seu nível de atividade; estimular o consumo influenciado na demanda; cumprir uma função social, ajudando as pessoas a obterem moradia, bens e até alimentos; facilitar a execução de projetos para os quais as empresas não disponham de recursos próprios suficientes. A tudo isso, por outro lado, deve-se acrescentar que o crédito pode tornar empresas ou pessoas físicas altamente endividadas, assim como pode ser forte componente de um processo inflacionário.

De forma geral, no decurso dos processos inflacionários, a expansão dos meios de pagamento acusa taxas mais do que proporcionais às da expansão do volume disponível de bens e serviços. Com uma maior utilização do crédito, há um aumento da quantidade de moeda no sistema econômico, potencializado pelo efeito multiplicador da moeda escritural, desde que não possa ser acompanhado por um aumento do volume dos bens e serviços produzidos na economia, poderá provocar a expansão inflacionária dos preços. Isto significa que o aumento do poder de compra injetado no sistema, conduzirá a um nível de demanda global não correspondente ao da oferta global. A resultante expansão dos preços levaria à chamada inflação de demanda.

1.2 - Objetivos da Análise de Crédito

O principal objetivo da análise de crédito numa instituição financeira (como para qualquer prestador) é o de identificar os riscos nas situações de empréstimo, evidenciar conclusões quanto à capacidade de repagamento (liquidação, retorno de capital) 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 procurando manter, adicionalmente, sob perspectiva, a maximização dos resultados da instituição.

Uma análise de crédito pode ser assim resumida:

“A análise de crédito envolve a habilidade de fazer uma decisão de crédito, dentro de um cenário de incertezas e constantes mutações e informações incompletas. Esta habilidade depende da capacidade de analisar logicamente situações não raro, complexas, e chegar a uma conclusão clara, prática e factível de ser implementada”³

O objetivo de uma análise de crédito é então, de chegar a uma decisão e não o de efetuar um mero relatório. Os instrumentos específicos de análise variam com a situação peculiar que se tem à frente, porém o objetivo e a lógica são permanentes. Sem dúvida, não é uma tarefa

³ SCHRICKEL, W. K. , Análise de Crédito - Concessão e Gerência de Empréstimos, Cap. 1, p. 27.

fácil ou simples. Há que se tomar uma decisão, dentro de um contexto incerto, em constante mutação, e tendo em mãos um volume de informações nem sempre desejável, em nível de seu detalhamento.

Com toda certeza, pode-se inferir que a decisão será tanto melhor, quanto melhores forem as informações disponíveis. Nem sempre isso é possível. Mesmo assim, uma decisão tem que ser tomada, seja positiva ou negativa.

1.3 - Pontos Presentes numa Situação de Crédito

Certos “ingredientes” estão sempre presentes em qualquer situação de crédito:

- Bom-Senso (*Common Sense*) → é a base mais sólida para sermos lógicos, práticos e claros. É um aliado da lógica, praticidade e clareza. O entusiasmo ou o pessimismo em excesso e a falta de informações mínimas são inimigos do bom-senso. Não devemos confundir arrojo ou medo com bom-senso. Ele fortalece e sustenta mais concretamente idéias e conclusões. Mas implica a necessidade de certo conhecimento técnico, pesquisa e questionamento. Por isso que infere-se que a análise de crédito implica habilidade e capacitação. Estas qualificações podem advir de anos de estudo acadêmico, aperfeiçoados com certa dose de experiência prática, ou simplesmente advir de anos de atuação na atividade de concessão e monitoração de empréstimos. Sendo assim, a prática, o exercício profissional, são aliados importantes na função de julgar riscos e concessão de crédito;
- *Feeling* (percepção, sentimento) → muitas vezes pode ser lembrado para tentar explicar algum fenômeno na análise de crédito, ou em sua conclusão, que os dados objetivos disponíveis talvez não façam aflorar. Mas é preciso consignar que *feeling* está muito longe de ser “mero chute ou adivinhação”. Não é através do *feeling* que se “explica o que não se sabe explicar...” O feeling, mesmo sendo de origem subjetiva, implica certa sustentação lógica.
- Risco → significa a incerteza, o imponderável, o imprevisível, e estes, a incerteza, a imponderabilidade e a imprevisibilidade situam-se no futuro. Embora a análise de crédito deva lidar com eventos passados do tomador de empréstimos (a análise histórica), as decisões de crédito devem considerar primordialmente o futuro desse mesmo tomador. O risco sempre estará presente em qualquer empréstimo. Não há empréstimo sem risco. Porém, o risco deve ser razoável e compatível às expectativas da instituição financeira e à sua margem mínima almejada (receita). Sem dúvida, o maior risco numa operação de crédito é o total desconhecimento sobre quem seja o tomador ou sobre o que é a operação que se deseja efetuar. Deve-se fazer uma avaliação a avaliação do desempenho histórico

do potencial tomador, identificando os maiores fatores de risco inerentes a sua atividade e como estes riscos foram atenuados/contornados no passado. A análise histórica tem como objetivo primordial o de procurar identificar fatores na atual condição do tomador que possam denunciar eventuais dificuldades / questionamentos quanto ao almejado sucesso do mesmo em resgatar financiamentos tomados junto ao emprestador;

“... não existe risco no passado, apenas história ! O risco está no futuro ! É preferível não emprestar a um cliente, e eventualmente perdê-lo, a perdê-lo de qualquer forma, mas junto com o nosso crédito”.⁴

- Segurança → a função mais importante de uma instituição financeira, sem dúvida, é intermediar recursos de terceiros, promovendo a captação de riquezas e poupanças, canalizando-as para o financiamento de atividades produtivas e rentáveis. Acresça-se a isso a prestação de uma infinidade de serviços. E isto ocorre em um ambiente econômico que está em constante mutação e desenvolvimento. É importante ressaltar que, pertencendo os recursos a terceiros, as instituições financeiras apenas promovem a intermediação dos mesmos. É fundamental, pois, que esta intermediação seja criteriosa, eficiente e, sobretudo, atente para certos princípios de segurança. A efetivação de uma razoavelmente segura projeção da condição financeira futura do tomador, associada à ponderação acerca de sua capacidade de suportar certo nível de endividamento oneroso, incluindo-se o financiamento em análise;
- Confiança → a atividade das instituições financeiras fundamenta-se no princípio da confiança mútua, aí envolvendo a instituição propriamente dita, seu universo de clientes e funcionários, e público em geral. E a confiança é um sentimento, uma convicção que se constrói ao longo do tempo, através dos acontecimentos e experiências reais da lisura, probidade, pontualidade, honestidade de propósitos, cumprimento de regulamentos e compromissos assumidos, etc.
- Capacidade de Repagamento (Capacidade Creditícia) → mostra que um tomador gerencia bem os recursos tomados emprestado, tem opções (outras instituições, fontes de financiamento), que seu negócio vai bem, e permite a instituição administrar melhor, e sem sobressaltos seu próprio fluxo de caixa. Esta capacidade avalia o atual grau de risco que o tomador potencial apresenta, bem como o provável grau de risco futuro, chegando, então, a uma conclusão relativa à

⁴ BOTELHO, EDUARDO F. , Administração Inteligente, São Paulo, Atlas. 1991, p. 25.

sua capacidade creditícia e, conseqüentemente, à estruturação de uma proposta de crédito, em que o empréstimo pleiteado possa ser amortizado em consonância com certo fluxo de caixa futuro, preservando o prestador contra eventuais perdas;

- **Garantia** → a função prática da garantia é a de gerar em comprometimento pessoal ou patrimonial do tomador de empréstimos com a operação em si, e aumentar o grau de segurança da instituição financeira para a cobrança de seu crédito. As garantias são um importante fator que se deve pesar para a minimização de riscos e assegurar maior possibilidade para o repagamento dos empréstimos. Existem qualidades de garantias. Uma são mais “líquidas” que outras. Em disputas judiciais, algumas garantias têm exequibilidade mais simples e rápidas que outras. Há garantias formalmente constituída, mas que são simplesmente não executáveis relacionadas à prática processualista. O risco de emprestar sem qualquer conhecimento específico sobre o tomador ou a operação de empréstimo, e baseado sobre garantias questionáveis, é verdadeiramente incalculável.

1.4 - Os 4 “C” de Crédito

Quando se fala de análise de crédito, um tema torna-se de vital importância: os 4 “C” de crédito, que são divididos em dois grupos: aspectos pessoais (Caráter e Capacidade) e aspectos financeiros (Capital e Condições). Um quinto “C” pode surgir quando os “C” financeiros não dão satisfatória sustentação para o crédito almejado, ou a capacidade plena é questionável: Colateral.

- **Caráter** → este é o mais importante e crítico “C” em qualquer concessão de crédito, não importando, em absoluto, o valor da transação. Como um empréstimo, a rigor, é a permuta de algo tangível, e de valor intrínseco (moeda), por papéis, os quais ainda que tangíveis, apenas têm valor pelo que representam no plano jurídico, é importante que o tomador tenha a iniciativa de devolver a coisa após decorrido o prazo convencionado pelas partes. O *Caráter*, relacionado aos empréstimos em geral, diz respeito, portanto, à determinação de pagar do tomador. O *Caráter* não se restringe apenas ao tomador específico de crédito. Na realidade, é um conceito que transcende ao indivíduo, alcançando todo o estrato social e econômico do qual ele faz parte (grupos sociais, regiões, nações). Neste sentido, as decisões de crédito devem sempre levar em contas a integridade ética do conjunto de pessoas no qual o tomador potencial está inserido. Conhecer o *Caráter* de um potencial tomador de empréstimos é realmente conhecer este tomador na exata medida em que deva ser conhecido pelo prestador. Isto porque é mais importante saber *quem ele é* do que *o que ele faz*. Falhas e

negligências quanto à avaliação do *Caráter* do tomador de empréstimos conduz, inevitavelmente, a surpresas, muitas vezes inabsorvíveis pelo prestador. O *Caráter* é o “C” insubstituível e nunca negligenciável. Se o *Caráter* for inaceitável, por todos os demais “C” também estarão potencialmente comprometidos, então sua credibilidade será, também, questionável.

- *Capacidade* → a *Capacidade* refere-se à habilidade de pagar. Até há alguns anos a *Capacidade* dos tomadores de crédito era menos crítica que nos dias atuais. Grande parcela das decisões dos prestadores baseava-se na reputação familiar do tomador potencial. Porém, este cenário mudou significativamente a partir do processo de aceleração da industrialização do país (segunda metade do século XX). O sistema econômico ficou mais volátil à luz de seus desequilíbrios estruturais e do crônico processo inflacionário existente em nosso país. As relações econômicas entre os indivíduos também ficaram mais complexas. A atomização de economia multiplicou as oportunidades e iniciativas individuais. A competição é mais forte e exige cada vez mais competência e poder de adaptação. As alterações no cenário são rápidas frequentes. Com tudo isso, o indivíduo necessita ter, pelo menos, uma *Capacidade* considerável mediana a seu setor de atuação, sob pena de não poder sobreviver à concorrência. Se o indivíduo revela *Capacidade* para administrar seu negócio, de tal forma a fazê-lo prosperar, ele já terá demonstrado uma *Capacidade* em saldar compromissos. Outro ângulo a considerar para a definição da *Capacidade* do tomador relaciona-se à análise de seu currículo profissional: estabilidade de empregos, promoções, atingimento de resultados relevantes, etc. Extrapolando tais constatações para a esfera dos negócios (empresa) que o indivíduo administra, pode-se afirmar que o prestador terá obtido significativa percepção acerca da *Capacidade* da própria empresa em saldar seus compromissos. Não é uma regra rígida, mas outros fatores devem ser analisados. Mas é um relevante indício, sem dúvida;

- *Capital* → a questão mais importante relacionada a este “C” é se o tomador potencial possui *Capital* suficiente para operar em níveis adequados de eficiência e retorno, ou seja, saldar suas dívidas. O solicitante de crédito pessoal normal, isto é, padrão com relação à grande média da população, tem mais comumente pouco *Capital*, que pode estar ou não representado por um bem móvel ou imóvel. Por conseguinte, para os indivíduos prevalece quase sempre a figura do *hollerith* ou contracheque (base primária para o repagamento do empréstimo). No caso das empresas, o conceito de *Capital* é mais perceptível, englobando toda estrutura econômico-financeira da empresa, não só a idéia do Capital Social. Já neste caso, é feita uma minuciosa Análise de Balanço e uma Análise Econômico-Financeira da situação.

• *Condições* → as *Condições* dizem respeito ao micro e macrocenário em que o solicitante de crédito está inserido. No caso de empresas, tal cenário é o ramo de atividade e a economia como um todo. E também é importante salientar o momento do empréstimo (*timing*). As *Condições* de fornecimento de crédito devem ser bem delimitadas, como por exemplo: se o ciclo operacional de uma empresa é de 180 dias, pouco provavelmente ela terá condições de saldar compromissos em 45 dias. Ou também, se alguém tem um salário de R\$ 1.000,00, não poderá assumir compromissos de R\$ 2.000,00 para pagar “no fim do mês”, não ser que haja alguma outra fonte de recursos, que é preciso identificar e avaliar clara e corretamente;

• *Colateral* → este é, na realidade, um quinto “C”, servindo como uma espécie de “pronto-socorro” para o prestador para tornar mais tranqüila a transação com o solicitante de crédito, mesmo já tendo sido adotadas todas as salvaguardas eventuais. O *Colateral* significa a garantia, então, deve ser algo tangível. A capacidade de repagamento não pode ser tida como *Colateral*, pois não é tangível, nem executável (em Juízo), e apenas resume uma expectativa sobre um evento potencial futuro. O *Colateral*, numa decisão de crédito, serve para contrabalançar e atenuar eventuais impactos negativos decorrentes do enfraquecimento de um dos três elementos: *Capacidade*, *Capital* e *Condições*. Este enfraquecimento implica maior risco e o *Colateral* presta-se a compensar esta elevação do risco, das incertezas futuras quanto ao repagamento do crédito.

Entre os 4 “C” de Crédito, os dois de origem pessoal, *Caráter* e *Capacidade*, são de relevância primária. Quando algum destes elementos estiverem faltando num processo decisório de crédito, o prestador deve ser cuidadoso.

Capital, *Condições* e, enfim, *Colateral* prestam-se a complementar os dois primeiros. Idealmente, não se deve tomar decisões sobre apenas um dos “C” isoladamente. Eles devem ser vistos em conjunto. Uma decisão baseada sobre apenas um dos “C” muito provavelmente gerará um problema causado por algum dos outros “C” não ponderados.

2. - A Decisão de Crédito à Pessoas Físicas

2.1. - Aspectos Gerais

O número mais expressivo de clientes que se relacionam com as instituições financeiras e empresas comerciais no dia-a-dia é constituída das pessoas que compõem a sociedade. E é assim que a análise e concessão de crédito às pessoas físicas tornam-se importantes.

As pessoas estão constantemente se vendo às voltas com o dilema de terem recursos finitos, cuja fonte principal é o salário mensal na maioria dos casos, e suas necessidades infinitas. Para tanto, necessitam recorrer ao crédito. Como dizem, existem muito mais maneiras de se gastar do que de ganhar dinheiro !

Mesmo frente a esta realidade, o importante é manter o volume de créditos num nível prudente e gerenciável, tanto para o tomador quanto para o prestador.

A grande atratividade deste segmento de pessoas físicas para as instituições financeiras reside no fato de que os recursos que elas direcionam na forma de investimento, ou buscam na forma de financiamento, têm algumas características como: os depósitos à vista são mais estáveis; a rentabilidade na concessão de empréstimos é expressiva; contribui eficazmente para a disseminação da imagem institucional no mercado; auxilia na alavancagem de negócios com outras pessoas físicas (parentes, amigos, colegas de trabalho), ou com pessoas jurídicas nas quais eventualmente atuem; o risco dos financiamentos é menor, por causa da dispersão de valores.

“As transações envolvendo empréstimos à pessoas físicas implicam uma grande quantidade de operações (pulverização), o que a princípio onera a estrutura de pessoal e de custos da instituição. Contudo, isto também produz, paralelamente, considerável diluição do risco global da carteira de empréstimos já que cada financiamento será de reduzido valor (comparativamente aos empréstimos concedidos a pessoas jurídicas)”⁵

Abaixo um contraste importante entre empréstimos à pessoas físicas e à pessoas jurídicas:

⁵ SCHRICKEL, W. K. , Análise de Crédito - Concessão e Gerência de Empréstimos, Cap. 4, p. 141.

Contraste entre Empréstimo a Pessoas Físicas e Pessoas Jurídicas

PESSOAS JURÍDICAS	PESSOAS FÍSICAS
✦ pequena quantidade de empréstimos;	✦ grande quantidade de empréstimos;
✦ altos valores unitários;	✦ baixos valores unitários;
✦ alto risco unitário;	✦ baixo risco unitário;
✦ baixa margem unitária;	✦ alta margem unitária;
✦ aprovação de crédito seletiva (caso a caso pelo tomador, envolvendo os mais altos escalões da hierarquia);	✦ aprovação de crédito massificada, conforme certos conceitos gerais (renda, patrimônio), envolvendo a média administração;
✦ tomadores possuem demonstrações de maior credibilidade;	✦ tomadores fornecem dados financeiros limitados e particularizados;
✦ conceito sobre práticas comerciais e hábito de pagamentos rastreável e mais facilmente comprovável;	✦ retrospecto sobre o conceito de crédito à emissão de cheques sem fundos;
✦ administração de crédito na base casos a caso (por tomador) com freqüente processo de revisão do limite de crédito em termos globais;	✦ administração de crédito na base de portfólio (estatísticas), revisões feitas na base casos a caso (por empréstimo);

Fonte: SCHRICKEL, W. K. , Análise de Crédito - Concessão e Gerência de Empréstimos

Cabe a cada instituição definir o perfil que seus clientes deverão possuir. Existem aqueles bancos que são mais permeáveis à aceitação, abertura e manutenção de pequenas contas correntes, tendo em vista o grau de presença no país (número de agências), a definição de uma política que dê embasamento a estas ações, e existência de uma infra-estrutura capaz de comportar a administração de um volume grande de contas correntes, e toda a burocracia requerida. Mas, o mais importante, é que estes correntistas se transformem em clientes aplicadores, onde a administração por parte da instituição deverá ser mais eficiente em relação aos seus recursos, no que tange ao dimensionamento do tempo e na diversidade de oportunidade de investimento.

“A definição do mercado-alvo (target market) parece-nos ser, tanto para o segmento de pessoas físicas quanto jurídicas, um dos principais desafios e metas para as instituições, a afim de melhor tirar proveito de suas próprias possibilidades operacionais e das

potencialidades do mercado em termos de imagem, operações e maximização de sua estrutura e dos resultados”⁶

2.2 - Os 4 “C” de Crédito - Pessoa Física

No que se relaciona à pessoas físicas, os “C” referentes a Capital e Colateral, têm menor “peso” nas decisões sobre concessão de crédito.

Geralmente, o Capital das pessoas físicas é escasso, resumindo-se a poucos bens móveis e imóveis.

“O maior Capital das pessoas, qual seja, seu *know how* (conhecimentos), através do qual elas são capazes de alavancar boas posições e ganhos no mercado de trabalho, é de difícil, quase impossível mensuração no plano objetivo para a concessão de crédito”⁷

Quanto ao “C”, Colateral, as garantias em operações de crédito à pessoas físicas também são, na maioria das vezes, menos “fortes”.

No caso de pessoas jurídicas, os empréstimos considerados como de risco maior, com mais vulnerabilidade a oscilações, são respaldadas com mais facilidade, por garantias, como hipotecas, penhor mercantil, caução de duplicatas, etc. Na concessão de crédito a pessoas físicas, como têm menor volume de ativos, as garantias oferecidas aos financiamentos são, geralmente, caracterizadas pelo lado pessoal, ou seja, aval ou fiança.

Por causa dessas peculiaridades, os “C” relacionados ao Caráter e à Capacidade são mais relevantes nas análises de crédito a pessoas físicas, pois os empréstimos, muitas vezes, terão respaldo em garantias que não têm uma liquidez intrínseca (auto-liquidez) para a quitação do débito.

2.3 - Risco, Garantias e Fontes de Repagamento

Os créditos concedidos a pessoas físicas são em sua maior parte, baseados na conversão de ativos. É assim, a satisfação de muitas de suas necessidades infinitas com seus recursos finitos. O saque de um cheque, entrando no limite especial, a solicitação de um empréstimo de curto prazo, a compra de bens duráveis a crédito, são formas habituais que se utiliza no dia a dia. São, então, créditos que se caracterizam por seu curto prazo. Há, também, os de longo prazo, como os financiamentos habitacionais e bens duráveis de maior valor.

⁶ SCHRICKEL, W. K. , Análise de Crédito - Concessão e Gerência de Empréstimos, Cap. 4, p. 141.

⁷ SCHRICKEL, W. K. , Análise de Crédito - Concessão e Gerência de Empréstimos, Cap. 4, p. 141.

“Quando afirmamos que os empréstimos a indivíduos são essencialmente baseados na conversão de ativos, não cogitamos que estes comecem a vender (desfazer-se) de seus bens. O ciclo operacional dos indivíduos, se assim podemos denominar, é prestar serviços a seus empregador ou negócio, e em troca receber os correspondentes salários ou honorários. Portanto, o Ativo a ser convertido pelo indivíduo é seu trabalho”⁸

O maior risco para o prestador ao conceder crédito à pessoas físicas está no colapso de suas finanças pessoais, seja porque perdeu o emprego, foi vítima de uma separação litigiosa, ocorreu um acidente ou uma doença grave em família, ou apenas porque foi imprudente na administração de seus recursos.

2.3.1 - Risco

A expressão “risco de crédito” serve para caracterizar os diversos fatores que poderão contribuir para que aquele que concedeu o crédito não receba do devedor o pagamento, na época acordada.

Numa empresa comercial, uma venda à vista não apresenta qualquer risco de crédito, pois a probabilidade de não recebimento é nula, isto é, é igual a zero. Em se tratando de instituição financeira, a operação de crédito se constitui em seu próprio negócio, sendo sua principal “mercadoria” (dinheiro) entregue ao seu cliente mediante promessa de pagamento futuro, o que inclui um risco de não-recebimento.

Portanto, quando do processo de concessão de crédito à pessoas físicas, a empresa deverá ter presente que, paralelamente, à identificação de um potencial para aumento de vendas, defrontar-se-á com riscos na liquidação de seus valores a receber decorrentes de vendas a prazo com a contabilização de prováveis perdas a título de devedores duvidosos:



⁸ BOTELHO, Eduardo, Administração Inteligente, Cap. 2, p. 126.

2.3.2 - Garantias

As garantias são classificadas em duas categorias essenciais: garantias pessoais e garantias reais.

2.3.2.1 - Garantias Pessoais

As **garantias pessoais** têm como característica principal, a existência de uma relação de confiança entre o prestador e o tomador. Esta confiança decorre, entre outros, da boa-fé, isto é, quem recebe a garantia parte da premissa de que quem a oferece é pessoa honesta. Em decorrência do oferecimento de uma garantia pessoal, o devedor garante o credor com todo seu patrimônio e não, com determinado bem especificável.

As garantias pessoais ocorrem quando se exige do devedor apenas a promessa de contraprestação, contentando-se o credor com a garantia comum que lhe possa dar o patrimônio presente e futuro do devedor (ou do seu avalista, ou mesmo, fiador).

Alguns empréstimos são revestidos com os seguintes tipos de garantias pessoais: aval e fiança. Considerando a frequência com que os analistas e aprovadores de crédito se defrontam com empréstimos baseados nestes tipos de garantia, pontuaremos suas idéias centrais, com isso almejando viabilizar um mais adequado entendimento de sua significância e implicações.

- **Aval**

O Aval está contemplado no Decreto n.º 2.044, de 31-12-1908, que define a Letra de Câmbio e a Nota Promissória e regula as operações cambiais, e nos artigos 30 e 32 do Decreto n.º 57.663, de 24-1-1966, que promulgou a *Lei Uniforme Relativa das Letras de Câmbio e Notas Promissórias* (Convenção de Genebra de 7-6-1930).

O Aval é uma garantia fidejussória (contrato de garantia) oferecida por um terceiro, que por este ato se torna devedor solidário do devedor principal. A relação que se estabelece entre o avalista e o avalizado é pessoal, direta e intransferível. Diz-se comumente que o avalista, ao dar sua garantia, constitui-se no principal pagador da obrigação, dada a solidariedade estabelecida entre o devedor e seu garantidor em relação ao prestador (credor).

O aval é próprio do direito cambiário, ou seja, ele é inserido no próprio corpo do título de crédito e é uma obrigação autônoma, não se confundindo ou dependendo da obrigação que deu origem ao título. Porém, a responsabilidade do avalista limita-se ao valor inserido no título de crédito, sendo-lhe indiferentes quaisquer outros compromissos eventualmente assumidos entre o prestador e o tomador no tocante a juros, comissões e outros encargos.

Muitas vezes, os emprestadores, em especial as instituições financeiras, fazem contratos de crédito com os tomadores em que estão previstas obrigações e cláusulas remuneratórias específicas (juros e demais encargos), além de fazer a amarração do contrato a um título de crédito e prever uma procuração para a emissão de notas promissórias ou letras de câmbio pela própria instituição financeira (na realidade, uma coligada) por eventuais quantias que o devedor principal não tenha liquidado. Na realidade, este é um artifício, pois pretende transformar o avalista que tem sua obrigação limitada aos ditames do título de crédito, em interveniente solidário. Ou seja, trata-se de uma “fiança disfarçada”. Para ter eficácia, tais cláusulas ou artifício, é necessário que não só o avalista tenha assinado o título, mas também sua esposa ou marido, caso seja casado (a). E existem muitas outras implicações nas garantias por meio de fianças.

Para que o garantidor esteja vinculado tanto ao título quanto ao contrato de crédito, é necessário que ele desempenhe os dois papéis: o de avalista e o de fiador, claramente discriminados nos respectivos instrumentos.

Não há uma forma rígida ou solene para a prestação do aval. Expressões como *bom para aval*, como previsto na *Lei Uniforme* ou *por aval*, *em aval*, *presto aval*, ou, simplesmente, *aval* ou *avalista*, traduzem integralmente a função da assinatura no título de crédito. É fundamental, no entanto, que a assinatura esteja acompanhada de um termo que inequivocamente expresse sua função, qual seja a de avalizar o devedor.

O aval pode ser dado em branco ou em preto. Quando o aval é dado em branco, não há especificação do avalizado. Nesta situação, o avalista equipara-se ao aceitante do título de crédito ou, caso ele não contenha o aceite de um terceiro, ao sacador. Exemplos destas situações são: no caso de avalista equiparado ao aceitante (duplicata); no caso de avalista equiparado a sacador (nota promissória), entre outras possíveis hipóteses.

O aval em preto ocorre quando a garantia prevê claramente o avalizado, havendo a equiparação das obrigações de ambos.

• Fiança

A fiança também é uma garantia de caráter pessoal e fidejussória, que torna o garantidor (fiador) solidário ao devedor (afiançado) ou seu coobrigado, para o total cumprimento das obrigações assumidas por aquele.

Há na fiança, pois, três partes envolvidas: o garantidor (fiador), o devedor principal (afiançado) e o credor (beneficiário).

A garantia fidejussória - fiança - está prevista nos Artigos 1.481 a 1.504 do Código Civil. O Código Comercial trata da fiança mercantil em seus Artigos 256 a 263, em que o afiançado deve ser comerciante, não importando que o fiador também o seja.

A fiança é um negócio subjacente a um negócio principal, ou seja, ela tem caráter subsidiário em relação ao contrato firmado entre o beneficiário (credor) e o afiançado (devedor) - Artigo 1.481. Nestas condições, a fiança só pode ser executada se a obrigação decorrente do contrato principal não foi cumprida, e tiver sido comprovada a impossibilidade de execução do devedor principal (Art. 1.485 e 1.491).

Este tipo de garantia pode ser dado de forma abrangente, isto é, contemplando toda a gama de obrigações originalmente atribuíveis ao afiançado (juros, atualização monetária, comissões e outros encargos), ou restringir-se a certas limitações. Em geral, os beneficiários preferem inserir cláusulas acautelatórias em seus contratos, dando a maior amplitude possível à garantia prestada pelo fiador, bem como delimitando os benefícios de que este goza em sua condição de garantidor do devedor principal.

Tal qual em qualquer outro tipo de negócio de crédito, o emprestador pode recusar-se a aceitar o fiador, caso este não seja pessoa idônea, possuidora de bens para desempenhar tal função, e domiciliada no município onde a fiança será prestada (Art. 1.489).

A fim de ser eficiente perante terceiros, a fiança, materializada em documento individualizado, ou integrando-se ao corpo do contrato principal, ser devidamente registrada no Cartório de Títulos e Documentos.

A fiança introduz alguns efeitos jurídicos às partes envolvidas em sua materialização:

- Entre o credor e o fiador:
 - Benefício de ordem:

Por este benefício, o fiador pode exigir que o credor primeiro execute o devedor pela obrigação afiançada. Contudo, caso alegue este Benefício de Ordem, ele deve indicar bens do devedor para que o credor possa satisfazer a seu direito na execução (Art. 1.491).

O fiador porém, não poderá alegar tal benefício, caso tenha expressamente renunciado a ele, ou se tenha obrigado como principal pagador (devedor solidário) ou, finalmente, se o fiador for insolvente ou falido (art. 1.492).

Nos contratos de crédito em geral, normalmente, é inserida a cláusula de renúncia do Benefício de Ordem, com o que a hierarquia de ações por parte do credor não é principiada pela execução do devedor, mas, podendo iniciar-se diretamente contra o fiador.

- Benefício de Divisão:

Por este benefício, o fiador apenas responderá por sua parte, caso a garantia fidejussória tenha sido dada conjuntamente por diversos garantidores (Art. 1.493 e 1.494).

- Entre o afiançado e o fiador

- Benefício de Sub-rogação:

Por este benefício, o fiador sub-roga-se ao credor, isto é, se ele honrou sua garantia, pagando o credor, ele assume a posição de novo credor perante o afiançado (Art. 1.495).

É importante destacar que, em decorrência da Lei n.º 4.121, de 27-8-62, o chamado Estatuto da Mulher Casada, em seu artigo 39, a fiança obriga a Aceitação da esposa do fiador casado, isto é, precisa-se do consentimento do cônjuge, pois comprometerá potencialmente o patrimônio comum do casal. Pelo dispositivo legal, a execução da fiança não poderá ferir o preceito da meação, ou seja, comprometer bens que ultrapassem a metade do patrimônio comum do casal, se apenas um dos cônjuges atuou como fiador. Por este motivo, sempre deverá ser obtida a assinatura do cônjuge do fiador, quando este for casado.

Procurações

Nos casos de prestação de garantias fidejussórias por meio de procuradores, deverão ser especialmente atentados os poderes conferidos nas procurações, tanto de pessoas físicas, quanto de pessoas jurídicas.

Em qualquer caso, as procurações devem conter em seu texto clara referência, por parte dos respectivos outorgantes, ao poder de prestar fiança pelo garantidor.

2.3.2.2 - Garantias Reais

As garantias reais não se fundamentam estritamente na relação de confiança entre devedor e credor. Se estas forem oferecidas pelo devedor, e aceitas pelo credor, elas têm o objetivo de vincular o bem específico (ou conjunto de bens) ao negócio efetuado. O credor passa a ter direito absoluto e preferencial sobre o bem objeto da garantia, no sentido de assegurar o recebimento de seu crédito.

“Considerando as complexidades e peculiaridades inerentes a cada tipo de garantia real, torna-se imprescindível que sejam tomadas as medidas apropriadas, ou previstas em Lei, para sua adequada materialização no que tange à forma e aos instrumentos contratuais utilizados.

Alguns tipos de garantias reais:

- **Penhor**

É um tipo de garantia real que recai sobre bens móveis corpóreos ou incorpóreos, cuja posse deverá ser transferida ao credor, que pode efetuar a venda judicial do bem para liquidar a dívida, da qual o penhor é acessório.

O penhor pode ser civil (Arts. 768 e ss. do Código Civil), mercantil (Arts. 271 e ss. do Código Comercial) ou censual (Decreto-lei n.º 167/67, Decreto-lei n.º 413/69).

- **Hipoteca**

A hipoteca também é um tipo de garantia real, acessório de uma dívida, que incide sobre bens imóveis. Na hipoteca, o bem hipotecado permanece em poder do devedor. Como no penhor, o credor não pode apropriar-se do bem hipotecado, mas tem sobre este preferência para venda judicial, visando à liquidação da dívida. A hipoteca incide sobre imóveis, havendo casos especiais de hipoteca de bens móveis, como as aeronaves e os navios. Por ter natureza acessória, a hipoteca perde seu efeito quando findo o contrato principal, dentre outras hipóteses previstas na lei civil.

Cabe destacar que um mesmo bem pode ser hipotecado junto a vários credores simultaneamente, havendo preferência do credor pela ordem de registro. A hipoteca de um bem compreende, salvo cláusula em contrário, todas as suas benfeitorias.

- **Anticrese**

A anticrese é um tipo de garantia real em que a posse do bem imóvel é transferida ao credor, o qual fica com os rendimentos decorrentes da coisa em garantia, até que a dívida seja paga. Difere do penhor em razão de recair sobre coisa imóvel. Diferencia-se da hipoteca basicamente em função de o devedor hipotecário permanecer com a posse do bem, enquanto na anticrese há a entrega do bem ao credor. Como nos demais casos, em face de sua natureza acessória, uma vez paga a dívida, extingue-se a anticrese.

• Alienação Fiduciária

É uma forma especial de garantia próxima da real. Tem por objeto bens móveis e identificáveis e se opera com a transferência da posse indireta do bem para o credor, ficando o devedor apenas com a posse direta, isto é, o devedor alienante não é proprietário do bem alienado, tão somente faz uso dele. Uma vez liquidado, o financiamento em que essa garantia foi oferecida, a posse indireta retorna às mãos do devedor, que se torna titular do domínio pleno do bem..

Na alienação fiduciária, o bem não incorpora o patrimônio do financiador. Caso o devedor não pague, o credor promoverá a venda do bem para recuperar o valor da dívida mais juros, comissões e demais despesas especificadas em contrato. A alienação fiduciária é muito utilizada para bens de consumo duráveis, especialmente para automóveis.

Ainda no tocante à obtenção de garantias reais para os financiamentos (hipoteca, penhor, caução), menos frequentes para o maior número de transações no mercado de crédito, chamamos a atenção para a recente Lei n.º 8.009, de 29-03-90, que consolidou a Medida Provisória n.º 143, de 08-03-90, que trata de impenhorabilidade do bem de família, notadamente quando se tratar de imóvel residencial e este seja o único imóvel pertencente ao pretendente de crédito. Reproduzimos seus ditames fundamentais:

Art. 1º - O imóvel residencial do próprio casal, ou da entidade familiar, é impenhorável e não responderá por qualquer tipo de dívida civil, comercial, fiscal, previdenciária ou de outra natureza contraída pelos cônjuges ou pelos pais ou filhos que sejam seus proprietários e nele residam, salvo nas hipóteses previstas nesta Lei.

§ 1º - A impenhorabilidade compreende o imóvel sobre o qual se assentam a construção, as plantações, as benfeitorias de qualquer natureza e todos os equipamentos, inclusive os de uso profissional, ou móveis que guarnecem a casa, desde que quitados.

Art. 2º - Excluem-se da impenhorabilidade os veículos de transporte, obras de arte e adornos suntuosos.

Adicionalmente às normas oficiais relacionadas à concessão de créditos em geral, e em especial a indivíduos, também deve ser atentado para a Lei n.º 8.078, de 11-9-90, que trata do Código de Defesa do Consumidor, no que tange à formulação de cláusulas contratuais e à estipulação de direitos e obrigações recíprocos”.⁹

⁹ SILVA, S. E. D., Política Financeira da Empresa no Relacionamento com os Bancos. 1980

2.4 - O Cheque como Título de Crédito

A emissão e a circulação do cheque são reguladas pelo Decreto n.º 2.591, de 07-08-1912. O Decreto n.º 57.595, de 7-1-1966 ratifica a adesão do Brasil à Convenção de Genebra de 19-03-1931, originalmente assinada por 26 países e que instituiu uma Lei Uniforme para o Cheque.

Art. 4º - O cheque deve ser apresentado dentro de 5 (cinco) dias, quando passado na praça onde tem que ser pago, e de 8 (oito) dias, quando em outra praça.

Art. 8º - O beneficiário adquire direito a ser pago pela provisão de fundos existentes em poder do sacado, desde a data do cheque. O pagamento dos cheques far-se-á à medida que forem apresentados. Apresentando-se, ao mesmo tempo, dois ou mais cheques, em soma superior aos fundos disponíveis, serão preferidos os mais antigos. Se tiverem a mesma data, serão preferidos os de número inferior.

Art. 10º - O cheque é pagável a vista, ainda que não o declare...

Já a Lei Uniforme (Decreto n.º 57.595/66) preconiza:

Art. 28º - Considera-se como não escrita qualquer menção em contrário .O cheque apresentado a pagamento antes do dia indicado como data de emissão é pagável no dia da apresentação.

Com relação a sua condição de Título de Crédito:

Os Títulos de Crédito estão assim regulados no Direito brasileiro:

- O Decreto n.º 2.044, de 3-12-1908:
 - Letra de Câmbio (Título de crédito formal e completo, nominativo, circulável por endosso, em que o sacador ordena ao sacado que pague ao tomador ou a si mesmo, em certo tempo e lugar, determinada quantia. A Letra de Câmbio pode ser emitida por qualquer pessoa física ou jurídica);
 - Nota Promissória (Título de crédito formal que contém promessa direta de pagamento feita pelo devedor a favor do credor, sendo nominativo e circulável mediante endosso, salvo cláusula em contrário. A nota promissória distingue-se da letra de câmbio por se constituir em promessa de pagamento, enquanto esta última é uma ordem de pagamento);

- Decreto-lei n.º 167, de 14-2-1967:
 - Cédula de Crédito Rural:
 - Cédula Rural Pignoratícia;
 - Cédula Rural Hipotecária;
 - Cédula Rural Pignoratícia e Hipotecária;
 - Nota de Crédito Rural;
 - Nota Promissória Rural;
 - Duplicata Rural;
- Lei n.º 5.474, de 18-7-68:
 - Fatura e Duplicata (A duplicata caracteriza-se como título de crédito, de natureza eminentemente comercial, decorrente de contrato de compra e venda mercantil ou prestação de serviços, circulante por meio de endosso - transferência de credor - constituindo-se em instrumento de fundamental importância no processamento dos serviços de crédito e financiamento) relativas à compra e venda mercantil;
 - Fatura e Duplicata relativas à prestação de serviços.

O chamado cheque pré-datado tem sido largamente difundido no comércio nos últimos anos. Sua emissão decorre de um sentimento de confiança que rapidamente se estabelece entre o comerciante e o consumidor. Outras razões são a ausência de excessivos formalismos para concretizar a transação. Tudo isso fez com que o cheque passasse a prestar-se como autêntico Título de Crédito no mercado.

“Uma operação de compra e venda mercantil de mercadorias a crédito, por exemplo, tomada em sua forma rigorosa, requer a emissão da nota fiscal ou fatura e a emissão da duplicata de venda mercantil, a qual tem um livro de registro próprio. Numa prestação de serviços, o beneficiário teria, na ausência de nota fiscal (emitida por pessoa jurídica), por exemplo, que emitir uma nota promissória para pagamento em certa data futura. E tudo isso ocorreria posteriormente a uma investigação e análise de crédito do comprador/beneficiário dos serviços.

Admitamos que o comprador ou o beneficiário dos serviços não efetue o pagamento na data convencionada. A única forma de cobrança seria mediante a constituição do devedor em mora (atraso), mediante o apontamento e posterior protesto do título e, a partir daí, iniciar o processo de execução. Tudo isso é, sem dúvida, mais complexo do que lastrear a compra e venda mercantil ou a prestação de serviços com um (ou vários) singelo cheque. Na data de pagamento, o beneficiário simplesmente apresenta o cheque ao banco para depósito/pagamento. Em caso de frustração do pagamento do cheque, por insuficiência de fundos, aí sim, o beneficiário levaria o cheque a apontamento/protesto e execução”.¹⁰

Em outras palavras, o comerciante tem uma opção a mais para o recebimento de seu crédito: a apresentação do cheque ao banco, além do que ele consegue vender de forma mais fácil; não há excessivos formalismos, apenas a aceitação do cheque, dito pré-datado. O processo é simples e descomplicado e institucionalizou-se entre nós.

A rigor, dada sua aceitação indiscriminada, ainda que com algumas consultas a entidades especializadas, estes tais cheques pós-datados, são “quase-moeda”, aumentando o poder de compra dos indivíduos, tendo uma contribuição para a expansão dos níveis inflacionários, mesmo que escala reduzida, pelo aumento da velocidade de circulação da moeda.

Contudo, o cheque não é um Título de Crédito. Ele não está previsto como tal. Ele é uma ordem de pagamento a vista, podendo ser pago a qualquer momento, desde que apresentado ao banco e existam fundos para tal. Existe, pois, a aceitação do cheque uma cumplicidade de confiança entre as partes: do lado do comerciante, a aceitação do cheque de uma pessoa desconhecida; do lado do comprador, a expectativa de que o comerciante honre o acordo e aguarde a data inscrita no cheque.

Não há qualquer outro acordo ou convenção relativamente ao cheque do que os expressos termos (valor) inscritos no cheque. Apenas em caso de execução é que poderá ser cobrada a atualização monetária, objetivando a manutenção do valor do dinheiro no tempo, e juros legais. Não existe aceite, aval ou fiança possível no cheque.

2.5 - Lastro de Crédito

2.5.1 - Créditos Lastreados em Cheques

O simples ato de aceitar um cheque de um indivíduo numa operação de venda à vista já implica para seu recebedor inserir-se num processo decisional de crédito. “Esta decisão de crédito pode ser resumida, simplificadamente, como sendo fruto da opção mais imediatista que lhe é cobrada à frente: aceitar, ou não aceitar o cheque como pagamento”¹¹

¹⁰ SCHRICKEL, W. K. , *Análise de Crédito - Concessão e Gerência de Empréstimos*, Cap. 4, p. 137

¹¹ SCHRICKEL, W. K. , *Análise de Crédito - Concessão e Gerência de Empréstimos*, Cap. 4, p. 149

Os principais constrangimentos de quem recebe um cheque, geralmente de um desconhecido, é o tempo com que tais transações simples e descomplicadas são realizadas e decididas (o processo na hora de pagar a conta) e o conflito para o vendedor (o dilema de negociar ou não).

Já existem meios e recursos para assegurar maior possibilidade de que os recebedores de pagamentos em cheque efetivamente vejam o mesmo convertido em dinheiro, como as consultas no SPC - Serviço de Proteção ao Crédito, Serasa, TeleCheque... Mais apropriadamente dever-se-á dizer que a consulta visa medir a aparente Capacidade (4 "C") do emitente, em honrar a quantia inserida no instrumento de pagamento.

De outro lado, o chamado cheque especial ou cartão magnético de garantia de cheques é um indicio de que seu portador tem uma qualidade de crédito pelo menos diferenciada.

A proliferação de cheques e cartões, além da problemática gerada por homônimos e eventuais falhas relacionadas ao CPF dos indivíduos, retirou parte de sua credibilidade e aceitabilidade. Tanto que os cartões pouco são solicitados para verificações, prevalecendo mais a checagem por meio da Carteira de Identidade (RG).

Com o crescimento do crédito para pessoa física, o volume de cheques sem fundo dos três primeiros meses deste ano de 97 bateu o maior nível já ocorrido no Brasil. De janeiro a março, para cada 1.000 cheques emitidos, 6 foram devolvidos. O pico de cheques sem fundo ocorreu em junho de 95 - para cada 1.000 cheques, 5,1 foram devolvidos.

2.5.2 - Créditos Lastreados em Informações Cadastrais

A metodologia mais utilizada para a concessão de crédito às pessoas físicas pelos emprestadores, em especial no comércio, baseia-se fundamentalmente na obtenção de informações mediante a elaboração da ficha cadastral do pretendente de crédito (vide exemplo Anexo I) e na coleta de outros dados relativos a seu passado no comércio. Estas informações são obtidas também junto a entidades especializadas na coleta e catalogação de dados cadastrais e financeiros, tais como Serasa, SPC, SCI - Serviço de Segurança ao Crédito Industrial, TeleCheque, Dun & Bradstreet, etc, os quais, por sua vez, alimentam seus bancos de dados mediante as informações advindas de várias fontes: das próprias empresas filiadas, dos cartórios de protesto, da Resolução n.º 1.682 do Banco Central (Cadastro de Emitentes de Cheques sem Fundo - CCF), dos Distribuidores do Fórum no tocante a ações, concordatas e falências, entre outros.

Estas fichas cadastrais, nem sempre contém informações consistentes ou comprováveis sem qualquer restrição. Muitas vezes, as informações contém vícios sutis, estão incompletas ou são equivocadas.

As seguintes recomendações, relacionadas às características do tomador de crédito e do avalista em diversas situações de concessão de crédito, são feitas pelo Analista de Crédito Wolfgang Kurt Schrickel, autor do livro *Análise de Crédito - Concessão e Gerência de Empréstimos*:

• **Tomador de Crédito:**

- Sempre que disponível, as informações devem ser colhidas através de informantes próprios, devidamente treinados, ou através de entidades de reconhecida reputação e aceitação no mercado;
- A idade mínima do pretendente de crédito deve ser de 21 anos completos (art. 9º do Código Civil);
- O pretendente deve identificar-se suficientemente através da Cédula de Identidade civil, militar ou funcional (por exemplo, sua inscrição na OAB - Ordem dos Advogados do Brasil);
- O pretendente deve estar empregado há mais de seis meses na empresa, confirmando-se com a mesma, sua admissão, cargo e renda; ele deve apresentar a Carteira Profissional e entregar cópia do mais recente contra-cheque;
- Sua profissão deve ser lícita e, de preferência, conhecida, ainda que incomum;
- O pretendente deve ser morador na localidade do emprestador, idealmente, há 12 meses e no mínimo há seis meses. Ele deve fornecer, e o emprestador deve comprovar, o endereço da moradia, contatando o locador ou administradora de imóveis (de preferência, ele deve exibir cópia do contrato de aluguel; no caso de imóvel próprio, ele deverá exibir cópia da escritura);
- O pretendente deve fornecer, pelo menos, duas referências comerciais e duas particulares, preferentemente não familiares, informando nomes, endereços e telefones completos, para assegurar a apropriada conferência;
- O pretendente não poderá, em hipótese alguma, estar “negativado” no SPC (estar incluído no CCF), nem correrem contra ele ações na esfera cível ou criminal. As ações cíveis, por sua multiplicidade possível quanto às origens, só devem ser desprezadas após a detida análise de suas razões e possíveis impactos ou conseqüências, em caso de eventual perda da ação (ou condenação);

• O pretendente não poderá estar enquadrado na condição de interditado (louco) - (Arts. 5º, 12º, 84º, 446º do Código Civil);

• Eventuais carnês ou duplicatas referentes a compras a prazo que o pretendente venha a exhibir podem substituir a indicação das fontes comerciais, desde que aquelas não estejam defasadas há mais de seis meses;

• **Avalista:**

Além das informações listadas, o avalista deve comprovar que possui renda que seja, pelo menos, o dobro da renda do pretendente.

• **Particularidades**

Sempre deverá ser exigido avalista nos seguintes casos:

- Menores de 21 anos (o aval deve ser dado pelos pais - Art. 84 do Código Civil);
- Clientes conhecidos (que já compraram ou tomaram empréstimos), mas que apresentaram atrasos significativos em pagamentos passados, ou cuja cobrança anterior não tenha tido curso normal.
- Profissões ou atividades não regulamentadas ou definidas, tais como, prostitutas, empregadas domésticas não registradas, aposentados, trabalhadores não registrados da construção civil ou atividades rurais, trabalhadores eventuais ou temporários, profissionais liberais de ganhos comprovadamente oscilantes, trabalhadores que atuem na localidade sob empreitada ou temporariamente.
- Analfabetos, dadas as eventuais nulidades em ações judiciais, em face da adesão contratual se fazer por meio de impressão digital.
- Surdo-mudos que não puderem expressar sua vontade, ou não estiverem suficientemente representados não devendo ter critérios aprovados (Arts. 5º, 12º, 446º e seguintes do Código Civil).
- Estrangeiros, sem domicílio no país (residência), por não terem visto de permanência definitiva no país (turistas) não devendo ter créditos aprovados.

São documentos necessários e que devem ser apresentados pela pessoa física no ato de uma análise cadastral:

- Certidão de casamento, se casado(a);
- Cédula de Identidade (RG);
- Cartão de Identificação do Contribuinte (CIC);
- Declaração de bens (anexo da declaração do Imposto de Renda ou declaração datada e assinada, em que constem, discriminadamente, os bens e os respectivos valores atualizados); tal documento é importante em face da Lei n.º 8.009/90 - Lei de Impenhorabilidade do Bem de Família;
- Comprovante de rendimentos;
- Comprovante de residência;
- Procurações (se houver);
- Cartões de assinatura, devidamente abonados por instituição financeira (originais);
- Ficha “informações” para cadastro - pessoa física”, preenchida e assinada;
- Ficha cadastral (elaborada por informantes próprios ou por agência especializada);

2.6 - Aspectos de uma Política de Crédito

Ao se estabelecer uma política de crédito, diversos fatores deverão ser analisados. Numa empresa comercial ou industrial, por exemplo, uma política de crédito mais liberal poderá aumentar o volume de vendas, porém, ao mesmo tempo exigirá maior investimento em “duplicatas a receber” e em “estoques”. A maior ou menor flexibilidade da política de crédito, poderá estar associada às características da empresa e de seus produtos, de forma que uma empresa que venda um produto com uma margem bruta de lucro (vendas menos custo da mercadoria) relativamente alta (40 ou 50%, por exemplo) terá maiores condições de adotar uma política de crédito mais liberal e assumir um nível de risco maior. Uma empresa que trabalhe com margem bruta de lucro muito baixa, ainda que seu giro de estoques seja rápido, tenderá a ser mais rigorosa na seleção de seus clientes; o mesmo deverá ocorrer com empresas que apresentam giro muito lento de seus estoques.

“Os bancos, em geral, tendem a ter critérios rigorosos na concessão de crédito, pois o prejuízo decorrente do não-recebimento (incobrável) numa operação de crédito,

representará a perda do montante emprestado, o que difere de uma empresa comercial ou industrial que opere com uma margem bruta de lucro de 40 ou 50%”.¹²

A política de crédito de um banco comercial compreende o estabelecimento de taxas de juros, prazos, garantias e nível de risco relacionados a cada tipo de operação. O que também influencia consideravelmente é a política econômica do governo, que, através do Banco Central, implementa suas diretrizes que vão desde o controle dos meios de pagamento até a fixação de linhas de crédito subsidiados com vistas ao incentivo às exportações, à agricultura ou até à pequena e média empresa. O Governo regulamenta também o direcionamento das aplicações, especificando seus percentuais máximos junto às empresas estatais, estrangeiras e nacionais privadas. Há a regulamentação da diversificação das aplicações, estabelecimento do percentual máximo de aplicação junto a um cliente, em relação ao volume total de aplicações ou mesmo em relação ao patrimônio líquido da instituição financeira, além de regionalizar aplicações e taxas.

“Cabe, portanto, à direção de um banco comercial ou ao seu Comitê de Crédito, fixar sua política de crédito dentro das normas governamentais e baseado na sua capacidade de aplicação e captação de recursos”.¹³

O quadro abaixo refere-se às conseqüências decorrentes do grau de rigor imposto no tratamento dos clientes, de acordo com o tipo de política de crédito:

Atitude e aspecto Área	Atitude da	O QUE ACONTECERÁ COM:				
		C R É D I T O	Empresa	O volume de recebimento da empresa	O saldo de contas a receber	As perdas dom devedores duvidosos
Liberal	Diminui (-)		Aumenta (+)	Aumenta (+)	Aumenta (+)	Prejudicado (N)
Rigorosa	Aumenta (+)		Diminui (-)	Diminui (-)	Diminui (-)	Favorecido (P)

Onde: (N) = representará um aspecto negativo

(P) = representará em aspecto positivo

¹² SILVA, JOSÉ P., Análise e Decisão de Crédito. Cap. 4, p. 41.

¹³ SILVA, JOSÉ P., Análise e Decisão de Crédito. Cap. 4, p. 42.

Uma política de crédito compõem-se de: termos de vendas, da análise de crédito e de uma política de cobrança.

2.6.1 - Termos de Vendas

Uma empresa que vai conceder crédito a um cliente a seus clientes, precisa decidir a respeito de determinadas condições quando vende seus bens e serviços a prazo. Por exemplo, os termos de venda podem especificar o prazo de pagamento, o desconto por pagamento à vista, e o tipo de instrumento de crédito.

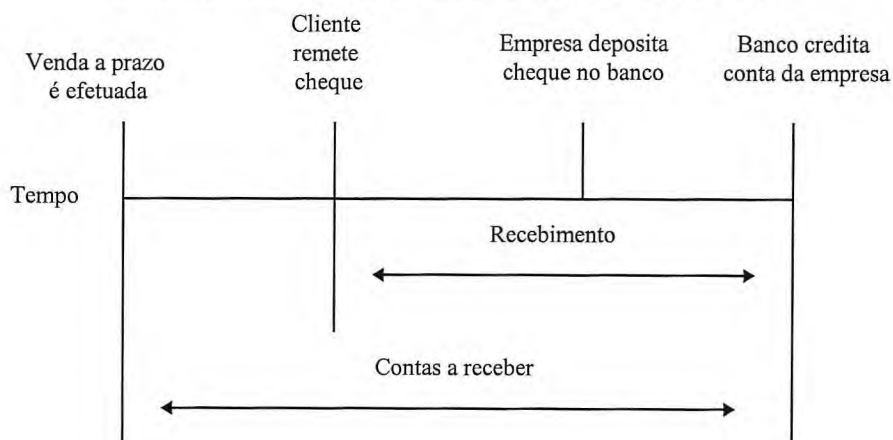
Um exemplo dos termos de venda: suponhamos que um cliente receba crédito com termos 5/10, 30 dias líquidos. Isto significa que o cliente tem 30 dias, a contar da data da fatura, para efetuar o pagamento. Além disso, é dado um desconto de 2% do preço de venda caso o pagamento seja feito dentro de 10 dias. Sendo os termos iguais a 60 dias líquidos, o cliente tem 60 dias a contar da data da fatura para pagar, e não há desconto por pagamento antecipado.”¹⁴

As vendas sendo sazonais, uma empresa poderá utilizar prazos sazonais.

Quando há conversão de crédito, cria-se uma conta a receber. Essas contas a receber incluem o crédito concedido a outras empresas, conhecido como crédito mercantil, bem como o crédito ao consumidor. Cerca de um sexto de todo o ativo de empresas industriais assume a forma de conta a receber.

O investimento em contas a receber, para qualquer empresa depende tanto do volume de vendas a prazo quanto do período médio de recebimento. Por exemplo, se as vendas a prazo por dia forem iguais a R\$ 1.000,00 e o período médio de recebimento for de 30 dias, seu saldo de contas a receber será de R\$ 30.000,00.

Abaixo, os fluxos de caixa da concessão de crédito:



¹⁴ ROSS, Stephen, WESTERFIELD, Randolph, JAFFE, Jeffrey. - Administração Financeira: Corporate Finance. 3ª Edição. São Paulo, Editora Atlas, 1995.

2.6.1.1 - Prazo de Crédito

Os prazos de crédito variam de um setor para outro.

“Por exemplo, uma joalheria pode vender anéis de diamante de noivado a 5/30, 4 meses líquidos. Um atacadista de alimentos, que vende frutas e vegetais, poderia usar 7 dias líquidos. Em geral, uma empresa deve considerar três fatores ao estabelecer um prazo de crédito:

- ⇒ **A Probabilidade de que o Cliente não Pague.** Uma empresa cujos clientes são de risco elevado pode acabar oferecendo termos restritivos.
- ⇒ **O Tamanho da Conta.** Se a conta for pequena, o prazo de crédito será menor. As contas de valores menores têm custo mais alto de administração, e os clientes são menos importantes.
- ⇒ **A Percibilidade dos Bens.** Se os valores dos bens utilizados como garantia forem pequenos e não puderem ser mantidos por períodos longos, menos crédito será concedido.

A ampliação do prazo de crédito efetivamente reduz o preço pago pelo cliente. Em geral, isto leva a um aumento das vendas.”¹⁵

2.6.1.2 - Desconto por Pagamento à Vista

Os descontos por pagamento à vista geralmente fazem parte da análise dos termos de venda. Esses descontos são utilizados muitas vezes para acelerar o recebimento por parte da empresa do valor devido pelo cliente. As empresas precisam comparar essa vantagem com o custo do desconto e aí, analisar o que mais será vantagem para ela.

Para essa análise lançamos mão do cálculo do valor presente da dívida, ou seja, consiste basicamente em trazer para a data presente (zero na escala de tempo) as grandezas monetárias que ocorrem no futuro, com a utilização de fatores de desconto.

A seguir identificamos dois exemplos:

Exemplo 1:

Um gerente financeiro de uma empresa X está analisando o pedido do principal cliente da empresa, que deseja um desconto de 3% para pagamento em 20 dias, numa compra de

¹⁵ ROSS, Stephen, WESTERFIELD, Randolph, JAFFE, Jeffrey. - Administração Financeira: Corporate Finance. 3ª Edição. São Paulo, Editora Atlas, 1995.

\$ 10.000. Em outras palavras, deseja pagar \$ 9.700 [\$ 10.000 x (1- 0,03)]. Normalmente, este cliente paga em 30 dias sem desconto. O custo de capital de terceiros da empresa X é 10%. O gerente determinou as implicações em termos de fluxos de caixa. Supõe que o tempo necessário para compensar o cheque recebido do cliente é o mesmo nas duas situações. Calculou o valor presente (VP) das duas propostas:

Política Atual:

$$VP = \frac{\$ 10.000}{1 + (0,1 \times 30/365)} = \$ 9.918,48$$

Política Proposta:

$$VP = \frac{\$ 9.700}{1 + (0,1 \times 20/365)} = \$ 9.647,14$$

Seu cálculo mostra que a concessão do desconto custaria à empresa X, \$ 271,34 (\$9.918,48 - \$ 9.647,140) em termos de valor presente. Conseqüentemente, a empresa estará em melhor situação com o esquema de crédito já existente.

Exemplo 2:

“Imaginemos que a empresa X tenha custos variáveis de \$ 0,50 por \$ 1 de vendas. Se for oferecido um desconto de 3%, os clientes aumentarão o volume dos pedidos em 10%. Ou seja, o cliente elevará o volume do pedido para \$ 11.000 e, com o desconto de 3%, pagará \$ 10.670 [\$ 11.000 x (1-0,03)] à empresa em 20 dias. Custará mais atender o pedido maior, pois os custos variáveis são de \$5.500. Os valores presentes líquidos são calculados a seguir:

Política Atual:

$$VPL = - \$ 5.000 + \frac{\$ 10.000}{1 + (0,1 \times 30/365)} = \$ 4.918,48$$

Política Proposta:

$$VPL = - \$ 5.500 + \frac{\$ 10.670}{1 + (0,1 \times 20/365)} = \$ 5.111,85$$

Fica claro que a empresa será beneficiada pela nova política de crédito que foi proposta, pois este aumento é o resultado líquido de vários fatores, incluindo os custos iniciais mais elevados, o recebimento mais rápido de fluxos de caixa, o nível mais alto de vendas, e o desconto.

2.6.1.3 - Instrumentos de Crédito

Grande parte do crédito é oferecida em **conta corrente**. Isto significa que o único instrumento de crédito formal é a fatura, enviada juntamente com a mercadoria, e que o cliente assina como prova de que os bens foram recebidos. A partir daí, a empresa e seus clientes registram a troca em seus livros contábeis.

Muitas vezes a empresa exige que o cliente assine uma **nota promissória**. Isto é utilizado quando o pedido é de valor elevado e a empresa espera algum problema na fase de cobrança. As notas promissórias podem eliminar controvérsias posteriores quanto à existência de um acordo de crédito.

Um problema com notas promissórias é o que são assinadas após a entrega da mercadoria. Uma maneira de obter um compromisso de crédito de um cliente antes da entrega dos bens envolve o uso de uma **letra de câmbio**. A empresa vendedora emite uma letra de câmbio exigindo que o cliente pague uma quantia especificada até uma certa data. A letra é, a seguir, enviada ao banco do cliente juntamente com a fatura. O banco faz com que o comprador assine a letra antes de entregar os documentos de remessa da mercadoria. A mercadoria pode finalmente ser enviada ao comprador. Se for exigido pagamento imediato, a letra será à vista.

Freqüentemente, mesmo a letra assinada não é suficiente para o vendedor. Neste caso, poderia exigir que o banco pague pelos bens e recolha o dinheiro do cliente. Quando o banco concorda em fazê-lo por escrito, chamamos o **documento de aceite bancário**. Ou seja, o banco aceita a responsabilidade pelo pagamento. Como os bancos geralmente são instituições bem conhecidas e respeitadas, o aceite bancário transforma-se num instrumento possuidor de liquidez. Em outras palavras, o vendedor dos bens pode vender (descontar) o aceite bancário no mercado secundário.

Uma empresa também pode utilizar um **contrato de venda condicional** como instrumento de crédito. Este é um dispositivo pelo qual a empresa conserva a propriedade legal dos bens até que o cliente tenha feito pagamento completo. Os contratos de venda condicional geralmente são pagos em prestações e contêm juros implícitos nesses pagamentos.

O mais utilizado instrumento de crédito utilizado no Brasil, hoje em dia, é o carnê de pagamento, em que o cliente paga mês a mês prestações, previamente acertadas com a empresa. Nesse caso, o bem já pertence totalmente ao comprador. Outro instrumento é o cartão de crédito, onde o cliente efetua as compras, podendo pagá-las integralmente através de faturas mensais, ou pode financiá-las pelo crédito rotativo, seguindo as regras de cada administradora e suas respectivas taxas de juros.

2.6.2 - Análise de crédito

Existem algumas maneiras de identificar bons e maus pagadores:

2.6.2.1- Informações de Crédito

Para se avaliar o crédito de um cliente podemos utilizar: **demonstrações financeiras** (uma empresa pode solicitar a um cliente que forneça demonstrações financeiras, pois essas demonstrações podem permitir o uso de regras de decisão a partir de índices financeiros calculados com os seus dados), **relatórios de crédito com o histórico de pagamento do cliente junto a outras empresas** (muitas organizações vendem informações sobre o nível de crédito de empresas. A maior e mais conhecida dessas organizações é a Dun & Bradstreet, que fornece aos seus assinantes um manual referência de crédito e relatórios de crédito de empresas isoladas. O manual de referência apresenta avaliações de crédito de vários milhares de empresas), os **Bancos** (os bancos geralmente fornecem alguma assistência a seus clientes em termos de aquisição de informações sobre o crédito merecido por outras empresas) e **a experiência de pagamento do cliente com a própria empresa** (a maneira mais óbvia de obter uma estimativa da probabilidade de não pagamento de um cliente é verificando se pagou contas anteriores).

2.6.2.2 - Escores de Crédito

As empresas tais como as companhias que emitem cartões de crédito têm desenvolvido modelos estatísticos sofisticados (conhecidos como modelos de escore de crédito) para determinar a probabilidade de inadimplência. Geralmente, todas as características relevantes e observáveis de uma grande amostra de clientes são estudadas para descobrir sua relação histórica com a ocorrência de inadimplências. Como esses modelos determinam quem merece e quem não merece crédito, não é surpreendente descobrir que têm sido alvo de regulamentação pelo governo. Por exemplo, se um modelo viesse a descobrir que as mulheres tendem mais a ser inadimplentes do que os homens, poderia ser usado para negar crédito a mulheres; ou quem mora de aluguel tendem a dever mais do que os que possuem casa própria; ou quem está na faixa etária até 40 anos é mais inadimplente do que os que estão na faixa de mais de 40 anos. Essa regulamentação transfere tais modelos do campo dos estatísticos para o dos políticos.

2.6.3 - Política de Cobrança

As empresas que concedem crédito devem estabelecer uma política para cobrir os pagamentos quando vencem. O administrador de crédito acompanha a experiência de pagamento com cada cliente, sendo estabelecido regras para a cobrança de inadimplente.

Além da política de cobrança, as empresas se utilizam muitas vezes de uma *factoring*. *Factoring* é a venda das contas a receber de uma empresa a uma instituição financeira

conhecida como *factor*. A empresa e o *factor* combinam os termos básicos de crédito para cada cliente. O cliente paga diretamente ao *factor* e este assume o risco associado aos clientes que deixam de pagar. O *factor* adquire as contas a receber com desconto, geralmente entre 0,35 e 4% do valor faturado. O desconto médio, em todo o mercado, talvez seja de 1 a 2%.

Como não é o intuito deste trabalho, não entraremos em detalhes sobre este tópico.

2.7 - Limites de Crédito

Uma instituição pode ter parâmetros definidos para limites de crédito a seus clientes, porém essa definição pode ser decorrência da adoção de uma política de crédito orientada para certo nível de risco considerado adequado para uma conjuntura.

“Certamente, são as três questões básicas que servirão para orientar a definição do limite de crédito a ser fixado para um cliente.

- Quanto o cliente merece de crédito?
- Quanto podemos oferecer de crédito ao cliente?
- Quando devemos conceder de crédito ao cliente?

Quanto o cliente merece de crédito é uma variável que pode assumir diversas grandezas, dependendo da qualidade do risco apresentado e do porte do cliente. De duas empresas com idênticas características quanto ao risco e saúde financeira, porém de tamanhos diferentes, a que for maior fará jus a um limite de crédito superior, em relação à menor.

Quanto podemos oferecer de crédito ao cliente é uma variável que decorre da capacidade de quem vai conceder o crédito. Um banco comercial de pequeno porte, ou mesmo uma pequena indústria, ao analisar uma grande empresa, poderá concluir que aquele cliente merece muito mais do que ele pode oferecer. Uma boa política de crédito deve definir o limite máximo que se deve conceder como crédito a um cliente, devendo tal limite sobrepor-se, inclusive, à capacidade de crédito do cliente.

Quanto devemos conceder de crédito ao cliente é uma variável que decorre da política de crédito adotada, com vistas na diversificação e pulverização da carteira de crédito. Pode-se analisar um cliente e concluir que o mesmo merece determinado limite, oferecendo aquele montante sem ultrapassar a fronteira estabelecida para atendimento a um cliente. Por

outro lado, fatores como ramo de atuação da empresa, ou mesmo a pouca experiência com ela, podem determinar que se tenha uma atitude cautelosa na fixação do limite de crédito”.¹⁶

Ao se pretender fixar um limite de crédito para um cliente, é necessário conhecer sua necessidade de recursos e sua capacidade de pagamento.

2.8 - Decisão de Crédito

A tomada de decisão pode ser entendida como a escolha entre alternativas. As pessoas no dia-a-dia tomam decisões optando entre as alternativas de que dispõem e conhecem. A análise do processo decisório é bastante complexa, envolvendo experiências anteriores, conhecimento sobre o que está sendo decidido, método para tomar decisão e uso de instrumentos e técnicas que auxiliem o administrador.

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.

Numa instituição financeira, a decisão de crédito está diretamente relacionada a diversos outros fatores, tais como: taxas, prazos e garantias.

2.8.1 - Níveis de Tomada de Decisão

Em cada organização, há os níveis de tomada de decisão, isto é, cada indivíduo decide dentro de sua alçada, segundo sua posição hierárquica.

As alçadas são os limites de crédito delegados pelas instituições aos órgãos e pessoas gestores de crédito, para decidir (aprovar ou reprovar) sobre operações superiores. Um dos objetivos principais das alçadas é permitir agilidade nas decisões e, portanto, auxiliar as áreas comerciais em sua capacidade de competir com os concorrentes, mantido um grau de segurança desejado.

Muitas instituições, por terem grande número de gestores de crédito e por operarem muito no varejo, contam com áreas técnicas especializadas para prestar suporte às áreas comerciais. Em todos os casos, o *feed back* (inadimplência) de que dispõe a maioria das instituições pode permitir-lhe avaliar a eficiência de sua estrutura para a concessão de crédito.

¹⁶ SILVA, JOSÉ P., Análise e Decisão de Crédito. Cap. 4, p. 64.

Nas instituições financeiras, as alçadas são estabelecidas de diferentes maneiras. Algumas determinam limites para seus gestores de crédito independente do tipo das operações quanto às garantias, aos prazos ou às origens dos recursos a serem utilizados.

“Não tomar decisão dentro de sua alçada é tão grave quanto tomar decisão que não lhe compete. Nos bancos, por exemplo, os gerentes de agência têm poder para conceder crédito até certo limite; acima desse limite, a decisão cabe a um Superintendente Regional, por exemplo. Dessa forma, as alçadas de decisão chegam até o Comitê de Crédito, que normalmente é o órgão com poder máximo de decisão sobre crédito”.¹⁷

2.8.2 - Métodos para Tomada de Decisão

Para tornar-se uma decisão, geralmente utiliza-se um determinado método (consciente ou inconsciente), como já levantamos anteriormente. A boa capacidade de julgamento foi considerado, durante muito tempo, uma importante característica de um bom administrador. Atualmente, apenas uma boa capacidade de julgamento não é o bastante, pois surgiram métodos que vêm sendo transmitidos de geração para geração com aperfeiçoamento progressivo e que são de extrema utilidade na tomada de decisão. A seguir, alguns métodos mais utilizados:

- **Métodos Quantitativos** → são considerados muito eficientes, pois são baseados em registros e cálculos. O uso da estatística, da Teoria das Probabilidades, é um valioso instrumento para a tomada de decisão. Outros recursos, como a Teoria de Bayes, análise fatorial e pesquisa operacional, por exemplo, têm sua aplicabilidade nas áreas de crédito (a empresa muitas vezes assume duas estratégias alternativas: conceder ou negar crédito. No caso positivo, vários fatores influenciam esta decisão - o preço unitário do produto oferecido pela empresa, a quantidade vendida, o custo unitário, a probabilidade de pagamento, o prazo de crédito, a taxa de desconto. Se a empresa oferecer crédito e os novos clientes pagarem, a empresa terá receitas $P'_0 Q'_0$ em um período, mas seus custos, $C'_0 Q'_0$ serão incorridos no período 0. Se os novos clientes não pagarem, a empresa terá custos iguais a $C'_0 Q'_0$ e nenhuma receita. A quantidade vendida é maior quando há crédito, pois atrai mais clientes. O custo unitário também é mais alto por causa dos custos de administração de uma política de crédito. No caso negativo, os seus fluxos de caixa serão imediatos: P_0, C_0, Q_0);
- **Simulações** → as simulações constituem-se em importantes métodos de tomada de decisão, à medida que permitem ao analista, a simulação das

¹⁷ SILVA, JOSÉ P., Análise e Decisão de Crédito. Cap. 5, p. 82.

situações prováveis e a obtenção de expectativas de resultados. Na área de análise e concessão de crédito podem-se fazer simulações de diversas alternativas em determinada projeção para se fazer uma análise de sensibilidade;

- **Experiência Anterior** → a decisão de crédito envolve diversos fatores, alguns objetivos e outros subjetivos. Assim, a experiência do analista de crédito constitui-se num importante instrumento. A visão de um analista deve ser muito ampla, envolvendo, além da análise econômico-financeira, conhecimento na área de administração de empresas, bem como certo grau de domínio acerca dos fatores políticos e macroeconômicos, inclusive a nível internacional. A nível de análise de dados objetivos, a preparação e o treinamento ajudam no desenvolvimento do analista com relativa rapidez. O conhecido “*feeling*” é algo que só é adquirido com o tempo e tal experiência é o que valoriza o profissional. Há uma série de fatores na análise de crédito que não são necessariamente quantificáveis e que por si só podem definir uma decisão de crédito. A chamada experiência anterior é o método mais antigo e mais usado, mas muito importante; há apenas dificuldade de ser transferido para as outras gerações, por causa das diferenças de condições ao longo do tempo, pois a experiência de um analista de crédito do século passado poderá não ser adequado hoje em dia. É necessário, então, a utilização de outros métodos como simulações e recursos quantitativos que, juntamente a uma experiência mais atual, comporão o processo decisório.

2.9 - Estrutura e Atribuições da Área de Crédito

Os recursos necessários à tomada de decisão podem compreender o uso do computador, as definições de atribuições e responsabilidades dentro das organizações e a existência de manuais e nomes de procedimentos.

Para uma visão geral acerca dos recursos para a tomada de decisão, a análise das atribuições da área de crédito é muito importante. As atribuições da área de crédito podem ser divididas em três grupos:

- **Atribuições Técnicas de Análises de Crédito** → essas atribuições compreendem os serviços especializados de análise da situação financeira, quanto de outros fatores que influenciam no desempenho financeiro dos clientes;

- Atribuições Especializadas e de Apoio → essa categoria não tem os tradicionais serviços de cadastro nem se enquadra nas conhecidas análises técnicas de crédito:
 - Serviços de identificação e montagem de grupos econômicos - identificação das ligações societárias, bem como do efetivo comando das empresas pertencentes a grupos ou conglomerados; as fontes de informações são as fichas cadastrais preenchidas pelas empresas nas quais constam quem são seus acionistas, bem como suas participações em outras empresas;
 - Serviços de análises setoriais - os serviços de análises setoriais compreendem a análise de setores, de ramos da economia; a análise setorial, numa área de crédito, tem grande relevância, à medida que sua conjugação com a análise financeira torna a abordagem de análise de crédito muito mais ampla;
 - Serviços de leitura de periódicos e elaboração de sinopses - consiste na leitura detalhada e posterior extração dos pontos relevantes das notícias veiculadas pela imprensa sobre empresas e/ou grupos de empresas;
 - Serviços de pesquisa e desenvolvimento de crédito - dada a grande relevância da estrutura creditícia, surge a atividade de pesquisa e desenvolvimento nas áreas de análise de crédito; esta é uma das funções de apoio que traz grandes benefícios, porém, há dificuldades, pois o resultado de tais pesquisas nem sempre é rápido e mensurável;
 - Serviços de treinamento e desenvolvimento de analistas - a necessidade de preparação de mão-de-obra especializada em termos de análise tem feito com a maioria das instituições financeiras desenvolva programas para formação específica de pessoal em análise de crédito;
 - Outras atribuições de apoio - compreendem desde datilografia, digitação para os sistemas de computação, controle e estatísticas de produção, acompanhamentos de processos, montagem de dossiês, manutenção de contatos com empresas para obtenção de informações adicionais, até serviços especializados como os de natureza jurídica, que são indispensáveis às áreas de crédito na elaboração de contratos de empréstimos e financiamentos, análises e adequação de cláusulas contratuais e garantias;

- Atribuições Cadastrais → durante muito tempo, os serviços de suporte para a decisão de crédito constituíram-se basicamente de órgãos de cadastro, que compreendiam a manutenção e guarda de documentos, mais as funções de fornecimento e obtenção de informações cadastrais de clientes. Ainda existem bancos (grandes) que não dispõem de uma área técnica de análise de crédito, estando partindo para reestruturação de seus métodos de trabalho e critérios para concessão de crédito a partir da necessidade confirmada pela crise por que passam as empresas e por suas necessidades de barrar a ação de falsários e inadimplentes. Os serviços de arquivos, serviços de prestação e obtenção de informações, análises de documentos, darão apoio à obtenção de dados cadastrais dos clientes;

2.9.1 - Recursos Materiais da Área de Crédito

2.9.1.1 - Pasta Cadastral

A pasta cadastral de um cliente tem por objetivo agrupar e guardar os documentos relativos a esse cliente necessários para a análise e decisão sobre propostas de crédito. É fundamental que os documentos sejam arquivados na pasta, de forma organizada e em bom estado de conservação. A pasta deve estar sempre atualizada com os documentos mais recentes, permitindo aos seus usuários decidirem com base em dados atualizados; ao mesmo tempo deve haver um sistema de eliminação de documentos que já não sejam utilizados e que não contribuam para o processo decisório. Os documentos devem ser classificados em divisões específicas, segundo sua natureza e frequência de uso, bem como devem ser arquivados em ordem cronológica, a fim de que os seus usuários possam localizá-los com rapidez e facilidade. Não existe um critério único ou padrão para organização da pasta cadastral, devendo cada empresa estruturá-la segundo suas necessidades.

2.9.1.2 - Ficha Cadastral

A ficha cadastral constitui-se num valioso instrumento auxiliar na análise e decisão de crédito, propiciando ao analista diversas informações relevantes sobre os cliente. Não há modelo único de ficha cadastral que seja o melhor para todas as empresas ou instituições financeiras, sendo necessário que cada instituição desenvolva e adapte seu próprio modelo de acordo com suas necessidades e com as características de seus clientes. A ficha cadastral deve ser completa e conter informações importantes para a análise, mas não deve conter um número excessivo delas, pois além de não serem usadas no processo, irão “irritar” o cliente, por causa do processo ser trabalhoso (Anexo 1).

2.9.1.3 - Computador

O computador e seus periféricos constituem-se na grande ferramenta de que os analistas necessitam, pois a sua contribuição a nível de processamento, armazenamento e classificação de informações propiciará a esses profissionais importantes instrumentos para a orientação do processo decisório e para direcionar a política de crédito. A informática pode auxiliar nas análises financeiras, no cadastro, nas análises de operações de crédito, auditoria, revisão e política de crédito, pesquisa e desenvolvimento de crédito.

3. - O Mercado e a Análise de Crédito: a Experiência de 4 Empresas

Sabemos que uma empresa vende bens e serviços, pode receber pagamento em dinheiro imediatamente ou esperar por um certo tempo para ser pago, ou seja, conceder crédito aos clientes. A concessão de crédito é o mesmo que fazer um investimento num cliente, um investimento vinculado a venda de um produto ou serviço.

3.1 - Objetivo

No presente capítulo, objetivamos apontar e discutir, após todas as conceituações apresentadas, como exemplos de modelos de análise de crédito à pessoas físicas, feitas por cinco empresas bem conceituadas no mercado cearense e brasileiro, que atuam em setores em pleno desenvolvimento no país, e mostrar através de dados advindos dessas próprias empresas, que uma análise bem estruturada poderia diminuir seus riscos como o nível de inadimplência e perdas, sendo uma arma forte contra estes problemas.

Para a caracterização do relacionamento destes sistemas de crédito com o volume de perdas e taxas de inadimplência empresas, utilizaremos alguns componentes de uma política de crédito como uma análise dos termos de venda, englobando os prazos de concessão de crédito, os descontos por pagamentos à vista e outros tipos de instrumento de crédito, verificando posteriormente, se a análise de concessões de crédito dessas empresas, bem como suas estratégias são acertadas, e em conformidade com os preceitos teóricos.

Os dados referentes a primeira empresa foram coletadas diretamente, pois sendo funcionária da mesma, a experiência adquirida facilitou o entendimento dos processos.

Para a coleta de dados referentes às três últimas empresas, foi feita uma pesquisa “in loco”, sendo utilizado um pequeno questionário composto das oito seguintes perguntas.

1. Qual o campo de atuações da empresa?
2. Quais os produtos oferecidos?
3. Quais os usuários mais freqüentes?
4. Quais os critérios adotados para aprovação de cadastro?
5. Os critérios são os mesmos ou são diferenciados dependendo do proponente?
6. Quais os vínculos com outras operações e/ou produtos?
7. Qual o índice de inadimplência enfrentado pela empresa?
8. Qual o volume de perdas e prejuízo da empresa?

3.9 - Caso 1: CREDICARD S/A ADMINISTRADORA DE CARTÕES DE CRÉDITO

3.2.10 - Um Breve Histórico

O primeiro cartão de crédito - Diners Club - surgiu nos Estados Unidos, em 1950. Em 1956, houve a implantação desse cartão no Brasil.

Em 1970, surgiu o primeiro cartão genuinamente brasileiro - o Citicard, criado pelo "The First National City Bank", atual Citibank. Com o sucesso deste cartão, nasceu neste mesmo ano, a Credicard S/A (de uma associação entre Citibank, Banco Itaú e o Unibanco) que já na década de 80, adquiriu papel importante no mercado de cartões de crédito, nascendo como um sucesso de lançamento: 180 mil associados e 15 mil estabelecimentos filiados em 3 anos.

Já em 1987, a Credicard S/A associou-se à Mastercard International e seu principal produto passou a chamar-se Credicard Mastercard. Foi essa integração que, além de trazer mais tecnologia à empresa, possibilitou duas inovações no cartão: a tarja magnética (para uso em caixas eletrônicos) e o holograma que evita falsificação.

No ano passado, 1996, a empresa apresentou uma nova imagem para divulgar sua marca: um cartão envolvido por anéis elípticos, que simboliza todo o universo de negócios de uma empresa com atuação global em meios de pagamento eletrônicos.

Além disso, nessa mesmo ano, houve a associação também à VISA, passando a emitir cartões Credicard VISA, além do tradicional Credicard Mastercard.

Neste ano de 1997, atingiu a marca de 6 milhões de clientes.

O Sistema de cartão de crédito Credicard S/A ou simplesmente Sistema Credicard envolve o estabelecimento, o banco, a Credicard e o associado.

O primeiro passo é o cliente enviar uma proposta de associação. O setor de crédito recebe, analisa, podendo aprovar ou não o pedido. O cartão é emitido e enviado ao cliente se a análise tiver resultado positivo.

Ao efetuar uma compra com cartão, o novo cliente o entrega ao lojista associado. Este, por sua vez, preenche o comprovante de vendas. Para ser reembolsado pela administradora, o estabelecimento deve entregar todos os comprovantes em uma das agências dos bancos associados ao Sistema e o crédito será efetuado após o prazo preestabelecido (com os descontos devidos). Ou, atualmente, o vendedor utiliza o POS (*post of sales*) - máquina eletrônica que fatura a compra do cliente, na hora, através do sistema *on line*.

Da mesma forma, o associado estará recebendo a fatura mensal de despesas, permitindo o pagamento em qualquer banco através de ficha de compensação.

3.2.2 - Elementos de Análise de Crédito

3.2.2.3 - Requisitos Básicos para a Obtenção do Cartão

- Idade Mínima:
 - Titular: 21 anos
 - Adicional: 16 anos
 - Credicard Universitário: 18 anos
- Documentação:
 - CPF / CIC
 - RG
- Comprovante de Renda:
 - Hollerith / Contra-cheque computadorizado, ou
 - Ficha cadastral do banco em que o cliente é correntista, ou
 - Notificação do Imposto de Renda (NIR), ou
 - Declaração da área de RH da empresa, em papel timbrado, com assinatura e carimbo do responsável, firma reconhecida em cartório, atestando os últimos 3 salários.
- Comprovante de Residência:
 - Conta de água, ou luz, ou telefone, que não precisam, necessariamente, estar em nome do proponente).
- Bom conceito de crédito;
- Ser submetido à análise do Sistema Credicard S/A;

- Credicard Universitário:

- Comprovante de matrícula, ou
- Comprovante de pagamento da mensalidade, ou
- Declaração assinada pelo reitor/diretor do curso, com carimbo e identificação em papel timbrado, original, com nome e número de matrícula do aluno.

Público Alvo:

- Regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste
 - Estudantes de todos os anos de universidades/faculdades públicas e particulares;
- Regiões Norte e Nordeste
 - Estudantes de todos os anos de universidades/faculdades públicas;
 - Estudantes a partir do 3º ano de universidades/faculdades particulares.

3.2.2.2 - Método de Análise de Crédito

A análise de propostas compreende quatro fases: a recepção, a digitação, a análise e a decisão de crédito.

Na fase da recepção, há o controle das propostas (guarda em arquivo). O cliente tem direito à privacidade de dados e de sua abertura, o proponente fica ciente desde o preenchimento da proposta (Código de Defesa do Consumidor, Art. 43, § 2º; Const. Federal, Art. 5, X e XII).

Uma segunda fase é a digitação dos dados no sistema computadorizado, com a separação dos documentos enviados pelo proponente.

Com a análise propriamente dita, há a aplicação das políticas de crédito adotadas pela empresa: análise de documentos (averiguação da autenticidade), pesquisa / investigação / confirmação de dados, pesquisa de restrições (SPC, Serasa, Telecheque), adequação do produto requisitado à renda do proponente.

O ponto principal dessa análise utilizada pela Credicard S/A é o conceito de “Credit Score”, ou seja, um sistema mecânico de pontuação (scores) para pré-selecionar os pedidos de crédito, onde pretende-se provar que algumas categorias de devedor são piores em

termos de risco do que outros. O “Credit Score” tenta determinar a probabilidade de inadimplência. Para a criação deste modelo, todas as características relevantes e observáveis de uma grande amostra de clientes foram estudadas para descobrir sua relação histórica com a ocorrência de inadimplências. Por exemplo, os devedores que não têm telefone podem entrar em incumprimento mais rápido que os que o possuem. Do mesmo modo, devedores que vivem em casas alugadas, que não têm conta bancária, que necessitam do cartão para pagar despesas com saúde, além de serem divorciados e terem um rendimento mensal de R\$ 600.00, são mais arriscados que a média.

Abaixo um exemplo de uma tabela de escores (não necessariamente a utilizada pela empresa):

Item Analisado	Escore Dado
1. Tem:	
Um ou mais telefones	.7
Nenhum telefone	7.0
2. Vive em:	
Casa própria	.7
Casa arrendada	2.2
Com os pais	3.3
Casa alugada	7.3
3. Tem:	
Uma ou mais contas bancárias	.8
Nenhuma conta bancária	2.6
4. Tempo de residência	
Seis meses ou menos	3.1
De 7 a 60 meses	1.4
Mais de 60 meses	.8
5. Tempo de trabalho:	
Seis meses ou menos	3.2
De 7 a 60 meses	1.5
Mais de 60 meses	.9
6. Estado Civil	
Solteiro	1.6
Casado	1.0
Divorciado	2.9
7. Profissão	.4 a 3.5
8. Rendimento Mensal	
R\$ 500,00	2.3
De R\$ 600,00 a R\$ 1.000,00	1.1
De R\$ 1.000,00 a R\$ 2.500,00	0.8
De R\$ 2.500,00 ou mais	0.2
9. Idade	
De 18 a 21 anos	1.8
De 22 a 30 anos	1.5
De 31 ou mais	1.0
10. Possui outro cartão de crédito no mercado	
Sim	1.0
Não	1.5

Calculando de acordo com a tabela, os exemplos dados anteriormente, temos:

- Não tem telefone: 7.0
- Casa alugada: 7.3
- Não tem conta bancária: 2.6
- Divorciado: 2.9
- Renda R\$ 600,00: 1.1

$$7.0 + 7.3 + 2.6 + 2.9 + 1.1 = 20.9 \rightarrow \text{O índice de risco seria de } 20.9$$

A empresa tem para cada informação necessária à obtenção do cartão um certo score, no somatório final, o proponente terá que atingir uma média pré-determinada, se isto não ocorrer, a proposta será negada.

A decisão de crédito, última fase, é dado pelo Setor de Processamento de Crédito, sendo positiva se todos os requisitos atingidos.

Posteriormente, há a comunicação ao cliente da aprovação ou não da proposta, e em caso positivo, há o envio do cartão para o cliente.

3.2.3 - Inadimplência e Perdas

O “fantasma” da inadimplência não está presente somente no comércio em geral, também, e principalmente existe nas empresas administradoras de cartões de crédito, setor este que cresce a cada dia.

Somente nas Praças do Ceará, Rio Grande do Norte e Piauí, nas quais a Filial Fortaleza da Credicard S/A atua, somente no mês de junho de 1997, a inadimplência atingiu US\$ 5 milhões, para uma receita líquida de US\$ 19 milhões, aproximadamente.

O acumulado do volume de perdas no ano de 1996, pela empresa, foi do montante de US\$ 400 milhões.

3.2.4 - Possíveis Causas do Incumprimento dos Clientes

A análise de crédito utilizada pela empresa possui algumas falhas, principalmente no que tange à confirmação de dados dos clientes, o que favorece bastante a sonegação ou fornecimento de informações inverídicas.

Isso facilita a ação de pessoas fraudulentas, que se aproveitam da fragilidade desse campo da análise de crédito de muitas administradoras de cartões, para se utilizarem da falsidade ideológica, muitas vezes, com fins ilícitos.

Uma boa parte dos cartões de créditos bloqueados e depois cancelados por inadimplência, são solicitados por membros de “gangues” especializadas em fraude e falsificação de cartões.

“Nos últimos dois anos, o volume de fraudes envolvendo cartões de crédito tem crescido na mesma proporção percentual de seu uso tanto no Brasil quanto no exterior. As fraudes são tantas que se tornaram motivo de encontros internacionais entre especialistas cuja principal atividade é tentar desbaratar o *modus operandi* dos malandros individuais e das quadrilhas organizadas, que causam prejuízos a usuários e a empresas em todo o país... há uma maior incidência de crimes como fraudes por estelionato - que compreendem roubos, falsificações de cheques, documentos e cartões de crédito. No ano passado, os prejuízos que o Brasil registrou somente com fraudes em cartões de crédito chegaram a US\$ 200 milhões, nada menos que 40% acima dos valores computados em 1995.”¹⁸

Um dado interessante registrado também, é que atualmente, grande parte dos clientes que têm baixo poder aquisitivo (renda mínima para se obter um cartão Credicard é de R\$ 500,00) são “melhores pagadores” que os demais. Poderíamos atribuir este comportamento ao fato de que esta fatia da população seria mais prudente com relação ao seu “parco” orçamento, ou talvez, a maior necessidade de crédito no dia-a-dia, sendo preciso a preservação dele. Esse é um dado que poderia influenciar com exceção na análise de crédito das pessoas físicas.

Outro fator que poderá ser acusado como uma das causas de um crescimento do número de inadimplentes nas empresas de cartões de crédito é o aumento do IOF (Imposto sobre Operações Financeiras) que deve reduzir o refinanciamento e pode aumentar significativamente a taxa de inadimplência. Para as administradoras, se o imposto for mantido nesse patamar (o imposto aumentou de 6% para 15% ao ano) poderá ser suportável, mas se continuar crescendo, vai causar um grande problema.

Com o Plano Real a venda de cartões cresceu até 311%. Só a Credicard faturou em 96, US\$ 12 bilhões, ou seja, cresceu 52% e quer crescer mais 15% em 1997. Analisemos que houve também um volume de perdas de US\$ 400 milhões, que poderão aumentar neste ano se medidas mais coercitivas de análise de crédito não forem tomadas.

A análise, principalmente dos dados cadastrais, bem como sua veracidade, deveria ser mais rígida. Mas, o que será mais importante para a empresa: a qualidade ou a quantidade de clientes ?

¹⁸ Gazeta do Povo - Curitiba, 24/06/97 - 3ª página.

3.3- Caso 2: FININVEST S/A

3.3.4 - Um Breve Histórico

Fundada em 1961, por Antunes Maciel, ao longo de sua existência, a Fininvest experimentou sempre um excelente nível de desenvolvimento e diversidade de segmentos na área financeira.

O Grupo optou por atrelar sua base de negócios tornando-se um banco múltiplo e distribuidor de títulos e valores mobiliários. A empresa instalou-se em quase 95% do território nacional.

Especializada em crédito direto ao consumidor (distribuídos entre seus produtos para segmentos de pessoas físicas - Cartão VISA, Finincred, e pessoas jurídicas - Cartão Loja), administra em carteira mais de 3 milhões de clientes em todo o Brasil.

Desde 1995, a empresa associou-se ao Grupo Icatu, um dos mais fortes do mercado financeiro. A partir de fevereiro de 1996, houve, também a associação com outro forte e significativo banco, o Unibanco, o terceiro maior banco de varejo do país.

A empresa detém hoje a tecnologia mais avançada de seu segmento de negócios, desenvolvida para dar suporte às operações de crédito mais sofisticadas e a um movimento de mais de 2 milhões de transações/mês.

3.3.5 - Elementos da Análise de Crédito

3.3.2.6 - Requisitos Básicos para a Obtenção do Crédito

- Documentação (original):
 - CPF / CIC
 - RG
- Comprovante de Renda;
- Comprovante de Residência;
- Nada consta do SPC (Serviço de Proteção ao Crédito);

- Enquadramento de Renda X Prestação (o valor que o cliente pagará à empresa não deve ultrapassar a um certo percentual de sua renda);
- Experiência de Crédito (débitos feitos e cumpridos em outras instituições);
- Referências Pessoais (pessoas que poderiam fornecer ou confirmar informações sobre o cliente) ou ;
- Comprovação de Recursos Compatíveis.

3.3.2.2 - Método de Análise de Crédito

Há uma análise diferenciada para os vários produtos oferecidos pela empresa, bem como uma análise caracterizada como “mais rigorosa”, para a aprovação de cartões de crédito.

No “Cartão Loja”, há um comprometimento de apenas 40% da renda do cliente, ou seja, para evitar um futuro estrangulamento do poder de compra, a Fininvest achou prudente, após várias análises, que o limite de compras fosse de apenas 40%. Já a renda mínima necessária para a obtenção do referido produto é de R\$ 200,00. O “Cartão Loja” é utilizado tanto para compra como para saque. O intuito é unificar. Esse cartão caracteriza a associação da Fininvest com marcas de outras empresas, cabendo a ele a administração desses débitos e também sua cobrança (Ex: Cartão Bunny’s, Pé do Atleta, Feijão Autopeças, etc.).

O Cartão “Fininvest VISA” é mais “elitizado”, isto é, há um comprometimento de 60 % da renda líquida (limite de crédito) e a renda mínima para a aquisição do cartão é de R\$ 400,00.

A Fininvest tem um cartão para clientes que ganham apenas um pouco mais que o salário mínimo (Fininvest Especial), ou seja, R\$ 160,00 e comprometimento da renda é de 60%. Como o valor da renda mínima é considerado baixo pela empresa, foi dado ao cliente a possibilidade de uma utilização maior de seu limite de crédito, que seria no caso, até o valor de R\$ 96,00. Este cartão é bastante procurado pela população de baixa renda.

O Finincred é o crediário proporcionado pela empresa. A renda apresentada deve ser de no mínimo R\$ 160,00 e o limite de crédito é dado de acordo com o plano de prestação, ou seja, até o plano de 6 (seis) prestações, o limite é de 30% da renda; de 7 a 12 prestações, o comprometimento é de 20%; já de 13 a 24, que é o máximo permitido, o limite chega a 15%.

A empresa, através do Banco Fininvest S/A, oferece também, a possibilidade do Cheque Programado / Simplificado, onde até 30% da renda pode ser comprometida e o limite de crédito é condicionado ao talonário de cheques cedido ao cliente.

Os usuários mais freqüentes dos produtos oferecidos pela empresa são os assalariados (principalmente os de baixa renda) e os funcionários públicos.

A análise de crédito da empresa é mais simplificada no que tange à fórmulas e estatísticas. O cliente deve se enquadrar nos requisitos mínimos, recebendo o crédito de acordo com sua renda.

3.3.3 - Inadimplência e Perdas

De acordo com informações fornecidas, a inadimplência na empresa chega a 20% dos requisitantes, ou seja, não pagam suas dívidas e são encaminhados à área de cobrança (não nos foi permitido o acesso à números).

Já no caso do volume de perdas, chega a 15%, isto é, são incobráveis por vários motivos: fraude, não localização, falta de condições financeiras, falecimentos, etc.

Isto significa que na empresa apenas 5% dos devedores inadimplentes poderão chegar a pagar suas dívidas à empresa.

3.3.4 - Possíveis Causas do Incumprimento dos Clientes

Como é sabido, muitas vezes as empresas não atentam para a estruturação de uma análise de crédito que lhe sirva como um “escudo” contra maus pagadores.

Onde mais pecam, hoje em dia, é no que diz respeito à veracidade dos dados fornecidos pelos clientes, como principalmente, a renda, residência, telefones para contato, patrimônio, outros compromissos financeiros, pois tudo isso tem participação ativa na capacidade de pagamento do cliente.

Como foi informado pela própria, dos 20% de inadimplentes, somente 5% poderão pagar suas dívidas, fato este que poderia ser evitado, se muitos dos casos de fraude, ou falsidade ideológica fossem tolhidos no momento da análise de crédito, podendo assim aumentar os lucros da empresa, aumentando seus recebimentos.

A título de informação, algumas ações da empresa podem ser consideradas “perigosas” como o fato da captação de clientes para a financeira nas ruas (projeto iniciado no Rio de Janeiro). As condições oferecidas são as mesmas encontradas em qualquer uma das 65 lojas espalhadas pelo país. A análise de crédito é realizada em, no máximo, 20 minutos. O cliente deve apresentar somente CPF, Carteira de Identidade e comprovante de renda e residência. O candidato ao empréstimo espera, nesta fase experimental do projeto, 24 horas para ter confirmada a aceitação de sua proposta. Em seguida, acerta a retirada da quantia desejada.

3.4 - Caso 3: BANCO DO ESTADO DO CEARÁ - BEC

3.4.1 - Um Breve Histórico

O banco foi criado pela Lei n.º 6.082, de 08/11/62, da Assembléia Legislativa do Estado do Ceará, no governo do Gov. Parcival Barroso. Em 1970, teve seu Capital aberto, e hoje, cerca de 99% de suas ações pertence ao Governo do Estado. Já no ano de 1973, houve a instalação da Carteira de Câmbio, da BEC Distribuidora, da Carteira de Open Marketing e da BEC Corretora de Seguros.

No período 1987/90, o BEC foi transformado em banco múltiplo e passou a operar em todos os segmentos do mercado, eliminando uma pesada estrutura de conglomerado, ganhando eficiência e agilidade, e diminuindo, de forma significativa seus custos operacionais.

Em 1991, o BEC iniciou um amplo processo de modernização de sua estrutura administrativa, com regime de parceira com seus funcionários, e parte para o uso intensivo de tecnologia. Todas as agências forma informatizadas e interligadas. O BEC foi o segundo banco brasileiro a se conectar à Internet.

A idéia de privatizar o banco surgiu em 1995, pelo Governo do Estado, seu acionista controlador. Até o momento não houve uma definição sobre o futuro do BEC. Sabe-se que a direção do banco e o Governo do Estado estudam algumas alternativas: privatização, transformação em banco de fomento, novo perfil voltado para os micro e pequenos empresários, etc.

Em março desse anos, o BEC lançou um plano de Incentivo a Demissão Voluntária. Aproximadamente 600 funcionários aderiram ao IAV. Agora, o banco reestrutura toda sua rede de atendimento (agências e postos de serviço) e a sua direção geral. Com a saída de pessoal, através do IAV, o BEC tem hoje 1.648 funcionários.

O banco iniciou, também, um processo de enxugamento de sua rede de agências. Duas delas já foram fundidas, quatro outras deverão ser absorvidas a curto prazo e uma foi fechada (Solonópole, na região do Cariri). Tem-se hoje: 25 agências em Fortaleza, 51 no Interior do Estado e outras duas em São Paulo e Brasília.

Os números do banco: 100 mil correntistas, 300 poupadores, pagamento a 100 mil pensionistas e pagamento, também, a 120 mil funcionários do Estado.

3.4.2 - Elementos da Análise de Crédito

3.4.2.1 - Requisitos Básicos para a Obtenção do Crédito

- Inexistência de Restrição Cadastral (SPC, Serasa, Protestos, Execuções Judiciais);
- Comprovação de Endereço Residencial e Comercial;
- Comprovação de Rendimentos;
- Comprovação de Recursos Computáveis (Imóveis e outros bens);
- Outras Informações (Tempo de serviço/atividade, cargo ocupado, experiências em outras instituições comerciais);

Estes são os principais dados da ficha cadastral. O deferimento de crédito é baseado principalmente na inexistência de restrições cadastrais e no enquadramento do valor requerido, com base em percentuais mínimos de comprometimento de rendas comprovadas (na maioria dos casos, 25% da renda).

3.4.2.2 - Método de Análise de Crédito

Vários produtos são oferecidos por uma instituição bancária, principalmente sendo pública.

Alguns deles: Empréstimos com Consignação (fornecidos à pessoas físicas), Cheque Especial (pessoas físicas e jurídicas), Crédito Direto ao Consumidor - CDC, Crédito Direto ao Consumidor com Interveniência - CDCI (fornecido a funcionários públicos estaduais, mediante a apresentação de contracheque, desde que não tenha nenhuma restrição cadastral), Desconto de Duplicatas / Cheques Pré-Datados, Empréstimos com Caução de Recebíveis (Duplicatas, Cheques, etc.), ARO - Antecipação de Receitas Orçamentárias (fornecido a Prefeituras Municipais), Convênio de Recebimentos / Pagamentos, Venda de Cartões de Crédito (bandeira Credicard BEC).

Os critérios de negociação dependem do cliente, ou seja, de sua capacidade creditícia, das garantias reais oferecidas (bens) e do tipo de crédito pleiteado (direto, com recebíveis, etc.).

A análise de crédito bancária se resume na averiguação de restrições que o cliente venha a ter e das garantias que venha a oferecer, pois se houver inadimplência por parte do

devedor, este estará lastreado por bens, ou por avalistas e fiadores, no caso de empréstimos, CDC, CDCI.

Esta atitude vem procurar diminuir o índice de não-pagadores, pois a análise é feita com maior rigor, no que se refere à veracidade das informações, e por se tratar de uma instituição bancária, os clientes têm maior receio de futuras retaliações, o que tolhe maiores tentativas de burlar as ações da área de crédito.

Os usuários mais freqüentes destes produtos do banco são pessoas físicas, principalmente funcionários públicos, principalmente pelo fato de ser um banco público estadual.

No que se refere aos vínculos com o cliente, o banco dá preferência para a flexibilização de taxas / tarifas / limites, conforme a reciprocidade de cada cliente.

3.4.3 - Inadimplência e Perdas

Conforme informações fornecidas pelo próprio banco, a inadimplência atinge cerca de 10% em média, casos estes que se não pagos, são encaminhados para protestos em cartório (havendo títulos) e futuramente, para execução judicial, conforme o direito judicial lhe assiste.

Já o volume de perdas (incobráveis) chega também à casa dos 10% (os números de inadimplência e perdas não nos puderam ser fornecidos).

Justamente por causa do número de inadimplentes, o banco criou a seis meses atrás, uma Superintendência especial responsável pela cobrança ativa dos mesmos.

3.4.4 - Possíveis Causas do Incumprimento dos Clientes

Sendo uma instituição bancária, há uma maior atenção às análises de crédito feitas. As pesquisas tendem a ser mais rigorosas no que diz respeito aos dados e características dos clientes, e garantias são exigidas.

A faixa de inadimplência e o volume de perdas da instituição estão nos padrões normais - 10% - levando-se em conta o montante de negociações feitas pelo banco.

Um dos principais motivos verificados para o incumprimento dos débitos dos clientes é a falta de condições de pagamento, onde a renda é insuficiente, ou melhor, tornou-se insuficiente, pois em muitos dos casos as taxas de juros cobradas fazem com que os rendimentos do devedor não acompanhem os reajustes, mesmo que possa haver uma equivalência ou

proporcionalidade (no momento da análise de crédito não é previsto este tipo de problema futuro, que pode ser impulsionado pela própria instituição).

3.5 - Caso 4: BANCO INDUSTRIAL E COMERCIAL S/A - BICBANCO

3.5.6 - Um Breve Histórico

A história do banco começou em 1938, quando José Bezerra de Menezes, político, empresário, pecuarista, produtor e comerciante de algodão, teve a idéia de fundar uma cooperativa de crédito na cidade de Juazeiro do Norte, junto com um grupo de amigos. A região era o Cariri - sul do Ceará. Em poucos anos essa cooperativa tomou tal destaque na vida da cidade, que foi preciso partir para um novo modelo. E assim foi criado, em 1944, o Banco do Juazeiro S/A . Na década de 70, o crescimento do banco implantou-se com maior rapidez . Em 1972, foi absorvido o Banco do Cariri, da vizinha cidade do Crato. Com a absorção, a razão social passou a ser Banco Industrial do Cariri S/A .

O Grupo Bezerra de Menezes impulsionou a transformação do banco em instituição nacional a partir da década de 80. Em 1981, o banco também se instalou em São Paulo. Nascia aí, o Banco Industrial e Comercial S/A - BICBANCO.

Já em 1989, o BICBANCO tornou-se banco múltiplo, apto para concorrer com os grandes conglomerados financeiros. Nesse momento foi iniciado um processo de profissionalização mais abrangente, com base em uma estrutura em São Paulo, a fim de melhor desenvolver produtos e serviços. No início de 1990, foi implantado, na capital paulista, um núcleo de administração, que produziu um trabalho de profissionalização e de transferência, de forma ordenada.

Em 1995, com 38 agências e já localizado em todas as regiões do país, o BICBANCO transferiu sua sede para São Paulo. No ano seguinte, o presidente Francisco Humberto Bezerra e o vice-presidente José Aduato Bezerra, filhos do fundador, passaram a presidência do BICBANCO a José Bezerra de Menezes e a vice-presidência a José Aduato Bezerra Júnior, ambos netos de José Bezerra. É a terceira geração que assume o comando do banco, que é considerado hoje um dos maiores bancos comerciais brasileiros.

3.5.2 - Elementos da Análise de Crédito

3.5.2.1 - Requisitos Básicos para a Obtenção do Crédito

- Elaboração da ficha cadastral, com os dados e informações a respeito do cliente, de modo a identificar seu perfil sócio-econômico;
- Consulta de restrições cadastrais: SPC, Serasa e SCI - Telecheque (verificação da Circular 559 do BACEN, protestos e ações judiciais, cheques devolvidos, roubados ou extraviados);
- Confirmação de dados profissionais: empresa, rendimentos, tempo de serviço, cargo ocupado, etc.;
- Obtenção de informações no comércio local: bancos, lojas, financeiras, etc.;
- Referências pessoais;
- Patrimônio do cliente (imóveis, veículos, etc.)

3.5.2.2 - Método de Análise de Crédito

Os produtos geralmente mais oferecidos aos clientes são o Cheque Especial, o Crédito Direto ao Consumidor (CDC) e o leasing.

Os critérios, utilizados para a aprovação do crédito, são semelhantes nos vários produtos. Podem ser aprovados, também, créditos a clientes fora do padrão (por exceção), desde que lastreados por garantias reais, avalistas, e que o valor cubra o principal, adicionado de encargos do empréstimo.

O público alvo dos produtos do banco são, os bancários em geral, os funcionários públicos e também, os executivos de empresas privadas.

Os produtos têm em comum o fato de todos eles objetivarem atender às pessoas físicas, principalmente.

3.5.3 - Inadimplência e Perdas

O índice de inadimplência (informado pelo banco) no início do ano de 1997, logo nos primeiros meses foi considerado alto (acima de 8%), porém atualmente chega a 2,3% do total da Carteira de pessoas físicas, o que representa um bom índice, principalmente por se tratar de uma instituição bancária privada.

Já no que se refere às perdas financeiras da empresa, o índice chega a 2,5% da Carteira, número este, também considerado bastante satisfatório pelos analistas de crédito do banco.

3.5.4 - Possíveis Causas do Incumprimento dos Clientes

Como já foi citado nos casos dos bancos públicos, a questão das altas taxas de juros também deve ser levada em consideração no que se refere às dívidas dos clientes de bancos privados, fator este que os predispõem com maior facilidade à inadimplência.

Muitas vezes, o risco de se aceitar certos clientes não é mensurada corretamente, havendo várias incongruências, principalmente no que tange à análise cadastral. Esse tipo de problema também ocorre nas instituições bancárias e não só no comércio varejista e outras instituições do mercado.

Um motivo importante citado pelo banco é a instabilidade da política econômica governamental. Esse fator, principalmente, a quatro ou cinco anos atrás, era fundamental, pois os clientes tinham seus rendimentos consumidos pela alta inflação. Com o Plano Real e a economia mais estável, o consumidor adquiriu uma maior estabilidade.

Deve-se levar em conta também certos pontos que poderão levar clientes que já tiveram problemas com seus antigos credores: passagens negativas nos órgãos de proteção ao crédito, títulos passados protestados por outras empresas (mesmo que já tenham sido sanados), identificação de freqüentes atrasos e pagamentos de juros na liquidação de outras dívidas.

Tudo isso pode afetar a situação financeira de uma empresa, bem como sua margem de lucro pode diminuir consideravelmente, se seu capital for dilapidado por um número cada vez maior de inadimplentes.

CONCLUSÃO

Finalmente, chegamos à conclusão de que é de suma importância uma análise bem estruturada em uma empresa que lida com concessão de crédito à pessoas físicas.

A política de crédito deve representar um suporte de caráter financeiro e operacional capaz de proporcionar à empresa o alcance de seus objetivos previamente definidos.

Não se tem uma fórmula de política ótima de crédito, pois depende das características de cada empresa. Os resultados, positivos ou não, dependerão do esforço de cada uma em seguir os requisitos mínimos para a estruturação de uma área de crédito razoável, que possa inibir ações fraudulentas, bem como eliminar cadastros de clientes tidos como indesejáveis, por causa de suas características duvidosas, requisitos estes evidenciados no presente trabalho.

Tratamos aqui das várias características relacionadas ao crédito, conceituando-o de maneira geral, citando seus principais objetivos, passando pelos 4 “C” de Crédito e, principalmente, tratando dos créditos dados à pessoas físicas em seus contornos mais amplos, tecendo, também, comentários sobre algumas das formas mais usuais de garantias oferecidas nos empréstimos a indivíduos, levando em conta seus riscos e as fontes de repagamento. Os aspectos de uma política de crédito também foram analisados, bem como seus termos de venda, seus prazos e os instrumentos utilizados. A estrutura ideal e as atribuições de uma área de crédito estiveram também em voga.

Apesar de toda essa estruturação proposta, a função de emprestador de recursos reveste-se de uma grande dose de percepção pessoal dos eventos e circunstâncias que envolvem e caracterizam cada tomador de créditos em potencial. Muitos destes eventos e circunstâncias podem ser adequadamente quantificados por instrumentos que envolvem técnica e sofisticação. Há sempre uma parcela de subjetivismo, de contribuição pessoal de cada analista de crédito, à luz de sua experiência e cultura, que jamais poderão ser descartados.

Até pela atualidade do tema e pela larga difusão da prática das pessoas em geral em “esticar” o orçamento mensal, esse trabalho tratou dessa problemática, ainda que de forma sucinta, e não essencialmente jurídica, bem como da fundamental importância de uma análise de crédito bem estruturada, o que deve se transformar numa arma contra maus clientes, com tendência à inadimplência e evitando assim, possíveis perdas das empresas.

Aqui também citamos o exemplo de quatro grandes empresas - uma administradora de cartões de crédito, uma financeira, um banco público e um banco privado - todas com vulto nacional e apontamos seus principais produtos oferecidos a essa fatia da população e as características de suas políticas de crédito.

Chegamos à uma importante conclusão: os números de clientes inadimplentes aumenta a cada dia e se não forem tomadas algumas atitudes no que tange à melhoria da

estrutura das áreas de crédito, bem como suas respectivas análises efetuadas, esse quadro tende a se agravar.

Com isso, esperamos ter contribuído positivamente para a informação e esclarecimento de algumas dúvidas relacionadas ao assunto, e sabemos que muitas análises ainda devem ser feitas para a construção de uma política ótima de crédito, pois sabemos que “o tempo é caro e é mais caro quando se investe tempo em recuperar lucros em vez de gastá-lo na geração de novos negócios, relacionamentos e novos lucros”.¹⁹

¹⁹ SCHRICKEL, W. K. , Análise de Crédito - Concessão e Gerência de Empréstimos, Introdução.



ANEXO I



Oferta!

Nome do Funcionário _____
CPF Nº _____

Envie hoje mesmo e ganhe um cartão adicional gratuito.

Por favor, faça a sua opção

- Credicard® MasterCard® com validade nacional
- Credicard® MasterCard® International
- Credicard® MasterCard® Gold
- Caso não tenha renda suficiente, autorizo a emissão do cartão Credicard® MasterCard® adequado à minha renda

Por favor preencher os dados abaixo em letra de forma.

Por-Favor, Fale um Pouco de Você

Nome completo (por extenso) _____

CIC / CPF _____ Data de Nascimento _____

Nacionalidade _____ Nº de dependentes _____

Estado Civil (1) Casado (2) Solteiro (3) Viúvo (4) Desquit./Separ. (5) Divorc. (6) Outros M F

Sexo _____

Identidade _____ Órgão Emissor _____

Naturalidade (cidade) _____ Estado _____

Nome do Pai _____

Nome da Mãe _____

Dados Complementares

Seguros: (1) Não possui (2) Pessoal (3) Plano de Saúde
 (4) Veículos (5) Residencial (6) Outros

Consórcio: (1) Não participa (2) Veículo
 (3) Eletrodomésticos/bens duráveis

Credciário: (1) Não utiliza (3) Eletrodomésticos/bens duráveis
 (4) Vestuário (5) Móveis

Possui Veículo Próprio? Não Sim
 Marca/Modelo: _____
 Ano: _____

Cartões de Crédito (somente se Titular):
 (1) Diners Club (2) Bradesco (3) Nacional (5) American Express
 (7) Solla (8) Outros MasterCard (9) Outros Visa

Valor aproximado do Patrimônio Pessoal: R\$ _____,00

Por Favor, Fale Onde Você Mora

Endereço completo _____

Bairro _____

Cidade _____ Estado _____

CEP _____ Telefone _____ Ramal _____

Telefone: (1) Próprio (2) Alugado. (3) Recados (4) Não tem

Residência:
 (3) Com os pais (6) Própria quitada (7) Própria em financiamento
 (2) Alugada (5) Funcional (4) Outros

Tempo de residência: Anos _____ Meses _____
 Endereço para correspondência: Comercial Residencial

Suas Referências Pessoais e Bancárias

Pessoal / Nome _____
 DDD _____ Telefone _____ Ramal _____

Bancária / Conta Corrente: Comum Cheque Especial Não tem
 Nome do Banco _____
 Nº Conta Corrente _____ Nº Agência _____
 Poupança: Não Sim
 Nome do Banco _____ Nº Agência _____

Por Favor, Fale do seu Trabalho

Empresa _____

Endereço completo _____

Bairro _____

Cidade _____ Estado _____

CEP _____ Telefone _____ Ramal _____

Tempo de serviço: Anos _____ Meses _____

Profissão _____

Cargo _____

Salário _____ Outras rendas _____
 R\$ _____,00 R\$ _____,00

Origem de outras rendas _____

Caso seja sócio ou proprietário da empresa, anote o nº do CGC _____

Solicite o Cartão Adicional Gratuito no 1º Ano

Autorizo a emissão de cartão adicional para a pessoa abaixo:
 Nome _____

Grau de parentesco: (A) Cônjuge (I) Pais (J) Filho (H) Outros

Data de nascimento _____ CIC/CPF _____

Profissão _____

Renda R\$ _____,00

Escolha a Data de Vencimento de sua Fatura

Assinale com um "x" a data de sua preferência para pagamento de sua Fatura Mensal:

Dia 01 Dia 02 Dia 03 Dia 06 Dia 08 Dia 09
 Dia 11 Dia 12 Dia 14 Dia 15 Dia 17 Dia 18
 Dia 20 Dia 21 Dia 23 Dia 25 Dia 26 Dia 28

Por Favor, Assine Aqui

Local _____ Data: ____/____/____

Assine aqui X

Para uso exclusivo da Credicard

Ação de Venda [0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 9 | 5 | 7 | 5] Tipo de Vendedor [0 | 3]

BIBLIOGRAFIA

1. BREALEY, Richard, MYERS, Stewart. - Princípios de Finanças Empresariais. Mc GrawHill de Portugal,. 3ª Edição. 1992.
2. CAMARGO, Lenita Correa - Crédito Parcelado e Finanças das Empresas. São Paulo, Livraria Pioneira Editora, Biblioteca Pioneira de Ciências Sociais, 1966.
3. ETTINGER, Richard P., GOLIEB, David E. - Creditos Y Cobranzas. 2ª Edição. México, Compañía Editorial Nacional, 1971.
4. FORSTMANN, Albrecht. - Dinero Y Credito. Argentina, El Ateneo Editorial, 1952.
5. FORTUNA, Eduardo - Mercado Financeiro: Produtos e Serviços. 6ª Edição. Rio de Janeiro, Qualitymark Editora, 1995.
6. GIL, Antônio Carlos - Técnicas de Pesquisa em Economia. São Paulo, Editora Atlas, 1988.
7. GITMAN. - Princípios de Administração Financeira. 3ª Edição. São Paulo, Editora Harbra, 1984.
8. LAKATOS, Eva Maria, MARCONI, Marina de Andrade. - Fundamentos de Metodologia Científica. 3ª Edição. São Paulo, Editora Atlas, 1995.
9. PUCCINI, Abelardo de Lima. - Matemática Financeira. 5ª Edição. Rio de Janeiro, Editora LTC, 1994.
10. ROSS, Stephen, WESTERFIELD, Randolph, JAFFE, Jeffrey. - Administração Financeira: Corporate Finance. 3ª Edição. São Paulo, Editora Atlas, 1995.
11. SCHRICKEL, Wolfgang Kurt - Análise de Crédito: Concessão e Gerência de Empréstimos. São Paulo, Editora Atlas, 1994.
12. SILVA, José Pereira da Silva - Análise e Decisão de Crédito. São Paulo, Editora Atlas, 1988.
13. TAVARES, Ricardo Ferro - Crédito e Cobrança. São Paulo, Editora Atlas, 1990.