

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, CONTÁBEIS E DE**  
**COMÉRCIO INTERNACIONAL**  
**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**ROBERTA MARCHETTO**

**PERFIL E PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DAS PESSOAS FÍSICAS**  
**INADIMPLENTES JUNTO A UMA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA**

Monografia apresentada como requisito  
para a obtenção do Grau de Bacharel  
em Ciências Contábeis da  
Universidade de Caxias do Sul  
Orientador: Prof. Ms. Elias Milton  
Denicol

**FARROUPILHA**

**2012**

**ROBERTA MARCHETTO**

**PERFIL E PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DAS PESSOAS FÍSICAS  
INADIMPLENTES JUNTO A UMA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA**

Monografia apresentada como requisito  
para a obtenção do Grau de Bacharel  
em Ciências Contábeis da  
Universidade de Caxias do Sul  
Orientador: Prof. Ms. Elias Milton  
Denicol

Aprovado (a) em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**Banca Examinadora:**

**Presidente**

-----  
**Prof. Ms. Elias Milton Denicol**  
**Universidade de Caxias do Sul - UCS**

**Examinadores:**

-----  
**Prof. Ms. Luciani da Silva Muniz**  
**Universidade de Caxias do Sul - UCS**

-----  
**Prof. Ms. Márcia Borges Umpierre**  
**Universidade de Caxias do Sul - UCS**

## **DEDICATÓRIA**

A todos vocês, que sempre estiveram ao meu lado, me incentivando, em especial a minha família que muito contribuiu para que este trabalho atingisse seus objetivos.

## **AGRADECIMENTOS**

Quero expressar meus agradecimentos a todas as pessoas que, de uma forma ou de outra, colaboraram para que este trabalho fosse realizado. Em especial ao meu orientador, Prof. Ms. Elias Milton Denicol, pela sua competência e orientação durante todo o desenvolvimento desta monografia. Agradeço ao coordenador do curso de Ciências Contábeis, Prof. Dr. Roberto Biasio e aos meus colegas que fizeram parte desta trajetória me ajudando em todo o período acadêmico. Agradeço de forma toda especial, ao meu pai Roberto, minha mãe Ágata e ao meu noivo Leomarcos, pelo amor, compreensão e apoio dedicados, que foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho.

## **PENSAMENTO**

Deus nos concede, a cada dia, uma página de vida nova no livro do tempo. Aquilo que colocamos nela corre por nossa conta. (Chico Xavier).

## RESUMO

Esta monografia enfoca um estudo sobre o perfil e principais características das pessoas físicas inadimplentes junto a uma instituição financeira. Com a atual situação do Brasil, em que a economia encontra-se aquecida, a concessão de crédito tem crescido, e da mesma forma, a inadimplência também teve seus índices elevados. Desta forma o presente trabalho tem como objetivo, a partir de um estudo, baseado na ficha cadastral dos clientes inadimplentes a mais de 360 dias, identificar o perfil do cliente inadimplente na Crediare SA e as principais características em comum. Esta pesquisa apresentou as principais características, e identificou também que a inadimplência é maior em clientes do sexo masculino, com idade inferior a 40 anos, solteiros, com baixa escolaridade, que exercem o cargo de auxiliar, e que são provenientes de outras cidades, possuem renda mensal inferior a R\$ 1.000,00, com renda confirmada e possuem residência própria. Assim, esta monografia destacou a importância da análise na concessão de crédito, devido à criteriosa análise do tomador, principalmente os que apresentam as características mais propensas a se tornarem inadimplentes.

**Palavras-chave:** Crédito. Análise de Crédito. Risco de Crédito. Inadimplência.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Representação do Crédito. ....	18
Figura 2: Medidas financeiras e a política geral de crédito. ....	26
Figura 3: Representação do crédito associado ao risco.....	31
Figura 4: Gráfico referente ao sexo .....	41
Figura 5: Gráfico por Faixa Etária .....	42
Figura 6: Gráfico por Estado Civil.....	43
Figura 7: Gráfico por Escolaridade .....	43
Figura 8: Gráfico por Profissão.....	44
Figura 9: Gráfico por Naturalidade .....	45
Figura 10: Gráfico por Renda Mensal .....	46
Figura 11: Gráfico por Tipo de Renda .....	46
Figura 12: Gráfico por Tipo de Residência.....	47

## LISTAS DE QUADROS

Quadro 1 – Classes de Riscos e percentual de provisionamento das operações de Crédito.....	21
Quadro 2 – Classes de Riscos por Dias de atraso.....	22



## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO.....	11
1.2	TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA .....	12
1.3	PROPOSIÇÕES .....	13
1.4	OBJETIVOS .....	13
<b>1.4.1</b>	<b>Objetivo geral .....</b>	<b>13</b>
<b>1.4.2</b>	<b>Objetivos específicos .....</b>	<b>13</b>
1.5	METODOLOGIA.....	14
1.6	ESTRUTURA DO ESTUDO .....	15
<b>2</b>	<b>CRÉDITO .....</b>	<b>17</b>
2.1	CONCEITO.....	17
2.2	RISCO DE CRÉDITO .....	19
2.3	CLASSIFICAÇÃO DE RISCO (RATING).....	20
<b>3</b>	<b>ANÁLISE DE CRÉDITO.....</b>	<b>23</b>
3.1	CONCEITO.....	23
3.2	CONCESSÃO DE CRÉDITO.....	24
3.3	POLÍTICA DE CRÉDITO .....	25
3.4	C'S DO CRÉDITO .....	27
<b>3.4.1</b>	<b>Aspectos pessoais.....</b>	<b>27</b>
<b>3.4.2</b>	<b>Aspectos financeiros.....</b>	<b>29</b>
3.5	CRÉDITO DIRETO AO CONSUMIDOR.....	31
<b>4</b>	<b>INADIMPLÊNCIA .....</b>	<b>33</b>
4.1	CONCEITO.....	33
4.2	INADIMPLÊNCIA NO BRASIL.....	34
4.3	CONSTATADA A INADIMPLÊNCIA.....	35
4.4	POLÍTICA DE COBRANÇA .....	37
<b>5</b>	<b>ESTUDO DE CASO – PERFIL E PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DE PESSOAS FÍSICAS INADIMPLENTES JUNTO A UMA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA .....</b>	<b>39</b>
5.1	INTRODUÇÃO A INSTITUIÇÃO FINANCEIRA.....	39
5.2	CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE DE PESQUISA.....	40
5.3	LEVANTAMENTO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS .....	41

<b>6</b>	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>48</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>50</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO

As Instituições Financeiras em geral, obtêm grande parte de seus resultados e lucros através da concessão de crédito a pessoas físicas e jurídicas. Essas, são as grandes agenciadoras de recursos financeiros do mercado, disponibilizando-os para os tomadores que deles necessitem.

Financiar é uma prática comum na atualidade, mas é preciso, antes de efetivar essas operações, que as organizações recorram a uma criteriosa e detalhada análise de dados previamente estabelecidos.

A concessão de crédito é um instrumento de venda que proporciona, a aquisição de bens pelas empresas e consumidores. O crédito dinamiza a economia permitindo aumentar a oferta dos bens e serviços, facilitando o processo de compra pelos consumidores. Por outro lado, o não pagamento dos créditos concedidos traz a ocorrência da inadimplência que está sempre presente em Instituições Financeiras que trabalham com a oferta de crédito aos mais diversos segmentos da economia.

Desta forma, busca-se diariamente medidas para resguardar a instituição dos riscos da inadimplência, que justifica-se pela relevância que os insolventes representam, na busca por uma carteira de crédito mais rentável e com menor índice de inadimplência, e conseqüentemente uma maior contribuição para formação do resultado da mesma.

Apesar dos mecanismos e ferramentas de controles adotados pelas instituições, a inadimplência tem aumentado nos últimos anos, e são diversos os motivos, entre eles desemprego, doenças na família, desvalorização salarial, entre outros.

Com base em um estudo de caso, o presente trabalho tem como propósito analisar algumas operações de crédito que apresentam atrasos superiores a 360 dias, e identificar quais são as principais características em comum entre os inadimplentes a partir da análise da ficha cadastral desses clientes.

Dentro desse contexto, julga-se oportuna a verificação do cliente inadimplente, como possível aliado as funções estratégicas da empresa.

Com o recente crescimento econômico no Brasil e a melhora nos padrões de vida de boa parte da população, a oferta de crédito para pessoas físicas aumentou

consideravelmente, o que possibilitou e facilitou o consumo para todas as classes da população brasileira, da mesma forma, a inadimplência teve seus índices elevados. De acordo com a notícia publicada no site da Serasa Experian, em 10 de janeiro de 2012, a Inadimplência do Consumidor sobe 21,5% em 2011 e é a maior alta em nove anos.

Desta forma, esse assunto é de extrema importância para os fins empresariais, pois para as instituições é fundamental conhecer o perfil dos seus clientes inadimplentes, podendo assim verificar e aperfeiçoar os critérios de aprovação de crédito a fim de conceder crédito com menor risco, e também para fins acadêmicos, científicos e profissionais, justificando-se plenamente a sua realização.

## *1.2 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA*

Com a atual situação do Brasil, em que a economia encontra-se aquecida, e o mercado de concessão de crédito têm crescido, as instituições financeiras proporcionam aos seus clientes crédito a prazos mais longos, e desta forma aumenta o risco da operação, e conseqüente inadimplência.

Nesse atual contexto, busca-se neste estudo identificar o perfil e as principais características dos clientes inadimplentes, atualmente, na instituição financeira em questão. Para atingir esse objetivo, e também o objetivo geral proposto, primeiramente será necessário estudar o referencial teórico sobre o assunto, e, em seguida, com base em uma seleção de clientes inadimplentes, analisar os dados cadastrais, e verificar se existem características em comum, a fim de traçar o perfil do cliente inadimplente na instituição.

Com o perfil do cliente inadimplente, juntamente com a fundamentação teórica sobre crédito e análise de crédito, busca-se formas de minimizar e evitar o problema da inadimplência, e assim ser evitados grandes prejuízos.

Acompanha-se diariamente dentro da Crediare SA e também em todos os meios de comunicação, o crescimento da inadimplência no Brasil. Com a economia aquecida, aumentou a oferta de crédito, com possibilidade de compra de mercadorias mais caras e com prazos mais longos. Esses créditos com prazos muito longos trazem riscos, como o atraso ou o não pagamento de uma obrigação, tornando-se assim um cliente inadimplente. A maioria desses clientes inadimplentes

estão na mesma situação, e, por diversos motivos: perdeu emprego, foi surpreendido por uma emergência ou, simplesmente, não soube se planejar.

A referida instituição, se preocupa em evitar a inadimplência por que ela representa grande redução no resultado da mesma. Dentro desse contexto, criou-se a curiosidade em identificar, em uma base de cliente inadimplentes, quais as características em comum entre ambos, a fim de traçar o perfil do cliente inadimplente na instituição, para que essa informação, possa ser levada em conta como parâmetro no processo de concessão de crédito.

A questão de pesquisa que o estudo pretende responder é qual o perfil do cliente inadimplente na instituição financeira em questão? Existem algumas características em comum?

### *1.3 PROPOSIÇÕES*

H1: O sexo masculino é uma das principais características do cliente inadimplente, pois este representa a maioria dos inadimplentes.

H2: A característica do cliente inadimplente em relação ao estado civil, o solteiro é o que representa maior incidência de inadimplentes.

H3: Em relação a escolaridade, o cliente que possui somente o primeiro grau completo é o que representa a maior incidência de inadimplentes.

### *1.4 OBJETIVOS*

#### **1.4.1 Objetivo geral**

O objetivo geral deste trabalho consiste em conhecer o perfil dos clientes inadimplentes, e identificar as características em comum entre ambos, a fim de traçar o perfil do cliente inadimplente na instituição financeira.

#### **1.4.2 Objetivos específicos**

- Fazer o levantamento bibliográfico relacionado ao crédito.

- Elaborar uma revisão da literatura sobre análise de crédito.
- Apresentar o conceito da inadimplência, política de cobrança e identificar os motivos da inadimplência.
- Realizar estudo de caso, a fim de identificar o perfil e as principais características do cliente inadimplente da referida instituição, com atrasos superiores a 360 dias.

### 1.5 METODOLOGIA

Segundo Fachin (2001), a metodologia da pesquisa pode ser definida como uma ferramenta do conhecimento que proporciona aos pesquisadores, em qualquer área de formação, orientação geral que serve para facilitar e planejar uma pesquisa, formular hipóteses, coordenar investigações e interpretar os resultados.

Quanto aos procedimentos técnicos, primeiramente será realizada uma pesquisa bibliográfica sobre os assuntos relacionados ao tema a ser pesquisado. Complementarmente, será realizado um estudo de caso baseado em um grupo de clientes selecionados, que apresentem mais de 360 dias de atraso, para identificar as características em comum entre ambos, a fim de traçar o perfil do cliente inadimplente na referida instituição, visando aplicar de forma prática os conceitos teóricos levantados através da pesquisa bibliográfica.

Em relação à pesquisa bibliográfica Martins (2004), afirma que é o ponto de partida de toda pesquisa, onde buscam-se as informações a partir de material coletado em livros, revistas, artigos, jornais, sites da internet, e outras fontes escritas devidamente publicadas.

Nas palavras de Fachin (2001, p. 125), “a pesquisa bibliográfica diz respeito ao conjunto de conhecimentos humanos reunidos nas obras”.

Já o estudo de caso, segundo Fachin (2001), é caracterizado por ser um estudo intensivo. É levada em consideração, principalmente, a compreensão como um todo do assunto investigado. Todos os aspectos do caso são investigados. Quando o estudo é intensivo podem até aparecer relações que de outra forma não seriam descobertas.

Ainda segundo o autor:

Sua principal função é a explicação sistemática das coisas (fatos) que ocorrem no contexto social e geralmente se relacionam com uma multiplicidade de variáveis. Quando assim ocorre, os dados devem ser representados sob a forma de tabelas, quadros, gráficos, estatísticos e por meio de uma análise descritiva que os caracterizam. (FACHIN, 2001, p. 43).

Ainda, em relação aos procedimentos técnicos, o estudo de caso, será realizado com base em uma pesquisa documental, ou seja, será utilizada somente a ficha cadastral dos clientes inadimplentes para realização da análise proposta neste trabalho.

Nas palavras de Fachin (2001), pesquisa documental é toda informação de forma oral, escrita ou visualizada. Consideram-se documentos, qualquer informação sob a forma de texto, imagens, sons, sinais em papel/madeira/pedra, gravações, pinturas, incrustações e outros.

Quanto à forma de abordagem do problema, trata-se de uma pesquisa quantitativa, pois considera tudo que é quantificável, e que traduz em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. E, também qualitativa, pois o ambiente natural é a fonte direta para a coleta de dados, e o pesquisador é o instrumento-chave. Com base em uma seleção de clientes inadimplentes a mais de 360 dias, serão analisados os dados cadastrais a fim de traçar o perfil e quais são as principais características em comum, dos clientes inadimplentes na referida instituição.

Já em relação aos objetivos, a pesquisa será descritiva, segundo Gil (2002), as pesquisas descritivas têm como principal objetivo descrever as características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre as variáveis.

Diante das colocações dos autores, entende-se que as metodologias escolhidas são as mais adequadas para o tipo de estudo proposto.

## *1.6 ESTRUTURA DO ESTUDO*

No primeiro capítulo deste estudo apresenta-se o conteúdo do estudo, os objetivos a serem alcançados e a metodologia utilizada para a identificação do perfil e das principais características dos clientes inadimplentes em uma instituição financeira, bem como a estrutura do estudo.

No segundo capítulo é apresentada a fundamentação teórica que define os conceitos básicos sobre crédito. Este capítulo tem o objetivo de abordar os conceitos de crédito, risco de crédito e classificação de risco (rating).

No terceiro capítulo inicia-se com o conceito de análise de crédito, concessão de crédito e política de crédito. Em seguida, far-se-á o levantamento bibliográfico, de grande importância, sobre os 5 C's do crédito e sobre Crédito Direto ao Consumidor.

No quarto capítulo é apresentado uma revisão da literatura sobre o assunto Inadimplência, que muito cresce nos últimos anos no Brasil e sobre política de cobrança.

No quinto capítulo, tem-se o estudo de caso, que aplica os conceitos estudados, fazendo uma análise, em uma base de clientes inadimplentes na instituição financeira, que apresentem mais de 360 dias de atraso.

Na conclusão, capítulo seis, apresenta-se as evidências encontradas neste estudo sobre o perfil e características dos clientes inadimplentes na instituição financeira em questão. A questão inicial, que corresponde ao foco central desta monografia, será avaliada no seu conjunto.



## 2 CRÉDITO

### 2.1 CONCEITO

O termo crédito, segundo Leoni (1998, p. 96), “é de origem latina e significa crença, confiança”. Dessa forma em uma operação de concessão de crédito acredita-se no retorno dos recursos concedidos, e na confiança de que os recursos emprestados serão devolvidos no futuro, com juros e devidas correções.

No atual cenário econômico, diversos são os meios de obter crédito. Este, é o principal produto das Instituições Financeiras, ou seja, é a sua principal fonte de renda. Desta forma, proporcionam ao cliente o pagamento a prazo, de forma que a facilidade ofertada resulte em vendas maiores.

Nas palavras de Schrickel (1998), crédito é todo ato de vontade ou disposição de alguém de ceder, por um determinado tempo, parte de seu patrimônio a um terceiro, com a esperança de que esta parcela volte a sua posse integralmente, após decorrido o tempo estipulado.

O crédito é um rio caudaloso que alimenta as turbinas da economia. Quanto maior o volume e a velocidade da água, maior é a geração de eletricidade à disposição dos consumidores de bens e serviços, maior é a intenção de investir na produção desses bens. (ROCHA, 1997, p. 35).

De acordo com Leoni (1998), o crédito para pessoas físicas é realizado entre a empresa e o consumidor final, essas vendas são realizadas a prazo, já que nem todos os consumidores possuem condições de adquirir as mercadorias à vista.

Conforme Silva (1998, p. 63), “crédito consiste na entrega de um valor presente mediante uma promessa de pagamento”.

Crédito refere-se a possibilidade de utilizar fatores sem contrapartida imediata, até um momento adequado, em que a utilização desses fatores já estiver trazendo rendimentos próprios que permitam remunerar os fornecedores. (SANVICENTE, 1997, p. 151).

A grande maioria dos autores que tratam do assunto, definem que o crédito, nada mais é do que uma confiança dada ao cliente. No caso das Instituições Financeiras, é proporcionar a população em geral, que não possuem de todos os

recursos para comprar bens e produtos, crédito para adquirir tais bens, mediante a promessa de pagamento futuro.

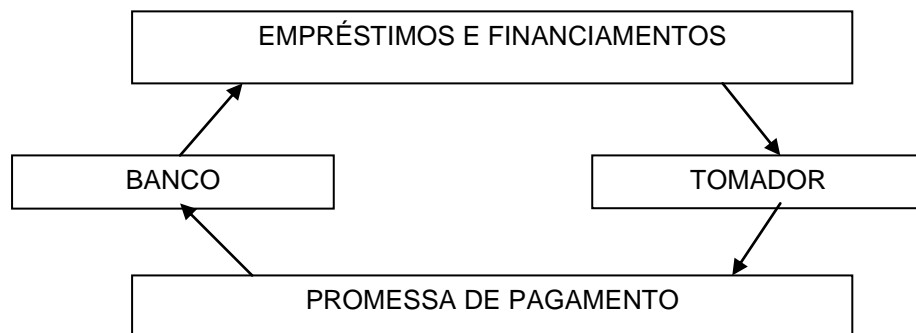
Ainda sobre o assunto:

O crédito, sem dúvida, cumpre importante papel econômico e social, a saber: possibilita às empresas aumentarem seu nível de atividade; estimula o consumo influenciando na demanda; ajuda as pessoas a obterem moradia, bens e até alimentos; e facilita a execução de projetos para as quais as empresas não disponham de recursos próprios suficientes. A tudo isso, entretanto, deve-se acrescentar que crédito pode tornar empresas ou pessoas físicas altamente endividadas, assim como pode ser forte componente de um processo inflacionário. (SILVA, 1997, p. 68).

No que tange ao crédito bancário, Silva (2000) diz que crédito consiste em colocar a disposição do cliente certo valor sob a forma de empréstimo ou financiamento, mediante uma promessa de pagamento numa data futura.

Para melhor entendimento, a Figura 1 ilustra a relação entre o banco e o tomador, identificando o significado restrito do crédito. Salienta-se que para a pesquisa em questão, trata-se de uma instituição financeira, que segue a mesma representação demonstrada na Figura 1.

**Figura 1: Representação do Crédito.**



Fonte: Silva (1998, p. 63)

Schrickel (1998) diz que essa entrega patrimonial envolve expectativas de recebimento de volta da parte cedida, por isso é preciso reconhecer que qualquer crédito está associado a noção de risco. Ainda nas palavras do autor, por tratar-se de um ato de vontade, cabe ao cedente do patrimônio, a decisão de cedê-lo ou não.

Para a instituição financeira, o crédito é elemento fundamental, que constitui seu próprio negócio, ou seja, é sua razão de ser. Por isso é necessário que a

empresa conheça o seu cliente, podendo assim estruturar e fundamentar a melhor operação possível para esse cliente.

## 2.2 RISCO DE CRÉDITO

Nas instituições financeiras, os créditos devem ser concedidos de forma confiável, pois envolve expectativas quanto ao recebimento de volta da parte cedida. Porém em algumas vezes esta confiança dada ao tomador do crédito, passado o tempo estipulado, não é correspondida. Entre o momento do empréstimo até o seu efetivo pagamento podem ocorrer situações que venham a interferir no seu retorno, e para estas situações é preciso estar atento ao chamado risco de crédito, ou seja, a possibilidade do cliente não honrar com suas dívidas.

Risco de crédito pode ser definido como:

Valor operacional contratado ou faturado para determinado cliente/ grupo, acrescido dos encargos incorridos, duplicatas vencidas e não pagas, com correção monetária ou cambial, com diluição das perdas, nunca comprometendo a produção/ operação com um cliente ou grupo e sim com os mais variados clientes e facções do mercado, proporcionando, desta maneira, alternativas quando de alguma alteração na política governamental ou mesmo mercadológica. (LEONI, 1998, p.109).

Nas palavras de Gitman (1997, p. 202), “o risco, pode ser definido como a possibilidade de prejuízo financeiro”. O autor ainda afirma que o termo risco pode ser usado alternativamente como significado de incerteza, referindo-se, do ponto de vista estritamente financeiro, à variabilidade de retornos relativos a um ativo. Os ativos que possuem grandes possibilidades de prejuízos são vistos como mais arriscados do que aqueles com menos possibilidades de prejuízo.

As instituições financeiras estão sempre expostas a este risco, pois não correr o risco significa não conceder empréstimos e financiamentos, e desta forma pode perder oportunidades de bons retornos e aumento do lucro.

Neste sentido, Schrickel (1998, p. 44), diz que “[...] a missão de uma instituição financeira é a de financiar iniciativas produtivas auferindo um retorno compatível com os riscos envolvidos nos empréstimos”.

Para Schrickel (1997) a formalização de acordo de crédito em um contrato bem elaborado é uma condição fundamental para que o credor tenha o direito de receber, independente da vontade do devedor de pagar.

“Sempre há um elemento de risco quando uma pessoa adquire um produto ou serviço sem pagar imediatamente por ele”. (CAOUILLE et al 2009, p. 13).

Silva (2000), destaca a importância da instituição financeira manter o histórico de relacionamento com os clientes, desta forma possibilita uma melhor administração do relacionamento de crédito e a investigação trará ao seu conhecimento o comportamento de crédito do cliente junto aos demais credores.

Para Schrickel (1998, p. 45), “risco sempre estará presente em qualquer empréstimo. Não há empréstimo sem risco. Porém o risco deve ser razoável e compatível ao negócio do banco e à sua margem mínima almejada (receita)”.

Risco e retorno estão presentes diariamente nas instituições financeiras, dessa forma a política de crédito, a consistência de informações que possui com relação a seus clientes, a eficiência do sistema de análise de crédito que utiliza e a forma como irá gerenciar esta carteira serão fatores determinantes dos níveis de inadimplência a que estará sujeita.

### *2.3 CLASSIFICAÇÃO DE RISCO (RATING)*

No Brasil a resolução número 2.682, de 21 de Dezembro de 1999, do Banco Central do Brasil, dispõe sobre os critérios de classificação das operações de crédito e regras para a constituição de provisão para créditos de liquidação duvidosa. Nesta resolução determinou-se as escalas de classificação de risco e fixou os percentuais de provisionamento para créditos de liquidação duvidosa.

Segundo Silva (2000), para as instituições financeiras, a graduação do risco de crédito tem duplo papel. Primeiramente serve como referencial para identificar a chance de perda em determinada operação e, dessa forma, orienta os preços de empréstimos e financiamentos. Segundo, atende as exigências das autoridades monetárias do país, e segue as tendências de utilização de sistemas de classificação de risco (rating), e conseqüentemente, orienta o provisionamento dos créditos de liquidação duvidosa.

A classificação adotada pela Resolução número 2.682/99 definiu as classes de riscos e o respectivo provisionamento para as operações de crédito em cada classe. Conforme Quadro 1, nota-se que a classe AA não há provisionamento para crédito de liquidação duvidosa, visto que essa classe é a que representa menor risco, e, para a classe H há um provisionamento de 100 por cento, ou seja, o Banco

Central determina que para operações com essas características deve ser provisionado a sua totalidade.

**Quadro 1 – Classes de Riscos e percentual de provisionamento das operações de Crédito**

Classes de Risco	Provisionamento
AA	0,0%
A	0,5%
B	1,0%
C	3,0%
D	10,0%
E	30,0%
F	50,0%
G	70,0%
H	100,0%

Fonte: Silva (2000, p. 76)

A referida resolução, define que a classificação das operações no nível de risco é responsabilidade da instituição detentora do crédito e deve-se considerar, no mínimo, os seguintes fatores:

I – em relação ao devedor e seus garantidores:

- a) situação econômico-financeira;
- b) grau de endividamento;
- c) capacidade de geração de resultados;
- d) fluxo de caixa;
- e) administração e qualidade de controles;
- f) pontualidade e atraso nos pagamentos;
- g) contingências;
- h) setor de atividade econômica;
- i) limite de crédito;

II – em relação à operação:

- a) natureza e finalidade da transação;
- b) características das garantias, particularmente quanto à suficiência e liquidez;
- c) valor.

Este critério de classificação separa o risco do cliente, do risco da operação. Conforme Silva (2000), no risco do cliente, considera-se atributos como a situação econômica, administração e controle, pontualidade e atrasos de pagamento,

contingências e o setor da atividade econômica. No risco da operação, considera-se atributos como natureza, finalidade, valor e garantia (esta com ênfase na liquidez e suficiência). Portanto, isso significa, que um cliente com risco intrínseco D poderá ter uma operação classificada como C em decorrência de sua liquidez. Desta forma, destaca-se que para uma análise mais detalhada da referida norma, para chegar a classificação do conjunto das operações de um cliente em uma instituição financeira, é preciso considerar quatro dimensões: (i) o risco do cliente, (ii) o risco da operação que esteja sendo analisada; (iii) o risco do conjunto das operações do cliente; e (iv) o risco das operações com o conglomerado (grupo).

Conforme Quadro 2, determina-se as classes de riscos, por dias de atraso conforme resolução 2.682/99. Esta resolução, determina também que as operações sejam revisadas mensalmente, com base nos atrasos, visto que os dias de atraso impõem nova classificação de risco.

**Quadro 2 – Classes de Riscos por Dias de atraso**

Classes de Risco	Dias de Atraso
A	Até 14 dias
B	De 15 a 30 dias
C	De 31 a 60 dias
D	De 61 a 90 dias
E	De 91 a 120 dias
F	De 121 a 150 dias
G	De 151 a 180 dias
H	Acima de 180 dias

Fonte: Silva (2000, p. 77)

A apresentação da referida resolução tem como finalidade auxiliar na compreensão das escalas de riscos (rating), visto que essa resolução cumpre importante papel para as instituições financeiras.

Este capítulo apresentou a fundamentação teórica sobre crédito com o objetivo de auxiliar nas respostas a questão de pesquisa, bem como para orientar o leitor no entendimento deste trabalho. Em função disto o próximo capítulo vai apresentar a análise de crédito em sua fundamentação teórica.

### 3 ANÁLISE DE CRÉDITO

#### 3.1 CONCEITO

Em uma instituição financeira, a concessão de crédito é a principal atividade geradora de resultados e lucros, e para que esta tenha lucro e segurança na concessão de crédito, é necessário que em cada operação se faça uma análise detalhada do tomador de crédito, com a finalidade de garantir o recebimento do capital emprestado. Desta forma o principal objetivo da análise de crédito é mensurar os riscos e identificar os pontos relevantes que auxiliarão para que a operação tenha um elevado nível de segurança.

Conforme Schrickel (1998), a análise de crédito é a habilidade de se tomar decisões de créditos corretas em meio à turbulência vivida no mercado e a gama de incertezas que rodeiam. Essa habilidade depende da capacidade de analisar situações, com informações incompletas e chegar a uma conclusão clara, prática e factível de ser implementada.

Ainda, em outras palavras:

É uma análise sobre as possibilidades de que o tomador não venha a reunir as condições para quitar determinado empréstimo específico (ou conjunto de empréstimos), em certa data previamente contratada. A análise de crédito é, pois, uma análise de probabilidades, para a qual são indispensáveis informações abrangentes e consistentes. (SCHRICKEL, 1999, p. 24).

Segundo Hoji (2003), análise de crédito não se resume a uma análise inicial. A situação dos clientes antigos e tradicionais deve ser constantemente monitorada e atualizada, quanto aos aspectos de pontualidade, capacidade de pagamento e situação financeira. O autor destaca ainda que as informações financeiras podem ser obtidas através de entidades de serviços especializados como Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) e Centralização de Serviços Bancários S.A. (Serasa).

Schricket (1998, p. 98), afirma que “uma análise de crédito deve ser, portanto, um conjunto de informações que façam sentido em seu conjunto (consistentes) e que conduzam a uma decisão (relevantes)”.

De acordo com Silva (1998, p. 120), “a definição do tipo de análise e sua abrangência é seguramente um dos pontos importantes na avaliação do risco dos clientes”.

O principal objetivo da análise de crédito numa instituição financeira é o de identificar os riscos nas situações de empréstimos, evidenciar conclusões quanto a capacidade de repagamento do tomador, e fazer recomendações relativas à melhor estruturação e tipo de empréstimo a conceder, à luz das necessidades financeiras do solicitante, dos riscos identificados e mantendo, adicionalmente, sob perspectiva, a maximização dos resultados da instituição. (SCHRICKEL, 1998, p. 25).

A partir do entendimento de que o crédito e a confiança de que uma promessa de pagamento será honrada, entende-se que a confiança é um elemento necessário, porém não é o suficiente para uma decisão de crédito, desta forma destaca-se a importância de uma análise minuciosa e criteriosa, do tomador de crédito, visto que uma venda sem os devidos cuidados pode tornar-se um valor não recebível.

Complementarmente, a incerteza torna a análise de crédito desafiadora, e para que esta seja realizada com um elevado nível de segurança, exige capacitação técnica e treinamento, visto que essa atividade depende do elemento humano, que é o profissional da instituição financeira.

### *3.2 CONCESSÃO DE CRÉDITO*

Conceder crédito equivale a investir num cliente. Esse investimento está atrelado à venda de um serviço ou produto. Schrickel (1999, p. 21) define crédito como “todo o ato de vontade ou disposição de alguém de destacar ou ceder, temporariamente, parte de seu patrimônio a um terceiro, com a expectativa de que esta parcela volte a sua posse integralmente, depois de decorrido o tempo estipulado”.

A concessão de crédito atua como elemento do processo de oferecimento de um produto ou serviço, não só porque afeta diretamente o preço de aquisição, distribuindo os pagamentos no tempo, como proporciona maior flexibilidade operacional ao comprador, que ganha tempo para gerar recursos com vistas a efetuar os pagamentos devidos. (SANVICENTE, 1997, p. 153).

A concessão de crédito consiste em emprestar dinheiro, e coloca-lo a disposição do cliente mediante uma promessa de pagamento futuro, que terá como retorno determinada taxa de juros, periódica ou no final do empréstimo, juntamente com o valor principal emprestado.



De acordo com Rocha (1997), um bom profissional concedente de crédito deve seguir um decálogo para minimizar riscos e evitar a inadimplência, dentre os quais se destacam os cinco a seguir transcritos, por tratarem mais especificamente de pessoas físicas:

[...]

III- Operar preferencialmente a curto prazo e sempre com garantia mínima (aval ou fiança solidária de quem tenha capacidade econômica financeira para honrar o pagamento da dívida, caso o devedor principal não o faça).

IV- Quando correr riscos de médio e longo prazo, exigir garantias reais de valor suficiente para cobrir o risco assumido e que sejam líquidas (tenham potencial de rápida venda a terceiros).

V- Cuidar da tempestiva e correta formalização de contratos e registros de garantias.

VI- Não assumir riscos com pessoas jurídicas e físicas sem informações cadastrais atualizadas ou com informações inidôneas. (ROCHA, 1997, p. 64).

Conforme Schrickel (1998), deve-se estabelecer três perguntas básicas no ato da concessão e a qualquer situação de empréstimo:

Para que?

Por quanto tempo?

Como vai repagar?

(SCHRICKEL, 1998, p.162)

Ainda, nas palavras de Schrickel (1998) a atividade de concessão de crédito tem muito a lucrar com os insucessos e perdas do passado, visto que com esses eventos de perdas é possível obter valiosos ensinamentos, trata-se de um processo doloroso, porém extremamente educativo.

Para que se tenha uma orientação e determinado padrão, no momento de decidir por conceder ou não o crédito, a empresa deve desenvolver a política de crédito.

### 3.3 *POLÍTICA DE CRÉDITO*

A política de crédito de uma instituição financeira orienta a decisão de crédito levando em consideração os objetivos desejados e estabelecidos pela empresa. Ela

é elaborada pela administração e determina os padrões e condições para concessão de crédito, ou seja, são as regras a serem observadas para a concessão de crédito.

De acordo com Hoji (2010, p. 129), “a política de crédito trata dos seguintes aspectos: prazo de crédito, seleção de clientes e limite de crédito”.

Para Silva (1998), políticas são instrumentos que determinam padrões de decisão para resolução de problemas semelhantes, ou quando exigir uma tomada de decisão singular.

Hoji (2003), afirma que uma política de crédito, mais liberal poderá aumentar o volume de vendas, porém, ao mesmo tempo, exigirá mais investimentos em contas a receber e problemas de recebimentos, bem como maior rigidez na cobrança.

Para Assaf Neto (2003) , quando se decide por um afrouxamento nos padrões usuais de crédito, ou seja, quando a diretoria da empresa decide em conceder crédito a clientes com maior risco, aumenta a expectativa de elevação no volume de vendas, em contrapartida à esse aspecto positivo, pode-se prever a necessidade de um volume maior de investimentos em valores a receber, bem como uma elevação do prazo médio de cobrança, juntamente com o crescimento nas despesas gerais de crédito, principalmente na provisão para devedores duvidosos. Já na decisão inversa, ao mesmo tempo que diminui as despesas e o custo do investimento, produz reflexos negativos sobre as vendas.

**Figura 2: Medidas financeiras e a política geral de crédito.**

MEDIDAS FINANCEIRAS	PADRÕES DE CRÉDITO		PRAZO DE CONCESSÃO DE CRÉDITO		DESCONTOS FINANCEIROS		POLÍTICAS DE COBRANÇA	
	AFROUXA- MENTO	RESTRI- ÇÃO	AMPLIA- ÇÃO	REDU- ÇÃO	ELEVA- ÇÃO	DIMI- NUIÇÃO	LIBERAL	RÍGIDA
Volume de Vendas	+	-	+	-	+	-	+	-
Despesas gerais de crédito	+	-	+	-	-	+	+	-
Investimentos em valores a receber	+	-	+	-	-	+	+	-

Fonte: Assaf Neto (2003, p. 505).

A política de crédito produz importantes influências sobre determinadas variáveis financeiras, a Figura 2 resume o comportamento dessas medidas quando alterações são propostas nas condições de crédito.

As instituições financeiras em geral, possuem critérios rigorosos para a concessão de crédito, visto que prejuízos decorrentes de não-recebimento de uma operação de crédito, representa a perda do montante emprestado. Portanto as políticas de crédito, possuem seu ciclo, e podem ser alteradas de acordo com o cenário macroeconômico e as condições internas da empresa.

Basicamente, a política de crédito é a base para a concessão de crédito, pois estabelece como a empresa definiu a liberação ou não do recurso para o cliente, com base nos parâmetros de riscos que a empresa deseja assumir.

### 3.4 C'S DO CRÉDITO

Ao analisar crédito, o analista deve possuir ferramentas que irão auxiliar a tomar um posicionamento com maior segurança. Através da análise dos 5 C's, pode-se avaliar os riscos e ter maiores informações sobre o cliente, o que constitui uma grande fonte de informação para a decisão do crédito.

Para realizar a análise da concessão de crédito, a literatura traz informações tradicionais e subjetivas da capacidade financeira dos tomadores, tradicionalmente conhecidos como "C's do Crédito": Caráter, Capacidade, Capital, Colateral e Condições.

Segundo Silva (1998), os C's do crédito podem direcionar as garantias necessárias para a concessão de crédito, e demonstrar as variáveis ligadas ao risco.

Neste contexto, Gitman (1997), afirma que o analista de crédito dá mais importância, para os dois primeiros "Cs", o caráter e a capacidade, pois são as exigências básicas para a concessão do crédito. Os demais "Cs", capital, colateral e condições são importantes para a definição do acordo de crédito e a decisão final, que pode ser afetada pela experiência do analista.

Nas palavras Schrickel (1998), os C's do crédito se subdividem em dois grupos: aspectos pessoais e financeiros. Fazem parte dos aspectos pessoais o Caráter e Capacidade e dos financeiros, o Capital, as Condições e o Colateral.

#### 3.4.1 Aspectos pessoais

**Caráter:** este primeiro fator de análise refere-se a intenção do devedor de pagar ao credor a sua dívida, diz respeito à honestidade e reputação do tomador de

crédito no mercado financeiro. Pode ser entendido como a determinação de pagar do tomador, ou seja, o “querer” pagar.

Silva (1998), diz que caráter refere-se a intenção de pagar, e que pode ser muito difícil conseguir identificar se a pessoa tem intenção ou não de pagar suas dívidas.

Segundo Hoji (2003), o caráter é o item mais importante na análise de crédito. A avaliação do caráter do cliente, refere-se aos aspectos morais e éticos, e vai depender da sua integridade ética, ou honestidade, para saldar seus compromissos financeiros. Ainda segundo o autor, o levantamento dos dados históricos, como pontualidade no pagamento, protestos e pendências judiciais, podem auxiliar na avaliação do caráter.

A avaliação do caráter do tomador de crédito integra o que é denominado RISCO TÉCNICO. É conceituado como risco, pois é passível de verificação quanto às probabilidades objetivas de estimação, em contraposição a incerteza, que ocorre quando não existem dados históricos acerca do tomador. E é técnico, à medida que as fontes disponíveis de informação podem ser pesquisadas, e o resultado apresentado indicará, com bastante segurança, o que se pretende avaliar. (SANTI FILHO, 1997, p. 15).

Schricket (1998) traz que caráter é o mais importante e crítico “C” em qualquer concessão de crédito, não importando o valor da transação.

O caráter refere-se a intenção de pagar, porém cabe destacar que o cliente pode atrasar um pagamento, ou mesmo deixar de pagar, devido a fatores alheios a sua vontade, como por exemplo não dispor de recursos na data prevista para pagamento, o que não é necessariamente uma questão de caráter.

**Capacidade:** o tomador de crédito pode ser honesto e ter vontade de pagar, porém não terá validade se o mesmo não tiver capacidade de saldar seus compromissos, por motivos diversos. Ou seja, refere-se a habilidade de pagar, e a capacidade do cliente de gerar riquezas para saldar seus compromissos.

Segundo Santi Filho (1997), a capacidade refere-se a competência empresarial e constitui-se num dos aspectos mais difíceis de avaliação do risco. Os dados disponíveis dependem da análise dos profissionais que estão mais próximos ao cliente, suscetíveis assim, à percepção de quem os analisa.

Para Schrickel (1998, p. 50), a capacidade “é aprendida e desenvolvida pelo indivíduo através de seu processo de acultramento (conhecimentos gerais e

técnico-específicos), desde os tempos dos bancos escolares até sua profissionalização”.

As principais informações a serem verificadas com relação a capacidade versam sobre a habilidade/competência do cliente, e para isso é preciso que a instituição obtenha respostas a uma série de questões, que lhe permitam avaliar a capacidade do tomador de crédito. A atenta observação de como o cliente administra suas finanças pessoais é, também, sem dúvida, uma importante fonte de informação para a construção do conceito de qual seja sua capacidade de crédito.

### 3.4.2 Aspectos financeiros

**Capital:** é a situação financeira, econômica e patrimonial do cliente. Procura-se mensurar os valores que o cliente possui para saldar seus débitos e deve-se levar em conta a composição dos recursos, onde são aplicados e como são financiados.

Para Silva (2000), capital refere-se a situação econômico-financeiro do cliente, em relação aos seus bens e recursos, que o mesmo possui para saldar suas dívidas. A análise do capital é seguramente, um fator relevante para a decisão do crédito.

Segundo Gitman (1997), para avaliar o capital do demandante, os índices de lucratividade, a solidez financeira e o total de exigíveis em relação ao patrimônio líquido, são freqüentemente utilizados.

Nos casos de pessoas físicas, a figura do capital não fica, talvez tão evidente, eis que os empréstimos pessoais não são, em geral, fundamentalmente respaldados em Capital, mas em sua única renda ou ganhos mensais do indivíduo (salário, por exemplo) e no nível de seu comprometimento potencial na amortização das obrigações. (SCHRICKEL, 1998, p. 52).

**Colateral:** a tradução do termo inglês de idêntica grafia, significa a garantia. Refere-se à capacidade do cliente em oferecer garantias para suprimir possíveis fraquezas dos outros fatores considerados na análise, ou seja, os ativos que o cliente pode oferecer para lastrear seu crédito, que poderá satisfazer a operação caso haja o inadimplemento.

Para Schrickel (1998), numa situação de decisão de crédito, o Colateral serve para amenizar e balancear possíveis momentos negativos ou ruins, procedentes do

enfraquecimento de uma das outras variáveis. O Colateral serve para compensar o aumento do risco decorrente desse enfraquecimento.

O colateral refere-se à capacidade do cliente em oferecer garantias complementares. A garantia é uma espécie de segurança adicional e, em alguns casos, a concessão de crédito, precisará dela para compensar as fraquezas decorrentes dos outros fatores de risco. (SILVA, 1998, p. 96).

Complementarmente Schrickel (1998, p. 45) “afirma que as garantias são, sem dúvida, um importante fator que deve pesar para a minimização de riscos e assegurar maior possibilidade para o repagamento dos empréstimos”.

Contudo, numa situação cuja classificação de risco é ruim, apenas a garantia não justifica a concessão do crédito.

**Condições:** refere-se as condições econômicas vigentes, bem como situações particulares que possam afetar as partes envolvidas em uma negociação. Envolve as influências do comportamento da conjuntura econômica sobre a capacidade de pagamento do cliente.

Para Schrickel (1998), as Condições fazem referência ao micro e macro cenário no qual o cliente está inserido, que seria a economia como um todo e o seu ramo de atividade.

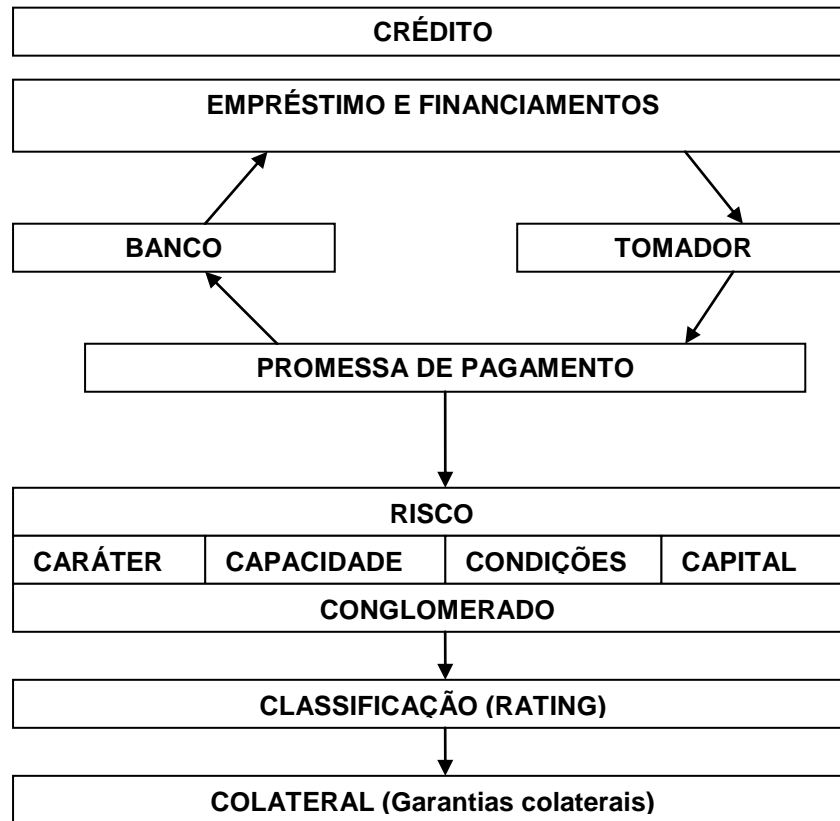
Conforme Hoji (2010), no momento de analisar o cenário econômico em que a organização está inserida, deve ser levado em consideração que se for esperada uma grande recessão, mas o ramo de atividade for substancialmente promissor, o risco é menor.

Com base nisso, o analista deve estar inteirado com o aquecimento ou desaquecimento da economia, bem como com o ramo de atividade que a empresa está inserida, a fim de minimizar o impacto desses fatores, no risco de o tomador de recurso não conseguir saldar suas dívidas.

Complementarmente, e para facilitar o entendimento, conforme Figura 3, ilustra-se o conceito de crédito e, a representação do crédito associado ao risco. Conforme já exposto, o crédito, consiste em colocar a disposição do tomador um determinado valor sob forma de empréstimo ou financiamento, mediante uma promessa de pagamento futuro. Este valor, está exposto ao risco de que a promessa de pagamento não seja cumprida. O caráter, a capacidade, as condições, o capital e o conglomerado contêm as variáveis relacionadas ao risco, as quais poderão

fornecer uma classificação (rating). Esta classificação possibilitará melhor direcionamento na definição das garantias necessárias.

**Figura 3: Representação do crédito associado ao risco.**



Fonte: Silva (1998, p. 76)

Destaca-se que a análise e a observação dos 5 C's na análise de crédito são de extrema importância com a finalidade de reduzir o risco de crédito nas operações financeiras, apesar da possibilidade de que fatores inesperados e adversos possam ocorrer e inviabilizar o cumprimento da obrigação por parte do tomador.

### 3.5 CRÉDITO DIRETO AO CONSUMIDOR

A instituição financeira é uma empresa, que possui sempre o mesmo produto, que é o dinheiro. Esta, capta fundos junto a seu sócio maior, e empresta a seus tomadores.

Atualmente a instituição financeira estudada estrutura as suas operações para atender exatamente às necessidades de seus clientes, quanto ao montante, prazo e

forma de pagamento. Neste trabalho será analisado o tipo de operação mais utilizado na instituição financeira, que é o CDC (Crédito Direto ao Consumidor).

O CDC (Crédito Direto ao Consumidor) é destinado ao financiamento de bens e serviços. O financiamento de veículos é um exemplo típico desse tipo de operação. Outros bens de consumo duráveis, como geladeiras, televisores, e vídeos podem ser objetos de CDC. (SILVA, 2000, p. 349).

Na instituição financeira, o CDC – Crédito Direto ao Consumidor, é concedido somente a pessoas físicas. Todas as operações de financiamento superiores a R\$ 3.000,00, realizadas pela financeira para compra de qualquer mercadoria, possuem a devida garantia do crédito, que é o próprio bem. Esta garantia utilizada é a alienação fiduciária, que é uma forma especial de garantia próxima da real, isto é, o devedor alienante não é proprietário do bem alienado, tão somente faz uso dele. Quando liquidado o financiamento em que essa garantia foi oferecida, a posse indireta retorna as mãos do devedor, que se torna titular com domínio pleno do bem.

Para Leoni (1998, p. 137), “a alienação fiduciária é utilizada única e exclusivamente em operações contratuais de instituições financeiras”.

Conforme Sanvicente (1997), neste tipo de operação o comprador da mercadoria assina um contrato de financiamento com a instituição financeira, que entrega a compra ao cliente, com a alienação fiduciária até o pagamento da última prestação.

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. (SILVA, 2000, p. 335).

O prazo de CDC da instituição é de até vinte e quatro meses, normalmente, com financiamento de sessenta a oitenta por cento do valor do bem, podendo em algumas situações, ser financiado cem por cento do produto.

Este capítulo apresentou a fundamentação teórica sobre análise de crédito com o objetivo de auxiliar nas respostas a questão de pesquisa, bem como para orientar o leitor no entendimento deste trabalho. Em função disto o próximo capítulo vai apresentar a inadimplência em sua fundamentação teórica.



## 4 INADIMPLÊNCIA

### 4.1 CONCEITO

Inadimplência é o ato de não cumprir com a obrigação de algum pagamento mediante acordo por duas ou mais partes envolvidas após a data acordada.

Segundo Silva (1998, p. 373), “segundo um raciocínio muito simples, vamos entender como créditos problemáticos aqueles que apresentam dificuldades de serem recebidos e conseqüentes perdas para o credor”. Complementarmente o autor afirma que a busca por inadimplência zero, deve ser uma meta perseguida e não uma obstinação.

Ainda nas palavras de Silva (1998, p. 375), “a inadimplência não representa, necessariamente, um desastre para o credor, desde que mantidas em níveis tecnicamente suportáveis pelo credor.”

Para Martin (1997), pode-se chamar de inadimplência qualquer dívida que já ultrapassou seu vencimento, pois acaba-se demonstrando o atraso no recebimento, ou a falta de pagamento.

O cumprimento no pagamento das dívidas, ou seja, a adimplência, permite o retorno do valor financiado e conseqüentemente possibilita uma política mais flexível com maior prazo para contratação. Porém, a exceção, o inadimplimento, o não cumprimento da obrigação, vem crescendo e apesar dos mecanismos existentes adotados pelas instituições financeiras, a inadimplência brasileira está crescendo, e são diversos os motivos, entre eles desemprego, doenças na família, desvalorização salarial, entre outros.

Para Martin (1997), é importante a observação do comportamento individual do comprador dentro do estabelecimento, ou seja, as atitudes que podem despertar suspeitas de estar diante de um golpista e/ou inadimplente. Ainda, segundo o autor, pode-se enumerar algumas práticas suspeitas, que aumentam a chance de futuras preocupações:

- a) grande compra de cliente desconhecido;
- b) pouca preocupação do comprador em conhecer detalhes da mercadoria que está comprando;
- c) nervosismo visível na hora de pagar;

- d) exagero de acessórios para tentar disfarçar a aparência real, para evitar futura identificação;
- e) cheque previamente preenchido e assinado na hora da compra;
- f) pressa excessiva do cliente para ir embora;
- g) pouca disposição para conversar com os vendedores.

Silva (1998) também relaciona os principais sinais de alarme provenientes de clientes e demonstram as fragilidades que requeiram medidas corretivas, que podem acarretar a inadimplência nas organizações, por tratarem mais especificamente de pessoas físicas, destacam-se os seguintes sinais:

- a) hábitos relacionados a vícios como jogos e outras práticas perigosas;
- b) hábitos e vida social incompatível com a condição financeira;
- c) problemas conjugais ou familiares, que gerem instabilidade financeira;
- d) declaração aberta do cliente quanto a sua incapacidade de quitação de dívidas.

Na busca incessante por uma carteira de crédito mais solvente, as instituições financeiras estabelecem critérios para a concessão de financiamentos, mas que nem sempre garantem o pagamento por parte dos tomadores. O fato, de não ocorrer o pagamento das prestações, causa a inadimplência.

#### *4.2 INADIMPLÊNCIA NO BRASIL*

Com o atual mercado competitivo no Brasil, o aumento no consumo dos brasileiros está tornando-se destaque em todos os meios de comunicação. Desta forma o mercado acaba por realizar medidas forçadas para alavancar a economia, buscar clientes, vender mercadorias e assim influenciar o cliente a comprar, de forma acessível, facilitada e com longos prazos para pagamentos.

As empresas buscam se adaptar e se adequar porém a concorrência é grande, e devido a grande variedade, o consumidor é quem escolhe onde é o melhor local para realizar suas compras e com a maior facilidade possível. E acabam por comprar em condições a prazo via cartões de crédito, notas promissórias, cheques, carnês entre outros meios de pagamento.

Conforme Martin (1997), nota-se a crescente preocupação de cada cidadão com seu bem-estar e qualidade de vida, o que induz a comprar cada vez mais. Além disso os diversos lançamentos de produtos cada vez melhores e o apelo das

campanhas publicitárias, faz com que a sociedade torne-se altamente consumista e por isso mais sujeita a dívidas de todos os tipos.

Com o acesso as compras facilitado, é que se identifica o grande problema, que as empresas não possuem sistemas eficientes de proteção de crédito e também os cliente não saberem administrar o seu dinheiro, realizam compras de pequenos valores, que quando acumuladas podem passar do orçamento e como conseqüência o descontrole sobre suas contas.

No Brasil diversas são as causas de inadimplência. Nos meios de comunicação, acompanha-se diariamente que dentre os principais motivos que levam os clientes a se tornarem inadimplentes, destacam-se o descontrole financeiro, o desemprego, problemas de saúde na família, atraso no pagamento do salário entre outros.

Desta forma entende-se que a inadimplência está ligada ao aumento de consumo das pessoas e a gama diversificada de produtos e ofertas.

#### *4.3 CONSTATADA A INADIMPLÊNCIA*

Quando constatada a inadimplência, as empresas procuram identificar a raiz do problema e procuram técnicas e ferramentas com a finalidade de reverter à situação. Conforme Martin (1997) apesar de todas as precauções e uma completa análise de crédito, muitas vezes é inevitável à falta de pagamento e conseqüente prejuízo.

Em posse de um título de crédito não pago, segundo Martin (1997) o credor tem três opções a considerar: negociação, protesto ou a cobrança judicial.

Portanto, a empresa deve estar preparada juridicamente para reverter à situação do inadimplente e buscar receber o dinheiro que é justo por lei. As soluções convencionais utilizadas pela instituição financeira são:

- a) negociação empresa x cliente;
- b) instrumentos de protesto;
- c) restritivos;
- d) cobrança judicial;
- e) recolhimento;
- f) campanhas de recuperação.

Para uma melhor compreensão dessas formas de cobrança, a seguir elas serão detalhadas.

**Negociação empresa x cliente:** Primeiramente a empresa envia torpedos SMS, para os clientes que possuem celular, a partir de 5 dias de atraso. Aos clientes que não possuem celular, envia-se MSG “mensagem fonada” ao telefone residencial. Não ocorrendo o pagamento em 48 horas, inicia-se a cobrança interna que é realizada via telefone, em que o operador de cobrança, repassa as informações do débito ao cliente e sugere um acordo de pagamento, e toda e qualquer negociação deve ser registrada no sistema de cobrança. Em não conseguindo um acordo de pagamento é enviado o cobrador externo até a residência, no endereço que consta no cadastro, para mais uma tentativa de negociação.

**Instrumentos de protesto:** Também utilizado pela instituição financeira, tem por finalidade, comprovar o não pagamento do título, além de ser uma ferramenta de cobrança, pois bloqueia diversas operações que o cliente possa querer efetuar no mercado. Com o protesto, o credor comprova a mora (atraso da obrigação) e a inadimplência (descumprimento da obrigação) do devedor. Depois de receber os títulos ou documentos de dívidas, o Tabelião emite intimação para o devedor pagar.

**Restritivos:** A negativação em empresas de restrição de crédito ocorre após trinta e cinco dias do vencimento, e o devedor passa a ter o nome incluso na lista dos devedores, e somente terá o nome “limpo” novamente depois de realizar o pagamento para a credora.

**Cobrança judicial:** Se com as tentativas anteriores o cliente não realizar de forma alguma o pagamento da sua obrigação, é necessário repassar a causa, e entregar os documentos para a realização da cobrança judicial através do juízo, em que o juiz poderá determinar uma sentença para pagamento seja ele parcelado ou nas condições do devedor.

**Recolhimento:** Ocorre quando, por falta de pagamento, a empresa retoma a mercadoria comprada pelo cliente. A decisão de aceitar a mercadoria como pagamento da dívida, cabe exclusivamente à empresa. Assim, o recolhimento de bens de contratos com garantia pode ocorrer de forma judicial ou de forma amigável.

**Campanhas de recuperação:** Para demais valores que ainda não foram recuperados, são realizadas campanhas de recuperação, propondo ao cliente

descontos de até cinquenta por cento do valor da dívida, a fim recuperar parte do valor da obrigação.

No momento do acordo, o credor tem um único objetivo a atingir, receber o valor que lhe é devido.

Atualmente os clientes estão cientes do mercado onde compram, portanto as empresas devem estar preparadas para não acabar sendo armadilhas dos próprios clientes e saberem negociar de forma correta e eficaz.

Todo e qualquer tipo de informação conseguida será importante, servindo como base para a análise dos riscos e probabilidades, seja negociando ou fazendo uso das medidas legais cabíveis em cada caso. Ousamos afirmar que o sucesso de qualquer negociação, na inadimplência, depende principalmente do conhecimento que se possui do devedor. (MARTIN, 1997, p. 53).

Quando a inadimplência ocorre, cabe as organizações decidirem como lidar com os esses valores não pagos, essas decisões podem ser definidas num conjunto chamado de política de cobrança. Esta, tem como objetivo estabelecer procedimentos que devem ser seguidos no momento em que a organização possui valores vencidos em seu poder.

#### *4.4 POLÍTICA DE COBRANÇA*

A Política de cobrança contém os procedimentos e critérios tradicionais utilizados pela empresa para a recuperação parcial ou total dos débitos de seus devedores. Deve ser definida com base em todos os critérios possíveis a serem adotados pela empresa, visando o recebimento, na data de seus vencimentos, dos diversos valores a receber.

Conforme Gitman (1997), a política de cobrança possui os procedimentos a serem realizados para cobrar as duplicatas a receber quando elas vencem. A eficiência da política de cobrança pode ser avaliada, observando-se o nível dos inadimplentes ou incobráveis, porém não depende somente desta, mas também da política que baseou-se para a concessão do crédito.

De acordo com Hoji (2010), a política de cobrança deve ser implementada em conjunto com a política de crédito. Não pode ser facilitado na concessão de crédito, para, em seguida ter que aplicar rigidez na cobrança, ou vice-versa. Ainda nas

palavras do autor, em sendo identificado dificuldade na cobrança, a avaliação do crédito deverá ser mais rigorosa.

Para Sanvicente (1997, p. 159), “a finalidade da política de cobrança está refletida exatamente nessas observações: ela existe para que vendas já efetuadas efetivamente transformem-se em recebimentos”.

Utilizando ferramentas e com os esforços da cobrança buscam-se maneiras de evitar o problema da inadimplência, a fim de serem evitados grandes prejuízos.

Este capítulo apresentou a fundamentação teórica sobre inadimplência com o objetivo de auxiliar nas respostas a questão de pesquisa, bem como para orientar o leitor no entendimento deste trabalho. Em função da fundamentação teórica apresentada nos capítulos um, dois, três e quatro, o próximo capítulo, apresenta o estudo de caso para ilustrar as evidências descobertas nesta monografia.

## **5 ESTUDO DE CASO – PERFIL E PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DE PESSOAS FÍSICAS INADIMPLENTES JUNTO A UMA INSTITUIÇÃO FINANCEIRA**

### *5.1 INTRODUÇÃO A INSTITUIÇÃO FINANCEIRA*

A Crediare S/A - Crédito, Financiamento e Investimento - foi fundada em maio de 2003. Inicialmente foi constituída sob a forma de subsidiária integral da Lojas Colombo S.A., que ofertava aos clientes da empresa soluções integradas de produtos financeiros e propiciava novas fontes de captação à companhia.

Para a Lojas Colombo, o ano de 2003 foi marcado pela conquista de novos mercados, além da forte retomada da participação nas regiões onde ela já atuava. Com uma gestão voltada ao cliente e focada em resultados, a Lojas Colombo superou as dificuldades do varejo brasileiro, que vivia mais um ano de retração, e se firmou como uma das maiores redes de eletrodomésticos e móveis do ranking nacional.

Nos dois anos que se seguiram, houve uma necessidade maior de expansão da rede, inclusive como forma de frear a concorrência. Esse novo cenário varejista indicava que a Crediare deveria captar novos recursos no mercado, para permitir a Lojas Colombo a plena continuidade de seus negócios.

Em virtude dessa necessidade, a companhia foi a mercado em busca de um sócio. Foi então que, em março de 2006, se iniciou a sociedade através de um acordo operacional, sendo efetivada em maio de 2007, com a homologação do Banco Central.

Assim, o Bradesco assumiu o controle de 50% da Crediare, sendo mantidos os demais 50% com a Lojas Colombo. O valor desta venda, somado aos seus próprios recursos, proporcionou à Crediare uma capacidade de realizar financiamentos de aproximadamente R\$ 1 bilhão.

Contando com a expertise financeira do Bradesco, a Crediare, que antes tinha uma atuação concentrada no Crédito Direto ao Consumidor (CDC), passou a oferecer várias linhas de empréstimos, capitalização, seguros e crédito aos aposentados e pensionistas do INSS. E, recentemente, lançou o cartão de crédito "híbrido", com a bandeira Colombo/VISA, sendo a única financeira no país autorizada a emitir cartões com a bandeira VISA.

## 5.2 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE DE PESQUISA

Com base em uma seleção de clientes inadimplentes a mais de 360 dias, analisaram-se as informações constantes nas fichas cadastrais destes clientes, atentando-se aos detalhes a fim de mapear um perfil de pessoa física inadimplente na instituição financeira.

No levantamento de dados, em função do sigilo bancário foi preservado a identidade dos clientes, de modo a evitar possíveis desconfortos e/ou constrangimentos. Por este motivo, não ocorreram entrevistas pessoais, para não causar nenhuma espécie de intimidação ou coação. Trata-se, portanto, de uma análise documental, que foi desenvolvida a partir dos dados colhidos das fichas cadastrais desses clientes.

Basicamente a ficha cadastral pode ser definida como o conjunto de informações de um indivíduo, para a identificação do cliente que está recebendo o crédito e também a fim de avaliar a possibilidade de concessão de crédito. Desta forma, algumas informações são fundamentais em toda ficha cadastral, conforme segue:

- a) nome;
- b) cadastro de pessoas físicas (CPF);
- c) registro geral (RG);
- d) dados residenciais;
- e) sexo;
- f) naturalidade;
- g) estado civil, cônjuge e dependentes;
- h) empresa em que trabalha, cargo e renda.
- i) contatos e referências;
- j) escolaridade;
- k) e-mail.

Segundo Schrickel (1998), as instituições devem munir-se de alguns elementos informativos indispensáveis sobre o seu potencial tomador de crédito, antes da realização de qualquer operação de crédito. É o chamado levantamento da ficha cadastral.



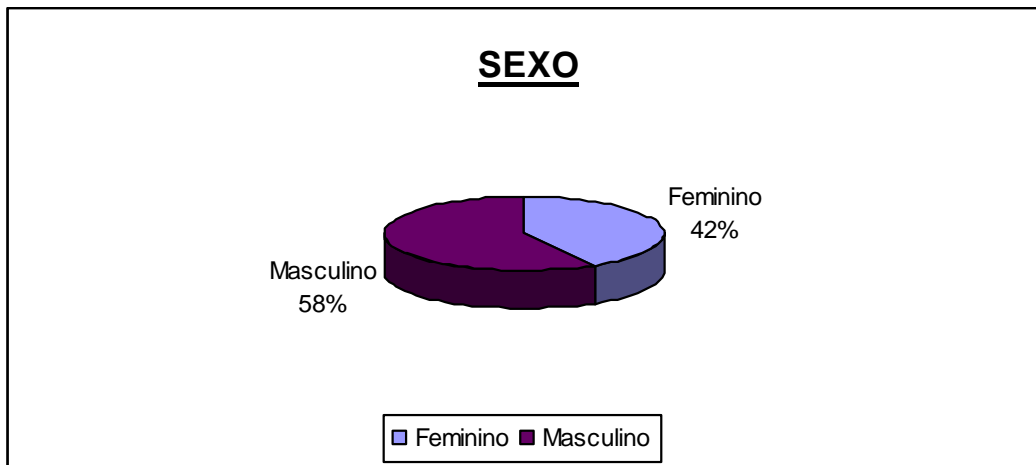
Para a seleção de clientes, escolheu-se duas filiais da região e selecionou-se 462 clientes inadimplentes, que apresentam inadimplência superior a 360 dias de atraso.

### 5.3 LEVANTAMENTO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Para fins de levantamento dos dados, foi possível identificar algumas características dos clientes inadimplentes selecionados para a análise. Com esse levantamento foi possível identificar o perfil desses clientes, a seguir descritos.

**Sexo do cliente inadimplente:** conforme Figura 4, a pesquisa gerou a informação, que em relação ao sexo dos clientes (pessoas físicas) inadimplentes foi possível evidenciar que a maioria deles são do sexo masculino. Representando 58 por cento, ou seja, 270 fichas cadastrais analisadas, contra 42 por cento do sexo feminino, sendo 192 fichas cadastrais analisadas. Embora a diferença não seja muito significativa, identifica que a inadimplência dos homens é superior à das mulheres.

Figura 4: Gráfico referente ao sexo

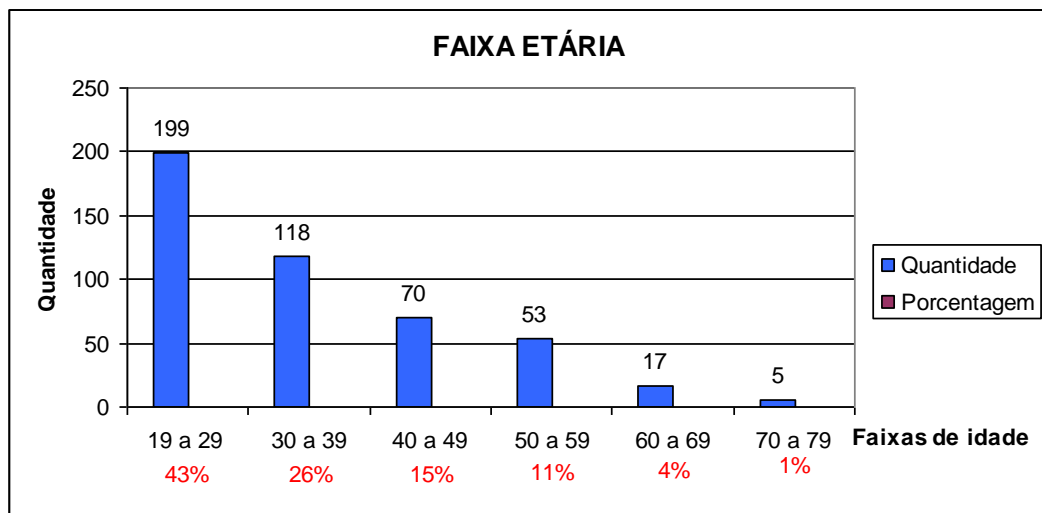


Fonte: Produção do próprio autor

**Faixa etária:** para fins da avaliação dessa característica dos clientes (pessoas físicas) inadimplentes, os mesmos foram separados em faixas etárias, por múltiplos de dez, a fim de ver qual a faixa que representa maior incidência de inadimplentes. De acordo com a Figura 5, os dados levantados evidenciam que 43 por cento dos inadimplentes possuem entre 19 a 29 anos, ou seja, 199 fichas

cadastrais analisadas. Em seguida com 26 por cento, 118 fichas cadastrais analisadas, possuem entre 30 a 39 anos. Considerando-se as duas faixas juntas (19 a 39 anos) o percentual chega a 69 por cento, que corresponde a 317 fichas cadastrais. Por outro lado, apenas 31 por cento dos inadimplentes possuem mais de 40 anos, que se somados totalizam 145 clientes inadimplentes. Fato que indica que a inadimplência é concentrada em pessoas que possuem idade entre 19 e 40 anos.

**Figura 5: Gráfico por Faixa Etária**

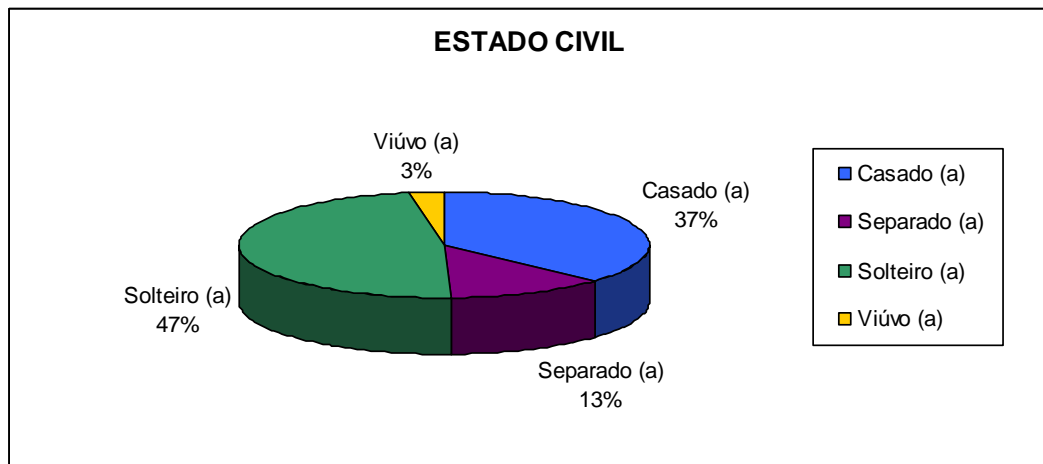


Fonte: Produção do próprio autor

**Estado civil:** para fins da classificação dessa característica, foram consideradas quatro alternativas: solteiro (a), casado (a), separado (a) ou viúvo (a).

Os resultados evidenciaram que 47 por cento, dos clientes (pessoas físicas) inadimplentes são solteiros (as), que correspondem a 220 fichas cadastrais analisadas, vindo em segundo, com 37 por cento, os clientes casados (as), que corresponde a 171 fichas cadastrais analisadas, 13 por cento são separados (as), ou seja, 58 fichas cadastrais analisadas e somente 3 por cento são viúvos (as), que corresponde a somente 13 clientes inadimplentes. No caso dos clientes casados, o número de dependentes, pode ser um fator que contribuí para maiores gastos, priorizados para o lar, e dívidas com terceiros ficariam em segundo plano. Na Figura 6 pode-se visualizar que os maiores inadimplentes são pessoas solteiras.

**Figura 6: Gráfico por Estado Civil**

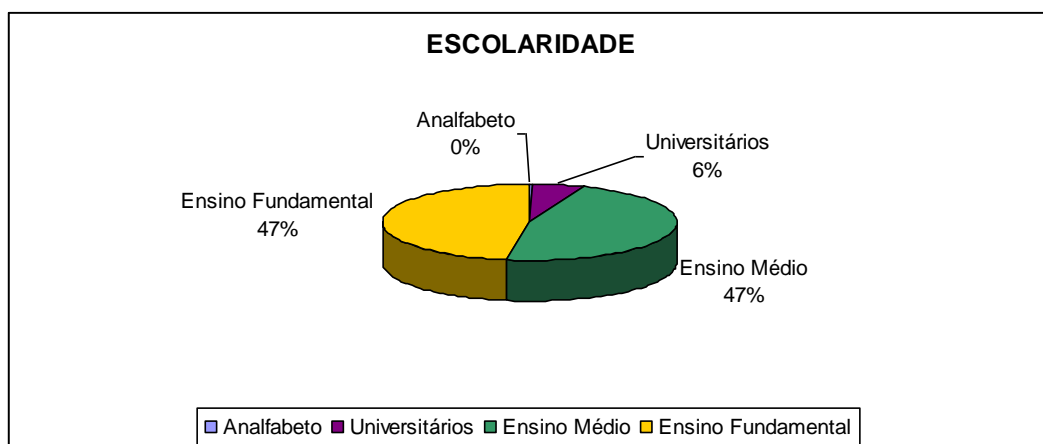


Fonte: Produção do próprio autor

**Escolaridade:** para fins de avaliação dessa característica foi possível evidenciar que as categorias ensino fundamental e ensino médio, conforme Figura 7, ambas possuem 47 por cento dos clientes inadimplentes (pessoas físicas). Considerando as duas faixas juntas chega-se ao percentual de 94 por cento, que corresponde a 434 fichas cadastrais analisadas, e somente 6 por cento dos clientes inadimplentes são universitários, ou seja, 27 clientes inadimplentes.

Desta forma, entende-se que a baixa escolaridade contribui consideravelmente no aumento da inadimplência, provavelmente devido ao fato de que geralmente pessoas com menos estudo, estão sujeitas a serviços que exigem menor qualificação e conseqüentemente menores salários.

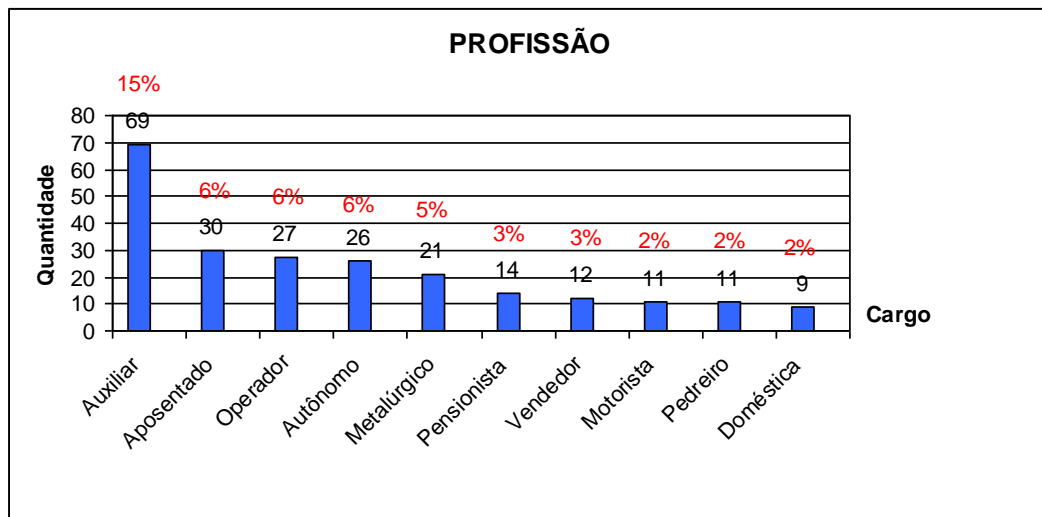
**Figura 7: Gráfico por Escolaridade**



Fonte: Produção do próprio autor

**Profissão:** no total da análise, entre os 462 clientes, foram identificados 85 cargos diferentes. Em relação à profissão dos clientes inadimplentes, destacou-se conforme Figura 8, os dez principais cargos identificados na análise. Destaca-se que 69 dos clientes inadimplentes exercem o cargo de auxiliar, o que corresponde a 15 por cento das fichas cadastrais analisadas. Em seguida, 30 clientes são aposentados, 27 são operadores, 26 são autônomos e 24 são metalúrgicos, ambos correspondem a aproximadamente 6 por cento das fichas cadastrais analisadas. Para o cargo de autônomo, os clientes que não possuem nenhum vínculo trabalhista ou sem rendimentos declarados, estão mais propensos a dificuldades financeiras.

**Figura 8: Gráfico por Profissão**

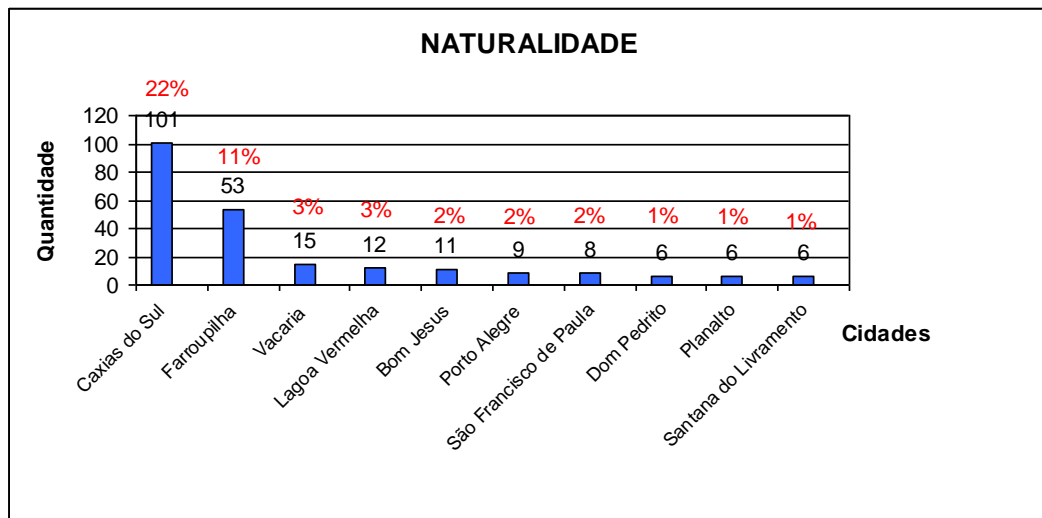


Fonte: Produção do próprio autor

**Naturalidade:** para fins de análise deste item, foi considerado se o cliente é natural da cidade onde está estabelecida a Crediare ou se era proveniente de outras localidades. Destaca-se que escolheu-se duas filiais da região de Farroupilha e selecionou-se os clientes inadimplentes, que apresentam inadimplência superior a 360 dias de atraso. Dentre as 462 fichas cadastrais analisadas, foram identificadas 147 naturalidades diferentes. Destaca-se no Figura 9, as dez principais cidades identificadas. Os resultados demonstram que 22 por cento dos clientes inadimplentes são naturais de Caxias do Sul, o que corresponde a 101 fichas cadastrais analisadas. Em seguida, encontram-se, com 11 por cento, os clientes naturais da própria cidade em que está localizada a Crediare, ou seja, Farroupilha, que corresponde a 53 fichas cadastrais analisadas e somente 3 por cento são

naturais de Vacaria e 3 por cento são naturais de Lagoa Vermelha, que se somadas totalizam 27 clientes inadimplentes. Diante da diversidade de localidades identificadas na análise, evidencia-se que pessoas vindas de outras cidades, que provavelmente venham em busca de oportunidades de trabalho, são mais propensas a inadimplência.

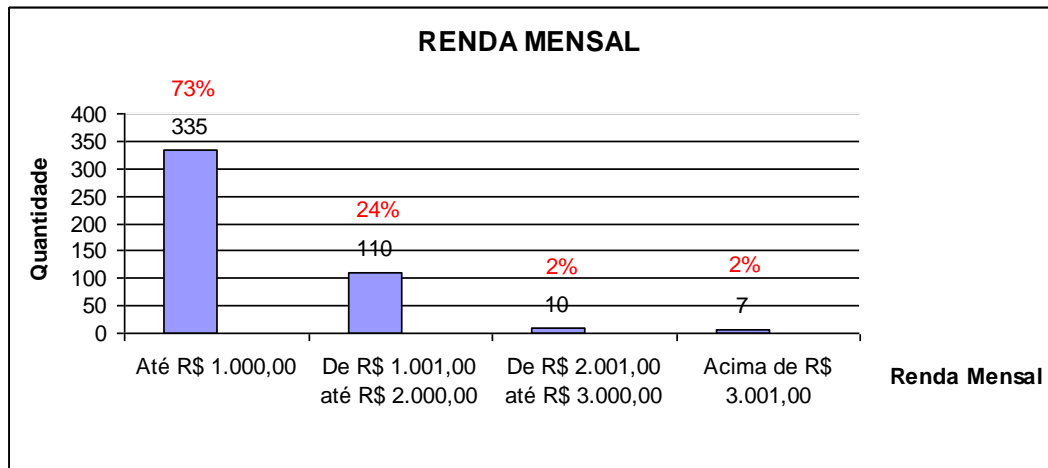
**Figura 9: Gráfico por Naturalidade**



Fonte: Produção do próprio autor

**Renda mensal:** para fins de avaliação dessa característica dos clientes inadimplentes foram separados em quatro faixas de valores, a primeira de clientes com renda mensal de até R\$ 1.000,00, a segunda de R\$ 1.000,01 até R\$ 2.000,00, a terceira de R\$ 2.001,00 até R\$ 3.000,00 e a quarta de clientes com renda mensal acima de R\$ 3.001,00. Os dados levantados conforme Figura 10 indicam que mais da metade dos clientes, 73 por cento recebem até R\$ 1.000,00 mensais, ou seja, 335 clientes inadimplentes, enquanto que 24 por cento recebem de R\$ 1.001,00 a R\$ 2.000,00 mensais, que correspondem a 110 clientes e a minoria 4 por cento recebem acima de R\$ 2.001,00, que se somados totalizam 17 clientes. Estes dados demonstram que quanto maior a renda, menores são as chances das pessoas ficarem inadimplentes, afinal com maiores rendimentos é possível honrar com os compromissos assumidos.

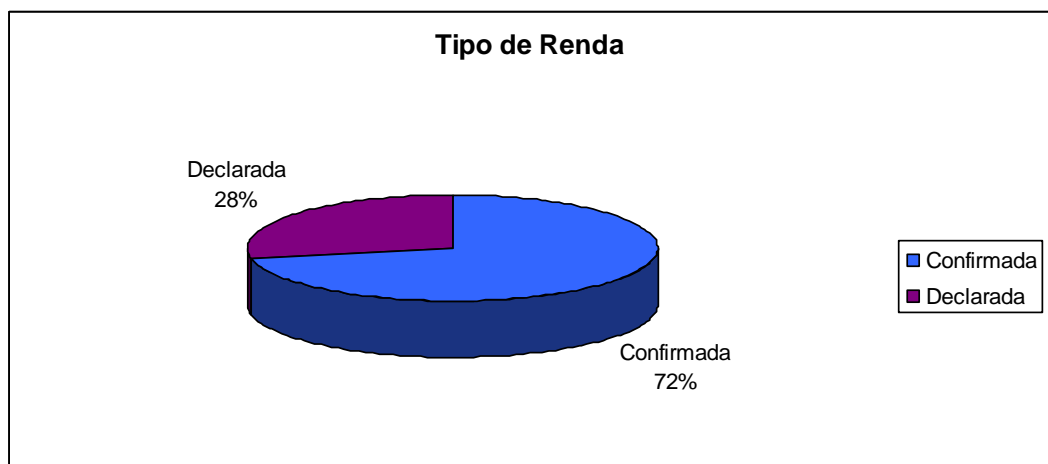
**Figura 10: Gráfico por Renda Mensal**



Fonte: Produção do próprio autor

**Informalidade da renda:** a Figura 11 demonstra que em relação à informalidade da renda cadastrada foi possível verificar que para a maioria dos clientes inadimplentes, ou seja, 72 por cento possuem sua renda confirmada, que corresponde a 332 clientes inadimplentes e somente 28 por cento possuem renda declarada, ou seja, 130 clientes possuem renda sem comprovações.

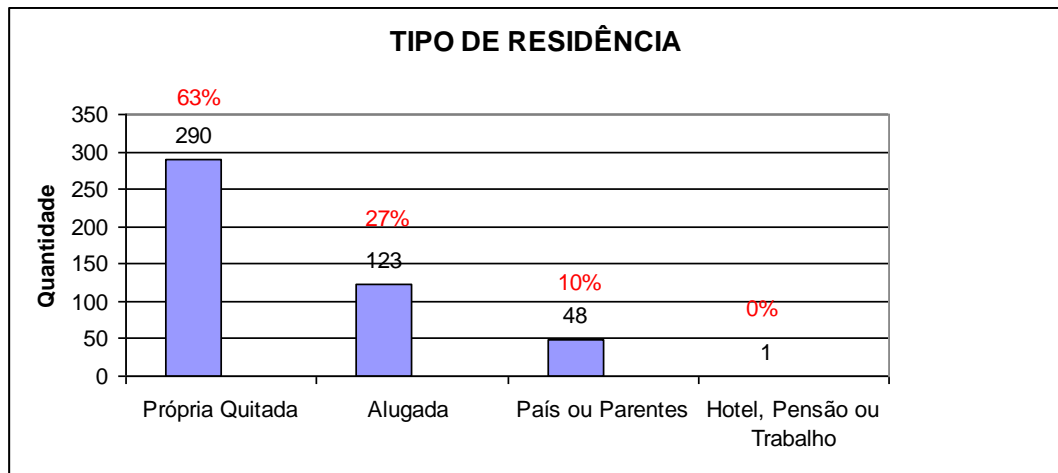
**Figura 11: Gráfico por Tipo de Renda**



Fonte: Produção do próprio autor

**Tipo de Residência:** a Figura 12 evidencia que em relação ao tipo de residência, identificou-se que a maioria dos clientes inadimplentes, 63 por cento, possuem residência própria e já quitada, o que corresponde a 290 clientes analisados. Vindo em seguida, com 27 por cento, os clientes que possuem residência alugada, ou seja, 123 clientes e, somente 10 por cento na residência de país ou parentes, o que corresponde a 48 clientes inadimplentes.

**Figura 12: Gráfico por Tipo de Residência**



Fonte: Produção do próprio autor

Portanto, as evidências encontradas sugerem que o estudo sobre o perfil e as características dos clientes inadimplentes na instituição financeira é de extrema importância para a empresa, a fim de aperfeiçoar os critérios de aprovação de crédito e tornar a operação mais segura e alinhada com os objetivos de todas as instituições financeiras, que é o retorno dos valores emprestados.

## 6 CONCLUSÃO

Esta monografia enfocou o perfil e principais características das pessoas físicas inadimplentes junto a uma instituição financeira. A concessão de crédito que muito tem crescido no Brasil, é atualmente a principal atividade geradora de resultados e lucros da instituição financeira. Mas para esse lucro se realizar é necessário que os recursos emprestados retornem no prazo estabelecido entre a instituição financeira e o cliente.

É neste cenário de aumento da oferta de crédito e também do aumento da inadimplência, que se realizou a pesquisa apresentada neste trabalho, em uma instituição financeira de uma grande rede varejista da região. A partir de um estudo de caso, analisou-se a ficha cadastral de 462 clientes inadimplentes na empresa a mais de 360 dias, encontrando assim as principais características em comum entre ambos, e o perfil do cliente inadimplente na Crediare SA.

Na pesquisa, dentre todas as características analisadas, pode-se identificar no estudo de caso, que existe um risco maior de ocorrer a inadimplência quando o tomador de crédito for do sexo masculino, possuir idade inferior a 40 anos, for solteiro, com baixa escolaridade, ou seja, ensino fundamental e/ou médio, que exerça atividade com o cargo de auxiliar, proveniente de outras cidades, com renda mensal de até R\$ 1.000,00 e possuir residência própria.

Ao finalizar este trabalho, e conforme descrito no parágrafo acima, percebe-se que as hipóteses H1, H2 e H3, descritas na página 13, se confirmaram com a fundamentação teórica e o estudo de caso realizado na Crediare SA.

Este trabalho apresentou evidências que para conceder um financiamento a um cliente, é preciso observar uma série de itens e descreve-los de forma precisa e correta, para desta forma reduzir riscos e perdas. Seguir a observação dos 5 C's na análise de crédito é de fundamental importância, para a análise detalhada do cliente sobre o seu caráter, sua capacidade de pagamento, seu capital, suas garantias de crédito e suas condições econômicas gerais.

É importante destacar, que com o perfil do cliente inadimplente traçado, a instituição financeira pode utilizar-se desta informação como parâmetro no momento de decidir em conceder ou não o crédito ao cliente, e principalmente com a finalidade de minimizar o risco de crédito na operação. Pois, quanto menor o índice de inadimplência, consequentemente maior será o lucro da instituição financeira.



Enfim, o sucesso na concessão de crédito depende de uma análise criteriosa do tomador, principalmente aos tomadores que apresentarem as características mais propensas a se tornarem inadimplentes, levantados neste trabalho de conclusão de curso, pode reduzir consideravelmente, o índice de inadimplência apresentado na Crediare SA.

## REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças Corporativas e Valor**. São Paulo: Atlas, 2003.

BANCO CENTRAL DO BRASIL, 1999. **Resolução 2.682/1999**. Disponível em: [http://www.bcb.gov.br/pre/normativos/res/1999/pdf/res\\_2682\\_v1\\_P.pdf](http://www.bcb.gov.br/pre/normativos/res/1999/pdf/res_2682_v1_P.pdf)  
Acesso em: 16 mai. 2012.

CAOQUETTE, John B.; ALTMAN, Edward. I.; NARAYANAN, Paul; NINMO, Robert. **Gestão de risco de crédito: o grande desafio dos mercados financeiros globais**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2009.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 7 ed. São Paulo: Harbra, 1997.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira. Uma abordagem prática**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira e orçamentária**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LEONI, Geraldo. **Cadastro, crédito e cobrança**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MARTIN, Célio Luiz Muller. **Recuperação de Créditos: estratégias e soluções para a inadimplência**. São Paulo: Érica, 1997.

MARTINS, Rosilda Baron. **Metodologia científica: como tornar mais agradável a elaboração de trabalhos acadêmicos**. Curitiba: Juruá, 2004.

ROCHA, Antonio Carlos. **Na Selva do Calote: Concedendo e Recuperando Créditos**. São Paulo: Futura, 1997.

SANTI FILHO, Armando de. **Avaliação de riscos de crédito. Para gerentes de operações**. São Paulo: Atlas, 1997.

SANVICENTE, Antonio Zoratto. **Administração financeira**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de Crédito: Concessão e Gerência de Empréstimos**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

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

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Demonstrações financeiras**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SERASA EXPERIAN. **Inadimplência do Consumidor sobe 21,5% em 2011 e é a maior alta em nove anos**. Disponível em:

<[http://www.serasaexperian.com.br/release/noticias/2012/noticia\\_00740.htm](http://www.serasaexperian.com.br/release/noticias/2012/noticia_00740.htm)>.

Acesso em: 06 Mar 2012.

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

SILVA, José Pereira da. **Gestão e Análise de Risco de Crédito**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

SILVA, José Pereira da. **Gestão e Análise de Risco de Crédito**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2000.