

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE SUL
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

**IMPACTO DA FALTA DE INFORMAÇÕES
PARA A ANÁLISE DE LIMITES DE CRÉDITO DE MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS: UM ESTUDO DE CASO NA AGÊNCIA LAVRAS DO SUL (RS).**

Mauricio Viegas Moura

Porto Alegre **2007**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL – UFRGS
ESCOLA DE ADMINSITRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
MONOGRAFIA DE ESPECIALIZAÇÃO

IMPACTO DA FALTA DE INFORMAÇÕES
PARA A ANÁLISE DE LIMITES DE CRÉDITO DE MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS: UM ESTUDO DE CASO NA AGÊNCIA LAVRAS DO SUL (RS).

Mauricio Viegas Moura

Trabalho de conclusão de curso de Especialização apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Administração - Gestão de Negócios Financeiros.

Orientadora: Profa. Dra. Raquel Janissek Muniz

Porto Alegre 2007

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL - UFRGS

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

**IMPACTO DA FALTA DE INFORMAÇÕES
PARA A ANÁLISE DE LIMITES DE CRÉDITO DE MICRO E PEQUENAS
EMPRESAS: UM ESTUDO DE CASO NA AGÊNCIA LAVRAS DO SUL (RS).**

Elaborada por: Mauricio Viegas Moura

Foi aprovada por todos os membros da Banca Examinadora e homologada como pré-requisito à obtenção de aprovação no curso de Especialização de Gestão em Negócios Financeiros.

Data: _____/_____/_____

Nota Final: _____

Banca Examinadora:

Prof. (a) – Nome: _____

Assinatura: _____

Prof. (a) – Nome: _____

Assinatura: _____

Prof. (a) – Nome: _____

Assinatura: _____

RESUMO

Este estudo busca mostrar as dificuldades das micro e pequenas empresas, clientes da agência do Banco do Brasil, agência de Lavras do Sul, em obter apoio creditício de acordo com suas reais condições de pagamento. A hipótese que se pretende investigar é a de que essa dificuldade é gerada pela falta de informação adequada para a metodologia de análise de crédito realizada pelo banco. Ou seja, no fornecimento de dados financeiros, as empresas omitem informações. Tal omissão é justificada, na maioria das vezes, pela redução na incidência de impostos. Essa dificuldade, portanto, não é gerada em virtude do banco ter limitado as condições de financiamento e sim porque as informações declaradas pela empresa não são precisas, sendo esse dado essencial para um correto enquadramento dos limites. Para realização da pesquisa e sustentação da hipótese inicial, foi realizada uma abordagem qualitativa, em que os questionários foram coletados junto a vinte empresas da agência que possuem limite de crédito aprovado e que utilizam alguma linha de crédito disponibilizada pelo banco. Todas as empresas entrevistadas fazem parte do mesmo segmento: varejo com porte de micro e pequena empresa. Verificou-se assim que 75% delas responderam que já deixaram de realizar algum tipo de negócio por falta de crédito junto ao banco e 50% delas afirmam que informam corretamente e o principal motivo para a informação não estar de acordo é o fato de que a mesma justifica a economia com impostos sobre as vendas. Com referência a abertura de sugestões na pesquisa, destaca-se como principal reivindicação à queda de juros e burocracia nas análises, falta de linhas ou limites de capital de giro, e o fato de que o banco não considera o tempo de conta.

ABSTRACT

This study to show the difficulties of the micron and small companies, customers of the agency of the Banco do Brasil, agency of the city of You Lavras do Sul, in getting credit support in accordance with its real conditions of payment. The hypothesis that it intends to investigate is of that this difficulty is generated by the lack of information adjusted for the methodology of analysis of credit carried through for the bank. That is, in the supply of financial data, the companies omit information. Such omission is justified, most of the time, for the reduction in the incidence of taxes. This difficulty, therefore, is not generated in virtue of the bank to have limited the financing conditions and yes because the information declared for the company are not necessary, being this essential data for a correct framing of the limits. For accomplishment of the research and sustentation of the initial hypothesis, a qualitative boarding was carried through, where the questionnaires had been collected next to twenty companies of the agency whom they possess limit of approved credit and that they use some credit facility available for the bank. All the interviewed companies are part of the same segment: retail with structure of micron and small company. Seventy percent of them was verified as soon as had answered that already they had left to carry through some type of business due to credit next to the bank and fifty percent of them affirms that informs correctly and the main reason for the information this in agreement is not the fact of that the same one justifies the economy with taxes on vends. Regarding to opening of suggestions in the research, it is distinguished as main claim the fall of interests and bureaucracy in the analyses, lack of lines or limits of turn capital, and the fact of that the bank does not consider the account time.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	7
1.1	TEMA E DELIMITAÇÃO DO TEMA.....	8
1.2	PROBLEMA E QUESTÃO DE PESQUISA.....	9
1.3	OBJETIVOS.....	9
1.3.1	OBJETIVO PRINCIPAL.....	9
1.3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
1.4	JUSTIFICATIVA.....	10
1.5	METODOLOGIA.....	11
1.6	ESTRUTURA DO TRABALHO.....	11
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	12
2.1	PRINCÍPIOS DA ANÁLISE DE CRÉDITO.....	13
2.1.1	INFORMAÇÃO.....	14
2.1.2	CADASTRO.....	16
2.1.3	CRÉDITO.....	17
2.1.4	ANÁLISE DE CRÉDITO.....	18
2.1.5	ANÁLISE DE CRÉDITO NO SETOR BANCÁRIO.....	18
2.1.6	ANÁLISE SUBJETIVA DO CRÉDITO - OS C'S DO CRÉDITO.....	20
2.1.7	ANÁLISE QUANTITATIVA – CREDIT SCORING.....	21
2.2	PERFIL DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL.....	26
3	METODOLOGIA.....	28
3.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA.....	28
3.2	METODOLOGIA EMPREGADA PELO BANCO QUANDO DA ANÁLISE.....	30
3.3	AMOSTRA.....	30
3.4	COLETA DE DADOS.....	30
3.5	APLICAÇÃO DE PESQUISA.....	31
4	ANÁLISE DE RESULTADO.....	33
4.1	INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	34
5	CONTRIBUIÇÕES E CONCLUSÕES.....	38
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	40
	ANEXOS.....	41

1. INTRODUÇÃO

No mercado das micro e pequenas empresas, é comum notarmos a insatisfação das organizações com o apoio creditício recebido pelo mercado financeiro. Com a estabilização da economia e a diminuição da taxa de juros, o mercado no ramo bancário ficou concorrido para abertura de novas fontes de receita, além de ser um segmento importante conforme relata SEBRAE ¹, “A falta de crédito é um dos principais obstáculos para a criação e o desenvolvimento dos pequenos negócios no Brasil. Apesar de responderem por aproximadamente 20 % do Produto Interno Bruto (PIB) e 60% dos empregos gerados no País, as MPE recebem apenas 10% dos créditos concedidos pelos bancos oficiais e privados”. Os bancos buscam manter ou aumentar suas receitas com as intermediações financeiras, e o Banco do Brasil não deve ficar fora desse segmento.

Existem muitas linhas de crédito oferecidas aos clientes. No entanto, no que diz respeito ao público formado por pessoas jurídicas, mais especificamente o segmento das micro e pequena empresas, poucas recebem o apoio como deveriam. Isto gera reflexos negativos, tanto para as organizações como para o banco. Para as empresas, o ponto negativo é a utilização de outras fontes de recursos que, na maioria das vezes, são mais onerosas - apesar da facilidade de acesso -, que é o caso do cheque especial, por exemplo. Essa tendência, por sua vez, gera conseqüências graves, como a queda da rentabilidade em seus negócios ou até mesmo o encerramento de suas atividades - retratando fato comum no Brasil: mais de um terço das micro e pequenas empresas nacionais não chegam ao final do primeiro ano de existência e metade encerra suas atividades com menos de dois anos. Não obstante, esse segmento é muito importante para o banco em suas atividades de intermediação, assim como para o Brasil, pois este segmento é responsável por cerca de dois terços dos empregos gerados no país.

¹ Disponível em <http://www.sebrae.com.br/br/parasuaempresa/comoobtercredito.asp>, consultado em 13.09.2007

Existe um grande caminho ainda a ser percorrido. As margens de expansão de negócios com o banco geram boas possibilidades de aumento do volume de crédito junto a este segmento, como pode ser verificado em artigo editado pela Gazeta Mercantil datado de 29 de julho de 2006² referenciando os números de arrecadação e volume de sonegação por parte de Pessoas Jurídicas. Nele, a contadora da Trade Contabilidade relata que “muitas delas não pagam seus impostos de maneira devida e sentem medo de declarar suas rendas”.

1.1 TEMA E DELIMITAÇÃO DO TEMA

Neste trabalho será estudado o impacto das informações prestadas por clientes pessoa jurídica junto aos métodos que o banco utiliza para analisar limites de crédito de micro e pequenas empresas, pois por ser a informação o principal insumo utilizado nos métodos de análise, se este estiver incorreto acaba por limitar a concessão de crédito a esse segmento. Informação e Análise de crédito são os principais temas tratados neste estudo, com foco em análise de crédito no setor bancário.

Serão conhecidas as metodologias utilizadas para as análises, bem como seus conceitos, muito embora a forma com que cada informação, variável ou dado são tratados é objeto de sigilo e são tratados de forma confidencial, pois contém a política de crédito de cada instituição.

²Disponível em: <http://www.original123.com.br/clipping/?p=450>, consultado em 27/05/2007

1.2 PROBLEMA E QUESTÃO DE PESQUISA

Apesar das inúmeras ofertas de crédito no mercado de pessoa jurídica, estimuladas pelas fortes quedas de juros, o volume emprestado ao segmento de micro e pequenas empresas no Banco do Brasil na cidade de Lavras do Sul (RS) é pequeno devido ao potencial de empresas. No estudo busca-se saber se o método utilizado é preciso, e se negócios deixam de serem feitos.

Como há margem para progressão nesse segmento, ou seja, aumentar a participação do banco no mercado de micro e pequenas empresas, quer se identificar o seguinte: As empresas prestam corretamente as informações ao banco? Quais os motivos para não fazê-lo corretamente? Elas estão satisfeitas com o atendimento creditício?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO PRINCIPAL

Identificar junto aos clientes da agência Lavras do Sul os impactos da divergência de informações prestadas e as informações reais em termos de volume de negócios não realizados em função desta distorção de informação, bem como o grau de satisfação desses clientes com os limites de crédito ofertados pelo banco.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Identificar as empresas que estejam com limites de crédito vigente, utilizando-o em qualquer linha de curto e longo prazo;

- b) Levantar, junto a estas empresas, dados que justifiquem a distorção da informação fornecida para a análise de seu limite;
- c) Tabular ou simular de forma proporcional o desvio que se deixou de crescer quando do cálculo do limite proposto.
- d) Medir o grau de satisfação dos clientes pesquisados e tabular sugestões.

1.4 JUSTIFICATIVA

Justifica-se a elaboração do trabalho para mostrar que as informações prestadas pelas empresas para uma análise de crédito, seja através de contador ou por sua conta, não são precisas, o que gera perda de negócios ao banco e não atende as necessidades do clientes.

Muitos são os fatos que levam a empresas a informarem incorretamente os dados. Dentre eles podemos destacar a sonegação que existe nesse segmento e a postura que o empresário dessas empresas toma, ficando, muitas vezes, insatisfeito com os limites disponibilizados. Outra postura errada do administrador é utilizar linhas de crédito de fácil acesso, como cheque especial e crédito direto ao consumidor – linha destinada, principalmente, para suprir necessidades do público pessoa física. O valor de utilização desses recursos, em muitos casos, é insuficiente, resultando na busca de crédito em outras instituições financeiras.

Acreditamos que, ao apontar o problema, seja possível melhorar ou pelo menos viabilizar melhores negócios com esse segmento, favorecendo aumento da carteira de crédito junto as micro e pequenas empresas.

1.5 METODOLOGIA

Na pesquisa foi utilizado um questionário dirigido ao um grupo de micro e pequenas empresas do segmento varejo, clientes que operem em alguma linha de crédito e com limites de crédito vigentes. Buscou-se identificar se as empresas declaram as informações de forma real e, em caso negativo, quais seriam as razões para não fazê-las, além de tabular o desvio entre o declarado e o real, mostrando o grau de satisfação com o crédito ofertado pelo banco quando de sua análise.

1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente trabalho está organizado em capítulos assim distribuídos:

- Introdução: contexto, problema de pesquisa, questão da ,pesquisa, objetivos principal e específicos, justificativa e metodologia.
- Fundamentação teórica: conceitos e pesquisas junto a publicações relacionadas ao tema deste estudo.
- Metodologia: é apresentada a metodologia utilizada para pesquisa dentro do universo do estudo.
- Análise dos resultados: tem por objetivo analisar e interpretar os dados e resultados obtidos a fim de que possa solucionar ou apresentar sugestões para melhoria do grau de insatisfação ou melhora de performance.
- Conclusões: são apresentados pontos importantes a serem observados e sugeridos melhoras para aumento de negócios.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Com a crescente disputa de clientes no ramo de micro e pequenas empresas na indústria bancária, a fidelização através do atendimento de acordo com necessidades dos clientes com a sua satisfação têm sido um dos grandes desafios dos bancos. Assim, no ramo de crédito há um grande caminho a ser percorrido, pois o cenário aponta um Brasil com economia mais estável com continuas quedas de juros o que vislumbra a crescente busca de por parte das empresas, este por sua vez é uma das principais fontes de renda dos bancos.

Com a fundamentação teórica dos conceitos utilizados sobre crédito, desde os aspectos subjetivos aos sistemas quantitativos, buscamos verificar como as instituições financeiras se posicionam quando uma empresa de micro e pequeno porte busca crédito para atender suas necessidades, muito embora que o grau de empregabilidade das ferramentas e pesos de suas variáveis não estão disponíveis para pesquisas, pois trata-se de um diferencial mercadológico e de competitividade, pois neles estão as políticas de crédito de cada empresa.

A respeito da dificuldade das micro e pequenas empresas em acessar ou obter crédito ³ :

“A dificuldade de acesso ao crédito é uma das principais restrições ao desenvolvimento dos pequenos empreendimentos, visto que 95% deles não têm acesso ao sistema oficial de crédito. Os principais entraves ao acesso geralmente são as garantias exigidas pelos bancos. As reciprocidades (saldo médio, compra de outros serviços, etc.), prazos, condições de financiamentos e a demora para liberar os recursos também dificultam o acesso. As instituições de microcrédito, levando em conta a realidade dos pequenos negócios, operam de forma mais simplificada, apostando na potencialidade econômica do empreendimento e nas relações de confiança entre o empreendedor e instituição financiadora.”

³ Disponível em:

<http://www.ead.fea.usp.br/semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/Adm%20Geral/ADM56- An%20E1lise do processo Cr%20dito Banc%20rio.PDF>, consultado em 30.08.2007.

2.1 PRINCIPIOS DA ANÁLISE DE CRÉDITO

O crédito é um elemento presente em todas as políticas financeiras das empresas, como forma de alavancar vendas, aumentar investimentos ou capacidades de produção, bem como suprir necessidades de fluxo de caixas. A análise de crédito é tarefa complexa e muito importante para as instituições financeiras.

Com a análise de crédito as instituições financeiras tende a diminuir ou até excluir eventuais possibilidades de inadimplência por parte dos clientes analisados. Assim o banco utiliza-se de princípios de informações que lhe dará suporte para um correto dimensionamento de máximo endividamento a que o cliente pode estar submetido, assegurando assim retorno dos capitais ora investidos.

Assim o estudo irá abordar os dados informados e coletados como informação, na qual essa informação passa a ser um cadastro que formará base para análise.

2.1.1 INFORMAÇÃO

O significado de informação⁴ é: ato ou efeito de informar; ou opinião sobre o procedimento de alguém; parecer dado sobre um processo das instituições públicas (informe).

Segundo SEBRAE⁵, informação no mundo empresarial e tecnológico e "Todo conhecimento de natureza técnica, econômica, mercadológica, gerencial, social entre outros, que por sua aplicação, favoreça o progresso na forma de aperfeiçoamento e inovação".

A palavra informação é ambígua e liberalmente empregada para definir diversos conceitos. Teve sua origem no latim "*Informare*", que significa a ação de formar matéria.

Segundo Professor Doutor Gilberto Teixeira⁶, a definição mais comum é: "a ação de informar, formação ou moldagem da mente ou do caráter, treinamento, instrução, ensinamento, comunicação de conhecimento instrutivo".

Existe ainda a situação em que se confunde o conceito de informação, na verdade em muitas situações quando achamos que estamos tratando de informação é, na verdade, apenas dado, às vezes nem isso.

Gilberto Teixeira ainda destaca que as diferenças entre dados e informação tornam-se mais críticas à medida que a economia mundial caminha para um sistema de economias dependentes de informação.

A informação é sem dúvida a principal ferramenta utilizada no mundo globalizado. Exemplo dessa afirmação diz respeito ao fluxo de informação e a disposição existente na rede mundial de computadores a Internet. O grande

⁴ Pequeno Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa, Editora Nacional, 1982.

⁵ Disponível em : http://www.sebrae-sc.com.br/sebraetib/Hp/conceitos/info_tec/conceito.html, consultado em 15.09.2007.

⁶ Disponível em: <http://www.serprofessoruniversitario.pro.br/ler.php?modulo=22&texto=1385>, consultado em 15.09.2007

desafio é saber filtrar aquilo que se esta busca de informação a fidedignidade da mesma e aspectos ligado a segurança da informação (crime).

Segundo Pinheiro (2004)⁷, nas últimas décadas temos presenciado transformações intensas nos mais diversos setores da sociedade, sintomas de um mundo marcado pela inserção e utilização maciça de informações e de tecnologias no cotidiano das pessoas, transformações responsáveis também por gerar uma nova consciência mundial, no qual a informação assume um papel de grande destaque.

Segundo Pinheiro (2004)⁸, é importante salientar que o processamento da informação não envolve apenas fatos, mas também opiniões, sentimentos, percepções, visões e tendências, uma vez que o próprio meio em que vivemos é construído a partir desses aspectos. Todos esses aspectos devem ser devidamente identificados para serem analisados e compreendidos antes de serem adotados na orientação de um plano de ação ou na orientação para a implantação de projetos.

As instituições financeiras, de um modo em geral, utilizam nos cálculos de limites de crédito junto as micro e pequenas empresas partindo de uma coleta de dados, para então com a análise subjetiva partir para a informação, ou seja, risco e limite de crédito.

De posse das informações prestadas (dados) e com histórico do cliente é processada a informação onde são jogados valores as mais diversas variáveis que possuem pesos diferentes de acordo com o cliente e neles são atribuídos pesos e pontos de corte.

⁷ Disponível em: http://www.projetoderedes.com.br/artigos/artigo_simplesmente_informacao.php, consultado em 18.09.2007.

⁸ Disponível em: http://www.projetoderedes.com.br/artigos/artigo_simplesmente_informacao.php, consultado em 18.09.2007

2.1.2 CADASTRO

Para que o banco possa realizar uma análise segura com qualquer cliente, a premissa básica é a de que se tenha o máximo de informações sobre ele e que estas sejam as mais fidedignas possíveis.

O cadastro compõe, então, o conjunto de informações que o banco mantém sobre cada cliente, pessoa física ou jurídica. Um cadastro bem confeccionado e atualizado com informações precisas é essencial para o relacionamento da instituição com o cliente, bem como nas análises e decisões de crédito.

A respeito dos objetivos do cadastro (UNIVERSIDADE CORPORATIVA BANCO DO BRASIL, 2007, p. 25 e 26):

O cadastro atende a quatro objetivos:

- Subsidiar decisões na concessão de crédito ou na oferta de produtos do Banco;
- Apoiar a comunicação com o cliente, pois o cadastro fornece as informações necessárias à sua localização;
- Apoiar ações estratégicas, entre elas o lançamento de novos produtos, as campanhas de marketing, o desenvolvimento de metodologias de análise de risco, etc.;
- Alimentar outros sistemas com informações necessárias à execução de suas rotinas.

A partir de uma base cadastral do cliente bem construída, com informações precisas, pode se ter uma idéia de como é o comportamento do cliente para ai sim analisar as possibilidades de se acreditar em alguém, ou seja, possibilitar ao crédito.

2.1.3 CRÉDITO

Ao estudar crédito, existem vários conceitos dentre eles o de que crédito é todo ato de vontade ou disposição de alguém de destacar ou ceder, temporariamente, a terceiro parte de seu patrimônio a um terceiro, com a expectativa de que esta parcela volte a sua posse integralmente, após decorrido a prazo pré-estabelecido.

Como a palavra já diz, crédito é confiança. Confiança em uma pessoa que se compromete a cumprir uma obrigação futura. As obrigações de cunho pecuniário, por meio de crédito, agilizam as atividades econômicas principalmente pelo fato de uma empresa satisfazer hoje uma necessidade, pagando seu preço no futuro (FILHO, 1990).

Já a definição dada por Álvaro Musa⁹, por definição, crédito vem do latim “credere”, e significa confiar. Algo claramente bom, positivo. Quando acreditamos que alguma coisa vai acontecer no futuro, expressamos nossa confiança em nossa própria capacidade de avaliar probabilidades (ninguém consegue saber que uma outra pessoa vai fazer alguma coisa no futuro, então mostramos uma atitude duplamente positiva, pois estamos “fornecendo crédito” ao acontecimento e também a outra pessoa).

Quando acreditamos em alguém o suficiente para colocar algo que temos em risco, por exemplo, emprestando dinheiro, chegamos ao máximo do sentimento de confiança. E para se dar crédito precisa-se de conhecimento desta a pessoa a quem se esta creditando algo.

Um Banco, ou Financeira, que concede crédito a um cliente esta, portanto, dado a ele um voto de confiança, e quanto melhor o conhecer mais crédito poderá ser concedido.

⁹ Disponível em: http://www.ubaweb.com/revista/g_mascara.php?grc=17294, consultado em 15.09.2007.

2.1.4 ANÁLISE DE CRÉDITO

O objetivo da análise do limite de Crédito é de averiguar a compatibilidade do crédito solicitado com a capacidade do cliente proponente em honrar com possíveis operações futuras, conforme destaca Oreska (1993) e Diamond (1997), citado por Ricardo William Borges¹⁰.

No limite de crédito se representa a exposição máxima ao risco de crédito que a instituição bancária admite assumir com o cliente, independente do prazo e finalidade da operação. Abrange todas responsabilidades do cliente, observadas as Políticas de Crédito, o percentual de impacto de cada operação e demais condições estabelecidas para uso do crédito.

2.1.5 ANÁLISE DE CRÉDITO NO SETOR BANCÁRIO

No sistema bancário, segundo a UNIVERSIDADE CORPORATIVA BANCO DO BRASIL (2007, p.27), são analisadas como principais ponderações para a análise de crédito:

- O limite de crédito é apurado levando-se em consideração nível de risco e a capacidade econômico-financeiro do cliente, amparando-se em sua informações declaradas;
- O estabelecimento do limite de crédito não significa que o banco assumira o compromisso de contratar operações com o cliente e sim mensurar o limite máximo de endividamento;
- O prazo máximo de validade do limite de crédito para o segmento estudado é de 12 meses;

¹⁰ Disponível em: <http://teses.eps.ufsc.br/Resumo.asp?3815>, consultado em 17.09.2007.

- O limite de crédito está segmentado em portfólios de negócios, de curto e longo prazo divididos em sublimites estabelecidos em função das garantias que envolvam as propostas e características de cada operação;
- O limite estabelecido para empresa é gravado no CNPJ da matriz e as operações realizadas com filiais devem estar amparadas no limite de crédito da empresa;
- A empresa que vier a ter operações vencidas há mais de 15 dias terá o limite de crédito suspenso. A suspensão será excluída automaticamente após a liquidação ou regularização das operações em atraso, podendo a empresa retornar operar com as demais linhas disponíveis em seu portfólio de crédito;
- Ao calcular o limite de crédito, se houver dúvidas quanto aos dados informados pelo cliente, é conveniente a realização de visita à empresa;
- É necessário observar se os valores calculados pelo sistema estão coerentes com a realidade da empresa.
- A contratação de operações depende da existência de margem no respectivo portfólio e no limite total deferido do cliente.
- Ao estabelecer o limite de crédito, o Banco define o valor máximo que o cliente pode utilizar. Também define os tipos de empréstimos e financiamentos que poderão ser contratados.

O sistema bancário ampara suas análises em critérios para se chegar a uma atribuição de conceitos de riscos e limites, assim utiliza análises

referenciando conceitos, forma do cliente agir ou sua atual situação econômica financeira.

2.1.6 ANÁLISE SUBJETIVA DO CRÉDITO – OS C's do Crédito

Segundo Santos (2000, pág. 44), as informações que são necessárias para análise subjetiva da capacidade financeira dos tomadores de crédito, são tradicionalmente conhecidas como os “C's do Crédito”: Caráter, Capacidade, Capital, Colateral e Condição.

- Caráter: idoneidade atual e histórica do cliente analisado em compromissos anteriormente assumidos;
- Capacidade: habilidade o do cliente em converter seus ativos em renda ou receita;
- Capital: situação econômica - financeira;
- Colateral: vinculação de bens patrimoniais aos empréstimos;
- Condição: impacto dos fatores externos a fonte primária ou a atividade primária do proponente.

Entre os autores, que se dedicaram ao assunto, não há consenso sobre quantos C's compõem o crédito. Uns listam quatro, outros entendem que são cinco. Outros ainda dizem que são oito. Todos, entretanto, são unânimes quanto aos quatro primeiros (caráter, capacidade, condição e capital), que compõem a base onde se assenta a análise.

Pode se resumir que capacidade é forma de se analisar através de demonstrações financeiras, com ênfase em liquidez e no endividamento, são usadas para avaliar a capacidade de pagamento do tomador ou proponente, ou de renda ou receita para honrar seus compromissos.

Após estruturamos o cliente analise através das análises subjetivas, esse dados são inseridos em um sistema ou ferramenta que agrega outras variáveis e estabelece o risco e limite de crédito, na qual veremos a seguir.

2.1.7 ANÁLISE QUANTITATIVA – *Credit Scoring*

Os modelos de *Credit Scoring*¹¹ são sistemas que atribuem pontuações às variáveis de decisão de crédito de um proponente, mediante a aplicação de técnicas estatísticas. Estes modelos atribuem pesos estatisticamente predeterminados a alguns atributos do solicitante de crédito, que por sua vez acaba gerando um escore de crédito.

A partir de uma equação gerada através de variáveis referentes ao proponente de crédito, onde essa informação passa a ser sigilosa – determinada pela política de crédito da instituição -, os sistemas de *Credit Scoring* geram uma pontuação que representa o risco de perda. O escore que resulta da equação de *Credit Scoring* pode ser interpretado como a probabilidade de inadimplência ao se comparar à pontuação de um crédito qualquer com determinada pontuação estabelecida como ponto de corte ou pontuação mínima aceitável.

Assim, a idéia essencial dos modelos de *Credit Scoring* é identificar certos fatores chaves que influenciam na adimplência ou inadimplência dos

¹¹ Disponível em: http://www.ipea.gov.br/ipeacaixa/premio2006/docs/trabpremiados/IpeaCaixa2006_Profissional_02lugar_tema03.pdf , consultado em 17.09.2007.

clientes, permitindo a classificação dos mesmos em grupos distintos e, como consequência, a decisão sobre a aceitação ou não do crédito em análise.

Basicamente pode-se dizer que a diferenciação desses modelos em relação aos modelos subjetivos de análise de crédito, relatados anteriormente, se dá principalmente pelo fato da seleção dos fatores-chave e seus respectivos pesos ser realizada através de processos estatísticos. Além disso, a pontuação gerada para cada cliente, a partir da equação dos modelos *Credit Scoring*, fornece indicadores quantitativos das chances de inadimplência desse cliente.

Quanto ao uso, segundo informações da Diretoria de Crédito, esse modelo é aplicado a análises massificadas, ou seja, nos casos nas micro e pequenas empresas encarteiradas ou não junto as empresas de varejo, não encarecendo análises mais estruturadas. Nelas são utilizados índices financeiros como variáveis determinantes ou não da insolvência das mesmas.

Caoette, Altman e Narayanan (1998) fazem o seguinte resumo das principais **vantagens** dos modelos de *Credit Scoring*:

- a) Consistência: são modelos bem elaborados, que utilizam a experiência da instituição, e servem para administrar objetivamente os créditos dos clientes já existentes e dos novos solicitantes;
- b) Facilidade: os modelos de *Credit Scoring* tendem a ser simples e de fácil interpretação;
- c) Melhor organização da informação de crédito: a sistematização e organização das informações contribuem para a melhoria do processo de concessão de crédito;
- d) Redução de metodologia subjetiva: o uso de método quantitativo com regras claras e bem definidas contribui para a

diminuição do subjetivismo na avaliação do risco e conseqüentemente o de crédito;

- e) Maior eficiência do processo: está mais ligado à economia de tempo por parte dos analistas.

Os autores também elencam as principais desvantagens dos modelos de *Credit Scoring*:

- a) Custo de desenvolvimento: desenvolver um sistema de *Credit Scoring* pode acarretar custos, não somente com o sistema em si, mas também com o suporte necessários para sua construção, como por exemplo, profissionais capacitados, equipamentos (redes de computadores), coleta de informações necessárias ao desenvolvimento do modelo, dentre outros;
- b) Excesso de confiança nos modelos: algumas estatísticas podem superestimar, ou subestimar a eficácia dos modelos;
- c) Falta de dados oportunos: se o modelo necessita de dados que não foram informados, ou informados incorretamente, pode haver problemas na sua utilização, gerando resultados diferentes dos esperados, pois a informação fidedigna é o principal insumo para os modelos de *Credit Scoring*.
- d) Interpretação equivocada dos escores: o uso inadequado do sistema devido à falta de treinamento e aprendizado de como utilizar as informações pode ocasionar problemas sérios à instituição analisadora.

Os modelos *Credit Scoring* podem trazer significativos benefícios por sua análise de forma massificada desde que as informações sejam prestadas ou informadas de forma correta. Porém possuem limitações, haja visto que

devem ser avaliadas informações que na maioria dos casos não relatam a real situação da empresa.

Como as variáveis utilizadas para atribuição de pesos e notas aos limites analisadas variam de instituição para instituição, o que é segredo de mercado, pois estabelece a política de crédito da instituição, ou seja, até que ponto a instituição financeira quer correr risco apontado pela pontuação estabelecida pelo *Credit Scoring*?

Como exemplo de dados utilizados nos sistemas que analisam limites de crédito, e tendo por base empresas de varejo enquadradas no segmento ora estudado, os sistemas de análise processam as informações apresentadas no quadro a seguir, que são impostadas pelo analista de negócios e extraídas dos próprios sistemas corporativos:

Avaliação da empresa

1. Tipo de propriedade da sede da empresa;
2. Pontualidade fontes externas;
3. Pontualidade pagamento de empréstimos junto ao Banco.
4. Cliente Outros banco.
5. Cliente bancos estrangeiros
6. Percentual de concentração venda nos 5 principais clientes;
7. Possui seguro empresarial;
8. Crédito junto a bancos e fornecedores;
9. Dificuldade em pagar débitos de funcionamento;
10. Setor econômico
11. Data da constituição;
12. Faturamento bruto anual;
13. Indicador de Pequena Empresa
14. Margem de lucro sobre as vendas (%);
15. Quantidade de cheques devolvidos nos últimos 12 meses;
16. Quantidade de cheques devolvidos nos últimos 6 meses;
17. Quantidade de operações com atraso maior que 60 dias últimos 3 anos
18. Quantidade Dias excesso na Conta corrente ou Cheque Especial nos últimos 12 meses
19. Quantidade de funcionários;
20. Recursos Computáveis;
21. SFN - Coobrigações;
22. SFN - Créditos baixados exercício/exercício anterior ou prejuízo;
23. SFN - Endividamento a vencer acima de 360 dias ou a liberar;
24. SFN - Endividamento a vencer em até 360 dias;
25. SFN - Endividamento vencido acima de 360 dias;
26. SFN - Endividamento vencido de 61 a 180 dias;
27. SFN - Endividamento vencido de 181 a 360 dias;
28. SFN - Endividamento vencido ha ate 60 dias;
29. Tempo de conta (anos);
30. Utilização média do Cheque especial nos últimos 6 meses;
31. Utilização média do Cheque especial nos últimos 12 meses;
32. Valor das restrições SERASA últimos 5 anos;
33. Valor médio da folha de pagamento últimos 3 meses;

Figura 1 – Informações analisadas pelo sistema *Credit Scoring*.

Esses itens são utilizados para medir o grau máximo de risco e recursos que a instituição esta disposta de correr frente aos mais diversos cenários e perfis das empresas e ao segmentos a que as empresas de encontram, que vai desde a políticas governamentais, fiscais, monetárias, etc...

2.2 PERFIL DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO BRASIL

Segundo estudo da Trevisan Consultores realizado em setembro/2004 para o Governo Federal, a falta de adequação e de atualização das leis trabalhistas, que no Brasil é única para as grandes e pequenas empresas, e a dificuldade de acesso à tecnologia de gestão, desestimulam os negócios. A seguir os principais fatores que afetam a sobrevivência das MPE apontados pela Trevisan:

Tabela 1 – Principais Fatores que afetam a sobrevivência das MPE

Sucesso	Insucesso
Porte da empresa – quanto maior, maior também a probabilidade de sucesso.	Empresa muito pequena – até dois empregados.
Maior escolaridade do proprietário.	Baixa escolaridade do proprietário.
Experiência prévia como funcionário de empresa em ramo similar.	Ausência de conhecimento prévio do proprietário.
Certa disponibilidade de capital.	Falta de capital.
Apoio ou ajuda de profissionais (consultoria).	Falta de apoio profissional (consultoria).
Foco no cliente e no mercado e boa concepção do negócio, vocação ou treino.	Pouca preocupação com o cliente e o mercado e concepção errada do negócio.
Empreendimento mais maduro, com mais tempo de experiência e atividade.	Origem associada à pressão social e econômica.

Fonte: Trevisan Consultores setembro/2004

Os baixos índices correntes de inflações e a expectativa de cumprimento de meta inflacionária mantiveram a trajetória de queda nas taxas de juros básica (SELIC), aliados à pequena vulnerabilidade ao mercado externo tem contribuído de maneira importante para consolidação de ambiente estável e ao aprimoramento do mercado financeiro nacional (aumento das carteiras de crédito).

Assim os conceitos abordados com referências as análises empregadas pelas instituições financeiras buscam o elo entre o que o mercado de crédito necessita, o quanto esse segmento é importante para o Brasil e para os negócios das instituições financeiras, ou seja, intermediação financeira. Nota-se que as análises sendo feito de forma massificada joga-se todos os analisados para um grupo comum não respeitando o perfil de cada empresa, deixando uma lacuna de negócios a serem realizados.

3. METODOLOGIA

Nesta pesquisa utilizamos um questionário dirigido ao um grupo de micro e pequenas empresas do segmento varejo, através de uma abordagem quantitativa exploratória. Trata-se de uma pesquisa inédita no âmbito de agência, cujo referencial está sendo buscado em conceitos e métodos utilizados pelo Banco em sua análise de clientes que estejam operando em alguma linha de crédito e com limites de crédito vigentes. Pretende identificar se as mesmas declaram as informações de forma real e, em caso negativo, quais são as razões para não fazê-las, além de tabular o desvio entre o declarado e o real, mostrando o grau de satisfação com o crédito ofertado pelo banco quando de sua análise e ao final abre-se à possibilidade de o cliente sugerir melhoras quanto ao atendimento.

A escolha pelo método de questionário sem identificação foi tomada como forma de não melindrar o cliente empresário entrevistado, pois nele constam informação que poderiam comprometê-lo frente a órgãos fiscais em função de informação como sonegação e direitos trabalhista, como questões ligadas ao número de funcionários.

3.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA PESQUISA

O trabalho teve como empresa foco a agência do Banco do Brasil da cidade de Lavras do Sul, agência com dotação de sete funcionários, sem carteira com atendimento segmentado, as negociações e visitas são geralmente feitas pelo Gerente Geral e suas análises são feitas por funcionário que coleta e operacionaliza sistemas de cadastro e análises.

A agência está segmentada no banco como uma agência com perfil rural e com poucos negócios de varejo (pequenos comércios).

Lavras do Sul é pequeno município com população total em torno de 8000 habitantes, cuja economia esta focada na agricultura e pecuária com predominância em pequenas propriedades.

As empresas analisadas tem como principais clientes funcionários públicos municipais, estaduais e pequenos agricultores. Basicamente, a carteira de empresas desse segmento na agência está em torno de 40 organizações que operam com as mais diversas linhas de crédito, de curto e longo prazo. Na maioria dos casos, as empresas não estão sendo apoiadas de acordo com suas reais necessidades ou, quando atendidas, não existem limites disponiveis dentro das linhas enquadradas para ajustar seus fluxos de caixa. Exemplo. empresa usando recursos do capital de giro para realizar pequenos investimentos em seus estabelecimentos, uso do cheque especial para suprir fluxos negativos de caixas que tiveram distorção com vendas de longo prazo.

A relação do banco ou agência é muito próximo e mesmo sabedor das distorções das informações a administração não pode utilizar métodos ou informações que abrangessem a realidade ou mais próximo possível da realidade de faturamento, pois as normas internas de controle do banco exigem documentos formais assinados pelos contadores, impossibilitando assim qualquer tipo de melhora nos negócios tanto para o cliente como para o banco. É comum hoje percebemos empresas que operam com o banco e que possuem em seus caixas documentos recebíveis a prazo mas sem margem de limite de crédito disponível para operar, isso nos leva a crer que a análise esta incorreta, acarretando perda de negócios para o banco.

3.2 METODOLOGIA EMPREGADA PELO BANCO QUANDO DA ANÁLISE

No Banco do Brasil é usada a metodologia *Credit Scoring* denominada FEI – Frequência Esperada de Inadimplência, que indica a probabilidade de o cliente tornar-se inadimplente em pelo menos uma operação de crédito no prazo de um ano a contar da data da análise.

Para cálculo da FEI – Microempresas são utilizadas as informações cadastrais e comportamentais da empresa, dos sócios com participação no capital social igual ou superior a 25 % e dos dirigentes.

Quanto à classificação do risco do cliente, ela decorre de um conjunto dessas variáveis, como por exemplo, faturamento (à vista e a prazo), pontualidade no pagamento dos empréstimos, se esse já for cliente, excessos em conta corrente, quantidade de cheques devolvidos, dentre outras.

3.3 AMOSTRA

A agência dispõe de quarenta empresas que possuem limites vigentes. Deste horizonte foram extraídas as vinte que mais operavam com o banco, lavado em conta o perfil de atividade, pequenas empresas de varejo, e que nos últimos doze meses solicitou algum tipo de crédito.

3.4 COLETA DE DADOS

Os itens chaves incluídos no questionário de pesquisa dizem respeito ao que o sistema quantitativo (*Credit Scoring*) utiliza para pontuar suas variáveis, os demais dados são extraídos diretamente do histórico do cliente junto ao banco. A elaboração do questionário teve a participação de colega responsável pelas impostações dessas informações.

Embora o banco não disponibilize para consultas os pesos empregados para cada variável utilizada na análise, em pesquisa junto as Diretorias de Crédito do banco, buscou-se saber, dos clientes entrevistados, itens que poderiam influenciar os cálculos utilizados, conforme tabela 2 abaixo:

Tabela 2 – Principais Fatores utilizados para elaboração do questionário de pesquisa.

Tempo de conta	Existem pesos diferentes, em função do tempo de atuação do cliente com o banco.
Frustração	Pergunta-se se o cliente deixou de realizar algum tipo de negócios por falta de crédito.
Satisfação	Verifica-se se o cliente está satisfeito com os limites disponíveis.
Precisão da informação	Se o mesmo informa e qual seu percentual de desvio.
Proprietários	Sendo essa uma das variáveis utilizados pelo sistema, verifica-se se seus dados são apresentados fidedignamente.
Natureza das distorções	Verifica-se qual o motivo a que o levou a não informar corretamente os dados.

Fonte: Questionário de pesquisa utilizado Banco do Brasil – Lavras do Sul

3.5 APLICAÇÃO DA PESQUISA

O questionário foi elaborado tomando por base as informações utilizadas em formulários que o banco utiliza quando da entrega de documentos para preenchimento por parte do cliente para que se possa ser realizada a análise de limite de crédito do proponente. O questionário foi previamente testado junto a três clientes que tem maior afinidade com a administração da agência, com a intenção de se medir sua confiabilidade e se as questões eram de fácil entendimento, sendo que o modelo empregado encontra-se em anexo.

Os questionários de pesquisas foram preparados e entregues pessoalmente aos dirigentes ou sócios proprietários das empresas. Como a agência tem relações negociais com cerca de quarenta empresas no total, o questionário foi entregue a uma amostra que representa a metade da carteira, as quais foram escolhidas em conjunto com colega responsável pelas impostações das análises no sistema.

Foram feitos contatos prévios aos proprietários a respeito da pesquisa, explicando seu fundamento e objetivos, pois havia questões que poderiam comprometer relação à sonegação. No processo de escolha, levou-se em conta o grau de negócios já realizados ou frustrados das empresas selecionadas.

Os dados foram coletados sem a presença do pesquisador, porém precederam de contato telefônico a todos explicando a que se referia a pesquisa.

Para se estudar as variáveis obtidas junto às amostras utilizadas no estudo, foi realizada uma análise descritiva dos dados que supostamente mais pesariam nas análises, pois não existe como divulgar os pesos de cada informação, haja visto que esse peso é um diferencial para as instituições.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise dos dados é feita de forma a interpretar o comportamento dos clientes frente a questões que implicam diretamente os cálculos utilizados para se analisar limites de crédito junto ao banco.

A pesquisa buscou mostrar o desvio de erro na prestação de informação, bem como comparar o quanto foi deixado de se realizar em termos de negócios. Por fim, serão apresentadas sugestões feitas pelos clientes abordados com idéias para melhorar nossa política ou maneira de conceder crédito.

As empresas analisadas estão enquadradas como micro e pequeno porte, conforme SEBRAE ¹², “o Decreto nº 5028/2004, e 31 de março de 2004, que corrigiu os limites originalmente estabelecidos (R\$ 244.000,00 e R\$ 1.200.000,00, respectivamente)”. Os limites atuais são os seguintes:

- Microempresas: receita bruta anual ou inferior a R\$433.755,14 (quatrocentos e trinta e três mil, setecentos e cinquenta e cinco reais com quatorze centavos);
- Empresa de pequeno porte: receita bruta anual superior a R\$433.755,14 ou inferior a R\$2.122.222,00 (dois milhões, cento e trinta e três mil, duzentos e vinte e dois reais).

As empresas são do segmento varejo e possuem potenciais clientes, pequenos produtores rurais, funcionalismo Público Estadual e Municipal que se utilizam de crédito a ainda à maneira antiga, com uso de cheques pré-datados e vendas com apontamentos.

¹² Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/br/aprendasebrae/estudosepesquisas.asp>, consultado em 17.09.2007.

Esse tipo de política de vendas a prazo praticado pelas empresas acaba fazendo com que seu fluxo de caixa fique desajustado buscando freqüentemente ajuda aos bancos para suprir as necessidades de capital de giro.

4.1 INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Dos quarenta clientes aptos a operar na agência, foram extraídos vinte empresas com limites vigentes e em plena atividade.

Dos vinte clientes pesquisados, quinze tem mais de três anos de conta no banco, sendo que sessenta por cento deles deixaram de realizar algum tipo de negócio por não dispor de capital próprio ou de apoio de crédito junto ao banco, conforme gráfico demonstrado abaixo:

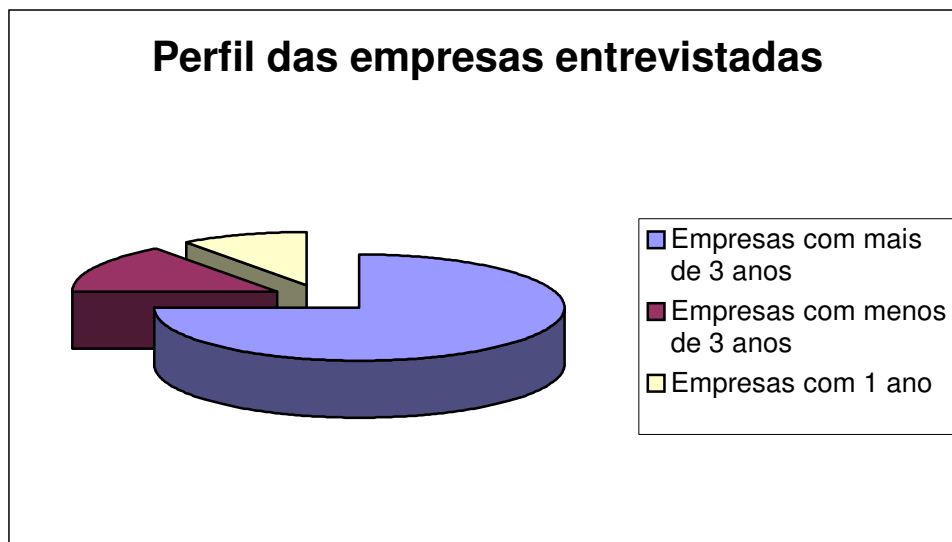


Figura 2 – Gráfico Perfil da empresas entrevistadas por tempo de conta.

Cinquenta por cento dos entrevistados alegam que prestam corretamente as informações ao banco e trinta por cento não sabem se a informação dada pelo contador está correta com relação às vendas a prazo.

Nesse contexto, nota-se que estamos analisando empresas com uma certa experiência de atividade (empresas com mais de três anos), fato esse fora dos padrões nacionais como relata SEBRAE¹³, mas mesmo assim há distorções entre o que é informado e o que é real de fato. Além disto, o simples fato de que o contador desconhece as políticas de venda da empresa, faz com que no momento do banco analisar/calcular os limites, estes não irão coincidir com as necessidades de suprimento de fluxo de caixa, ou seja, não correspondem com o que ele necessita quando o banco determina os limites de crédito.

Com isto, uma outra questão que confirma essa alegação é de que quarenta e cinco por cento delas indicam que não estão de acordo com os limites que estão disponíveis dentro de seu portfólio com ênfase nas linhas de curto prazo como capital de giro e antecipação de recebíveis, conforme demonstra gráfico da figura 3. Exemplo: limites disponíveis de linhas de Desconto de Cheques inferiores a sua carteira de vendas a prazo.

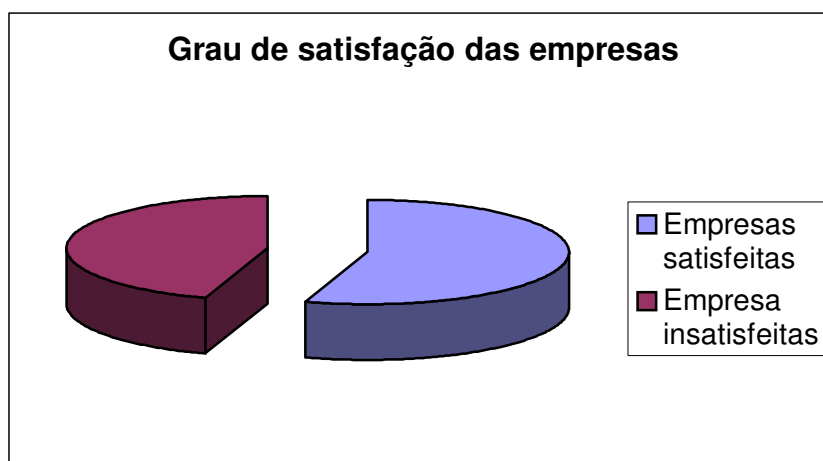


Figura 2 – Gráfico Perfil da empresas entrevistadas por tempo de conta.

¹³ Disponível em <http://www.sebrae.com.br/br/parasuaempresa/comoobtercredito.asp>, consultado em 13.09.2007.

Outro dado muito importante é de que dessas dez empresas que informam incorretamente dados, como faturamento bruto por exemplo, alegam que o desvio fica em torno de vinte por cento a menos, o que nos faz elaborar o seguinte análise dos resultados, conforme demonstra tabela 3.

Tabela 3 – Resultados obtidos com a aplicação dos questionários

Premissas	Valores, percentuais ou quantidades
Empresas analisadas	20
Soma dos limites calculados e estabelecidos junto as 20 empresas pesquisadas.	Em torno de R\$ 1.000.000,00
Empresas que informam incorretamente os dados de faturamento	10 empresas
Desvio médio informado em relação ao faturamento.	- 20% do faturamento
Base de calculo do desvio	R\$500.000,00 (50% de R\$1.000.000,00).

Fonte: Questionário de pesquisa utilizado Banco do Brasil – Lavras do Sul

Como mostra a tabela 3, levando-se em conta que cinqüenta por cento das empresas não prestam corretamente suas informações e que elas tomariam a metade dos limites calculados disponíveis, ou seja, R\$ 500mil reais, faz deduzir que existe uma margem grande a ser explorada e de que um dos cinco “C’s” dos créditos citado no documento, capacidade, esta distorcido.

Como o banco não permite a pesquisa para se avaliar o quanto essa variável pesa na metodologia de análise dos limites de crédito, faremos um exercício lógico para que possamos mensurar o quando de limite poderíamos ofertar aos clientes publico alvo da amostra, levando em conta que as demais variáveis que pesam na análise permaneçam inalteradas, como restrições atrasos, endividamento no sistema financeiro, excesso, etc...

Num primeiro momento como cinquenta por cento das empresa informam apenas oitenta por cento das sua vendas efetivas nos leva a acreditar que deixam de ser emprestados um volume de vinte por cento dos limites calculados ou seja no caso da amostra um montante de R\$ 100.000,00.

E por fim, na pesquisa, o entrevistado teve oportunidade de opinar no sentido de melhorar o apoio que o banco oferta nas linhas e limites de crédito, na qual transcrevemos as principais conforme tabela abaixo.

Tabela 4 – Resultados obtidos com a aplicação dos questionários – opiniões de clientes para melhorar o atendimento do Banco.

Descrição	Quantidade de ocorrências.
Menor taxa de juros.	5
Considerar mais o tempo de conta (histórico) do cliente do que dados financeiros.	3
Maneira como o banco avalia as garantias nas operações.	3
Agilidade na liberação do crédito.	2
Maior numero de caixas	2

Fonte: Questionário de pesquisa utilizado Banco do Brasil – Lavras do Sul

Na apuração e coleta de dados nota-se que esse perfil de empresa tem suas administrações realizadas de forma concentrada numa pessoa, sócio ou proprietário, nele são concentradas os processos de compra administração de pessoal, negociação financeira, assim não existe um planejamento ou controle em sua administração as decisões são tomadas por impulso deixando margem para erros, como é observado quando de suas negociações financeiras com o banco.

5. CONTRIBUIÇÕES E CONCLUSÕES

Com a aplicação do questionário junto ao número expressivo de clientes da agência (cinquenta por cento dos clientes ativos) do segmento das micro e pequenas empresas, objetivou-se conhecer ou confirmar o quanto de negócios estavam sendo perdidos, pois normalmente as análises não retratam as condições dos clientes analisados, fato este comprovado na pesquisa.

Para a agência Lavras do Sul o conhecimento dos resultados obtidos é muito importante, pois relata que os clientes não estão sendo atendidos de forma correta, no que tange ao apoio ao crédito, pois esse segmento, por ter a característica peculiar do município que é a realização de vendas de forma antiga, sem meios eletrônicos, usando ainda a venda através de cadernos de apontamentos e cheques pré-datados, acaba por ter necessidade de capital de giro que é uma das principais linhas procuradas por esse segmento.

O fato relevante é de que setenta e cinco por cento estão em atividade há mais de três anos e que sessenta por cento deles deixam de realizar algum tipo de negócio por falta de apoio ao crédito, principalmente nas linhas de curto prazo (capital de giro) e que cinquenta por cento deles informam de forma incorreta os dados utilizados para cálculo de seus limites.

Uma das limitações encontradas no estudo diz respeito com a metodologia empregada pelas instituições no cálculo de *Credit Scoring*, incluído o Banco do Brasil em disponibilizar mais detalhadamente os pesos e variáveis a que estão submetidas às análises, pois na mensuração ou simulação dos resultados seriam mais precisos quando comparada ao desvio informado pelo entrevistado.

Para melhorar talvez a qualidade da informação torna-se indispensável, além da visita, o questionamento o esclarecimento ao empresário quando da coleta da informação, esclarecendo que as informações repassadas servirão de base para um melhor enquadramento de crédito, ajustando os limites de

acordo com as suas carências, pois os desvios informados em média chegam a vinte por cento a menos em relação ao faturamento.

Acredita-se que a análise correta seria uma análise de forma mais estruturada ou personalizada, não analisando todo o segmento de mesma forma, pois as empresas assim como as pessoas tem características diferentes de posicionamento frente ao mercado e seus administradores tomam atitudes diferente quando da realização do negócios, pois a ferramenta de análise e calculo não contempla tais informações, gerando assim perdas de negócios.

Como sugestões para pesquisas futuras seriam interessantes estarem ligados ao processo focado na ferramenta que as instituições utilizam para a análise de crédito, as equações, pesos e sim poderia se calcular mais precisamente o desvio de negócios não realizados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FILHO, F.P.S. **Garantias nas Operações de Crédito**, São Paulo, IBCB, 1990.

UNIBB, **Jornada de Crédito MPE**, Universidade Corporativa Banco do Brasil, 2007.

SANTOS, J. ^o, **Análise de Crédito: empresas e pessoas físicas**. São Paulo, Atlas 2000.

CAOQUETTE, J. ALTMAN E NARAYANAM, P. **Gestão do Risco de Crédito: O Próximo Grande Desafio Financeiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

ANEXOS

Caro Empresário.
Grato pela sua atenção.

Este breve questionário faz parte de uma pesquisa acadêmica sobre o impacto da falta de informações para a análise de limites de crédito de micro e pequenas empresas. A pesquisa é parte do trabalho de conclusão do curso de MBA em Gestão de Negócios Financeiros da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS, sendo realizada pelo acadêmico e funcionário do Banco do Brasil MAURICIO VIEGAS MOURA. Você não precisa se identificar para responder. A sua contribuição é muito importante para o desenvolvimento do trabalho.

Muito obrigado pela sua colaboração!

1) Tempo de conta com o banco.

até 1 ano até 3 anos mais de três anos

2) Você já deixou de realizar algum tipo de negócio ou investimentos por não ter recebido o apoio de crédito financeiro do banco?

sim não

3) Caso positivo, em que linha o crédito estaria enquadrado?

Curto prazo Longo prazo

4) Seu limite de crédito, bem como os produtos disponíveis, estão de acordo com as suas necessidades?

sim não

5) Caso negativo, em qual linha?

Capital de giro Recebíveis - desconto de cheques/cartão de crédito
Longo prazo (investimento) Todas;

6) Com relação às informações prestadas por sua empresa para a análise do crédito, elas estão de acordo com seu faturamento real?

sim não

7) Caso negativo, qual percentual de desvio?

- em torno de 10% em torno de 20% em torno de 30%
.....

8) Seu contador conhece as informações de sobre recebimento de vendas a prazo (prazo médio)?

- sim não

9) Com referência ao inventário dos bens da empresa e sócios, eles são informados de forma correta e comprovados (certidões - recibos).

- sim não

10) Renda dos sócios são desvinculadas da empresa, comprovadas de forma separada.

- sim não

11) O numero de funcionários existentes é informado de forma correta

- sim não

12) Caso apresentem distorções, favor assinalar a natureza dessas informações que apresentam mais distorções.

- endividamento faturamento bancos de relacionamento
 despesas

13) Na sua opinião, o que seria necessário para melhorar o apoio dado pelo banco?