

Custo de Transação - Impacto da Inadimplência no Setor Comercial

Reinaldo Aparecida Fonseca¹
José Roberto de Souza Francisco²
Hudson Fernandes Amaral³
Luiz Alberto Bertucci⁴

Resumo

O presente estudo tem como tema os fatores que determinam a inadimplência no Setor Comercial do município de Lagoa Dourada. O objetivo do estudo é identificar quais são estes fatores e fazer uma análise dos mesmos. Para alcançar este objetivo, o instrumento de coleta de dados escolhido foi aplicação de questionário. Inicialmente, o estudo conceitua temas fundamentais como inadimplência, comércio, gestão de negócios, crédito e algumas noções sobre como lidar com a inadimplência. Posteriormente foram realizadas análises dos dados obtidos, e constatado principalmente que o percentual de inadimplência do Município de Lagoa Dourada é relevante e isso se deve aos principais fatores diversos tais como descontrole financeiro e atraso dos salários. Verificou-se que existe maior risco de inadimplência no seguinte estereótipo: sexo feminino, idade entre 18 e 30 anos, renda salarial entre R\$300,00 e R\$1.000,00, forma de liquidação da dívida carnê, utilizando os créditos para aquisição de bens de consumo, financiamento ou consórcio. Constatou-se, também, que o maior risco na concessão do crédito situa-se em relação às empresas que apresentaram tempo de empresa entre 6 e 20 anos, faturamento entre R\$30.000,00 e R\$40.000,00, e as que possuem mais de 20 anos no mercado com faturamento superior a R\$20.000,00.

Palavras-chave: Gestão de Crédito; Inadimplência; Custo de Transação.

Transaction Cost - Impact of Default in the Commercial Sector

Abstract

The present study has as its theme the factors that determine the default in the Commercial Sector of the city of Golden Pond. The aim of this study is to identify these factors and make an analysis. To achieve this goal, the data collection instrument chosen was a questionnaire. Initially, the study conceituará fundamental issues such as delinquency, commerce, business management, credit, and some ideas about how to deal with defaults. Later analyzes of the data were obtained, and found mainly that the percentage of default by the City of Golden Pond is relevant and this is due to several key factors such as lack of financial and delayed

¹ Doutorando em Administração Universidade Federal de Lavras. Professor da Universidade Federal de São João Del-Rey. fonseca@ufsj.edu.br

² Doutorando em Administração Universidade Federal de Minas Gerais. Professor da Universidade Federal de São João Del-Rey. j.roberto@ufsj.edu.br

³ Doutor em *Sciences de Gestion - Université Pierre Mendés France - Grenoble II* – França. Professor Titular da Universidade Federal de Minas Gerais. hfamara@face.ufmg.br

⁴ Doutor em Administração FGV/SP. Professor Associado da Universidade Federal de Minas Gerais. bertucci@face.ufmg.br

wages. It was found that there is greater risk of default in the following stereotypes: female, aged between 18 and 30 years, wage income between \$300.00 and \$1,000.00, so debt settlement booklet, using the credits for the purchase of goods consumption, and consortium funding. It was found also that the greatest risk in granting credit is located in relation to companies that had time in the company between 6 and 20 years, revenue between \$30,000.00 and \$40,000.00, and with more than 20 years on the market with revenues exceeding \$20,000.00.

Keywords: Credit Management; Delinquency, Transaction Cost.

1 - INTRODUÇÃO

No Brasil, o desemprego e a falta de planejamento do orçamento doméstico são os principais motivos da inadimplência SERASA (2009). Ressalta-se também, a ocorrência de despesas inesperadas e o fato de que a instabilidade econômica, durante muitos anos, impediu operações de créditos a longo prazo. Quando a economia brasileira se estabilizou, após o Plano Real, os prazos de financiamento foram ampliados, mas muitos consumidores não conseguiram planejar as dívidas.

Conforme Spers (2008) torna-se necessário desenvolver novas maneiras de combater a inadimplência, ou seja, rever o processo de concessão de crédito. Observa-se que quanto maior o atraso na liquidação dos débitos maior será o custo de transação.

Estudos nacionais da SERASA (2009) revelam que quanto maior o número de parcelas oferecidas ao consumidor, maior é o risco de inadimplência. Ou seja, à medida que aumenta o prazo do cheque para compensação ou o prazo para o pagamento das parcelas a serem quitadas, o risco do não pagamento cresce exponencialmente. O aumento da inadimplência com o passar do tempo pode ser atribuído, de um lado, a uma parte dos lojistas, que, ao alongar os prazos, não usam critérios adequados para análise de crédito, e, de outro, ao consumidor, que não planeja o seu orçamento.

Entretanto, o papel das micro e pequenas empresas na economia é fundamental para o país, no caso brasileiro são responsáveis por 98% das empresas formais brasileiras MUNIZ et al. (2008).

Observa-se que as pessoas querem ganhar dinheiro, mas é necessário parar de perdê-lo, assim, o meio em que vivemos exerce uma grande influência sobre a forma como lidamos com o dinheiro, tais como: as pressões da sociedade e as pessoas que nos cercam, que são consideradas determinantes TOLOTTI, (2007). Outrossim, se as pessoas são consumidores

ingênuos, há uma forte tendência a seguir este padrão. Portanto, tornam-se consumistas, desejando muitas vezes adotar estilos de vida que não correspondem à realidade dessas pessoas, utilizam-se apenas para igualar-se às demais pessoas da sociedade.

Estudo realizado Zerrenner (2007) apresentou como aspecto relevante a falta de um mecanismo de gerencia financeira para o controle orçamentário das pessoas no sentido de evitar situações de endividamento. Ainda conforme o autor a pesquisa apontou que dentre os entrevistados que 43,1% não tinham um planejamento financeiro, 21,6% por motivo de incidentes pessoais e familiares e 35,1% ao consumismo exacerbado.

Na perspectiva de senso comum, na família, conceitos sobre poupança e investimento passam de geração para geração. No Brasil ainda há poucos textos sobre finanças pessoais e a maior parte da cultura financeira de uma família ainda é adquirida de uma maneira informal. Devem-se conhecer perfeitamente as devidas limitações e viver de acordo com sua respectiva renda familiar, o que geralmente não acontece.

Quanto ao consumidor, o que se observa é que, aparentemente, a maioria não faz planejamento a longo prazo. Quando, por exemplo, compra os presentes, no Dia das Crianças, em outubro, em seis parcelas, ele não costuma vislumbrar que, em dezembro, haverá mais despesas com o Natal e, em janeiro e fevereiro, ocorrerá gastos extras, como IPTU, IPVA, uniforme e material escolar. Além disso, não trabalha com a possibilidade de um imprevisto, como doença ou desemprego. Daí a importância de um bom planejamento do orçamento doméstico.

O objetivo geral deste artigo é nortear a elaboração futura de estratégia que permitam mitigar a inadimplência deste setor comercial a fim de desenvolver o comércio local. Tem como objetivos específicos, identificar a inadimplência, analisar os custos de transações que poderiam ser melhor aproveitados e propor sugestões para melhoria da eficiência do processo de gestão.

Mediante ao exposto, este trabalho procura comparar a opinião dos comerciantes e dos clientes para avaliar se os comerciantes estão cientes da situação de seus clientes e se os clientes se preocupam com a situação dos empresários. Portanto, uma questão se faz relevante ao tema: Como mitigar o custo de transação dos negócios realizados no setor comercial do Município de Lagoa Dourada?

Para resposta à dúvida suscitada anteriormente será apresentado referencial teórico acerca de temas ligados à inadimplência e ao custo de transação da gestão dos créditos concedido, enfatizando conceitos e fornecendo base para reduzir a inadimplência. Trata-se de uma pesquisa de campo realizada no Município de Lagoa Dourada/MG, onde se buscou compreender a essência da inadimplência no setor comercial, através de entrevistas realizadas com clientes e empresários locais.

2 - REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 - Longevidade das empresas

Algumas empresas no exercício de suas atividades econômicas nascem sem qualquer tipo de planejamento, sem análise prévia de fatores preponderantes (como capital necessário para o investimento), itens estes que podem definir a permanência dessas entidades no mercado.

Segundo Gelbcke et al, (2008) “toda entidade é formada por um conjunto de pessoas e de recursos que organizadamente exercem a atividade econômica”. As empresas têm como objetivo a geração de riquezas e a produção de lucro para os sócios.

A tabela 01 apresenta dados que corroboram este estudo quanto ao tempo de longevidade das empresas.

Conforme pesquisa realizada pelo SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, no início de 2004, apresenta a taxa de mortalidade empresarial no Brasil, apurada para as empresas constituídas e registradas nas juntas comerciais dos Estados.

Tabela 01 - Taxa de mortalidade das Empresas durante os anos de 2000 a 2002

Duração	Percentual
Até 2 anos	49,4%
Até 3 anos	56,4%
Após 4 anos	59,9%

Fonte: SEBRAE, 2004

Já em 2007, a mesma pesquisa foi realizada tendo como parâmetro os anos de 2003, 2004 e 2005, obtendo assim, os seguintes resultados, conforme Tabela 02:

Tabela 02 - Taxa de mortalidade das Empresas durante os anos de 2003 a 2005

Duração	Percentual
---------	------------

Até 2 anos	22,0%
Até 3 anos	31,3%
Após 4 anos	35,9%

Fonte: SEBRAE, 2007

O percentual de empresas de pequeno porte que sobrevive pelo menos dois anos passou de 50,6% em 2002 para 78% em 2005, ou seja, 27,4% a mais de Micro e Pequenas Empresas permanecem em atividade. Pode-se atribuir esse resultado a dois importantes fatores: a maior qualidade empresarial e a melhoria do ambiente econômico.

Os empresários estão mais bem qualificados e com experiência, obtida, em sua maioria, em empresas privadas. Apresentam-se mais bem preparados para enfrentar os desafios do mercado, quando se observa que o percentual de empresários que identificou uma oportunidade de negócio cresceu de 15% no triênio passado para expressivos 43% em 2005. Os estados com melhores resultados quanto à sobrevivência de Micro e Pequenas Empresas constituídas em 2005 são Espírito Santo, Minas Gerais e Sergipe, com mais de 85% de empresas que não fecharam suas portas (SEBRAE, 2007).

Ainda segundo a pesquisa realizada pelo SEBRAE, (2007) os dados revelam que 26% dos empresários, das empresas extintas, não possuíam nenhum conhecimento no ramo do negócio, e nas empresas ativas a taxa foi de 21%. A conclusão passível desses dados é que o empresário precisa cercar-se do máximo de conhecimento possível a respeito da criação e da administração de uma empresa, com intuito de dar respaldo à continuidade das suas atividades empresarias.

O nascimento de uma empresa não é um fato isolado. Inúmeras são as variáveis que estão relacionadas a este fenômeno, tais como a criação de novos empregos, mais arrecadação para o Estado, mais competitividade no mercado, mais opções para os consumidores, mais capital girando na economia, dentre outros.

Esta inter-relação torna a decisão de criação de uma empresa um fato de grande importância, e leva à suposição de que o fechamento de empresas não é interessante para nenhum dos entes envolvidos nessa relação: empresários, empregados, Estado, consumidores e sociedade.

Durante o decorrer dos tempos as empresas foram modificando seu modo de realizar suas atividades, tornando-a cada vez mais complexas agregando mais custos de transação nas suas operações comerciais. O sistema de simples troca foi aperfeiçoado com a criação da

moeda, as empresas ficaram maiores e os números de clientes aumentaram consideravelmente. Nesse contexto, passou a ser necessário um cuidado maior com o cadastro dos clientes e com as vendas a prazo ou no cheque pré-datado.

2.2 - Gestão de Negócios

A tomada de decisões no gerenciamento dos negócios é uma maneira natural de agir para os administradores, e a qualidade das decisões tornam-se um fator preponderante na maneira pela qual a alta administração visualiza o desempenho e a eficácia dos negócios.

Catelli (2001), preconiza que:

a gestão se caracteriza pela atuação interna da empresa que procura otimizar as relações recursos – operação – produtos ou serviços, levando em consideração as variáveis externas e internas que podem influenciar nas atividades da empresa. O objetivo é garantir a continuidade da empresa mesmo sob circunstâncias adversas.

O processo de gestão deve assegurar que as dinâmicas das decisões tomadas na empresa conduzam-na efetivamente ao cumprimento de sua missão, garantindo-lhe adaptabilidade e o equilíbrio necessário para sua continuidade CATELLI (2001, p. 58).

O Gerenciamento dos negócios não é simplesmente evitar o risco, mas conhecê-lo e quantificá-lo, se possível, de modo a avaliar se estes riscos compensam o retorno esperado e se estes mesmos riscos podem comprometer a solvência da empresa.

Conforme Securato (2002), “do ponto de vista do administrador, uma de suas funções mais importantes é decidir”. A preocupação fundamental do gestor é garantir que a entidade mantenha-se em funcionamento por tempo indefinido, e que durante este processo de gestão seja possível o desenvolvimento da entidade e conseqüentemente o aumento de sua lucratividade.

A reação das empresas às variáveis externas, será definida pelo processo de gestão eficaz, capaz de garantir solidez e ao mesmo tempo flexibilidade a empresa.

2.3 - Crédito

Várias são as modalidades de venda, entretanto a mais utilizada é a prazo. O crédito pode ser aberto mediante simples anotação, emissão de carnês, desconto em folha, contra

emissão de nota promissória ou cheque. Nos casos mais comuns de crédito, prorroga-se ou fraciona-se o pagamento do preço ou ainda, simplesmente, empresta-se o dinheiro.

Schrickel, (2000, p.46), expõe que, “A análise de crédito está mais voltada para situações que possam ocorrer no futuro em virtude de uma decisão tomada no presente, medidas por meio do risco, que pode ser traduzido como imprevisibilidade”.

Todo estabelecimento que concede crédito ao consumidor exige uma garantia para fazê-lo, daí surgem às classificações de crédito pessoal e crédito real. No caso de crédito pessoal, a garantia é a própria solvência do devedor e se dá através de cheques pré-datados ou notas promissórias.

A garantia real pode ser constituída por hipoteca de um bem imóvel, ou tratando-se de bens móveis por um penhor. Podem ser negociadas também outras garantias como avalista ou fiança. O Avalista comparece nos títulos de crédito como devedor solidário e o fiador sempre comparece como devedor principal nos contratos de financiamento ou de garantia.

2.4 - Gestão de Crédito

Qualquer unidade econômica, por menor que seja, tem desde o início da sua atividade uma preocupação: vender quer se trate de bens ou de serviços. Sucede que nem todos os clientes pagam à vista, recorrendo, por isso, ao crédito.

De acordo com Schrickel (2000, p.45),

O 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). Como razoável, entendemos todo risco que não seja, a princípio, verdadeira extrapolação ao bom-senso.

Em épocas de crise, este instrumento facilitador das vendas ganha, ainda, maior importância devendo, por isso, ser objeto de atenção redobrada.

A gestão do crédito é, pois, uma área estratégica nas organizações empresariais. O modo como as empresas estruturam os respectivos serviços de gestão de crédito pode representar uma vantagem competitiva em relação aos demais concorrentes.

Um sistema de gestão e controle de crédito deve ter em consideração: Natureza do negócio; Mercado onde opera; Volume e natureza dos débitos e Recursos disponíveis.

Existem, no entanto, alguns princípios genéricos que devem ser observados: Definição de políticas de crédito, isto é, regras de conduta comercial e financeira que balizarão a concessão de crédito; Organização de uma base de dados de informações que concorra para

uma avaliação dos riscos dos clientes; Cobertura do risco de concessão de crédito através de um seguro adequado e Criação de uma estrutura de gestão e recuperação de crédito com colaboradores habilitados e motivados.

Conforme Blatt (1999, p.54) risco de crédito é definido como a possibilidade de que aquele que concedeu o crédito não o receba do devedor na época e/ou nas condições combinadas.

Vários são os fatores que podem contribuir para que tal fato ocorra. Tais fatores nunca ocorrem sozinhos ou em proporções previamente definidas. Na realizada existe uma forte inter-relação e interdependência entre os diversos fatores de risco.

A gestão de uma empresa não deve negligenciar a obtenção de informação que lhe permita medir a qualidade e eficiência das cobranças. Uma empresa que venda e não receba é uma empresa destinada à insolvência. Definir políticas de crédito, velar pela sua boa aplicação, estar atenta aos sinais de alerta juntos aos seus clientes, definir uma metodologia de recuperação pela via extrajudicial e ser rápido nas cobranças, são requisitos essenciais para as empresas que desejam ser competitivas.

2.5 - Inadimplência

A maioria das empresas sofre com os consumidores inadimplentes, sendo que este é um dos fatores que mais atingem os setores do comércio e de serviços, fazendo com que esses empresários sintam-se desprotegidos. Já o setor industrial sofre menos com a inadimplência, tendo em vista que a maioria de seus clientes é constante. “Risco de inadimplência consiste na avaliação objetiva da verossimilhança de inadimplência da contraparte ou probabilidade de inadimplência combinada com a perda dada a inadimplência”. (JORION, 2003).

A inadimplência diz respeito à ausência de liquidação financeira até a data do vencimento de um compromisso financeiro com a outra parte, quando realizada uma negociação de prazos entre as partes envolvidas, para aquisição de bem ou serviço.

A concessão de crédito a clientes é uma estratégia que, se não for corretamente desenvolvida, pode trazer grandes prejuízos. A inexperiência dos funcionários envolvidos na operação e a falta de procedimentos claros no momento do cadastro e da delimitação do limite

de crédito podem levar os atrasos no pagamento das parcelas e ao aumento da inadimplência, gerando dificuldades no fluxo financeiro de caixa das empresas.

De acordo com SERASA (2009), os comprometimentos das empresas estão distribuídos conforme Tabela 03.

Tabela 03 - Ranking inadimplência da empresas

Modalidades de Dívidas	2005	2006	2007	2008	2009
Cartões de Créditos e Financeiras	25,34%	17,70%	19,20%	23,30%	27,80%
Dívidas com setor bancário	17,73%	20,40%	16,40%	13,90%	17,20%
Títulos Protestados	28,93%	28,60%	31,50%	32,50%	29,20%
Cheques sem Fundos	28,00%	33,30%	32,90%	30,30%	25,80%

Fonte: SERASA, 2009

Por meio da Tabela 3 os títulos protestados permaneceram em primeiro lugar no *ranking* de representatividade, o que demonstra um aumento no custo de transação das empresas, haja vista que em muitos casos estes custos não integram o preço dos produtos ou serviços, onerando ainda mais a transação comercial. Já os cheques sem fundos ficaram com a segunda posição, à exceção nos anos 2006 e 2007. Os cartões de créditos e financeiras, por sua vez, ficaram em terceiro lugar na representatividade das dívidas, observa-se que esse tipo de inadimplência, ao longo do período, vem aumentando gradativamente. Por último e com menor impacto no indicador, aparecem as dívidas com o setor bancário, mantendo-se praticamente estável ao longo do período.

Portanto, torna-se premente o gerenciamento da inadimplência e a análise de como pode ser implantado um processo de controle que proporcione bom resultado para empresa, concernente à disponibilização aos seus clientes dos créditos, sem que a inadimplência destes venha causar o desequilíbrio econômico e financeiro, influenciando no descasamento financeiro e na gestão comercial da empresa.

Diante da maior facilidade de acesso ao crédito, muitos consumidores não resistem e acabam optando pelo financiamento de suas compras, sem o menor planejamento para o bom uso dos recursos. Justamente por essa falta de controle do orçamento, as pessoas acabam se comprometendo com as dívidas.

Assim, alguns fatores conduzem os consumidores à inadimplência, tais como: Dificuldades financeiras pessoais; Desemprego; Falta de controle nos gastos; Compras para

terceiros; Atraso de salário; Comprometimento de renda com outras despesas; Redução de renda; Doenças; Uso do dinheiro com outras compras e Má fé.

Para tanto, faz-se necessário a consideração dos fatores de risco conhecidos a fim de estimar as perdas com contas a receber.

Quando a empresa realiza uma venda a prazo, é originada a “duplicata a receber”, que é o documento que comprova a dívida de um cliente para com a entidade. Porém o recebimento de uma duplicata não é líquido e certo. Por isso a Contabilidade permite e até mesmo indica que seja feita uma provisão para devedores duvidosos Favero, (1997).

Desta forma o empresário se resguarda de contar com um direito que pode não ser transformado em disponibilidade financeira. É preciso manter um controle constante e rigoroso das duplicatas a receber, pois, quanto maior for o índice de duplicatas não liquidadas, mais custo de transação terá o Capital de Giro das Empresas que possibilita a realização das atividades operacionais, de compra e pagamento de mercadorias.

O credor tem todo o direito de protestar o título não pago, cadastrar o nome do devedor em órgãos de restrição ao crédito, como SPC, SERASA, etc., além, é claro, de ajuizar Ação Judicial para cobrar o valor devido. Também é direito do credor cobrar a dívida através de cartas, telefonemas e até cobradores.

Na ocorrência de inadimplência por parte dos clientes, é de praxe que a empresa ou a instituição financeira inclua seu nome nas chamadas listas de devedores em atraso, ou no cadastro de emitentes de cheques sem fundo (CCF), do Banco Central do Brasil. O nome do inadimplente fica cinco anos nestas listas, de forma que durante este período, salvo se pagar a dívida, a pessoa terá sérios problemas para obter crédito. Tal fato gera uma nova movimentação operacional, aumentando ainda mais o custo de transação para tentativa de recebimento do crédito tais como: ligações telefônicas, telegramas, correspondências e processos judiciais.

2.6 - Custo de Transação

Para melhor elucidar os custos de transação Williamson (1985. p. 1), define transação como: "o evento que ocorre quando um bem ou serviço é transferido através de uma interface tecnologicamente separável".

Já Pondé (1993), mostra que:

os custos de transação nada mais são que o dispêndio de recursos econômicos para planejar, adaptar e monitorar as interações entre os agentes, garantindo que o cumprimento dos termos contratuais se faça de maneira satisfatória para as partes envolvidas e compatível com a sua funcionalidade econômica.

Williamson (1985, p. 388) identifica dois tipos de custos de transação que afetam diretamente a atividade das firmas: Os custos *ex-ante* de negociar e fixar as contrapartidas e salvaguardas do contrato e os custos *ex-post* de monitoramento, renegociação e adaptação dos termos contratuais às novas circunstâncias.

A todo o momento estes custos encontram-se presentes, com intensidades diferentes e formas diferentes. Sendo os custos de transação *ex-ante* mais presentes nas transações onde as condições prévias para a negociação foram pouco estabelecidas e os custos *ex post* presentes à adaptação das transações a novas circunstâncias.

Já Barzel (1997) define como sendo todo o custo existente ao transacionar algo com alguém; tidos como custos de estabelecer e manter direitos de propriedade.

Salienta-se, entretanto, que neste caso ocorre que custos de transação raramente são baixos e, usualmente, os direitos de propriedade não são, necessariamente, bem definidos, portanto, tais ausências de garantia tornam-se ainda mais elevados os custos de transações das atividades operacionais empresariais.

Já Zylbersztajn e Sztajn (2005) relatam que os custos de transação relacionados aos usos e fins além das atividades operacionais sobre esses recursos são considerados muito elevados o que inviabiliza os investimentos.

3 - METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1 - Pesquisa de Campo

O Município de Lagoa Dourada tem sua economia baseada principalmente na agricultura e pecuária, sendo, grande parte de sua população, funcionários públicos. Isso implica dizer que o comércio da cidade não é muito desenvolvido e nem movimenta a economia local. Porém, está em fase de crescimento e este trabalho visa também, uma avaliação dos rumos tomados pelos comerciantes locais a fim de saber se estes estão preparados para os desafios cotidianos do comércio, principalmente a inadimplência.

Um passo importante, dado nesse sentido, foi a criação de uma associação, a ACIAPS – LD (Associação Comercial, Industrial, Agropecuária e de Prestação de Serviços de Lagoa Dourada) que foi fundada em 21 de outubro de 2005, com o objetivo de organizar o comércio e tentar solucionar os problemas de inadimplência na cidade. A Associação conta hoje com 43 associados e oferece cursos em parceria com o SEBRAE-MG, consultas e registros ao SPC e SERASA e um balcão de empregos, que pode ser consultado pelos associados quando precisarem de funcionários.

Analisaram-se estratégias utilizadas pelas empresas do setor comercial do Município de Lagoa Dourada de forma a contribuir para redução do Custo de Transação dos negócios comerciais deste Município em suas transações comerciais.

3.2 - Coleta dos Dados

Foram aplicados dois tipos de questionários, sendo um para os clientes e outro para os comerciantes, que contém informações para a análise de crédito, tornando possível quantificá-los para a interpretação dos dados. Em seguida foi analisado o comportamento, por meio do modelo de *Behaviour Scoring* dos créditos concedidos aos clientes com o propósito de mensuração dos hábitos comportamentais, chegando a assim, a uma identificação do risco do negócio comercial.

O tipo de pesquisa é quantitativa no qual foi efetuado o tratamento dos dados através de técnicas estatísticas, de modo a garantir a precisão dos resultados e evitando assim, distorções de análise e interpretação, e garantindo segurança na emissão das informações de forma a obtê-las com consistência e coerência em função dos dados analisados da realidade das operações de créditos com o propósito de buscar respostas efetivas. Quanto aos fins, é uma pesquisa descritiva cujo propósito foi analisar os fatos e suas características extraídas das transações comerciais, procurando observar, registrar e analisar suas relações e interferências junto ao objeto da pesquisa. Quanto aos meios, é uma pesquisa de campo na qual foram coletados os dados das Empresas Comerciais da Associação Comercial, Industrial, Agropecuária e de Prestação de Serviços de Lagoa Dourada – ACIAPS-LD, e posteriormente, junto a seus respectivos clientes. Na Amostra foram entrevistados 24 empresários e 50

clientes pessoas físicas de todas as classes sociais. A pesquisa foi elaborada através de entrevistas realizadas no período de 01/06/2009 a 30/06/2009.

Para a coleta de dados foi utilizado um questionário estruturado, o qual, segundo Alencar (1999), é formado por questões fechadas e todos os entrevistados são submetidos às mesmas perguntas e às mesmas alternativas de respostas. Assim, procurou-se identificar a necessidade de crédito dos indivíduos de Lagoa Dourada onde foi aplicado um questionário estruturado, com escala de cinco pontos, tipo *likert*, com uma abordagem quantitativa, além da realização de uma pesquisa descritiva, de forma a confrontar com os dados de restrição no mercado, capacidade de pagamento, relação de confiança, estabilidade profissional, e outros registros para o perfeito entendimento e análise do problema objeto da pesquisa, procurando-se obter o entendimento da gestão do crédito.

O questionário foi construído a partir do trabalho de Sthapornnanon et al.(2009) aplicado para avaliar uma pesquisa de ambiente construtivista on-line de aprendizado, em seguida realizou-se adaptações para adequação deste estudo. As respostas foram previamente codificadas, permitindo sua digitação direta para o programa de análise de dados. Para tanto, a escala de cinco pontos utilizada foi: 1 (nunca), 2 (raramente), 3 (às vezes), 4 (quase sempre) e 5 (sempre).

Gil (1999) argumenta que a pesquisa descritiva tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então o estabelecimento de relações entre variáveis. Na mesma perspectiva, MALHOTRA (2001) afirma que a pesquisa descritiva é um tipo de pesquisa que tem como principal objetivo a descrição de algo, normalmente características do objeto de estudo ou relacionamentos entre os fenômenos.

Ressalta-se que as questões foram desenvolvidas respeitando todos os princípios de imparcialidade a fim de não constranger o entrevistado. Além disso, todas as questões possuíam um espaço que permitiu ao entrevistado incluir qualquer observação que julgar relevante, estando ele ciente de que seu nome não constaria no resultado da entrevista, afim de que tivesse maior liberdade de se expressar.

Em seguida foram agrupados todos os dados obtidos e realizada análises conclusivas sobre como o processo de liberação de crédito efetuado no passado e a situação atual do

crédito, concorram para o risco deste mesmo crédito. Para tanto, foram utilizados análises estatísticas e eventos históricos dos dados, para, então, serem emitidas opiniões conclusivas sobre a pesquisa.

Assim, foi possível averiguar as características do crédito liberado ao cliente, analisar quais as concessões de créditos geram maior risco de inadimplência para a empresa, e levantar quais estratégias podem ser apontadas para se evitar possíveis falhas nas próximas concessões de créditos.

Portanto, como toda pesquisa a consistência das respostas constitui um fator relevante para a análise dos dados de posse a tomada de decisão. Para tal, foi utilizado o procedimento estatístico coeficiente alfa de *Cronbach*, que segundo TROCHIM (2003) mede a consistência interna referente aos graus com que os itens do questionário estão correlacionados entre si e com o resultado geral da pesquisa, correspondendo a uma melhor predição quando este coeficiente se aproxima de 1,00.

Como forma de melhorar a validade do questionário utilizou-se o cálculo do coeficiente alfa de *Cronbach*, classificado em ordem de importância conforme apresentado na Tabela 04.

Tabela 04 – Classificação da confiabilidade por meio do coeficiente alfa de *Cronbach*

Confiabilidade	Muito Baixa	Baixa	Moderada	Alta	Muito Alta
Valor de Alfa (α)	$\alpha < 0,30$	$0,30 < \alpha < 0,60$	$0,60 < \alpha < 0,75$	$0,75 < \alpha < 0,90$	$\alpha > 0,90$

Fonte: Freitas e Rodrigues, 2005.

Ressalta-se que, de acordo com a Tabela 04, é possível considerar como aceitável o questionário que demonstrar valor de $\alpha > 0,60$. Assim, valores maiores que este representam maior poder de decisão e, portanto maior grau de confiabilidade que é o foco principal do coeficiente alfa de *Cronbach*.

4 – APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

4.1 - Tratamento dos Dados dos Clientes

Foram analisados os dados obtidos mediante a aplicação do Questionário do Cliente, que foi utilizado para obtenção da identificação do perfil dos clientes que poderão gerar mais riscos nas vendas a prazo concedidas pelas empresas objeto desta pesquisa. Assim, a

aplicação estatística por meio do coeficiente alfa de *Cronbach* apontou valor de 0,601 e baseado nos itens padronizados valor de 0,673.

Destaca-se que 56% da amostra é constituída por mulheres e 44% por homens, conforme Tabela 05.

Tabela 05 – Sexo

Sexo	%
Masculino	44
Feminino	56

Fonte: dados da pesquisa

Verificou-se também, apresentado na Tabela 06, que a maioria das pessoas físicas recebe salários entre R\$300,00 e R\$1.000,00, o que demonstra que o volume de negociação comercial na cidade é relevante, pois estes valores representam um montante proporcional acima de 2 (dois) salários mínimos.

Tabela 06 – Faixa Salarial

Residência	%
Até R\$300,00	18
Entre R\$300,00 a R\$1.000,00	68
Entre R\$1.000,00 a R\$2.000,00	8
Entre R\$2.000,00 a R\$4.000,00	2
Entre R\$4.000,00 a R\$6.000,00	2
Acima de R\$6.000,00	2

Fonte: dados da pesquisa

Os dados da pesquisa também apontaram que a maior referência apresentada em relação à faixa etária destaca para os clientes que estão entre 18 anos e 30 anos de idade, representando 70% da amostra aplicada, apresentado na Tabela 07.

Tabela 07 – Faixa Etária

Residência	%
Entre 18 e 30 anos	70
Entre 30 e 35 anos	6
Entre 35 e 45 anos	10
Entre 45 e 65 anos	12
Acima de 65 anos	2

Fonte: dados da pesquisa

No parâmetro de referência local, conforme Tabela 08, demonstrou-se que 90% dos clientes mantêm domicílio fiscal definido. Observa-se que para garantia do crédito e também para recebimento do mesmo proporciona maior segurança, pois facilitará maior aderência para localização dos compradores a prazos.

Tabela 08 – Residência

Residência	%
Própria	40
Alugada	8
Com os pais	50
Outros	2

Fonte: dados da pesquisa

Em análise à contratação do crédito concedido aos clientes verificou-se que os clientes preferem realizar operações mediante carnê (66%) e uma pequena parte em Cheque Pré-datado (18%), conforme demonstrado na Tabela 09, abaixo:

Tabela 09 – Tipo de Garantia dos Créditos Concedidos

Tipo de Garantia dos Créditos Concedidos	%
Carnê	66
Cheque Pré-Datado	18
Avalista	8
Fiança	-
Cartões de Créditos	8
Recursos Financeiros	-

Fonte: dados da pesquisa

Na análise de dados das variáveis independentes, constatou-se que existe maior frequência de compras a prazo realizadas pelos clientes na proporção de 66%, o qual será demonstrada na Tabela 10.

Tabela 10 – Compras a Prazo

Compras a Prazo	%
Sempre	34
Quase Sempre	32
Às Vezes	20
Raramente	16
Nunca	8

Fonte: dados da pesquisa

Portanto, os índices de relatividade apresentados nos dados aplicados aos clientes demonstram que dos 66% um total de 34% sempre realiza compras a prazo nos estabelecimentos comerciais da cidade de Lagoa Dourada, o que apresenta boa significância para análise dos dados.

De posse dos dados destacou-se a utilização dos créditos para aquisição de bens de consumo, financiamento, consórcio, de acordo com a Tabela 11.

Tabela 11 – Necessidade de Crédito

Necessidade de Crédito	Bens de Consumo (%)	Financiamento (%)	Consórcio (%)
Sempre	12	2	-
Quase Sempre	2	6	2
Às Vezes	16	26	22
Raramente	12	14	12
Nunca	58	52	64

Fonte: dados da pesquisa

Conforme demonstrado na Tabela 11, fica evidente que os clientes que compram a prazo utilizam o recurso financeiro para aquisição de bens de consumo, linha branca, tais como geladeira, fogão, máquina de lavar. Tal incremento de crédito torna claro que é em função das medidas governamentais adotadas no momento da realização da pesquisa de campo, mediante a isenção do IPI – Impostos sobre Produtos Industrializados, entre outros.

Constatou-se uma correlação entre a utilização de financiamento e consórcio no sentido em que aponta para a utilização de créditos de bens de consumo duráveis, uma vez que conforme pesquisa de campo não houve significância em relação a utilização de créditos para aquisição de imóveis, gasto médico-hospitalares e aquisição de veículos.

4.2 - Tratamento dos Dados dos Empresários

A amostra foi composta por 24 empresas, sendo que 50% destas estão regulamentadas e em funcionamento por aproximadamente 6 a 20 anos, ressalta-se que somente 8% dos entrevistados existem por mais de 20 anos.

Do total de empresas que responderam à pesquisa, 50% pertencem ao setor de comércio, 38% ao setor de serviço e 12% ao setor da indústria. O percentual de microempresas ouvidas foi de 95%, e de pequenas empresas, de 5%. Assim, a aplicação estatística por meio do coeficiente alfa de *Cronbach* apontou valor de 0,624 e baseado nos itens padronizados valor de 0,638.

A pesquisa apontou também que, cinquenta e quatro por cento dos estabelecimentos comerciais são próprios, enquanto todos os demais são apenas alugados. 62% da amostra apresenta o faturamento mensal de até R\$20.000,00, enquanto apenas 21% faturam acima

deste montante, por mês. Na ocasião, a maior garantia oferecida para vendas a prazo foram os cheques pré-datados (37,5%). Avalistas e cartão de crédito são métodos não utilizados pelos empresários. Aproximadamente noventa e dois por cento da amostra apresentam inadimplência de até R\$5.000,00.

Destaca-se, contudo que 50% das empresas acreditam estar sempre prevenidas da inadimplência, enquanto, 25% raramente. 58,3% das empresas, às vezes, recebem contas atrasadas. 33,3% das empresas não oferecem benefícios com vendas a prazo. 37,5% das empresas renegociam sempre dívidas dos clientes. Os empresários alegam ter conhecimento sobre encargos moratórios e custas judiciais. 66,7% das empresas não tem ação contra clientes. Somente 4,2% acionam clientes na justiça. 45,8% das empresas não têm dívida em aberto, contudo 33% às vezes apresentam prejuízo.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

A maneira mais simples de evitar o endividamento é efetivamente poupar e formar uma reserva para situações de emergência. Apesar disso, a maior parte das pessoas, independente de faixa de renda, encontra dificuldades em estabelecer uma estratégia de poupança.

No Brasil, pode-se dizer que existe uma herança claramente negativa do período hiperinflacionário. Isso porque, diante de uma inflação mensal que chegou a superar 50% a.m., o planejamento financeiro de longo prazo se tornava impossível.

Assim, por meio do grau de confiabilidade dos questionários aplicados estatisticamente demonstraram coeficiente alfa de *Cronbach* no valor de 0,630 e baseado nos itens padronizados valor de 0,757, no conjunto de todos os questionários, sendo para clientes e para proprietários. Portanto, nos dados apresentados no questionário do cliente fica patente que existe maior risco de inadimplência no estereótipo apresentado abaixo ao qual foi constatado que o sexo: feminino, idade entre 18 e 30 anos que obtêm renda salarial entre R\$300,00 e R\$1.000,00 obtêm como forma de liquidação da dívida o carnê, utiliza os créditos para aquisição de bens de consumo, financiamento ou consórcio.

Salienta-se que os proprietários de estabelecimentos comerciais devem atentar para um maior cuidado quando da concessão de vendas a prazo no perfil apresentado acima, no intuito de mitigar o risco de inadimplência e consecutivamente redução do custo de transação. Ficou evidente também que os proprietários não incluem estes fatores (risco de inadimplência e custo de transação) na constituição do preço de venda de seus produtos. Mensura-se então que a falta de pagamento dos créditos concedidos no perfil acima causará perda relevante dos créditos e consequentemente da mercadoria fornecida aos clientes.

No que diz respeito ao perfil empresários, pode-se afirmar que aproximadamente 54% das empresas que possuem estabelecimento próprio possuem de 6 a 20 anos de vida.

Constatou-se uma correlação em que as empresas com pouco tempo de atividade correspondem a um menor faturamento mês. As que apresentaram período de atividades entre 6 e 20 anos faturam entre R\$30.000,00 e R\$40.000,00, contudo as que possuem mais de 20 anos no mercado apresentam faturamento superior a R\$20.000,00.

As empresas que apresentam maior inadimplência têm entre 3 e 6 anos de vida e faturam, por mês, entre R\$10.000,00 e R\$20.000,00. Utilizam como garantia a nota promissória, costumam renegociar dívidas, recebem contas em atraso, raramente tem ação contra clientes e ainda acreditam estar prevenidas da inadimplência.

Cinquenta por cento das empresas que nunca tem contas dadas como perdidas utilizam sempre, ou quase sempre, o cheque como garantia das vendas a prazo.

Para lidar com a inadimplência, é preciso antes conhecê-la bem, sabendo quais os fatores que a ocasionaram. A partir daí, deve-se utilizar práticas preventivas, podendo desta forma controlá-la.

Desta maneira, o empresário deve verificar a sazonalidade, ou seja, em quais épocas do ano a inadimplência é maior ou menor, o número de prestações em atraso, o valor médio das prestações em atraso e, por fim, a verificação do tempo de abertura da conta corrente.

Para tanto, a fim de reduzir os custos de transações, o empresário deverá seguir algumas regras antes de proceder à concessão do crédito ao seu cliente. É ideal, no momento da concessão de crédito, identificar qual o grau de comprometimento da renda do consumidor, assim como o padrão de comportamento de seus pagamentos passados, podendo dessa forma avaliar se a prestação contratada tem chances de vir a ser liquidada ou não.

Para controlar a inadimplência em relação ao seu negócio, é de suma importância exigir a apresentação de documentos pessoais (RG e CPF); comprovante de residência (contas de água, luz, telefone etc.); comprovante de renda (recibo de pagamento, declaração de imposto de renda, carteira de trabalho); É válido, ainda, consultar ao SPC (Serviço de Proteção ao Crédito), a SERASA, ao tele-cheque, entre outros. Entretanto, quando se tratar de cliente antigo, é importante sempre atualizar os dados cadastrais, mantendo a confirmação por telefone.

Por fim, outra medida salutar para melhorar a performance do crédito seria operar com cartões de crédito e de débito, pois as taxas cobradas pelas administradoras são compensadas pela garantia de recebimento dos valores.

Como limitação da pesquisa poder-se-ia segregar os ramos de atividades dos proprietários, tais como: comércio, indústria, agropecuária e prestação de serviços ao qual melhoraria ainda mais o processo de identificação para tomada de decisão e agregação de dados recentes para contextualização do cenário atual.

Como proposta de pesquisa futura, poderá ser realizada análise em um período mais abrangente e com maior número de respondentes, tanto clientes quanto comerciantes, de forma a obter maior capacidade de alcançar períodos dentro e fora da sazonalidade do mercado.

Agradecimento

À FAPEMIG (Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais), que promove atividades de fomento, apoio e incentivo a pesquisas científicas e tecnológicas em Minas Gerais, possibilitando a realização do estudo pela concessão de bolsa de estudo por meio do PMCD (Programa Mineiro de Capacitação de Docente).

REFERÊNCIAS

ALENCAR, E. **Introdução à Metodologia da Pesquisa Social**. Lavras: UFLA/FAEPE, 1999.

BLATT, Adriano. **Avaliação de Risco e Decisão de Crédito – Um Enfoque Prático**/Adriano Blatt. São Paulo: Ed. Nobel, 1999.

BARZEL, Yoram. *Economic analysis of property rights*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

CATELLI, Armando. **Controladoria**: uma abordagem da gestão econômica – GECON. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

CRONBACH, L J., *My current thoughts on coefficient alpha and successors procedures*. *Educational and Psychological Measurement*, vol. 64, n.o 3, 391-418. 2004.

FAVERO, Hamilton Luiz et al. **Contabilidade Teoria e Prática**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1997.

FREITAS, André Luís Policani e RODRIGUES, Sidilene Gonçalves. **A avaliação da confiabilidade de questionários: uma análise utilizando o coeficiente alfa de Cronbach**. XII Congresso SIMPEP – Bauru, SP. Novembro/2005.

GELBCKE, Ernesto Rubens. IUDICIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu. **Manual de contabilidade das sociedades por ações**: aplicável às demais sociedades. 7.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1988.

JORION, Philippe. *Value at Risk*. 2ª Ed. São Paulo: BM&F, 2003.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de Marketing**: uma Orientação Aplicada. Trad. Nivaldo Montingelli Jr. E Alfredo Alves de Farias. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MUNIZ, Natiara Penalva; SCHWARZ, Macelly Oliveira Morais; e SIQUEIRA, José Ricardo Maia de; **Finanças Aplicadas a Micro e Pequenas Empresas – Um Levantamento na Produção Acadêmica do ENANPAD no período de 2000 a 2007**. XI SEMEAD – Seminários em Administração. FEA/USP. Agosto/2008.

PONDÉ, J. L. (1993). **Coordenação e Aprendizado: Elementos para uma Teoria das Inovações Institucionais nas Firms e nos Mercados**. Dissertação de Mestrado, IE/UNICAMP, Campinas.

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de Crédito**: Concessão e Gerência de Empréstimos. 5ª. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>>. Acesso em março/2009.

SEBRAE. **Concessão de crédito para vender mais**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/br/mortalidade_empresas/index.asp>. Acesso em 26 de março de 2009.

SECURATO, José Roberto (coordenador). - **Crédito – Análise e avaliação do Risco – Pessoas Físicas e Jurídicas** – São Paulo: Editora Saint Paul, 2002.

SERASA -Centralização dos Serviços Bancários S/A. Disponível em: <<http://www.serasa.com.br>>. Acesso em junho/2009.

SPERS, Renata Giovinazzo; WRIGHT , James Terence Coulter; e CASTRO , Helena Sampaio Ferreira. **Mapeamento do potencial de consumo da população de baixa renda no Brasil: uma análise do setor de crédito e de bens de consumo.** XI SEMEAD – Seminários em Administração. FEA/USP. Agosto/2008.

STHAPORNNANON, Nunthaluxna; SAKULBUMRUNGSIL, Rungpetch e THEERAROUNGCHASRI, Anuchai. *Instructional Design and Assessment. Social Constructivist Learning Environment in an Online Professional. Practice Course. American Journal of Pharmaceutical Education. Jun/ 2009; 73 (1). Article 10.*

TOLOTTI, Márcia. **As Armadilhas do consumo: acabe com o endividamento.** Rio de Janeiro: Elsevier Editora, 2007. p.33

TROCHIM, W. M. *The Research Methods Knowledge Base, 2nd Edition. Internet WWW page, at URL: <<http://trochim.human.cornell.edu/kb/index.htm>> (version current as of August, 2003).*

WILLIAMSON, O. E. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism.* New York: The Free Press.

ZERRENNER, Sabrina Arruda. **Estudo sobre as razões para o endividamento das pessoas de baixa renda.** Dissertação (Mestrado). Universidade de São Paulo. São Paulo: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, 2007.

ZYLBERSZTAJN, D.; SZTAJN; R. **Economia & Direito. Análise Econômica do direito e das organizações.** São Paulo, SP, 2005.