

FERRAMENTAS PARA A DECISÃO DE CREDITO EM UMA FACTORING

Jean Raphael de Oliveira ANITELI¹
Thiago Memare FUJITA²
Wilson de Luces Fortes MACHADO³

RESUMO: Não existem muitos estudos relacionados ao processo de concessão de crédito tendo como parâmetro uma empresa de *factoring* ou fomento mercantil. Por ser um segmento relativamente recente e em estado de consolidação, esta área não tem muita visibilidade entre os estudiosos do crédito ainda, porém ela já representa papel importante no desenvolvimento econômico do país. Através de ferramentas amplamente difundidas entre outras instituições financeiras para a decisão de crédito, será proposto um modelo-padrão adaptado para a realidade das *factorings*, procurando tornar o processo de concessão ágil e eficiente.

Palavras-chave: *Factoring*. Fomento mercantil. Crédito.

1 INTRODUÇÃO

A concessão de crédito é uma tarefa que demanda muita atenção e competência para ser eficaz, e é primordial para o funcionamento de uma empresa de *factoring*, pois sua atividade principal depende disso. Diversos autores têm estudos avançados na área de processo creditório, como o Modelo Pereira (PEREIRA, 2008, p. 272) e o conceito de Análise Matricial de Crédito (KATAYAMA, 2003, p.49), porém estes e todos os trabalhos mais destacados com relação ao crédito ainda são mais focados em instituições financeiras de porte maior, caso de bancos e consignatárias, por exemplo, tendo que ser adaptados para servir a uma *factoring*, porém sem a mesma eficiência. A atividade deste segmento vem crescendo vertiginosamente nos últimos anos, sendo cada vez mais importante para o desenvolvimento da economia nacional, e para tanto um modelo creditório ágil e eficiente é cada vez mais crucial, seja para atender ao número gradativamente maior

¹ Discente do 2º ano do curso de Administração das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. E-mail: jeanoliveira@unitoledo.br

² Discente do 2º ano do curso de Administração de empresas das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. E-mail: thiagofujita@unitoledo.br

³ Docente do curso de Administração de empresas das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. E-mail: wilson@unitoledo.br. Orientador do trabalho.

de clientes, seja para fazer frente aos concorrentes diretos e indiretos, ou ainda para simplesmente sobreviver a um cenário onde a inadimplência ainda é um problema muito real.

Este trabalho terá como objetivo fornecer uma metodologia para tornar a concessão de créditos em uma *factoring* eficiente e segura, através da Teoria dos “C’s” do crédito, do *Credit Scoring* e de Ferramentas da Internet, considerados padrões para norteamento da decisão de créditos de maneira geral, e de eficácia comprovada em diversos segmentos. Tendo em vista o presente cenário econômico e cultural brasileiro no que tange aos clientes das *factorings* e aos sacados dos clientes, e com base teórica em uma pesquisa bibliográfica realizada em sites, revistas, apostilas, livros e entrevistas com profissionais da área, o processo proposto terá sua conceituação e aplicabilidade adaptada especialmente para o segmento do fomento mercantil.

2 O QUE É FACTORING?

Segundo LEITE (2003, p. 32) “*Factoring* é uma atividade mercantil mista atípica = serviços + compra de créditos (Direitos creditórios) resultantes de vendas mercantis.”. A partir desta definição, o *factoring* é uma atividade que consiste na compra a vista de recebíveis a longo prazo de pessoas físicas ou jurídicas, mediante uma taxa de desconto, que representará o faturamento da empresa de *factoring*, que ficará responsável pelo risco do título comprado, isto é, se o sacado não pagar, a *factoring* não poderá acionar o cedente do título, seu cliente. Isso a diferencia dos bancos, que descontam os títulos ao invés de comprá-los, garantindo que se o sacado não honrar o compromisso da dívida, o sacador-avalista deverá arcar com o valor. O cuidado ao se adquirir um título deve ser extremo, pois além do tradicional risco de inadimplência, existem ainda os chamados títulos “frios”, que não são recebíveis oriundos da atividade da empresa-cliente, ou que são cobranças em duplicidade. Este tipo de organização pode ainda, prestar acessória creditícia ou ainda gerenciar parcialmente ou as totalidades das contas a pagar e a receber de

uma empresa terceira, sendo classificada então como uma instituição atípica, além de financeira, uma prestadora de serviços.(LEITE, 2003, p. 32-34).

Pequenas e médias empresas são as tradicionais clientes do ramo, por vários motivos: São empresas sem acesso ao mercado de crédito tradicional, ou sem o conhecimento técnico adequado para tratar com instituições financeiras mais burocráticas e complexas como os bancos, ou ainda que simplesmente pelo número limitado de funcionários, deixam a parte financeira sob controle da *factoring*, para dedicar-se a outras atividades da empresa, como vendas ou o marketing.

Muitas dessas pequenas e médias empresas operam baseadas em uma estratégia moldada na utilização de uma *factoring*. Por exemplo: uma empresa pode vender todos os seus produtos a prazo, em um maior número de prestações, mas contando com esse dinheiro a vista, pois pode vender os direitos creditórios para uma empresa de fomento mercantil. A vantagem para elas é o ganho certo, e sempre com grau de liquidez máximo, já que o valor é pago a vista, e a desvantagem são as perdas de valor total do faturamento decorrentes da taxa de desconto que uma *factoring* cobra para comprar os títulos. A vantagem para a *factoring* é o ganho em cima dessa taxa de desconto utilizada para comprar os recebíveis das empresas, de onde provem seu lucro principal, e a desvantagem principal é o risco de inadimplência dos sacados. (KATAYAMA, 2003, p.19-21)

3 CONCESSÃO DE CRÉDITO EM UMA FACTORING

Conceder crédito é uma atividade que pressupõe confiança, e em *factorings*, existe a particularidade de que a confiança deve ser dada a dois entes em uma operação: o cliente e o sacado do cliente.

O cliente é aquele que vai buscar os serviços oferecidos pela *factoring*, vendendo os direitos de seus recebíveis a prazo. Deve-se analisar cuidadosamente um potencial cliente, pois a tendência é que ele opere mais de uma vez com a *factoring*, logo é preciso uma análise bem fundamentada e atualizada constantemente de sua operacionalidade e seus aspectos econômicos, para saber se seu histórico de recebimento é favorável, se a empresa age licitamente em todos

os sentidos, incluindo na emissão de seus títulos a prazo, e para tornar o crédito mais rápido também, pois sempre que determinada empresa buscar os serviços de uma mesma *factoring*, ela terá em mãos um relatório que a indique se a concessão é ou não viável.

O sacado é aquele que vai efetivamente pagar o título originalmente emitido pelo cedente (sacador-avalista), e este requer a maior análise e ponderação, por representar diretamente a fonte de lucro da *factoring*. Em sua maioria, as empresas de fomento mercantil utilizam o controle de análise de crédito dos sacados das próprias empresas cedentes para decidirem se a operação é boa ou não (KATAYAMA, 2003, p. 17).

4 METODOLOGIA DAS FERRAMENTAS PARA DECISÃO DE CRÉDITO

O processo de concessão do crédito deve ser ágil, e procurar identificar o maior número de informações relevantes possíveis. Deve se levar em conta sempre o atual cenário macroeconômico, que influencia diretamente nas taxas e modalidades de juros. Com o recente corte de juros promovido pelo governo, todas as instituições sofrerão este impacto direta ou indiretamente. No caso das *factorings*, diretamente, pois ela terá provavelmente de reajustar taxas para equiparar-se aos bancos estatais e privados. Isso altera a análise de informações dos clientes ou sacados, pois o cenário muda as condições para a concessão. O modelo proposto abrangerá estes fatores externos, além dos internos, podendo se adaptar facilmente em qualquer situação para a concessão do crédito. Ele será subdividido em três partes: Os “C”s do Crédito, *Credit Scoring* e Ferramentas da Internet (SENAC, 2009, p. 20-26).

4.1 Os “C”s do Crédito

Esta teoria é amplamente utilizada por bancos, e sua finalidade é analisar de maneira abrangente e específica aspectos que indiquem possíveis

motivos para inadimplência. Os “C’s” são complementares, ou seja, a análise deve ser feita aplicando-se todos, pois um pode informar que o cliente é bom em determinado aspecto, porém mal em outro. (SENAC, 2009, p. 20)

Subdividem-se em: Caráter, Capacidade, Condições, Colateral, Capital e Conglomerado.

4.1.1 Caráter

Este tópico aborda basicamente a intenção de pagar do tomador de crédito, e ilustra seu desempenho através do colhimento de informações como identificação, pontualidade, sua experiência em negócios, seu tempo e histórico de atuação no mercado.

As principais fontes dessas informações provem da ficha cadastral do tomador e de entrevista com o mesmo.

4.1.2 Capacidade

Consiste na avaliação das condições do cliente para saldar a dívida, ou seja, avaliar a estabilidade profissional, a vida familiar e demais informações que indiquem capacidade de pagamento em caso de pessoa física, enquanto de pessoas jurídicas deve-se analisar a operacionalidade da empresa, a sua administração e suas estratégias. A melhor maneira de fazer isso é “In loco”, nas empresas.

4.1.3 Condições

Aqui se deve analisar o ambiente externo, como o cenário macroeconômico, influências de políticas monetárias, novas legislações, nível da concorrência do produto, e como cada um destes fatores pode influenciar positiva ou negativamente na capacidade de pagamento das dívidas do tomador-empresa. Quanto à pessoa física, o foco de análise deste item deve ser em como a atividade profissional do tomador pode ser afetada, se o ambiente de trabalho dele é estável, se alguma lei, por exemplo, está prestes a mudar o a procedência da profissão.

4.1.4 Colateral

Trata dos bens dos tomadores, que podem ser alienados em uma eventual cobrança judicial. Deve se ponderar se os bens têm um alto grau de liquidez e se os custos em uma execução na justiça são compensados pelo valor dos bens disputados.

4.1.5 Capital

A situação econômico-financeira é o tópico de análise. Através da ponderação de demonstrativos contábeis, como balanços patrimoniais, demonstrações do resultado dos exercícios, demonstrações de fluxo de caixa e Imposto de Renda de Pessoa Jurídica, pode se analisar a consistência financeira de uma empresa, do seu passado ao presente, e produzir projeções seguindo tendências embasadas pelo histórico. Quanto a pessoas físicas, o Imposto de Renda é a fonte principal, de onde se podem simular balanços e demonstrações simplificadas, parecidas com as de pessoas jurídicas. Em caso de não-declarantes de imposto de renda, as informações devem ser obtidas através de ficha cadastral e confirmação de dados em outras instituições, como bancos ou alguma loja em que o tomador é freguês.

4.1.6 Conglomerado

Há muitas empresas que são coligadas ou controladas por um mesmo grupo societário, e nestes casos, deve-se avaliar a situação da empresa específica que busca o crédito em comparação com as demais componentes do grupo, quanto a operacionalidade, administração e resultados financeiros. Para pessoas físicas, a análise de Conglomerado deve analisar os cônjuges e/ou familiares ou demais dependentes do tomador.

4.2 Credit Scoring

Credit Scoring é um modelo baseado em análises estatísticas de determinados fatores, visando uma qualificação do crédito e estimando a possibilidade de risco de sua perda. Nada mais é que identificar fatores que podem gerar inadimplência, facilitando a decisão do emissor do crédito que, nesse caso, é a *factoring*.

Esse método pode englobar tanto pessoas físicas quanto jurídicas. Para as pessoas físicas, estabilidade no emprego, salário e o seu comportamento (se costuma pagar suas dívidas em dia ou atrasar) são alguns exemplos de fatores que podem determinar o seu *Score* (pontuação) final e definir se há um risco grande na concessão do crédito. Se tratando de empresas, pode-se citar o seu balanço patrimonial (ressaltando seu passivo de curto prazo e a capacidade de seu ativo circulante quitá-lo) e os seus índices financeiros. É bom lembrar que nem tudo que é bom para uma empresa, será bom para outra. Cada *factoring* deverá se adaptar e escolher os requisitos de avaliação por si só, visando os seus interesses e baseando-se na sua missão, história, política e conduta.

Segundo Parkinson e Ochs (1998, p. 26-27), inúmeras vantagens podem ser eleitas por esse método, tais como a simplicidade na interpretação, redução do tempo de análise e com isso maior eficiência no processo e diminuição

da metodologia subjetiva do processo. Ainda segundo Parkinson e Ochs (1998, p. 26-27), desvantagens também podem ser observadas: falta de informações verídicas e interpretação inexata dos escores.

Para conseguir sucesso nesse tipo de análise, o planejamento deve ser bem rigoroso. A *factoring* tem que saber identificar quais são os fatores em potencial dos clientes para serem analisados assim como conseguir coletar os dados desejados e determinar uma fórmula que lhe dará a pontuação final. Com a pontuação em mãos, será feita a análise e, como consequência, a liberação ou não do crédito.

Portanto, o *Credit Scoring* pode se tornar um grande aliado das *factorings*, desde que seja bem implantado e que tenha profissionais qualificados para desenvolvê-lo e analisá-lo.

4.3 Ferramentas da Internet

Complementarmente a teoria dos “C’s” do crédito e ao *Credit Scoring* existem ainda ferramentas de internet que podem ser utilizadas para uma análise mais aprofundada das condições gerais do candidato a tomador. O Serasa Experian, é um banco de dados que concentra todas as informações de dívidas de uma pessoa física ou jurídica, seja essa dívida oriunda de financiamentos, protestos do estados, cheques sem fundos ou qualquer outra natureza. Paga-se uma taxa mensal e uma taxa por cada CPF/CNPJ consultado. O custo-benefício se prova muito favorável, pois utilizando o sistema se tem uma boa noção de como esta a situação de pagador do sacado.

Há ainda o site da Justiça Federal, que indica se algum indivíduo ou empresa tem processos correntes, e dá informações sobre estes eventuais processos, permitindo ao analista de crédito da *factoring* estimar se existe e qual o tamanho do risco de isso influenciar no não pagamento da dívida, ou de dificultar a obtenção de bens dados como garantia em possíveis execuções judiciais (KATAYAMA, 2003, p.34-35).

5 APLICAÇÃO

Para uma decisão consistente quanto à concessão de crédito, é necessária a utilização de todos os métodos descritos. Eles se completam entre si, formando um processo. O ideal é começar analisando o candidato pela Teoria dos “C’s” do Crédito, que vai dar as informações qualitativas necessárias para uma análise mais específica, papel que será desempenhado pelo *Credit Scoring*, que vai mensurar através de índices e pontuações as informações obtidas com a Teoria dos “C’s”, indicando através de uma média estipulada pela *factoring* se o negócio é ou não satisfatório. As ferramentas da internet servem como complemento a aplicação da Teoria dos “C’s”, e as informações obtidas através destas fontes, como do Serasa Experian e do site do Tribunal de Justiça, serão inseridos no contexto dos tópicos de Capacidade e Colateral.

6 CONCLUSÃO

As ferramentas propostas se aplicadas devidamente, são capazes de gerar uma análise completa e ágil para decisão de crédito, demandando ainda baixo custo, pois o processo pode ser padronizado e aplicado por um ou dois analistas, ideal para *factorings* que tradicionalmente conta com um número de funcionários reduzido. O modelo é ainda adaptável a mudanças de fatores externos, apresentando alto grau de eficiência tanto no cenário atual como em quaisquer outros, seja ele mais favorável ou desfavorável ao crédito.

A metodologia visa atender as *factorings* tradicionais, que tem como clientes pequenas e médias empresas, ou pessoas físicas com faturamento limitado. Para analisar grandes empresas, que envolvem elevadas cifras, é necessário uma análise mais específica, podendo esta aqui proposta servir como parte dessa análise, entretanto, não como a única.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS SOCIEDADES DE FOMENTO MERCANTIL – **Factoring**. Disponível em: <<http://www.anfac.org.br>>. Acesso em 27 abr. 2012.

KATAYAMA, Daniel Mizusaki. Monografia. **Modelos de crédito aplicados a empresas de factoring**. Orientado José Roberto Securato.

LEITE, Luiz Lemos. **Factoring no Brasil**. São Paulo. 8ª edição, 2003 – Editora Atlas.

PARKINSON, Kenneth L. & OCHS, Joyce R. **Using credit screening to manage credit risk**. **Business Credit**, p. 26-27, mar., 1998

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

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de Crédito: concessão e gerência de empréstimos**. São Paulo. 5ª edição, 2000. – Editora Atlas.

SENAC, Apostila. **Cadastro, crédito e cobrança**. São Paulo. Globaltec Artes Gráficas, 2009.

SILVA, José Pereira da. **Gestão e análise de risco de crédito**. São Paulo. 6ª edição, 2008. – Editora Atlas.

TOPA, Leticia E. **La Gestión de créditos: bancaria y mercantil**. Buenos Aires: Depalma, 1979