ANÁLISE DE CRÉDITO NAS PEQUENAS EMPRESAS: GESTÃO DA INFORM SYSTEM NOS PROCEDIMENTOS DE CRÉDITO E COBRANÇA. CURITIBA/PR. 2008 - 2009

Fabiana de Souza Santos

Faculdade São Luiz de França, Administração de Empresas,
fabianasouza.adm@hotmail.com

RESUMO

A análise de crédito abrange conhecimentos relacionados à intermediação financeira, compreendendo as demonstrações financeiras e suas análises, sua colaboração na minimização de perdas contemplando o aumento da eficiência nas empresas num amplo sentido. Os tipos e diversas formas de crédito abrangem todo o mercado desde pequenos consumidores a grandes empresas, onde o adequado gerenciamento do crédito se faz necessário à manutenção da solidez, lucratividade e reputação das pessoas e instituições.

Palavras-Chave: Crédito; Cobrança e inadimplência.

Tema central: Administração financeira.

ABSTRACT

The credit analysis covers knowledge related to financial intermediation, including financial statements and their analysis, their cooperation in minimizing losses contemplating increasing efficiency in companies in a broad sense. The types and various forms of credit cover the entire market from small consumers to large enterprises, where the proper management of credit is required to maintain soundness, profitability and reputation of individuals and institutions.

Keywords: Credit; recovery and bad.

Central Theme: Financial Administration.

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

1 INTRODUÇÃO

Esse trabalho tem como objetivo de explorar conceitualmente a análise de crédito sob a ótica da micro e pequenas empresas. A organização que deseje oferecer crédito a seus clientes depende, em primeiro lugar, da definição da política de crédito. Todo empresário, por menor que seja o seu negócio e por menos que tenha organizado suas idéias sobre a questão, deve ter uma política de crédito, já que, buscar soluções para a inadimplência, que cresce velozmente em todo país, encontrar novos clientes, que se tornem fiéis compradores da marca ou produto oferecidos pela empresa, não é tarefa fácil. Mas**,** manter o financeiro trabalhando sempre com uma boa margem de lucro, com todos seus credores em dia, sem estar devendo a fornecedores, é quase impossível se não houver uma linha de crédito que a empresa siga fielmente.

Dessa forma, este trabalho relata conceitos e estratégias de políticas de crédito que ajudam as empresas a buscarem formas de garantir o recebimento de clientes inadimplentes. Mas, é bom deixar claro que a adoção de uma política de crédito não elimina o risco de impontualidade e inadimplência, ela apenas diminui esse risco. Com isso, no caso desse crédito não ser quitado com pontualidade, surge então à necessidade do departamento de cobrança, e toda equipe da empresa, estar em sintonia constante e a par das políticas desenvolvidas dentro da mesma. A cobrança necessita de uma boa estruturação no setor, seja na informatização, seja na política de cobrança, enfim, toda a empresa deve estabelecer regras claras e objetivas para efetuar a cobrança dos clientes que atrasam ou não efetuam o pagamento de uma prestação. Se, de um lado, a política de concessão de crédito busca minimizar o risco de um determinado cliente se tornar inadimplente, por outro a política de cobrança procura aumentar as chances de o cliente efetuar o pagamento total do débito ou de pelo menos parte da quantia que deve a empresa. Este artigo reflete a análise de crédito e cobrança, apontando para a micro e pequenas empresas.

De modo geral, ele foi estruturado através de uma pesquisa bibliográfica com objetivo de apresentar as pequenas empresas como é feita a política de concessão de crédito e de cobranças. Ciente de que a análise de crédito é um assunto vasto, fez-se necessário a delimitação do tema, dentro das especialidades de um bacharel em Administração, abordando-se, assim, análise financeira. Neste trabalho foi utilizada a pesquisa bibliográfica que é a atividade de localização e consulta de fontes diversas de

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

informações escritas de coletas de dados gerais ou específicos. O artigo está dividido em: histórico da empresa, fundamentação teórica, conclusão e referências.

2 HISTÓRICO DA EMPRESA

A Inform System Serviços de Proteção ao Crédito Nacional Ltda EPP foi fundada em 28 de Julho de 2004 tendo como principal função em executar atividades de cobranças e informações cadastrais. A Inform System surgiu da experiência do diretor da empresa Sr. Wellington Fernandes, que foi franqueado certo tempo da empresa Check-Check, que é hoje concorrente. Deixou a franquia para montar a sua própria empresa no mesmo ramo, agregando todos os seus conhecimentos.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 CRÉDITO E COBRANÇA NA MICRO E PEQUENA EMPRESA

Segundo Silva (1997), "a função de crédito é antiga e alguns estudiosos destacam que foram encontradas evidências escritas nas ruínas da antiga Babilônia, por empréstimos feitos a um fazendeiro, o qual teria se comprometido a pagar os juros e o principal após sua colheita". Atualmente cumpre importante papel na economia, contribuindo para o desenvolvimento da mesma.

O crédito comercial é uma modalidade de financiamento em curto prazo, encontrada em quase todos os ramos de atividade empresarial. Em sentido amplo, representa a maior fonte de recursos de curto prazo de uma empresa. Numa economia moderna, os compradores, em sua maior parte, não são obrigados a pagar pelos bens adquiridos no ato de entrega, sendo-lhes concedido um prazo antes de o pagamento ser exigido.

Em geral, as empresas preferem vender à vista a vender a prazo, mas as pressões competitivas forçam a maioria delas a oferecer crédito.

"Existe a necessidade de administrar a carteira de crédito com competência. Fazendo um gerenciamento e administração dos créditos e a identificação dos eventuais sinais de perigo, caso haja, o que servirá para se antecipar quaisquer problemas futuros, com tempo suficiente para se tomar às medidas cabíveis" (ASSAF NETO, 1997).

Dentro dessa visão, a administração é uma função tão ou mais importante do que a análise e aprovação de um crédito. Quem empresta dinheiro aos amigos, no final das

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

contas, perde dinheiro ou perde o amigo, segundo um ditado irônico da sabedoria popular. Na administração empresarial, entretanto, é praticamente impossível seguir a conhecida regra geral "amigos, amigos, negócios à parte. Na economia moderna, toda transação comercial (incluindo a prestação de serviço) envolve algum tipo de operação de crédito ou, no mínimo, a concessão de um período de carência para o pagamento. Assim, clientes e fornecedores que compram e vendem a prazo ou em condições especiais devem ser considerados, ao mesmo tempo, os melhores amigos da empresa, pois - juntamente com seus funcionários - viabilizam o negócio.

Nas pequenas e microempresas as relações com clientes e fornecedores processam-se dentro de um círculo de interdependência financeira maior que em grandes corporações: a empresa oferece algum tipo de crédito aos compradores para garantir a sua fatia do mercado; em contrapartida, ela tende a se beneficiar com prazos mais alongados para pagamento de seus fornecedores de serviços e matérias-primas. Nesse círculo, certas empresas de boa reputação, que eventualmente atravessem momento difícil ou imprevisto, também conseguem obter condições especiais de pagamento de seus parceiros comerciais, que arriscam em alguma medida o capital na tentativa de manter ou ampliar seu mercado.

Nessa roda de credores/devedores, o êxito de todo pequeno ou micro empreendimento depende da capacidade de administração da dívida, que se forma como elemento inerente ao funcionamento do livre mercado. Para que o passivo não cresça sem controle e venha a criar dificuldades de liquidez – ou mesmo force a empresa a contrair empréstimos para compensar a falta de capital de giro –, é preciso que o empresário saiba como se proteger contra a inadimplência e receba as contas atrasadas sem perder o cliente amigo.

Uma empresa, por menor que seja, no início da sua atividade, coloca desde logo a possibilidade de vender os seus produtos ou serviços a crédito. Assim, as vendas a crédito devem permitir uma análise aos pedidos de crédito dos seus clientes, uma avaliação do risco da concessão e estabelecimento de mecanismos de controle. Por estas razões, as empresas devem ter na sua estrutura pessoas encarregadas destas tarefas. À medida que o volume de negócio vai crescendo, as técnicas de gestão de crédito vão sendo mais rigorosas, criando nas empresas a necessidade de existir um departamento próprio responsável por todos estes assuntos - o departamento de crédito e cobrança.

"Uma boa cobrança começa por um bom trabalho preventivo antes de fazer a venda. Devemos fazer um cadastro completo do candidato, sua análise profissional e um

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

estudo de aprovação competente. Toda a operação de conceder crédito envolve risco, por pequeno que seja deveremos classificá-lo em que condições deveremos ou não aprová-lo" (POMBO, 2005).

3.2 POLÍTICAS DE CRÉDITO ALIADA AO SETOR DE COBRANÇA

O crédito tem uma função social muito importante, a de financiar o consumo. Somente o crédito bem concedido pode garantir aos cidadãos maior acesso ao consumo com menores encargos, ampliando, dessa forma, o seu poder aquisitivo, o que leva a um aumento da produção, gera empregos e, portanto, ajuda o País a crescer e se desenvolver.

"A política de crédito está diretamente relacionada com a aplicação de recursos de natureza operacional e pode envolver expressivos volumes de recursos. Seu objetivo básico é a orientação nas decisões de crédito, face aos objetivos desejados e estabelecidos" (SILVA, 1997).

Segundo Blatt (1999): "Cada empresa deve desenvolver uma política creditícia coordenada para encontrar o equilíbrio entra as necessidades de vendas e, concomitantemente, sustentar uma carteira a receber de alta qualidade. A política de crédito deve dirigir-se a vários temas básicos, incluindo:

- Uso de concessão de crédito para estimular volume de vendas;
- Critério para concessão de um crédito comercial;
- Responsabilidades específicas de vendas e crédito para obter a informação necessária para processar linhas de crédito solicitadas;
- Autoridade do departamento de crédito para implementar procedimentos de cobrança e crédito;
- Responsabilidades do departamento de vendas para assistir o departamento de crédito na cobrança de contas atrasadas;
- Administração da carteira de contas a receber;
- Diretrizes e procedimentos para a função creditícia em uma empresa;
- Procedimentos e diretrizes de cobrança;
- Suspensão de crédito de contas do cliente, existindo título vencido, para controlar perda por exposição ao risco.

Após identificar quais as experiências mais satisfatórias na área, o empresário pode definir as linhas para sua ação. Isso será à base de um sistema operacional objetivo

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

de cobrança, que leve em conta as necessidades da empresa, as peculiaridades do ramo, as condições do mercado.

Blatt (1999) ainda diz que: “a posição no mercado de uma empresa, utilização de sua capacidade de produção e recursos e objetivos financeiros são apenas alguns pontos a serem considerados quando do desenvolvimento de políticas creditícias”. Normalmente, uma empresa ou instituição financeira pode estabelecer uma dentre cinco possíveis políticas de crédito e cobrança:

1. Crédito Liberal / Cobranças rigorosas: a empresa vende para praticamente qualquer cliente, independentemente de sua capacidade creditícia. Todos os atrasos são perseguidos agressivamente. Este tipo de política creditícia inclui acompanhamento de cobrança conveniente, avaliação de encargos moratórios, e ação judicial rápida. Programas organizados de cobrança são efetivamente implementados, o que produz ótimos lucros. Freqüentemente, entretanto, ocorre aumento dos custos do pessoal de cobrança e perdas com dívidas incobráveis.

2. Crédito rigoroso / Cobranças liberais: a verificação de crédito é rígida e procedimentos da política de aprovação de crédito são rigorosamente seguidos. O crédito é concedido somente para clientes de boa qualidade creditícia. Garantias pessoais, cartas de crédito e outras formas de instrumentos de crédito são usadas sistematicamente. Problemas de atraso geralmente são mínimos devido às práticas de crédito rigorosas. Entretanto, o acompanhamento de cobrança é praticado muito brandamente. Esta política creditícia geralmente resulta em uma carteira de contas a receber de alta qualidade, mas vendas e receitas não são otimizadas. Muitas contas com risco de crédito um pouco acima do desejado são recusadas. Uma empresa usando este tipo de política não vai de encontro das práticas altamente competitivas do mercado atual.

3. Crédito rigoroso / Cobranças rigorosas: são usadas práticas muito rígidas de aprovação de crédito e o acompanhamento de cobrança é extremamente rápido. Esta política minimiza perdas de dívidas incobráveis e mantém a carteira a receber em um alto nível de qualidade. Lamentavelmente, esta prática de crédito também restringe o crescimento do volume de vendas e produz baixos níveis de lucro. Uma política de cobrança muito restritiva pode não ser adequada para o ambiente atual no qual as empresas operam.

4. Crédito liberal / Cobranças liberais: vendas a crédito são feitas para praticamente qualquer cliente, independente de seu histórico creditício. Ações de

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

cobrança são aplicadas vagamente. Níveis de venda mostrarão dramáticos resultados de crescimento com este tipo de política creditícia. Entretanto, altas dívidas incobráveis, custos de cobrança, despesas legais e outros custos de crédito serão incrementados rapidamente. Uma política de cobrança e crédito liberais usualmente resulta em menos lucros, ou grandes perdas, do que em outro tipo de política. Basicamente, muitas empresas que seguem esta política creditícia tornam-se insolventes.

5. Crédito moderado / Cobranças moderadas: um crédito moderado com uma política de cobrança moderada pode bem ser a política creditícia ótima. Crescimento das vendas, condições de recebimento, margens de lucro e fluxo de caixa provavelmente serão otimizados e alcançado o melhor equilíbrio nos negócios. Custos de avaliação de crédito e perdas podem ser mantidos como aceitáveis. A definição dessa política de crédito não constitui exercício intelectual diletante, mas instrumento de grande utilidade, desde que seja acompanhada pela implantação de pequeno código de conduta ou procedimento-padrão. Também serve para expor claramente quais as regras da casa em relação ao crédito.

A inclusão de certos pormenores específicos dessa política de crédito em contratos padrão, por exemplo, evitará grandes mal-entendidos e muito desgaste pessoal na hora da cobrança. Um desafio importante é descobrir relações lógicas sem ir contra as leis de consumo e sem infringir o direito individual à privacidade. “O administrador de risco de crédito, então, não pode mais simplesmente considerar os modelos como caixas pretas, mas deve, em vez disso, familiarizar-se com suas filosofias de desenvolvimento e suas forças e fraquezas” (CAOUETTE et al., 2000).

3.3 INADIMPLÊNCIA

A palavra inadimplente é um verbete recente na língua portuguesa e no vocabulário do cidadão brasileiro. Não se sabe exatamente quando foi que ela começou a se tornar popular no Brasil. Mas, parece que a palavra chegou à ponta da língua do consumidor depois do Plano Real (1994), quando o Brasil registrou um aumento no volume de crédito e também um crescimento da inadimplência. Segundo o dicionário Houaiss, a palavra inadimplente entrou na língua portuguesa em 1958 e significa: aquele que falta ao cumprimento de suas obrigações jurídicas no prazo estipulado.

Atualmente, o mercado está cada vez mais competitivo e globalizado, a mídia e os recursos financeiros, principalmente, alteram suas características e normas numa

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

rapidez surpreendente. Observamos, com facilidade, pessoas físicas e jurídicas deparando-se com muitos obstáculos existentes no mercado, entre eles a inadimplência. A capacidade de "negociar" no Brasil, nas últimas décadas, tem sido muito considerada pelos empresários, pois as empresas estão expostas à competição de concorrentes internos e externos, com grande conhecimento no mercado em que atuam, e com excelente capacidade de venda de seus produtos e serviços que, invariavelmente, possuem qualidade e preços mais atraentes.

Nesse contexto, muitas empresas se preocupam única e exclusivamente com a venda, esquecendo-se de uma regra básica e fundamental em gestão de negócios, que é a análise de crédito baseada em métodos científicos. O empresário bem preparado para os negócios e atento às freqüentes mudanças do mercado financeiro deve ter consciência de que a inadimplência pode ser evitada, antes de efetuada a venda, através de ações de caráter preventivo bastante simples. O bom senso manda que no processo de concessão de crédito ou de venda sejam considerados o valor da venda ou do crédito, a quantidade média de clientes, os custos das pesquisas cadastrais, o perfil dos clientes, a rapidez do processo, a imagem da empresa e a quantidade de pessoal envolvido; enfim, todos elementos essenciais, sem, contudo, criar um controle exagerado que possa causar sérios obstáculos ao processo. Mesmo levando em conta os custos que envolvem, a prevenção acaba sendo um excelente caminho para evitar o problema da inadimplência "crônica".

Apesar de tomadas as precauções, com um comportamento altamente profissional na hora da venda, um preço competitivo e uma completa análise de crédito, acaba ocorrendo a falta de pagamento e, conseqüentemente, o prejuízo. Será, então, necessária uma reflexão sobre as conseqüências do eventual não recebimento e, principalmente, sobre a maneira mais viável para resolução do impasse. Considerando que a inadimplência é um fator prejudicial à maioria das empresas, é necessária a análise de suas causas, objetivando, com isto, evitar que os índices ora observados se elevem.

3.4 PRESCRIÇÃO DE DÍVIDAS

Muitos devedores acreditam que após cinco anos as suas dívidas "caducam" e, não precisarão mais se preocupar com o assunto. Não é raro encontrar o inadimplente que ameaça mover Ação de Danos Morais devido aos constrangimentos causados pela cobrança de dívidas vencidas a mais de cinco anos. O conceito não é bem este, pois, é

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

necessário distinguir dois importantes pontos: a informação negativa e a prescrição da dívida.

A informação negativa do devedor é mantida nos bancos de dados ou cadastros de consumidores utilizados pelas instituições de proteção ao crédito. Que são reguladas pelo Código de Defesa do Consumidor. Além das informações negativas, que são os protestos, cheques sem fundos, dívidas não pagas, também são mantidos os dados positivos do consumidor, como, por exemplo, pagamentos pontuais e volume de compras, dentre outras.

A prescrição é a perda da ação em conseqüência do não uso dela, durante um determinado espaço de tempo. No caso de uma dívida, a prescrição ocorre pela falta de ação promovida pelo credor contra o devedor dentro dos devidos prazos definidos por lei. As dívidas não "caducam" após cinco anos. O que ocorre é que as instituições de proteção ao crédito não podem manter em seus cadastros e bancos de dados, informações negativas referentes ao período superior a cinco anos. É o que estabelece o Código de Defesa do Consumidor (lei 8.078/90) em seu artigo 43, §1º: Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.

O prazo de cinco anos a que se refere a lei deve ser contado a partir da data que deu origem à informação depreciativa sobre o devedor e não da inserção da informação no cadastro. Na prática, o consumidor (seja pessoa física ou jurídica), terá novamente o nome limpo na praça, já que os órgãos e entidades de proteção ao crédito devem retirar as informações negativas de seus bancos de dados após o período de 05 (cinco) anos. Entretanto, o simples fato de serem excluídas as informações negativas, não quer dizer que a dívida "caducou". Sendo a dívida legítima, após os cinco anos o credor ainda pode acionar o devedor judicialmente. Uma ação que o credor pode promover é: ação Ordinária de Cobrança – O Código Civil estabelece o prazo de 05 (cinco) anos para a 'cobrança de dívidas líquidas constantes de instrumentos público ou particular' (art. 206, § 3o, VIII). – que pode ser proposta para títulos que perderam a força executiva. Portanto, não devemos confundir a informação negativa com a prescrição de dívida. Mesmo não existindo mais a informação negativa depois de passados os cinco anos, pode o credor promover medidas de cobrança contra o devedor.

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

3.5 POLÍTICA DE COBRANÇA

Segundo Gitman (2002): “Os procedimentos adotados para receber os créditos concedidos aos clientes, na data do vencimento, são denominados de política de cobrança. Esses procedimentos, cuja avaliação é realizada pela observação dos inadimplentes ou incobráveis, normalmente resultam das políticas de crédito adotadas pela empresa”.

A política de cobrança abrange os procedimentos utilizados para cobrar as duplicatas a receber quando do vencimento. Essa política existe para que vendas já efetuadas transformem-se em recebimentos. A eficiência da empresa nesse quesito pode ser avaliada parcialmente, observando-se o nível dos inadimplentes ou incobráveis. Esse nível depende não só da política adotada, mas também naquela em que se baseou a concessão de crédito. Caso se suponha que o nível de devedores incobráveis que surgem em conseqüência da política de crédito da empresa é relativamente constante, pode-se esperar que um aumento dos dispêndios com as cobranças reduza a perda com incobráveis.

Nessa desagradável e freqüentemente constrangedora hora de cobrar uma conta atrasada, o êxito depende de não se perder o cliente até recuperar o dinheiro. Esse cliente pode estar passando por genuíno aperto circunstancial. O importante é desenvolver atitude positiva, encorajadora, mas mantendo posição lógica, flexível e determinada. O empresário precisa encarar a cobrança de atrasados como uma parte inerente do processo, sem se intimidar ou se envergonhar na hora de apresentar a conta.

A maioria das micro e pequenas empresas com problemas de recebimento de dívida não tem condições de contratar os serviços de especialistas para receber os atrasados. Os empresários que se encontram nessa situação crítica (de vítimas da inadimplência) terminam saindo em busca de seus atrasados de forma intuitiva, pressionando os devedores de acordo com seus instintos e experiência. Mesmo agindo por conta própria, essas empresas podem conseguir melhores resultados no recebimento de dívidas se racionalizarem e sistematizarem o processo de cobrança.

Dessa forma, podemos, também, adotar algumas medidas que favorecerão no momento de receber uma duplicata em atraso, tais como:

- Tele-cobrança;
- Cobradores de rua (Office-boy);
- Cartas de cobrança;

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

• Cadastramento e inclusão no Serviço de Proteção ao Crédito (SPC ou SERASA) e assemelhados;

• Cobrança judicial (em casos gravíssimos e dependendo do valor da dívida).

O auxílio de programa de computador contendo sistema específico para antecipação e acompanhamento da acumulação de dívida a receber, permite desenvolver um "mini-setor de cobrança" dentro de qualquer micro ou pequena empresa, estabelecendo um conjunto de medidas de baixo custo que realmente ajudem a recuperar o que lhe é devido.

4 CONCLUSÃO

É possível observar que nas pequenas e micro empresas, as relações com clientes e fornecedores processam-se dentro de um círculo de interdependência financeira maior que em grandes corporações e que muitas delas não utilizam uma política de crédito e cobrança.

Os autores analisados deixam claro que a análise de crédito não é 100% segura, mais que diminui o risco consideravelmente, trazendo mais segurança para o credor e que a análise de crédito e cobranças andam juntas, pois após conceder o crédito caso venha a ocorrer a inadimplência, é feita a cobrança desses devedores.

A análise de crédito nas empresas tem o objetivo de auxiliá-las a promover uma carteira de clientes mais saudável, com mais segurança em suas vendas, gerando maior lucratividade e menor índice de perdas. Deve ser realizada de forma criteriosa, de maneira que a área de vendas ou mercadológica deve estar subordinada às áreas de crédito e finanças, desviando a empresa de possíveis falhas neste processo.

Concluindo, a análise de crédito é uma importante ferramenta para a boa saúde da vida financeira e administrativa da empresa. Uma empresa que analisa com critério o crédito que concede, corre menor risco de preocupar-se com perdas, carteiras de inadimplentes, imprevistos com fluxo de caixa e outros, tendo mais tempo para se preocupar com seu trabalho, desenvolvendo-se e destacando-se no mercado.

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)

5 REFERÊNCIAS

1 POMBO, Aloísio. **Como Cobrar e Manter os Clientes.** Disponível em http://hps.infolink.com.br/pombo/Cobranca.htm. Acesso em: 18 set. 2009.

2 ASSAF NETO, Alexandre; SILVA, Cezar A. Tiburi. **Administração do Capital de Giro**. 2ª ed São Paulo: Atlas, 1997.

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

4 BLATT, Adriano. **Avaliação de risco e decisão de crédito:** um enfoque prático. São Paulo: Nobel. 1999. p. 34-35.

5 CAOUETTE, John B.; ALTMAN, Edward I.; NARAYANAN, Paul. **Gestão do Risco de Crédito:** O próximo desafio financeiro. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

6 GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. São Paulo: Harbra Ltda, 7ª ed, 2002. p. 709.

Create PDF files without this message by purchasing novaPDF printer (http://www.novapdf.com)