

## CONCESSÃO DE CRÉDITO, INADIMPLÊNCIA E INSOLVÊNCIA EM UMA REVENDA DE COMBUSTÍVEIS E DERIVADOS

*GRANTING OF CREDIT, DEFAULT AND INSOLVENCY IN A FUEL AND  
DERIVATIVES RESALE*

Clério José Bragança<sup>1</sup>  
Gevair Campos<sup>2</sup>

**RESUMO:** A presente pesquisa tem como foco central tecer comentários sobre a concessão de crédito e sua relação com a inadimplência e insolvência, em uma empresa comercializadora de combustíveis e derivados no varejo; por meio de um estudo de caso com a aplicação de um questionário direcionado ao gestor/proprietário do Posto São Jorge (SJ), com a utilização do balanço patrimonial e DRE do respectivo posto, além de um levantamento bibliográfico com o apoio de livros, artigos, anais de congresso, teses, dissertações, jornais e *internet* a fim de desmistificar a teoria de que se vender a prazo o prejuízo será certo, e pesquisa documental, cujos dados foram analisados de forma quali-quantitativa. Segundo os resultados e discussão chegou-se ao entendimento de que a venda a prazo demonstra-se muito interessante. Porém, pode ser observado a facilidade que as empresas têm em modificar e/ou alterar os valores apresentados em seus relatórios contábeis, sendo que possa haver o risco de distorções relevantes nas demonstrações contábeis. Dentre as maiores limitações observadas durante a pesquisa é não ter encontrado parâmetros para estar comparando os resultados obtidos. Uma vez que ao ser feita a interpretação das demonstrações contidas nos resultados e discussão, percebe-se que os valores apresentados nas demonstrações contábeis se diferem dos valores apresentados nos seus relatórios internos. Com relação ao método de cobrança praticado pelo Posto SJ, pode ser observado que a empresa não possui um setor específico para a realização das cobranças, vindo desse modo, a divergir com o que é referendado pelos autores pesquisados.

**PALAVRAS-CHAVE:** Concessão de Crédito. Inadimplência. Insolvência.

**ABSTRACT:** *The present research focuses on analyzing the relationship between credit granting, default and insolvency in a fuel and derivatives retail company. A case study was conducted with the application of a questionnaire to the manager/owner of the São Jorge (SJ) Gas Station, using the balance sheet and income statement of the respective station, in addition to a bibliographic survey with the support of books, articles, congress proceedings, theses, dissertations, newspapers and the internet. The aim was to demystify the theory that selling on credit will inevitably lead to losses. The research also involved a documentary analysis, whose data were analyzed in a quali-quantitative way. Results and Discussion: The results suggest that selling on credit can be very interesting for businesses. However, it is important to be aware of the ease with which companies can modify and/or alter the values presented in their accounting reports, which may lead to significant distortions in the financial statements. One of the major limitations observed*

---

1 Discente do Curso de Administração da Faculdade CNEC Unai. Faculdade CNEC Unai, Unai, Minas Gerias, Brasil. E-mail: clerio.sb@hotmail.com

2 Mestre em Agronegócios pela Universidade de Brasília (UnB); Bacharel em Administração pelo Instituto de Ensino Superior Cenecista (INESC). Faculdade CNEC Unai, Unai, Minas Gerias, Brasil. E-mail: jvas1989@gmail.com

*during the research was the lack of parameters to compare the results obtained. When interpreting the statements contained in the results and discussion, it is clear that the values presented in the accounting statements differ from those presented in the company's internal reports. Regarding the collection method practiced by the SJ Gas Station, it was observed that the company does not have a specific department for collections, which diverges from what is recommended by the authors researched.*

**KEYWORDS:** *Credit Granting. Default. Insolvency.*

## **1 INTRODUÇÃO**

O grande avanço comercial e industrial ao longo dos tempos deu início a novos pensamentos políticos, econômicos, sociais e culturais, forçando assim a existência de outros procedimentos comerciais, uma vez que o desenvolvimento do crédito aconteceu paralelamente à evolução dos povos, tendo utilização da moeda como meio de troca, a qual foi usada como um redutor ao risco.

A partir daí, começam surgir alguns métodos como letras endossáveis e notas promissórias, e a partir de então, diversas formas e facilidades ao crédito tem surgido. Paralelamente a esse avanço e incentivados pela mídia, as pessoas são induzidas ao consumo que muitas vezes acaba sendo concretizado com o uso do crediário, o qual passa a ser um grande diferencial e facilitador nas transações comerciais, agindo como um elemento estimulante de vendas.

Porém, à medida que cresce o índice de inadimplência, mais exigente o crédito tem se tornado. A análise de crédito exige experiência e conhecimento do analista, e é baseada em informações a respeito do tomador, ou no caso de comércio, o comprador, tais como: histórico, referência, comprovante de renda, capacidade de pagamento e outros. Sua principal função é medir o grau de risco apresentado pelo tomador, fator determinante para o estabelecimento de taxas, limites e prazos para pagamento.

A flexibilidade de uma análise pode aumentar o seu índice de aprovação e, conseqüentemente, o seu grau de risco. Sendo assim, a análise, concessão de crédito e os métodos de cobrança se conjugam reforçando sua eficiência em diminuir a inadimplência e aumentar receitas, em que uma visão global dos riscos, aliada a uma análise mais criteriosa, levando em consideração fatores internos e externos contribuirá para um menor índice de inadimplência e insolvência.

Com o crescente incentivo à aquisição de veículos hoje adotada no Brasil, a perspectiva para o setor de postos de combustíveis é de crescimento. No entanto, diversos problemas podem surgir, um deles trata-se da grande concorrência enfrentada pelo setor. Outro problema, o qual é motivo para a existência desse trabalho, trata-se da inadimplência e a insolvência. Ao final deste trabalho pretende-se trazer possíveis métodos de análise para inadimplência e a insolvência.

Em função de o crédito proporcionar não somente benefícios, mas também riscos, este estudo versa sobre sua importância como fator estimulante de vendas, em que o crescente índice de inadimplência e insolvência nos últimos tempos é o motivo principal para escolha do tema. Embora a inadimplência seja uma realidade no comércio em geral, essas perdas fazem parte do planejamento estratégico, desde que os ganhos com o aumento do faturamento as compensem satisfatoriamente, ou seja, estejam dentro de um limite tolerável, estipulado e muito bem controlado pela organização concedente do crédito.

O crediário, considerado como um sistema de vendas a crédito direto ao consumidor encontra-se em constante dilema: maximizar as vendas e minimizar as perdas é baseado em históricos e previsões de futuro, as análises de crédito tem entre suas funções traçar um melhor perfil do tomador e assim diminuir os riscos de inadimplência ou insolvência apresentados por ele. Sua qualidade depende de vários fatores, desde a experiência e habilidade do profissional até a veracidade e consistência das informações a respeito do tomador.

Com o crescente incentivo à aquisição de veículos hoje adotada no Brasil, a perspectiva para o setor de postos de combustíveis é de crescimento. No entanto, diversos problemas podem surgir, um deles trata-se da grande concorrência enfrentada pelo setor. A cidade de Unaí, com pouco mais de 80 mil habitantes, conta com 10 postos de revenda de combustíveis e derivados, o que é um número aceitável, porém ao que parece, há uma disputa muito grande de preços, o que tem dificultado a sobrevivência ou crescimento para algumas empresas do ramo. Outro problema, o qual é motivo para a existência desse trabalho, trata-se da inadimplência, ou seja, como administrá-la de modo que a lucratividade dos negócios não seja por ela impossibilitada. Ao final desse trabalho pretende-se apresentar possíveis soluções para minimização desse problema.

Em função de o crédito proporcionar não somente benefícios, mas também riscos, este estudo versa sobre sua importância como fator estimulante de vendas, onde o crescente índice de inadimplência e insolvência nos últimos tempos é o motivo principal para escolha do tema.

Embora a inadimplência seja uma realidade no comércio em geral, essas perdas fazem parte do planejamento estratégico, desde que os ganhos com o aumento do faturamento as compensem satisfatoriamente, ou seja, estejam dentro de um limite tolerável, estipulado e muito bem controlado pela organização concedente do crédito.

O crediário, considerado como um sistema de vendas a crédito direto ao consumidor encontra-se em constante dilema: maximizar as vendas e minimizar as perdas. Nesse sentido, Schrikel (1995) propõe que uma política de crédito deve ser lúcida, flexível, pragmática e auxiliadora às negociações. Afinal, os resultados vêm das transações e não das análises.

Baseadas em históricos e previsões de futuro, as análises de crédito tem entre suas funções traçar um melhor perfil do tomador e assim diminuir os riscos de inadimplência ou insolvência apresentados por ele. Sua qualidade depende de vários fatores, desde a experiência e habilidade do profissional até a veracidade e consistência das informações a respeito do tomador.

Uma empresa de revenda de combustíveis no varejo (postos de combustíveis), por estar num setor de venda de produtos teoricamente com a mesma qualidade, com custos basicamente iguais, isto é, em um cenário de concorrência acirrada, necessita de artifícios para manter uma carteira de clientes fiéis e alavancar suas receitas. Nesse contexto, uma das estratégias usadas tem sido a concessão de crédito a pessoas físicas e jurídicas.

Nesse contexto, uma das estratégias usadas tem sido a concessão de crédito a pessoas físicas e jurídicas, o que se leva ao seguinte questionamento: Qual a relação da análise de crédito com a inadimplência e insolência em empresas comercializadoras de combustíveis e derivados no varejo?

O objetivo geral foi discutir a eficiência de uma análise no processo de concessão de crédito e sua relação com a inadimplência e insolvência em empresas comercializadoras de combustíveis e derivados no varejo.

Sabendo-se que o crediário tem se tornado uma necessidade na vida da maioria dos brasileiros, percebe-se que as empresas que dispõem de um sistema de crediário mais aprimorado tornam-se mais competitivas e atraentes ao consumidor.

Diante dessa realidade, este trabalho tem o objetivo de analisar, sem esgotar todas as possibilidades, a eficiência de uma análise no processo de concessão de crédito e sua relação com a inadimplência e a insolvência dentro de uma organização. Ao longo deste estudo são apresentados os benefícios e malefícios da venda a crédito.

Justifica-se a escolha do tema por ser uma pesquisa relevante para a sociedade, a qual se preocupa com a realidade apresentada. Para o Posto SJ Pesquisado, os resultados poderão ser utilizados com a finalidade de ajustar ou criar estratégias para o uso do crediário como meio de desenvolvimento da economia em geral. E para a área do conhecimento, o trabalho poderá agregar mais material acerca do tempo disponível para que outros possam pesquisar e aprofundar mais sobre a “concessão de crédito, inadimplência e insolvência na revenda de combustíveis e derivados no varejo”.

## **2 REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1 Gestão Financeira**

Até aproximadamente a segunda metade da década de 20, a preocupação da administração financeira baseava-se em fatores externos, em que a captação de recursos era sua principal função. A partir dessa época e com o surgimento da crise de 1929/1930 houve a necessidade de uma reestruturação das organizações no sentido de melhoramento produtivo, em que trabalhos de administração, notadamente os de Taylor, Fayol e Ford, contribuem para importante mudança no trabalho da administração financeira. Novos conceitos e ideias começaram a surgir, nos diversos campos da ciência, forçando, já no início dos anos 40, a uma nova reestruturação da administração financeira, a qual passa idealmente a buscar a maximização da riqueza dos acionistas ou proprietários (ASSAF NETO, 2012).

Nesse sentido, Assaf Neto e Silva (2009) sustentam que o objetivo básico da função financeira é prover as empresas de recursos de modo que possam sustentar seus compromissos e ainda a maximizar suas riquezas.

Para Silva (2008) o papel da administração financeira depende do tamanho da empresa. Em empresas pequenas muitas vezes essa finalidade se distribui entre a contabilidade e o proprietário. Nas grandes empresas geralmente existe uma separação entre finanças e controladoria. À administração financeira cabem as funções de administrar os investimentos, financiamentos, caixas, e outros. À controladoria, cabe a administração orçamentária de custos e tributos por exemplo.

A administração financeira é um instrumento que possibilita aos administradores uma visão mais detalhada dos resultados alcançados. Fazem parte de seus indicadores: aumento das vendas, retorno sobre o capital, valorização e reputação da empresa entre outros. Sendo assim, é sua função organizar informações contábeis, agregar valores a elas, de modo que possa auxiliar seus usuários nas tomadas de decisões (SILVA, 2008).

Segundo Megliorini e Vallim (2009) a administração financeira é a área responsável pela gestão dos ativos e passivos da empresa, fazendo parte de todo processo rotineiro e diário da organização, e por ser responsável pelas finanças, interfere diretamente nos demais setores da organização sendo responsável pelo gerenciamento das outras áreas.

Ainda conforme Megliorini e Vallim (2009) a administração financeira é um campo de estudos teóricos e práticos que objetiva, essencialmente, assegurar um melhor e mais eficiente processo empresarial de captação e alocação de recursos de capital.

A administração financeira tem como objetivo principal maximizar o valor do capital dos proprietários, o que se traduz em maior retorno para os acionistas. Isso se dá através da distribuição de dividendos e/ou lucros, que representam a remuneração do capital investido (SILVA, 2010).

Silva (2008) afirma que durante anos, a administração financeira da micro e pequena empresa foram meramente executivas, constituindo basicamente em receber e pagar e, por isso, era considerada uma simples extensão da administração geral. A administração financeira, pelo que foi exposto, somente surtirá os seus verdadeiros efeitos se ocorrer um planejamento financeiro que por sua vez viabilizará o planejamento de caixa o qual será fundamental para a sobrevivência das empresas.

De acordo Silva (2013), a função financeira de uma organização era, a princípio, cuidar para que seus fluxos monetários de entrada e saída se equilibrassem a fim de se evitar sua descontinuidade. Gradualmente essa função veio a ser enriquecida com outras funções como a obtenção de recursos ao menor custo e ainda a análise econômica de suas aplicações.

Segundo Megliorini e Vallim (2009), o objetivo de uma empresa pode ser expresso de várias formas, como buscar o lucro máximo, aumentar a participação no mercado, maximizar as vendas e aumentar a riqueza dos proprietários, entre outros objetivos.

Em termos simples, a função financeira de uma empresa, segundo Bernardi (2012), se resume a tomar três decisões importantes: investir, financiar e distribuir dividendos. O objetivo principal dessas decisões, em conjunto com medidas de controle, é aumentar o valor da empresa, o que justifica os investimentos realizados e garante a continuidade das operações.

Especificamente, Assaf Neto (2012) afirma que dentro do contexto da administração financeira, o objetivo da empresa envolve a busca da maximização de seu valor de mercado” e, ao incrementar o seu valor, estará atingindo sua finalidade de maximização da riqueza de seus proprietários.

De acordo com Silva (2008), fazem parte da análise financeira de uma empresa, as seguintes atividades: coletar, conferir, preparar, processar, analisar e concluir os relatórios de forma que seus usuários possam interpretá-los e tomarem as devidas decisões.

Gitman (2004) sugere como atividades primárias e fundamentais do administrador financeiro: analisar, planejar, financiar e investir recursos financeiros de uma empresa. Já Silva (2013) aponta como papel do administrador financeiro selecionar fontes financeiras que obedeçam aos critérios de rentabilidade, oportunidade e equilíbrio financeiro, bem como analisar políticas de investimento, financiamento e sustentabilidade da organização.

De acordo com Silva (2010), o administrador financeiro é fundamental para aumentar o valor da empresa. Ele se envolve em diversas áreas do negócio, incluindo investimentos e decisões de financiamento a longo prazo. Megliorini e Vallim (2009) explicam que o

administrador financeiro é encarregado das operações financeiras da empresa. Em empresas menores, é comum que não haja um departamento financeiro estruturado devido às limitações organizacionais.

Nessa descrição percebe-se que os profissionais da área da administração financeira sempre encontram grandes oportunidades de contribuir para o êxito dos negócios das empresas. As funções financeiras de longo prazo incluem as decisões financeiras e estratégias, como por exemplo, os orçamentos e estruturas de capital.

Casarotto Filho e Kopittke (2010) acreditam que, talvez pelo desconhecimento da importância de um planejamento financeiro, o administrador não elabora planos financeiros ou fluxos de caixa que permitam o controle das contas a pagar e a receber e a falta deles causam ao administrador uma desorientação gerencial, contribuindo assim, para o elevado fechamento das pequenas empresas já nos primeiros anos de vida.

Sendo assim, o administrador financeiro é de extrema importância para a organização e suas decisões, interferem diretamente no gerenciamento das outras áreas da organização e cabe aos mesmos; aprimorarem seus conhecimentos na busca incessante da sabedoria a fim de, com as ferramentas adequadas e conhecimento técnico, inovarem na gestão em suas empresas em busca do tão sonhado sucesso e permanência no mercado.

Assaf Neto (2012) afirma que a administração financeira segmenta o risco empresarial em duas partes: risco operacional e risco financeiro. O risco operacional deriva da natureza de sua atividade, considera a estabilidade do negócio e pode ser afetada por diversos fatores como, sazonalidade, estrutura de custo, dependência tecnológica, concorrência, entre outros. O risco financeiro representa o endividamento da empresa, o que pode ser minimizado ou extinguido com a entrada de capital próprio. Portanto, uma empresa pode não apresentar risco financeiro, mas sempre apresentará risco operacional.

Para Schrickel (1995) o risco empresarial está intimamente ligado ao seu ciclo operacional, que basicamente apresenta quatro áreas de risco: fornecimento, produção, demanda e cobrança. Alguns questionamentos podem ser feitos a respeito desses riscos, tais como: Quais as fontes de fornecimento, disponibilidade de mão de obra, existem mercado e etc.

O Capital Circulante Líquido (CCL) é um importante indicador de liquidez, o qual é calculado pela diferença entre o ativo e o passivo circulantes onde o ativo deva ser maior. Esta diferença mostra a folga ou aperto financeiro da empresa em curto prazo. Em princípio, quanto maior for o valor dessa operação, maior será a capacidade de liquidez da empresa. Assim como outros indicadores, isoladamente o CCL não oferece conclusões definitivas, dada sua dependência de características operacionais da empresa, tais como gestão de estoque, prazo de produção, venda, recebimento e outros (ASSAF NETO; SILVA, 2009).

Para Schrickel (1995) solvência e liquidez tem o mesmo significado o que as difere é apenas o tempo, a liquidez se refere a capacidade de pagar em dias as obrigações enquanto que solvência se refere apenas a capacidade de pagamento.

Para melhor acompanhamento do crediário de uma empresa, necessária se faz a implantação de um modelo de indicadores que facilite a tomada de decisão. Um indicador importante é a inadimplência, a qual se difere da insolvência. Enquanto essa última tem um caráter de incapacidade de pagamento, a inadimplência se trata de um conjunto de eventos graves, que podem levar a uma pessoa a situação de insolvência (ASSAF NETO; SILVA, 2009; CASTRO NETO; SÉRGIO, 2009). Uma empresa pode considerar inadimplente

aquele que atrasa o pagamento em um dia, por exemplo, enquanto que outra pode definir que seja aquele que atrase por mais de trinta dias.

Como existem diferentes conceitos para definir o estado de insolvência empresarial, não há consenso a respeito da sua definição, porém é necessário adotar neste estudo um critério objetivo para categorizar empresas solventes e insolventes.

Segundo Altman (1968) a insolvência de uma empresa é declarada quando os acionistas recebem por suas ações rentabilidade menores do que a oferecida pelo mercado, que trabalha com ações similares.

Para Silva (2008) as empresas insolventes são aquelas que tiveram processos de concordata requerida e ou deferida, e ou falência decretada. A insolvência ocorre quando a empresa é incapaz de pagar suas obrigações em seu vencimento.

No caso de uma empresa, a insolvência é a falta de habilidade para ser liquidada, o que nem sempre significa ser o seu fim, porém apenas falta de liquidez. Num contexto mais amplo, insolvência significa não ter meios para pagar as dívidas (BLATT, 1998).

Embora com frequência se considere que o custo maior por inadimplentes seja o custo por insolvência, a realidade evidencia outros componentes, alguns dos quais de maior relevância que as próprias perdas por insolvência. Com o intuito de aprofundar a análise dos custos de inadimplentes, Correa Neto (2013), lista quatro componentes: perdas por insolvência a qual por si só se explica; gastos financeiros não recuperados, ou seja, gastos com giro novo, administrativos não recuperados também explicam por si só; comissão bancária sobre duplicatas descontadas e outros.

As principais causas da inadimplência segundo o SEBRAE (2006, *apud*, MAIA 2012) são: dificuldades financeiras; desemprego; descontrole com gastos; atrasos de salários; renda comprometida com outras despesas; redução da renda; problemas de saúde; e má fé.

## **2.2 Políticas de Crédito**

Segundo Silva (2008) políticas em administração de empresas quer dizer regras ou padrões para solução de problemas semelhantes, sendo que o ocasional não permite que haja uma política predefinida. Pode-se então dizer que política de crédito é um guia para decisão e não a própria decisão, rege a decisão, porém não decide o crédito, orienta a concessão para os objetivos, porém não é o objetivo em si. Fatores como ser mais ou menos flexível ao estabelecer uma política de crédito também são observados pelo autor, quando diz que uma maior flexibilidade, no caso do comércio, pode aumentar o seu volume de vendas, porém exigirá um maior investimento em duplicatas a receber e em estoques.

De acordo com Tavares (1988) a história do crédito se associa à evolução das nações e conquistas de novos mundos. Para perceber sua evolução basta lembrarmos das trocas ou escambo até o uso da moeda. A conquista de novos territórios, e uma nova economia, onde o acúmulo de metais preciosos como ouro, representava um lastro de capital, o crédito surge como minimizador do risco, uma vez que estaria evitando sua transferência. Já nos séculos XVI e XVII começam a surgir novos métodos de negociação como letras endossáveis e notas promissórias, criadas não somente para minimizar os riscos, mas também facilitar as trocas.

De acordo com Silva (2008) o significado da palavra crédito vai depender do contexto no qual esteja inserida, podendo assumir vários significados: em uma loja poderia ser a

entrega de uma mercadoria mediante promessa de pagamento futuro, em um banco consiste em emprestar ou financiar certo valor mediante promessa de pagamento futuro. Na verdade o banco é apenas um intermediário financeiro o qual compra a promessa de pagamento, pagando um valor presente para recebimento de um valor maior no futuro.

De acordo com Tavares (1988), o crédito tem suas raízes na palavra latina *credare*, que significa confiar ou acreditar, destacando que a confiança é um dos principais elementos considerados na concessão de crédito. Por sua vez, Silva (2008) define crédito como a entrega de um valor presente com a promessa de pagamento futuro, ressaltando que a confiança é importante, mas não é o único fator decisivo na concessão de crédito.

Para Schrickel (1995) crédito é alguém por vontade própria ceder parte de seu patrimônio a terceiros na expectativa de recebê-lo de volta depois de decorrido o tempo estipulado, onde a confiança é também citada por ele como base para concessão do crédito e ainda mais dois fatores importantes: a vontade e habilidade do devedor.

Em um sentido mais amplo, o crédito refere-se à confiança e segurança que se tem em relação a alguém. Em termos financeiros, significa a capacidade de receber algo no futuro em troca do que é concedido agora. Por exemplo, uma empresa pode fornecer produtos a crédito e receber o pagamento posteriormente. Isso é visto como uma troca de bens presentes por bens futuros, onde uma empresa concede crédito ao mesmo tempo em que obtém produtos (GOMES, 2003; ASSAF NETO; SILVA, 2009).

Para Securato (2012) o crédito trata-se de um facilitador no processo de compras e vendas de produtos ou serviços, onde a confiança é a base de uma boa relação entre as partes. Diz ainda que o crédito é uma operação de empréstimo, considerada sempre como dinheiro, sobre o qual incide juros, por um período previamente determinado.

De acordo com Lemes Junior, Rigo e Cherobim (2010 *apud* MAIA, 2012) a organização que concede crédito consegue vender mais do que se somente vendesse à vista, porém a venda a crédito oferece risco e necessidade de maior investimento em capital de giro, exigindo também, maior atenção de seus gestores na administração desse crédito.

Correa Neto (2013) sugere que a concessão de crédito não deve estar de forma exclusiva nas mãos de vendedores ou direção comercial, pois esta é uma decisão que envolve outros setores (comercial e financeiro). Em alguns casos, as empresas criam um departamento de crédito, o qual não só exerce a função de controle, mas também o peso dessa decisão. Nesse sentido, a administração financeira deve dispor de meios que possam facilitar ou vigiar tal assunto. De modo geral, a decisão de conceder ou não crédito especificará duas coisas distintas: prazos de pagamento e limites de crédito.

Assaf Neto e Silva (2009) sugerem que em um mercado de capitais perfeito não deveria existir a concessão de crédito. Todos os recursos para a aquisição de produtos poderiam ser adquiridos em uma instituição financeira a uma determinada taxa de juros. Há ainda políticas monetárias, onde o aumento de taxas de juros também poderia dificultar o acesso de potenciais compradores.

Assaf Neto e Silva (2009) citam quatro elementos compositores de uma política de crédito: padrão, prazo, desconto e cobrança. Padrão se refere aos requisitos mínimos necessários à concessão de um crédito. Padrões mais fáceis darão maiores incentivos às vendas a prazo, conseqüentemente uma maior probabilidade de devedores duvidosos. Quanto ao prazo, sua fixação é influenciada por diversos fatores como, restrições legais, número de vezes que o cliente compra a prazo, probabilidade de pagamento, entre outros. Já o desconto corresponde à redução no preço de venda para pagamento à vista ou com prazos reduzidos,

por diversas razões entre elas: adiantamento do fluxo de caixa e redução da necessidade de financiamento ou aumento do volume de recursos, aumento das vendas quando este desconto é visto como atrativo para o cliente, redução do risco e sazonalidade. Nesse caso, é preciso que se faça uma comparação entre o resultado das vendas com o desconto e as vendas a prazos e assim decidir pelo que for mais vantajoso.

O crédito, conforme já mencionando anteriormente, num sentido mais estrito, consiste na entrega de um bem ou valor presente, mediante promessa de pagamento futuro. O pagamento enquanto promessa oferece risco de não ser concretizado. Em circunstancia, necessário se faz que a decisão de crédito seja precedida de uma análise mais técnica (SILVA, 2008).

Sobre essa probabilidade de cumprimento da promessa de pagamento, Perera (2013) afirma que pode ser estimada empiricamente (análise de crédito), antes da concessão do crédito, com a aplicação do que autor chama de seis Cs: 1) caráter ou reputação do comprador; 2) capacidade mercantil ou endividamento; 3) capital ou posição financeira; 4) colateral ou garantias; 5) condições ou fatores externos que possam afetar sua capacidade de pagamento e 6) conglomerado ou grupo econômico o qual esteja inserido.

Silva (2008) também menciona os Cs do crédito (caráter, capacidade, condições, capital, conglomerado) segundo ele mesmo, enumerados por Weston e Brigham 1972, como variáveis relacionadas ao risco.

Sobre os comentários descritos por Silva (2008) ao mencionar os Cs do crédito, entende-se que caráter significa a intenção de pagar, e é extremamente difícil de identificar. Históricos e informações obtidas de outros fornecedores acabam sendo o principal instrumento para se conhecer a pontualidade do devedor no cumprimento de suas obrigações. No entanto, essa pontualidade não garante que devedor possui um bom caráter em função de que muitas vezes o devedor mantém uma pontualidade por certo tempo a fim de aumentar o seu crédito e assim, quando consegue o aumento, acaba não cumprindo mais com seu dever.

A capacidade refere-se às habilidades empresarias, as quais são bastante subjetivas e difíceis de medir. A capacidade física se conhece por meio de uma visita, enquanto as administrativas sugerem-se que seja feita, a análise do currículo de seus administradores a fim de identificar se já são experientes no ramo em que estão atuando.

O capital de um cliente, segundo Silva (2008), é definido por sua situação econômica, financeira e patrimonial, incluindo seus bens e recursos para saldar débitos. O autor também define conglomerado como a análise não apenas da empresa solicitante de crédito, mas de todo o conjunto de empresas ao qual ela pertence, incluindo controladoras, controladas e coligadas. É importante analisar todo o conglomerado, não apenas a empresa específica, para ter uma visão completa da situação financeira do cliente.

Tavares (1988) sugere como eficiente meio de cobrança o contato telefônico, pelo qual se pode obter algumas vantagens, como: identificação e contato imediato com o devedor, possibilitando uma melhor especificação do débito e ainda melhores esclarecimentos sobre possíveis problemas, cuja resolução dependa da empresa, ou seja o contato telefônico, pode ser um acelerador no processo de recebimento.

Seja qual for o método de cobrança, para Tavares (1988) é importante que sejam registrados todos os esforços despendidos com o mesmo, seja por meios mais complexos, através de meios eletrônicos ou simplesmente por meio de registros feitos no verso da cópia do documento.

O processo de crédito e cobrança por si só já é de difícil controle, exigindo experiência e dedicação de quem o executa, juntamente com sua problemática surge outro assunto merecedor de destaque, a fraude. Não é intenção desse trabalho ensinar tais práticas, tampouco os meios de preveni-las, mas tão-somente alertar sobre o delicado assunto. Esse é um problema gerador de grandes prejuízos principalmente em empresas cuja estrutura de controle possui falhas. O processo de crédito e cobrança em perfeito desenvolvimento oferece também algumas vantagens como, agilidade do fluxo de caixa, menos necessidade de capital de giro, redução de custos financeiros e outros (TAVARES, 1988).

Para Schrickel (1995) o principal objetivo da análise de crédito é identificar os riscos e a capacidade de pagamento de um tomador, sob a perspectiva de maximização dos resultados da instituição concedente. Sua finalidade é chegar a uma decisão e não apenas efetuar relatórios, decisão que será tanto melhor quanto melhores forem as informações disponíveis.

Assaf Neto e Silva (2009) sugerem que a análise de crédito deve ser feita por pontuação e que esta acaba sendo mais adequada que o uso dos Cs do crédito. Nesse caso, geralmente o sistema é desenvolvido por um especialista na área de crédito. Basicamente se trata de dar pesos para cada informação adquirida onde a somatória desses pesos indica a qualidade do cliente ou tomador.

Na opinião de Assaf Neto e Silva (2009) a concessão de crédito está condicionada a pelo menos duas condicionantes: A primeira é determinar se o cliente está apto a obter o crédito. A segunda é determinar o montante a ser concedido, sendo que a determinação desse montante depende tanto da qualidade do cliente quanto da capacidade da empresa. Nesse raciocínio o sistema de pontuação também pode ser utilizado.

O crédito, assim como marketing, utiliza da informação em seu processamento onde conhecer o cliente é fundamental para um bom relacionamento entre as partes. Portanto, de acordo com Silva (2008), é destacado que um cadastro sólido e um sistema de crédito eficiente podem ser ferramentas excelentes para impulsionar os negócios. O autor também enfatiza a importância de buscar informações em diversas fontes além das indicadas pelo solicitante de crédito, pois este pode ter problemas financeiros com determinados fornecedores enquanto mantém uma boa relação com outros, os quais podem oferecer informações valiosas.

Possíveis fontes de informação de acordo com Silva (2008): parceria comercial, onde há a troca de informação com maior rapidez; Serviços de Proteção ao Crédito (SPC); cartórios e jornais especializados em matéria econômica, que divulgam diariamente a relação de títulos protestados; empresas especializadas em registros negativos que prestam serviços de informação sobre protesto e outras restrições de crédito.

Essas informações são bastante relevantes ao conceder crédito a pessoas físicas. Porém, a pessoas jurídicas, Correa Neto (2013) sugere que também seja feita a análise financeira, a qual segundo ele pode ter várias finalidades, entre elas, evidenciar a capacidade de pagamento de uma empresa. O método mais utilizado para essa análise é o método dos quocientes. Para tal fim, é feita a comparação entre dois valores patrimoniais, dividindo-se um pelo outro, onde o resultado é a relação de grandeza entre os dois comparados. Entre os quocientes temos: quociente ou índice de liquidez, quociente ou índice de atividade ou rotação quociente ou índice endividamento e quociente ou índice de lucratividade.

Paula Leite e Hopp (1989 *apud* FAMÁ; VIRGILLITO, 2011) discutem a eficiência da análise de índices financeiros como indicadores capazes de demonstrar a capacidade de

liquidez de uma empresa em curto prazo, sugerindo informações extras contábeis como a estatística ou previsão e ainda a análise dos fluxos de caixa em períodos curtos, sendo esses instrumentos mais adequados.

Perera (2013) também questiona a precisão dos índices financeiros, ao afirmar que empresas menos conservadoras podem facilmente alterar seus resultados. Muitos são os meios de fazer alterações, uma simples nota explicativa, um relaxamento nos padrões de concessão de crédito sem a provisão das perdas, por exemplo, é o bastante.

Na opinião de Blatt (1998) o gerenciamento e a administração dos créditos são tão ou mais importantes que sua própria análise e aprovação. Seu gerenciamento pode antever sinais de problemas e assim agir ao invés de simplesmente reagir em situações talvez mais difíceis, quando outros credores também já possam estar atentos ao desenrolar dos acontecimentos.

A análise de crédito a pessoas físicas e a pequenas empresas são baseadas em informações adquiridas do próprio solicitante, mediante a confirmação das mesmas, por meio de documentos e consultas a agências especializadas. No Brasil, utilizam-se fichas cadastrais para obtenção de informações básicas a respeito do cliente, recorrendo a empresas especializadas tais como: Serasa, Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), entre outras, para validação e confirmação das informações obtidas. Cada empresa possui um modelo próprio de ficha cadastral, normalmente suas informações dizem respeito a: nome, CPF, RG, endereço, local de trabalho, comprovante de renda, relação de bens, informações comerciais e bancárias. Outro modelo é o *Credit Scoring*, usado para analisar pessoas físicas e jurídicas (SECURATO, 2012).

Segundo Securato (2012), o processo envolve a coleta e comparação de dados da ficha cadastral com critérios quantitativos e qualitativos definidos previamente, e em seguida, atribuem-se pesos às informações com base em sua importância para a análise. Já no modelo misto considera-se informações de crédito, comportamento e relacionamento, usado para definir limites de crédito e o *spread* de acordo com o perfil de cada cliente, ou seja, de acordo com sua pontuação. Nesse modelo, se considera também o relacionamento do cliente com a empresa. Modelo *Small Business Scoring* o qual considera também os Cs do crédito, dando preferência ao caráter e à capacidade. Nesse caso, se faz considerações tanto da empresa quanto de seus sócios.

Para Tavares (1988), a definição da política de cobrança de juros e despesas deve ser feita com base em objetivos financeiros, especialmente em aspectos punitivos. Isso significa que os juros e taxas devem ser estabelecidos em níveis suficientemente altos para desencorajar o uso de prazos adicionais como uma fonte alternativa de financiamento.. Objetivamente, são dois os motivos para se cobrar juros e despesas sobre atrasos de pagamento de clientes: incentivar a pontualidade nos pagamentos ou a recuperação de gastos adicionais decorrentes da cobrança. Os prazos e condições devem se relacionar com vários fatores, tais como o volume do capital de giro para financiar a venda, sincronia com prazos de pagamento, risco da venda e custos financeiros (BERNARDI, 2012).

### **3 METODOLOGIA**

Os métodos e as técnicas de uma pesquisa dizem respeito à metodologia, cujo significado da expressão se refere aos caminhos a se percorrerem em um determinado processo. Para este trabalho, interessa a metodologia científica, que se refere aos estudos dos métodos e técnicas de investigação e comprovação de uma pesquisa. Nesse caso, os métodos podem ser definidos como procedimentos a serem usados em um determinado processo para o

alcance de sua finalidade e técnica seria como desenvolver esses procedimentos. Métodos, portanto, diz respeito às estratégias, e técnica é como serão aplicados os métodos (CIRIBELLI, 2003).

Segundo Kahlmeyer-Mertens *et al.* (2007) o papel da metodologia é conduzir, instrumentalizar e garantir ao pesquisador a validação científica do trabalho em questão pelos meios de uma pesquisa fundamentada em regras, normas e métodos científicos pré-estabelecidos, afirma que por meio dos estudos exploratórios o pesquisador é munido de maior conhecimento sobre o tema ou problema alvo de estudo, adquirindo assim, uma maior experiência.

A respeito do termo pesquisa, Kahlmeyer-Mertens *et al.* (2007) estabelecem que pode ser entendida como conjunto de ações e meios científicos utilizados para solucionar um problema previamente estabelecido.

Para essa investigação se optou pela metodologia qualitativa, pois nela os métodos se assemelharam a interpretação de fenômenos que foram vivenciados no dia a dia do Posto SJ, e também de forma descritiva (MACÊDO, 2005).

A pesquisa descritiva, conforme define Oliveira (2007), ultrapassa o âmbito do experimento, buscando analisar fatos ou fenômenos de forma detalhada. Seu objetivo é fornecer uma descrição precisa e aprofundada da realidade em questão, mapeando suas características e nuances.

O presente estudo teve em seu referencial teórico autores como Megliorini e Vallim (2009); Silva (2013); Bernardi (2012); Gitman (2004); Assaf Neto (2012) e Tavares (1988) entre outros que contribuíram com saberes relacionado à “concessão de crédito, inadimplência e insolvência em uma revenda de combustíveis e derivados no varejo” que auxiliaram e esclareceram questões relacionadas a esta pesquisa.

Na pesquisa qualitativa, as informações são obtidas através da indução para chegar a generalizações. Segundo Macêdo (2005), o objetivo não é quantificar, mas sim compreender profundamente um grupo de pesquisa representativo da sociedade.

Portanto, diante do contexto que se apresentou, este estudo buscou essencialmente pesquisar sobre a “concessão de crédito, inadimplência e insolvência em uma revenda de combustíveis e derivados no varejo”, para atingi-lo em sua máxima teve por base a gestão financeira; a função financeira da empresa; o papel do administrador financeiro; o risco empresarial, liquidez; a inadimplência e insolvência; a administração de ativos; o fluxo de caixa e capital de giro; as decisões de investimentos; as políticas de crédito; as histórias, conceitos, objetivos e risco de crédito ao consumidor; a forma de cobrança; o custo de oportunidade, custo de capital; os fundamentos da análise de crédito; as definições de taxas, prazos e condições; isso de acordo com os autores já referendados nesta pesquisa.

Conforme Gil (2010), toda pesquisa se inicia com um problema ou questionamento. Esse problema pode ter diversas origens e significados. No contexto deste estudo, o foco está em problemas que sejam questionáveis ou controversos, que desafiem a capacidade de resolução e que possam ser testados empiricamente. A formulação de objetivos é crucial para que a questão problema se torne mais clara e objetiva, tornando-a mais específica e direcionando a pesquisa.

Para apoiar o desenvolvimento da pesquisa, realizamos uma busca por informações em fontes bibliográficas relevantes para compor o embasamento teórico. Esse tipo de pesquisa, conhecido como pesquisa bibliográfica, é conduzido a partir de registros disponíveis,

provenientes de estudos anteriores em documentos impressos, como livros, artigos, teses, entre outros (LAKATOS; MARCONI, 2012).

Quanto aos métodos de abordagem, uma pesquisa pode ser classificada como quantitativa, qualitativa, ou ainda pode fazer o uso dos dois. Este é caso dessa pesquisa, que ao tratar de variáveis não quantitativas como qualidade do cliente, qualidade das análises, e outras, foi do tipo qualitativa, porém ao se referir a percentuais, valores de vendas, descontos e etc., foram também do tipo quantitativa, sobrepondo essa sobre a primeira. O método quantitativo tem por objetivo enumerar ou quantificar as coisas ou elementos. Resumidamente pode se dizer que essa pesquisa é uma combinação de métodos qualitativos e quantitativos.

O método quantitativo, como o nome sugere, utiliza a quantificação em todas as etapas da pesquisa, desde a coleta de dados até a análise final. Isso significa que as informações são coletadas e tratadas de forma numérica, utilizando técnicas estatísticas como porcentagem, média, desvio-padrão, coeficiente de correlação e análise de regressão, entre outras. Essa abordagem permite a análise precisa de grandes conjuntos de dados, possibilitando a generalização dos resultados para uma população mais ampla (RICHARDSON, 2007).

Essa pesquisa visou, a partir de informações ou premissas gerais encontradas no referencial teórico e ao longo de todo trabalho, chegar a uma conclusão específica, por esse motivo o seu método de abordagem é do tipo dedutivo. Se consideradas todas as premissas encontradas ao longo desse trabalho como verdadeiras, logo a conclusão desta pesquisa não é nada mais que uma verdade. De acordo com Lakatos e Marconi (2012), o raciocínio dedutivo começa com informações gerais e chega a conclusões específicas, indo do universal ao singular.

Com a finalidade de melhor explicação, e a um nível mais concreto que o método de abordagem, encontram-se os métodos de procedimentos. O método utilizado para esta pesquisa é o monográfico ou estudo de caso. Em termos simples, o estudo de caso, segundo Severino (2007), é uma pesquisa que se concentra em um único caso particular, mas que é considerado representativo de um conjunto de casos semelhantes. Isso significa que, ao estudar um caso em detalhes, podemos aprender algo sobre outros casos que são parecidos.

Ao abordar os procedimentos técnicos a pesquisa documental segundo Severino (2007) leva a entender que esta se baseia em documentos pré-determinado de forma ampla encontrados nos meios virtuais e impressos produzidos por meio de fotos, jornais, gravações, filmes e documentos legais, a partir do qual o pesquisador tem como base para a sua análise e levantamentos investigatórios.

O Posto São Jorge (SJ) nome fictício é uma empresa varejista, do ramo de revenda de petróleo e derivados, situado na cidade de Unaí MG, uma empresa com mais de vinte anos de atuação no mercado de Unaí e região.

Por se tratar de um ramo onde o cliente em muitas das vezes está apenas de passagem, não é possível predizer o seu número de clientes, sendo apenas registrado o número de atendimentos por período.

O Posto SJ é movimentado por um quadro de 36 funcionários, sendo um proprietário diretor, Sr. F.S.J. um gestor financeiro, um gerente comercial e mais 33 colaboradores em cargos diversos. Indiretamente ou terceirizado a empresa é auxiliada por outros setores como, contabilidade, advocacia, consultoria e também um técnico de segurança do trabalho.

## CONCESSÃO DE CRÉDITO, INADIMPLÊNCIA E INSOLVÊNCIA

O comércio de revenda de combustíveis encontra-se num setor altamente competitivo onde os preços são estabelecidos de acordo com a política e condições de cada empresa.

Por ser o combustível um produto difícil de analisar a qualidade, e com uma fiscalização ainda um pouco ineficaz, algumas empresas podem usar de artifícios inescrupulosos como adulteração ou má qualidade do produto para se conseguir vender a um preço menor, o que não opinião do Sr. F.S.J., acaba sendo uma barreira para se aumentar o volume de vendas nas empresas que mantêm um controle de qualidade.

Outro aspecto importante é que todos os postos vinculados a uma distribuidora (embandeirados) seja Petrobrás, Ipiranga, ou qualquer outra distribuidora (bandeira), tem um custo maior que os postos sem bandeira ou bandeira branca como são mais conhecidos e como muitos clientes ainda não tem o conhecimento da importância de o combustível ser certificado por alguma bandeira, o setor de postos embandeirados acaba sendo prejudicado nesse sentido.

Assim, os postos não embandeirados acabam tendo menores custos e conseqüentemente melhores condições de preços. Os postos embandeirados podem até ter um preço mais elevado, porém são obrigados pela bandeira a manterem um controle de qualidade, o qual além de fiscalizado por órgãos fiscalizadores como a Agência Nacional do Petróleo (ANP), a Proteção e Defesa do Consumidor (PROCON) e outros, também são fiscalizados com maior intensidade pela própria bandeira, a qual faz questão de manter a qualidade dos produtos expostos com sua marca.

Utilizou-se para esta pesquisa vários relatórios e documentos históricos e atuais da referida empresa em questão, como: Balanço Patrimonial de 20X1 e de 20X2, Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) referente também ao mesmo período, relatório de entrada e saída ou fluxo de caixa e ainda um questionário elaborado pelo próprio pesquisador, contendo 22 questões abertas aplicadas ao Sr. F.S.J. proprietário e gestor da empresa Posto São Jorge (SJ). Todo questionamento se referiu a assuntos relacionados diretamente com a empresa Posto SJ e seu sistema de crediário.

Tecnicamente e a seu tempo foram realizadas pesquisas documentais, por meios de documentos históricos e atuais, obtidos no departamento financeiro e crédito da referida empresa em questão, e para facilitar ao respondente, o questionário citado anteriormente, cujas respostas foram apresentadas e discutidas ao logo deste trabalho, foi encaminhado por meio eletrônico (via e-mail) ao Sr. F.S.J., proprietário, gestor e representante geral da empresa Posto SJ e da mesma forma devolvido ao pesquisador para análise e considerações necessárias.

Todos os dados desta pesquisa foram analisados por meio de estudos, observações e comparações entre a realidade encontrada na empresa Posto SJ e o que sugeriu a literatura ou o referencial teórico.

Além da simulação da inversão dos valores entre os relatórios, foi também feito pelo pesquisador, ainda auxiliado pela área de contabilidade da empresa, uma simplificação na Demonstração dos Resultados (DRE) originais da empresa.

Por ser esta pesquisa, direcionada a um setor da empresa, onde um só respondente é capaz de responder todo questionário com precisão, não se usa população e/ou amostra. Tecnicamente e há seu tempo foram realizadas pesquisas documentais, por meios de documentos históricos e atuais, obtidos no departamento financeiro, crédito e contábil da referida empresa em questão.

A pesquisa documental e a pesquisa bibliográfica, embora utilizem dados preexistentes, divergem na natureza das fontes consultadas. A pesquisa documental se concentra em materiais internos à organização, enquanto a pesquisa bibliográfica busca dados em bibliotecas e bancos de dados externos (GIL, 2010).

Todos os dados desta pesquisa foram analisados por meio de estudos, observações e comparações entre a realidade encontrada na empresa Posto SJ e o que sugere a literatura ou o referencial teórico.

De modo a contribuir com os objetivos deste trabalho, foi analisada a política de crédito bem como os procedimentos adotados pelo Posto SJ no seu processo de concessão de crédito e ainda sua capacidade ou situação financeira em suportar seu percentual de vendas a prazo (CORREA NETO, 2013).

Ainda de acordo com Correa Neto (2013) sendo necessário para essa finalidade que se calculasse o seus índices de liquidez; atividade; endividamento e lucratividade cujas explicações estão expostas junto os resultados e discussões deste trabalho, na oportunidade e para melhor análise dos índices de atividade foi calculado o ciclo operacional (período em que a empresa leva para comprar, vender e receber suas vendas) e financeiro (tempo entre o pagamento a fornecedores e o recebimento das vendas) da empresa em questão.

#### **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

As definições de concessão de crédito, inadimplência e insolvência foram obtidas por meio da literatura que, direta ou indiretamente, trata do assunto: livros, artigos, anais de congresso, teses, dissertações, jornais, Internet; e, também através de um estudo de caso na revenda de combustíveis e derivados no varejo por meio da aplicação de um questionário como destacado anteriormente.

Depois do questionário aplicado como citado anteriormente, as respostas foram encaminhado por meio eletrônico (via e-mail) pelo Sr. F.S.J. proprietário, gestor e representante geral da empresa Posto SJ ao pesquisador, e com a intenção de contribuir para a resolução da questão problema bem como os objetivos propostos nesse trabalho, fez-se a análise dos dados coletados que segue conforme informações obtidas junto ao representante geral do Posto SJ.

##### **4.1 Necessidade de Investimento em Capital de Giro (NICG)**

De acordo com Silva (2008) e para uma maior clareza da necessidade de Investimento Operacional em Giro (IOG), é necessário que se separe do ativo e do passivo circulante, as contas de cunho operacional, ficando para esse fim, considerado apenas o Ativo Circulante Cíclico (ACC) representado pelas contas Clientes; Estoques; Adiantamento de fornecedores; outros valores a receber e Despesas do exercício e o Passivo Circulante Cíclico (PCC) representado pelas contas, Fornecedores; Salários e encargos sociais, impostos e taxas.

Os resultados demonstrados na Tabela 3 destacam que o primeiro resultado se refere aos relatórios contábeis e o segundo, aos relatórios interno da empresa em questão:

Tabela 1 - Saúde Operacional e Financeira do Posto SJ

Índice de Liquidez Corrente	3,98%
Índice de Liquidez Seca	3,18%
Índice de Liquidez Imediata	2,22 e 0,91%
Índice de Liquidez Geral	3,18%
PMRE	6 Dias
PMRV	3 e 11 Dias
PMPC	5 Dias
Ciclo Operacional (CO)	9 e 17 Dias
Ciclo Financeiro (CF)	4 e 12 Dias
Endividamento Geral	21,87%
Imobilização do Patrimônio Líquido	40,10%
Passivo não Circulante/Patrimônio Líquido	5,94%
Endividamento Geral	21,87%
Margem Bruta	10,83%
Margem Operacional	2,75% e 2,74%
A margem Líquida	2,09% e 2,08%
Taxa de Retorno Sobre o Ativo Total	29,97% e 29,84%
IOG	175.539,44 e 576.253,34

Fonte: Dados da pesquisa.

Silva (2008) descreve que o IOG é o método mais usado para essa finalidade, principalmente por se tratar diretamente do volume de venda e prazo de rotação dos estoques. Para esse cálculo considerou-se o Balanço Patrimonial do exercício de 20X2 da empresa em estudo. O cálculo do IOG se faz subtraindo do ACC o PCC, onde o resultado dessa operação, apresentando-se negativo, indica que há uma necessidade de investimentos em capital de giro operacional caso contrário, resultado positivo significa não necessidade de investimento em capital de giro.

Portanto  $IOG = ACC - PCC$

Cálculo de acordo com os relatórios contábeis da empresa estudada:

$$I OG = 458.687,21 - 283.147,77 = 175.539,44$$

Cálculo após a inversão de valores entre os relatórios.

$$I OG = 859.401,11 - 283.147,77 = 576.253,34$$

Obedecendo a essa metodologia a e de acordo com os resultados apurados, mesmo a empresa estudada, apresentando divergência entre seus relatórios ou demonstrações, a mesma não apresenta necessidade de investimentos em capital de giro.

Considerando a metodologia dos cocientes citados por Correa Neto (2013) e outros procedimentos já citas anteriormente no referencial teórico e depois de calculado todos os índices ou cocientes da empresa em questão e não sendo a finalidade desse trabalho, detalhar a condição financeira e tão pouca seus métodos administrativos e sim apenas sua condição em suportar o seu volume de vendas a prazo, conclui-se que, no geral a empresa possui resultados muito positivos.

Ainda respeitando a metodologia dos cocientes citados por Correa Neto (2013) quase todos os índices quando comparados isoladamente apresenta-se uma liquidez extraordinária, com exceção para liquidez imediata a qual de acordo com seu relatório interno, apresenta se com resultado negativo, o que se explica talvez pelo fato de seu de ciclo operacional ser maior que seu ciclo financeiro. Merecendo uma melhor atenção nos seus processos

operacionais, pois a empresa como mostra sua condição de liquidez imediata, está com um pouco de dificuldade.

De acordo com Assaf Neto (2012) e Gomes e Laurindo (2014) destacam que quanto ao endividamento geral de 22%, o fato de a empresa apresentar uma excelente liquidez e também não apresentar necessidade de investimentos em capital de giro parece coerente, a margem operacional, a margem líquida e a taxa de retorno sobre o ativo total não parece tão satisfatória, mas para melhores interpretações, necessário seria que se as comparem com as de outras empresas do mesmo ramo.

De acordo com os resultados apurados, mesmo a empresa estudada, tendo apresentado uma divergência entre os prazos de entrada e saída de recursos, conforme explicado anteriormente quando calculado o seu ciclo operacional e financeiro, a mesma não apresenta necessidade de investimentos em capital de giro e sim apenas melhor gestão de suas entradas e saídas, ou seja, fornecedores e clientes e um dos fatores contribuintes para esse resultado pode ser a alta rotatividade de seus estoques o que a princípio aparenta ser um ponto positivo para empresa (ASSAF NETO, 2012; GOMES; LAURINDO, 2014).

A empresa apresenta uma boa saúde operacional e financeira, com condições para manter ou ampliar suas vendas a prazo, sugere-se para melhoramento operacional e administrativo da empresa, novos fornecedores ou novas renegociações sem que isso incorra em aumento de seus custos e ainda um melhoramento nos seus prazos de recebimento, maiores descontos para vendas à vista e pagamento em dia, implantação de um setor de cobrança, sem que isso também implique em perda de clientes ou vendas.

#### 4.2 Índice de Inadimplência e Insolvência do Crediário da Empresa em Evidência

Os cálculos a seguir são baseados nos dados ou números adquiridos através do questionário aplicado ao gestor da organização.

Por não se ter informações precisas sobre a inadimplência, ou seja, separadamente para todas as formas de pagamentos a prazo oferecidos pelo posto SB, o quando abaixo apresenta e considera apenas as forma de pagamentos cheques a prazo e notas, onde para se chegar ao valor da inadimplência subtraiu-se da inadimplência mais a insolvência o valor da insolvência, ou seja, R\$ 204.073,00 (-) R\$ 142.147,00 = R\$ 61.926,00 e para os valores em percentuais, foi considerada a média do volume de vendas a prazo do ano de 2014, ou seja, R\$ 705.122,06, como demonstrado na Tabela 4.

Tabela 2 - Inadimplência e Insolvência Posto SJ em 09/2014

Inadimplência e Insolvência	Valores	Percentuais
Inadimplência mais insolvência da empresa em 09/2014	R\$ 204.073,00	28,94%
Insolvência da empresa em 09/2014	R\$ 142.147,00	20,16%
Inadimplência da empresa em 09/2014	R\$ 61.926,00	8,78%

Fonte: Dados da pesquisa.

Considerando o acumulo de pelo menos cinco anos de insolvência, pode se fazer o seguinte cálculo ou dedução, R\$ 142.147,00 dividido por 5, (cinco anos) dividido por 12 (doze meses) é igual a R\$ 2.369,11 ao mês, o que conforme os cálculos a seguir significa uma média constante de insolvência de: R\$ 2.369,11 / R\$ 705.122,06 X 100 = 0,34% do montante vendido a prazo pelo posto SJ.

Resumidamente pode se afirmar que o percentual de inadimplência do posto SJ é de 8,78% e sua insolvência gira entorno de 0,34%. Para saber se esse resultado está dentro do que se espera para o setor, seria necessária uma comparação com resultados de outras organizações do mesmo ramo, não sendo possível para o momento fazer essa comparação, o trabalho se resumirá em fazer apenas a compensação ou perda com as vendas a crédito do posto SJ.

#### **4.3 Compensação ou Perda Gerada Com a Venda a Crédito da Empresa em Estudo**

Como demonstra os resultados obtidos através do questionário aplicado ao gestor do posto SJ, 60% de suas vendas são feitas a prazo e para uma melhor precisão dos resultados ou compensação das vendas a prazo e em particular para esse caso, necessário seria que se recalculassem todas as despesas e gastos, caso a empresa optasse por vender menos e somente á vista, uma vez que a diminuição nas vendas, conseqüentemente levaria a uma diminuição nas despesas e gastos com a venda dos produtos, também precisava saber o custo real de sua inadimplência e como para esse trabalho e somente com as informações disponíveis, não se é possível refazer esses cálculos, será então feito, apenas uma conta básica e bem simples, considerando que a empresa trabalha com uma margem líquida de aproximadamente 2,08%, num montante de R\$ 705.122,07 (valor médio mensal de suas vendas a prazo do ano de 2014; onde se considerou apenas as modalidades Notas e Cheques a Prazo) significaria um ganho de R\$ 14.666.53, e com uma perda por insolvência de aproximadamente 0,34%, no mesmo montante de venda, ou seja, R\$ 14.666.53 significaria um perda de R\$ 2.397,41, sendo assim ganho menos perdas apresenta-se com saldo positivo de R\$ 12.269,12, portanto o resultado é bastante significativo demonstrando que a venda a prazo para essa empresa parece sim compensativa. Também basta que se observem as margens líquidas que de 2,09% sem perda caíram para 2,08% após as perdas.

### **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A presente pesquisa teve como foco descrever sobre a “concessão de crédito, inadimplência e insolvência na revenda de combustíveis e derivados no varejo”, cujo questionamento central buscou saber qual a relação da análise de crédito com a inadimplência e insolvência em empresas comercializadoras de combustíveis e derivados no varejo. Sendo elaborando com isso além do objetivo geral, três objetivos específicos, os quais de um modo específico conseguiram ser atendidos e respondidos ao longo do desenvolvimento desta pesquisa com o amparo em uma metodologia bibliografia e também com a elaboração de um estudo de caso.

O primeiro objetivo específico buscou descrever o processo de análise e concessão de crédito da empresa em questão, apontando seus pontos fortes e fracos, o qual conseguiu ser atendido durante o levantamento dos dados pelo estudo de caso; obtendo como resultado que a respectiva empresa comercializadora de combustíveis e derivados no varejo possui uma política de crédito semiestruturada e muito aproximada do que foi sugerido pelos autores e talvez por esse motivo possuindo uma vasta gama de atendimento com vendas a prazo por meio de todos os tipos de Cartões de Crédito; cheque a prazo; Boleto Bancário; Carta frete; e Notas, a qual tem sido a mais procurada pelas empresas e pessoas com maior rotatividade e necessidade de utilização de combustíveis e derivados.

De acordo com o segundo objetivo específico buscou-se calcular o índice de inadimplência e insolvência do crediário da empresa em evidência; verificando-se que os prazos oferecidos pelo Posto SJ variam de acordo com o volume, perfil e histórico de cada cliente,

e sua inadimplência tem sido em torno de 8,78% com uma insolvência de aproximadamente 0,34%.

Atualmente, a empresa apresenta e considera como inadimplente os casos de atrasos que variam entre 5 e 30 dias de vencido, variação esta que se faz de acordo com histórico e perfil de cada cliente e como insolvente aquele que já se esgotou todas as possibilidades de recebimento.

Já o terceiro objetivo específico se destacou por buscar calcular a compensação ou perda das vendas a crédito da empresa em estudo; onde se percebeu que um percentual de 0,34% de perdas é aceitável, uma vez que conforme demonstrado pelos cálculos apresentados, ainda que esteja havendo inadimplência e também insolvência na organização pesquisada, suas vendas a prazos tem valido a pena, gerando inclusive um ganho unicamente com suas vendas a prazo de aproximadamente R\$ 12.269,00 ao mês, resultado que pode esta sendo influenciado pelo forte incentivo que a empresa tem dado aos seus clientes para manterem os seus pagamentos em dia, onde lhes são oferecidos descontos, tanto para o pagamento em dia quanto para a redução de prazos.

Como se restou provado no objetivo anterior que as perdas das vendas a crédito são aceitáveis, quando ocorrem, medidas que as coíbem são tomadas pela empresa. São vários os artifícios usados para finalidade de coibição aos atrasos e perdas, tais como, redução ou perda de descontos; cobrança de juros; redução de limites e prazos e até a suspensão temporária ou permanente do crédito.

Com intenção e de maneira muito simples, conseguiu-se com este estudo de caso, levantar alguns meios preventivos ou amenizadores á inadimplência e insolvência, em empresa comercializadora de combustíveis e derivados no varejo, e desta forma provar que a venda a prazo pode sim ser lucrativa. Dentre as maiores limitações observadas durante a pesquisa é não ter encontrado parâmetros para estar comparando os resultados obtidos. Pois apesar de existir pessoas que não cumprem com os pagamentos em dia, ao ser aplicado os métodos e meios essenciais para concessão de credito, bem como a forma correta dos meios de cobranças, como destacado anteriormente, poder-se-ia, chegar com eficiência a um resultado positivo conforme demonstrado em cálculos e discussões anteriores.

Um fator intrigante observado pelo pesquisador e demonstrado por alguns autores nesta pesquisa trata-se da facilidade que as empresas têm em burlar os números apresentados em seus relatórios contábeis, sobre os quais as análises, por exemplo, da capacidade de pagamento são feitas. Mas, como podem ser observado, na própria empresa em estudo, foi evidenciada uma grande divergência entre seus relatórios internos e contábeis, diante dos fatos e ao que parecem, os órgãos de proteção ao crédito SPC, SERASA e outros, juntamente com a experiência profissional do analista, acabam sendo os meios mais eficazes na prevenção contra inadimplência e insolvência.

Espera-se também que este trabalho venha fornecer e auxiliar em novos estudos ou estratégias que facilitem a venda prazo, pois ainda que complicado e muito arriscado, o crediário apresenta se como um forte auxilio para que o comércio em geral, alcance o seu sucesso.

## **REFERÊNCIAS**

ALTMAN, E. I. Financial ratios, discriminant analysis and the prediction of Corporation bankruptcy. *Journal of Finance*, v. 23, n. 4, p. 589-609, 1968.

ASSAF NETO, A. Estrutura e Análise de Balanços: Um Enfoque Econômico Financeiro. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

ASSAF NETO, A.; SILVA, C. A. T. Administração do capital de giro. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BERNARDI, L. A. Manual de empreendedorismo e gestão: fundamentos, estratégias e dinâmicas. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

BLATT, A. Créditos problemáticos e inadimplência: um enfoque estratégico da cobrança, negociação e recuperação de créditos. São Paulo: STS, 1998.

CASAROTTO FILHO, N.; KOPITTKE, B. H. Análise de investimentos: Matemática financeira, engenharia econômica, tomada de decisão, estratégia empresarial. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CASTRO NETO, J. L.; SÉRGIO, R. S. G. Análise de risco e crédito. Curitiba: Iesde Brasil S.A, 2009.

CIRIBELLI, M. C. Projeto de pesquisa: um instrumental da pesquisa científica. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2003.

FAMÁ, R.; VIRGILLITO, S. B. Administração do risco: uma abordagem estatística estruturada na construção de modelos para análise do risco de crédito e previsão de insolvências de empresas. 2. ed. São Paulo: Edicon, 2011.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GITMAN, L. J. Princípios de Administração Financeira. 10. ed. São Paulo: Addison Wesley, 2004.

GOMES, A. Gerenciamento do crédito e mensuração do risco de vender. Barueri, SP: Manole, 2003.

GOMES, G. A.; LAURINDO, M. A. Análise das demonstrações contábeis como ferramenta de gestão: um estudo na empresa X. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Ensino Superior Blauro Cardoso de Mattos, do curso de Graduação em Ciências Contábeis. SERRA: FASERRA, 2014.

KAHLMeyer-MERTENS, R. S.; FUMANGA, M.; TOFFANO, C. B.; SIQUEIRA, F. Como elaborar projetos de pesquisa: linguagem e métodos. Rio de Janeiro: FGV, 2007.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. Fundamentos de metodologia científica. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MACÊDO, M. M. C. Metodologia científica aplicada. Brasília: Scala Gráfica e Editora, 2005.

MAIA, D. C. A importância da análise de crédito no controle da inadimplência: um estudo de caso em uma distribuidora de combustíveis brasileira – RJ. 2012. 57p. Monografia do

curso de Engenharia de Produção, da universidade Centro Universitário Estadual da Zona Oeste, UEZO. Rio de Janeiro. 2012.

MEGLIORINI, E.; VALLIM, M. A. Administração financeira: uma abordagem brasileira. Edição atualizada conforme a Lei nº 11.941/2009. São Paulo: Pearson, 2009.

CORREA NETO, M. Gestão de crédito e análise econômico-financeira. São Paulo: Saraiva, 2013.

OLIVEIRA, M. M. Como fazer pesquisa qualitativa. Petrópolis: Vozes, 2007.

PERERA, L. C. J. (Org). Crédito: história, fundamentos e modelos de análise. São Paulo: Saint Paul Editora, 2013.

RICHARDSON, R. J. Pesquisa social: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 2007.

SCHRICKEL, W. K. Análise de crédito: concessão e gerenciamento de empréstimos. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

SECURATO, J. R. (Coord.) Crédito: análise e avaliação do risco – pessoas físicas e jurídicas. 2. ed. São Paulo: Saint Paul, 2012.

SEVERINO, A. J. Metodologia do trabalho científico. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, E. C. da. Como administrar o fluxo de caixa das empresas: guia de sobrevivência empresarial. 4. ed. ver. São Paulo: Atlas, 2010.

SILVA, J. P. Análise financeira das empresas. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

SILVA, E. S. Gestão financeira – análise de fluxos financeiros. 5. ed. Porto: Vida Econômica – Editorial SA, 2013.

TAVARES, R. F. Crédito e cobrança. São Paulo: Atlas. 1988.