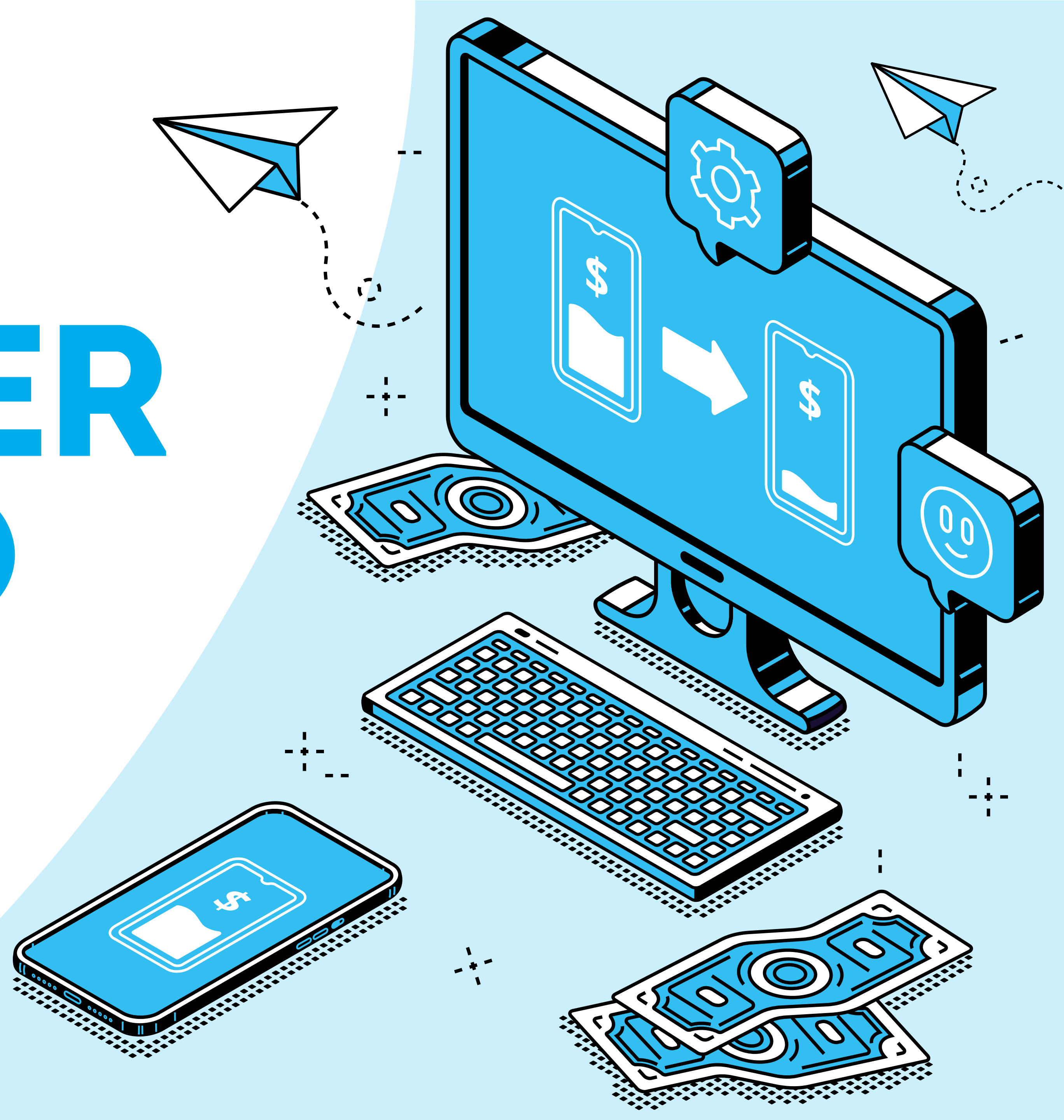


COMO OFERECER CRÉDITO

*Melhores práticas para micro,
pequenas e médias empresas*

 **ANBC**
ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS BUREAUS DE CRÉDITO



Introdução


O crédito é uma ferramenta poderosa e crucial para a atividade econômica. Para as empresas, pode impulsionar novos investimentos, ampliação da capacidade produtiva, promoção de vendas, entre outros. Para os consumidores, permite a antecipação na compra de bens, e na maioria das vezes, de forma parcelada.

Mas, além de tomar crédito, as empresas também podem fornecer crédito para os seus clientes, independentemente de seu porte. E essa possibilidade pode render frutos valiosos para as estratégias das empresas na relação com seus clientes e na geração de novas fontes de receita.

Ampliar as opções de venda, fornecendo alternativas nas formas de pagamento aos clientes é uma das evidentes vantagens de oferecer crédito, mas não é única.

É claro que fornecer crédito a terceiros é uma operação que envolve custos e riscos, já que de um lado depende da capacidade dos clientes que tomaram o crédito honrarem seus compromissos, e de outro lado exige a contratação de terceiros ou treinamento de profissionais para acompanhar as operações. Neste e-book mostraremos como as micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) de todos os setores podem oferecer crédito de forma responsável, ampliando os benefícios e minimizando os riscos das operações.





MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS: *benefícios de oferecer crédito*

As MPMEs já possuem grandes desafios no dia a dia de suas operações, e o acesso ao crédito é uma delas. A alternativa de oferecer crédito nesse contexto soa como algo muito distante. Mas pode ser uma excelente opção para expandir vendas e fortalecer a relação com clientes, entre outros benefícios. Quais seriam então esses benefícios para as empresas em oferecer crédito aos seus clientes? Apresentamos alguns deles:

1. AUMENTO NAS VENDAS E CAPTURA DE NOVOS CLIENTES:

Sem dúvida o primeiro e mais importante deles é a possibilidade de aumentar as vendas com a maior flexibilidade nos pagamentos. A maioria dos clientes prefere pagar suas contas de forma parcelada, diminuindo o impacto das despesas em seus fluxos de caixa ou orçamentos mensais. E oferecer alternativas formas de pagamento também ampliam as chances de novos clientes também considerarem comprar os produtos ou serviços oferecidos pela empresa.

2. AUMENTO NO VALOR MÉDIO DAS VENDAS

Produtos com preço maior costumam ser mais difíceis de serem vendidos. O parcelamento dos valores incentiva e proporciona a aquisição de produtos mais caros, que dificilmente seriam negociados à vista, contribuindo para o aumento no ticket médio das vendas da empresa.

3. FIDELIZAÇÃO DOS CLIENTES

Talvez uma das mais importantes vantagens implícitas. Conhecendo o cliente, a empresa pode criar promoções personalizadas, tanto de consumo como de pagamento, além de fortalecer seu diferencial em relação a outras empresas que não oferecem as mesmas vantagens. Conceder crédito mostra a confiança da empresa em seus clientes, consolidando o relacionamento e estabelecendo conexões mais duradouras.

4. GERAÇÃO DE RECEITA FINANCEIRA

Ao conceder crédito aos clientes são cobrados juros nas operações, que se transformam em uma nova fonte de recursos. Muitas empresas conseguem extrair bons resultados nessa linha de receitas. A cobrança de multa por atraso nos pagamentos também pode trazer receitas, mas as operações envolvem riscos no caso de não pagamento das parcelas contratadas.

Exatamente por conta desses riscos, é fundamental que as empresas estabeleçam uma criteriosa Política de Crédito.



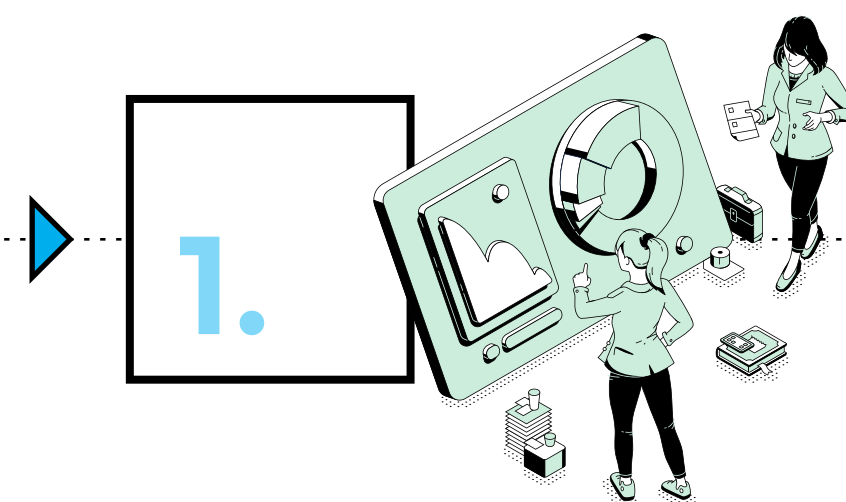
COMO IMPLANTAR UMA POLÍTICA DE CRÉDITO?

Uma vez que os benefícios de oferecer crédito foram entendidos, quais passos devem ser seguidos para a implementação de uma política sustentável de crédito que contribua para o aumento das receitas e minimização dos riscos?

EM PRIMEIRO LUGAR, O QUE É UMA POLÍTICA DE CRÉDITO?

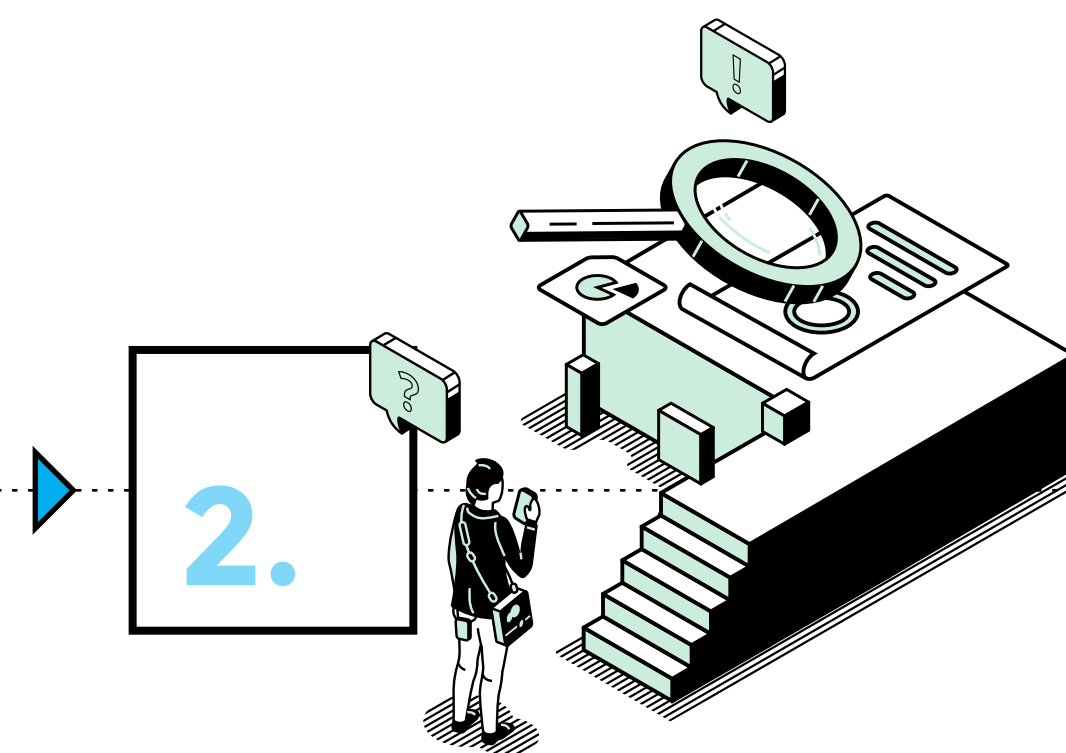
Podemos definir a política de crédito como um conjunto de regras que determinam quais serão os critérios utilizados para a oferta de crédito, quem estará habilitado para receber o crédito, quais serão os prazos e condições de pagamento, os juros cobrados pelos empréstimos e quais as medidas serão adotadas em caso de não pagamento das parcelas.

A política de crédito poderá ser mais flexível ou mais conservadora dependendo da necessidade e do perfil dos clientes, e não necessariamente será igual para clientes diferentes. A política de crédito sempre pode ser ajustada de acordo com o cliente ou mesmo com mudanças no ambiente econômico.



DEFINIR O PERFIL DOS CLIENTES

É necessário elaborar regras e procedimentos para identificar os clientes elegíveis para a tomada do crédito, desde o histórico de relacionamento com a empresa até a situação cadastral e financeira. Diferentes critérios devem ser adotados para pessoas físicas ou jurídicas, e de acordo com o tipo de produto que consomem. Comprovantes de renda para consumidores ou balanços financeiros para as empresas são documentos importantes, assim como o histórico de pagamento dos clientes e a constante atualização dos dados cadastrais.

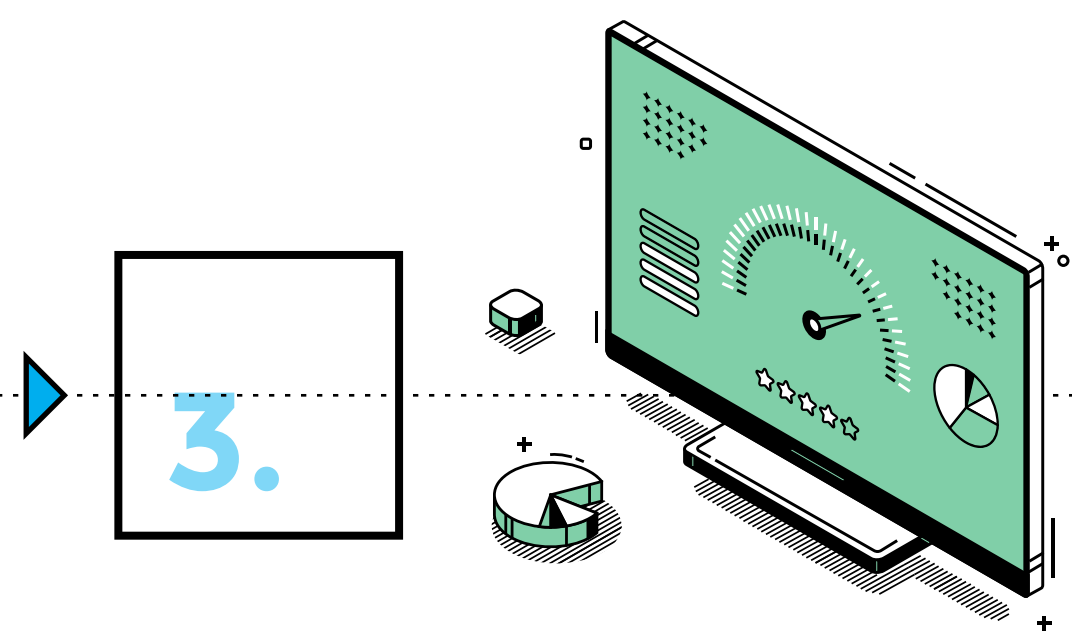


DEFINIR AS CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Os prazos oferecidos para o pagamento devem estar de acordo com a estratégia financeira da empresa, principalmente no que se refere aos fluxos de caixa. A quantidade de parcelas mensais deve estar sincronizada com as saídas de caixa e com o perfil de risco do cliente. Quanto maior o risco do cliente, menor o número de parcelas a serem oferecidas.

Os instrumentos ou formas de pagamento também exigem estratégias distintas para descontos, promoções e juros. Pagamentos no boleto, transferências bancárias, crediários, PIX parcelado, entre outros, possuem níveis de risco diferentes e demandam diferentes abordagens. Os limites de crédito e as taxas de juros das operações também devem ser aqui definidas.

COMO IMPLANTAR UMA POLÍTICA DE CRÉDITO?



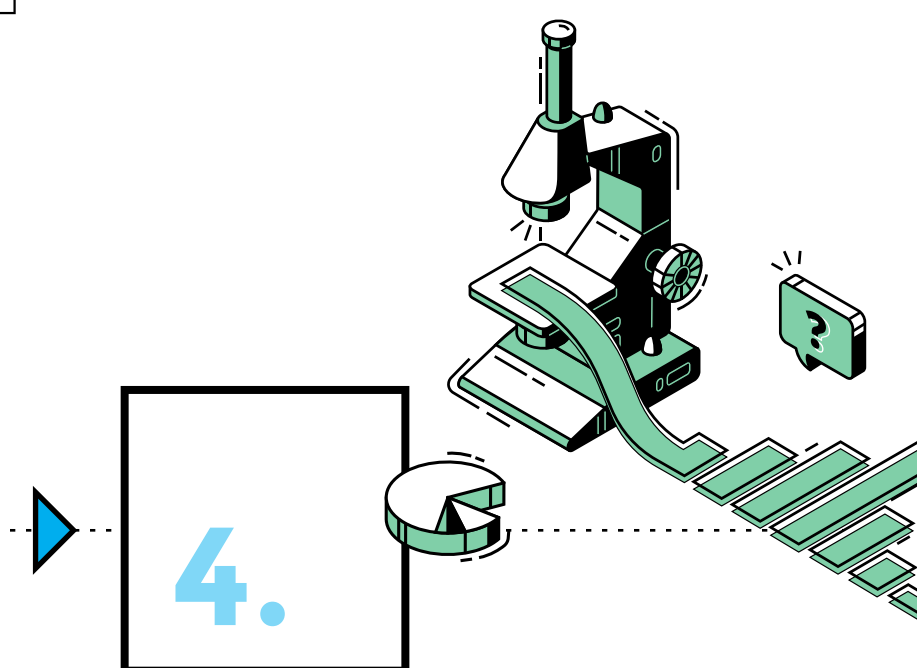
AVALIAR A CONCESSÃO (OFERTA) DO CRÉDITO

Mas todos os clientes estão aptos a receberem crédito? Claro que não. A avaliação do crédito é a etapa mais importante do processo, pois é o momento em que o credor (ofertante do crédito) avalia a capacidade do cliente em cumprir seus compromissos financeiros e onde a empresa pode estimar os riscos de inadimplência.

Ficar atento e agir para que o risco seja diminuído é passo fundamental para a qualidade do crédito. Uma boa análise dos riscos inclui a avaliação do histórico de

crédito do cliente e sua capacidade de pagamento.

Há diversas formas de avaliar a capacidade de pagamento dos clientes. Desde a análise dos seus comprovantes de renda e balanços financeiros, histórico de pagamentos e indicadores de desempenho financeiro, até modelos de pontuação de crédito (scores de crédito) que combinam dados financeiros, comportamentais e históricos com a utilização de métodos estatísticos sofisticados que incluem até inteligência artificial.

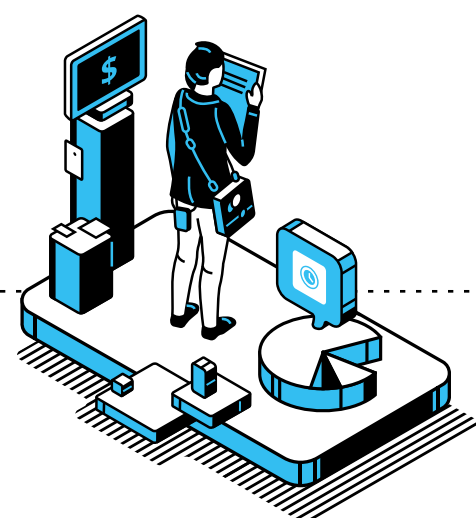


BUSCAR AJUDA PROFISSIONAL PARA A GESTÃO DE RISCO (BIRÔS DE CRÉDITO)

Montar equipes para avaliar o crédito dos clientes pode ser algo muito custoso, principalmente para empresas de menor porte. Há várias formas de monitorar a saúde financeira de quem solicita crédito e os birôs são grandes aliados com produtos como a nota de crédito, registros de inadimplência, relatórios detalhados e outros, que permitem ajustes nas políticas de concessão, sem a necessidade da criação de uma área específica para a avaliação do crédito a ser ofertado.

COMO IMPLANTAR UMA POLÍTICA DE CRÉDITO?

5.



DESENVOLVER UMA ESTRATÉGIA DE COBRANÇA E RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO

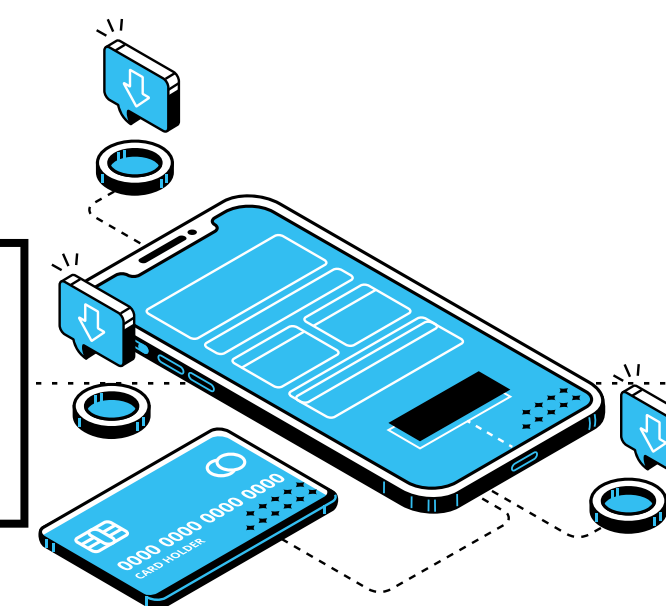
A probabilidade de inadimplência é um dos maiores pesadelos de quem oferece crédito. É possível e importante calcular a taxa média esperada de inadimplência em cada operação de crédito realizada, para que a empresa mantenha seu planejamento financeiro em dia. Também pode ser necessário exigir garantias para se proteger contra a inadimplência, possibilitando melhores condições ao cliente.

E no caso de atrasos ou não pagamento é fundamental que ações de recuperação de crédito sejam imediatamente

implementadas, reativando o poder de compra do cliente, mantendo o relacionamento com o cliente e evitando perdas maiores.

Os birôs também têm grande atuação no apoio às empresas, tanto no cálculo das probabilidades de inadimplência quanto nas estratégias de recuperação do crédito.

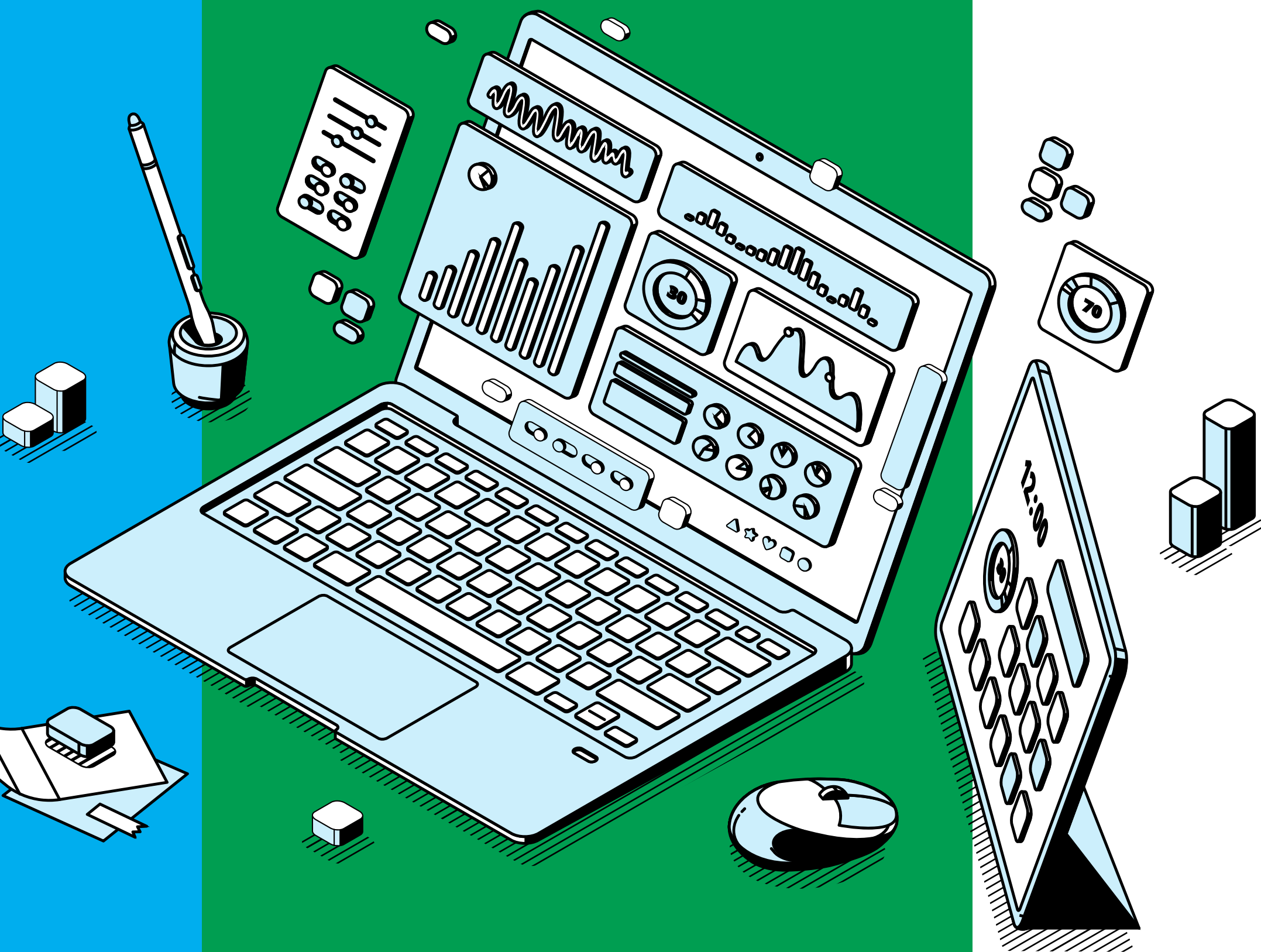
6.



PREVENIR FRAUDES

As operações de crédito também estão sujeitas a fraudes, como qualquer operação comercial. Documentos falsos ou dados alterados sobre a identidade e a situação financeira dos clientes são comuns. Ferramentas para a confirmação da identidade, estimativa de renda e faturamento, por exemplo, ajudam na prevenção de fraudes. Os birôs também oferecem diversas soluções de combate às fraudes, tanto para empresas como para os consumidores.

RELEVÂNCIA DA NOTA DE CRÉDITO



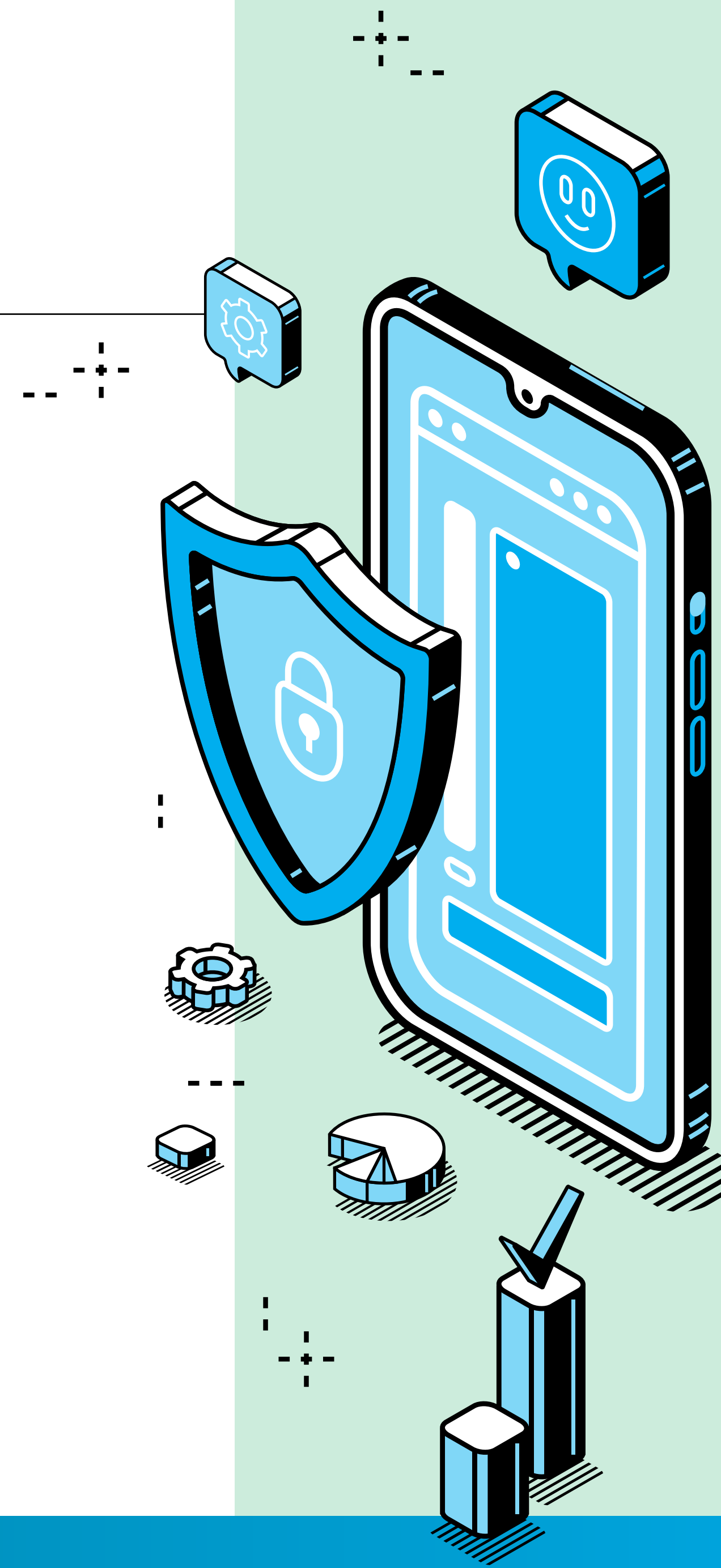
A nota de crédito (ou score de crédito) é uma medida fundamental e essencial para as empresas que oferecem crédito pois indica ao credor a probabilidade de inadimplência do tomador do crédito (devedor). A nota de crédito é uma pontuação calculada pelos birôs, por meio de modelos estatísticos preditivos, com base nas informações sobre o comportamento de pagamento do consumidor. É medida numa escala que vai, geralmente de 0 a 1.000.

Leva em conta hábitos de consumo e pagamento e está ligada ao CPF ou CNPJ. Cada birô tem sua metodologia para calcular a nota de crédito, mas ela é sempre individual. Uma nota de crédito na faixa entre 700 e 799 é considerada boa. Entre 800 e 1.000, é excelente. Quando maior a nota de crédito, menor a chance de inadimplência.

COMO OS BIRÔS APROXIMAM CREDOR E TOMADOR DE CRÉDITO?

Por serem gestores de grandes bancos de dados, autorizados pelo Banco Central, usando informações e processos analíticos sofisticados, os birôs levam transparência ao processo da concessão de crédito, reduzindo a assimetria de informações, e tornando o mercado de crédito mais eficiente e mais justo. Para o credor, os birôs possibilitam uma visão mais completa

para avaliar o risco nas operações, reduzindo os riscos das operações de crédito e da inadimplência. E para quem toma o crédito, os birôs garantem a possibilidade de consultar a sua nota de crédito de forma gratuita, podendo assim ter conhecimento sobre sua real capacidade de obter recursos no mercado, melhorando sua possibilidade de conseguir crédito e outros serviços financeiros.





ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS BUREAUS DE CRÉDITO

A Associação Nacional dos Bureaus de Crédito (ANBC) é uma associação sem fins lucrativos que tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento sustentável do crédito no Brasil. A ANBC congrega os birôs de proteção ao crédito que atuam no país e é uma das entidades fundadoras do Fórum Empresarial LGPD.

Também é membro de associações internacionais para promover as melhores práticas do setor como a ACCIS (Association of Consumer Credit Information Suppliers), que reúne 39 birôs de crédito do mundo, e a ALACRED (Asociación Latinoamericana de Burós de Crédito). É membro, ainda, do Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, do Ministério da Economia (FPMPEs).

Este e-book tem o propósito de estimular a educação financeira, que é uma das bandeiras da ANBC. Para mais informações, entre em contato conosco por meio dos canais a seguir:



www.anbc.org.br