

# INADIMPLÊNCIA: COMO EVITAR E RESOLVER

O Sr. Virgílio possui uma loja de artigos diversos como: roupas femininas, infantis, brinquedos, materiais escolares e presentes em geral. Certo dia, percebeu que estava com o seu caixa cheio de cheques devolvidos. Alguns clientes ele conhecia, pois eram clientes habituais de sua loja, outros não.

Pensou: O que vou fazer? Preciso repor o estoque, porque está chegando o dia das mães, e os fornecedores não irão me vender se eu não pagar as faturas referentes às compras feitas no final de ano.

Verificando todos os clientes que estavam lhe devendo, o Sr. Virgílio fez as seguintes considerações:

- não posso deixar de repor o estoque, senão não vendo;
- será que consigo cobrar os meus devedores e receber rápido?
- puxa! Não imaginava que tinha tanto dinheiro parado com os meus devedores;
- *isso não deveria ter acontecido, vendi bem no final do ano, deveria ter capital para repor o estoque, e agora o que faço?*



## O Sr. Virgílio irá achar uma solução?

Problemas como os do Sr. Virgílio são muito comuns no dia-a-dia das empresas. Desta maneira, através deste trabalho iremos esclarecer e orientar, com base na legislação, a aplicação de práticas preventivas para evitar a inadimplência e o custo que ela representa para sua empresa.

A maioria das empresas sofre com os consumidores inadimplentes, sendo que este é um dos fatores que mais atingem os setores do comércio e de serviços, fazendo com que esses empresários sintam-se desprotegidos. Já o setor industrial sofre menos com a inadimplência, tendo em vista que a maioria de seus clientes são fixos.

## O que leva os consumidores à inadimplência?

Inicialmente vamos verificar alguns fatores que levam os consumidores à inadimplência:

- dificuldades financeiras pessoais, que impossibilitam o cumprimento de suas obrigações;
- desemprego;
- falta de controle nos gastos;
- compras para terceiros;
- atraso de salário;
- comprometimento de renda com outras despesas;
- redução de renda;
- doenças;
- uso do dinheiro com outras compras;
- má fé.

Sendo que a ocorrência da maioria destes fatores é mais comum em tempos de crise.

## Como lidar com a Inadimplência?

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

- sazonalidade, ou seja, em que épocas do ano a inadimplência é maior ou menor;
- número de prestações em atraso;
- valor médio das prestações em atraso;
- verificação do tempo de abertura da conta corrente. Lembre-se que as

contas abertas com menos de um ano, têm maior índice de inadimplência;

Nas empresas dos setores do comércio e de serviços, a inadimplência tem um aumento nos três primeiros meses do ano, em decorrência das vendas efetuadas no mês de dezembro. É justamente nestes meses iniciais que ocorre a queda nas atividades destes setores empresariais, deixando assim muitos empresários em dificuldades, tendo em vista que contavam com o pagamento das vendas parceladas de final de ano, para suprir o baixo volume de vendas.



**Neste caso verificamos dois tipos de sazonalidade:**

- a de aumento das vendas, que ocorre no final do ano, quando a maioria das pessoas recebe o 13º salário, passando assim a consumir mais, sendo que grande parte das compras é feita de forma parcelada, por meio de cheque pré-datado, cartões de crédito ou financeiras.
- a de queda nas vendas ou atividades nos três primeiros meses do ano, porque a maioria dos consumidores está comprometida com outras despesas como: matrícula na escola, compra de material escolar, férias etc.

Pesquisas mostram que o valor das prestações em atraso se concentra na faixa que vai até R\$ 200,00 (duzentos reais).

Assim, o empresário ciente do aumento da inadimplência no período após as vendas natalinas, ou seja, janeiro/fevereiro/março, deverá ser mais rigoroso na concessão de financiamentos, parcelamentos e aceitação de cheques.

Para isso o empresário deverá seguir algumas regras antes de proceder à concessão do crédito ao seu cliente. Uma prática muito usada no mercado é o encurtamento nos prazos de pagamento, isto é, anteriormente o comércio trabalhava com planos de financiamento mais longos, hoje se trabalha com planos de no máximo 03 parcelas.

É ideal também, no momento da concessão de crédito, identificar qual o grau de comprometimento da renda do consumidor, assim como o padrão de comportamento de seus pagamentos passados, podendo dessa forma avaliar se a prestação contratada tem chances de vir a ser paga ou não.

## **Regras preventivas para reduzir a inadimplência**

Podemos então estabelecer algumas regras preventivas para reduzir a inadimplência:

- exigir a apresentação de documentos pessoais: R.G. e CPF, confirmando a assinatura que consta nos mesmos;
- não aceitar que o cliente diga o número do R.G. e CPF, mas sim solicitar a apresentação dos documentos na hora da compra à vista (se for paga com cheque) ou parcelada;
- solicitar comprovante de residência: contas de água, luz, telefone etc.;
- requerer comprovante de renda: recibo de pagamento, declaração de imposto de renda, carteira de trabalho;
- após esses procedimentos, efetuar a confirmação de dados do cliente por telefone fixo (confirmação de residência, de emprego ou de uma referência);
- consulta ao SPC - Serviço de Proteção ao Crédito, SERASA, usecheque, telecheque, entre outros;
- quando se tratar de cliente antigo, atualizar sempre os dados cadastrais, mantendo a confirmação por telefone;
- trabalhar com cartões de crédito e de débito, pois as taxas cobradas pelas administradoras são compensadas pela garantia de recebimento dos valores e aumento nas vendas. Há também uma forte tendência no mercado para a popularização dos cartões de débito e crédito;
- outro grande problema que o empresário encontra são as contas bancárias recém-abertas, que apresentam um alto índice de inadimplência.

Por lei, o comerciante somente poderá recusar-se a receber pagamentos por meio de cheques ou fazer qualquer outra restrição, se fixar cartaz visível, com as informações ao cliente, como por exemplo: **“só aceitamos cheques mediante apresentação de CPF e RG e mediante consulta. Não aceitamos cheques de terceiro etc.”**;

- nenhum estabelecimento é obrigado a aceitar cheques, mas deverá informar de forma clara ao consumidor que: **“não aceitamos pagamento em cheque ou cartão”**.

O empresário, ao aplicar essas regras preventivas com bom senso, certamente irá reduzir o seu índice de inadimplência, mas ainda estará sujeito a alguns riscos, como o golpe do cheque falso, que não se trata de inadimplência, mas crime de falsificação. Neste caso, o consumidor que teve seu cheque falsificado não tem culpa, a instituição bancária também não, e o prejuízo acaba ficando com o empresário.

Isso ocorre porque geralmente os falsários têm acesso a cadastros comerciais, ou às informações que os próprios empresários, com a finalidade de se resguardarem de uma eventual inadimplência, solicitam ao consumidor emitente do cheque - por exemplo, a anotação no verso do cheque de seus dados pessoais como: R.G, endereço, telefone etc.

Sugerimos então que o empresário mantenha os dados pessoais dos consumidores em cadastro próprio, e não no verso do cheque.

Outra alternativa para diminuir o risco de cheques falsos é a implantação de um sistema de **cartão próprio**, que também é uma das formas de adquirir a fidelidade do cliente dando-lhe crédito e alavancando as vendas.

Mas o empresário, mesmo utilizando-se dessas práticas para reduzir a inadimplência, ainda poderá ter problemas com consumidores inadimplentes.

Portanto, deverá seguir algumas regras para a recuperação de seus créditos.



## Regras para recuperação de seus créditos

- **Cobrança Instantânea:** Quanto mais rápida e eficaz a cobrança, menor será a dívida, portanto, deve ser iniciada com 03 ou 10 dias de atraso no pagamento, tornando mais eficaz a recuperação do crédito e reduzindo os índices de inadimplência;
- **Cobrança Tradicional Prévia:** Cobrança tradicional é aquela iniciada habitualmente após 30 dias de atraso no pagamento, por equipes treinadas para esse tipo de cobrança e que respeitem as normas contidas no Código de Defesa do Consumidor. Vejamos os procedimentos a seguir:
- **1º Passo:** Previamente se envia uma Carta de Cobrança com Aviso de Recebimento, informando que o cliente está em débito, dando a ele um prazo de 5 dias em média para que regularize o seu débito.
- **Possibilidades:**
  - **surto efeito:** o cliente regulariza a situação;
  - **não surge efeito:** deve-se passar para o 2º. passo;
- **2º Passo:** Posteriormente, notifica-se (com Aviso de Recebimento ou pelo Cartório de Registro de Títulos e Documentos) o devedor que seu nome será protestado e incluído no SPC ou SERASA. Feito isso, encaminhar o título ao Cartório de Protestos.
- A lei 9.492/97 – art. 19 e 26 combinada com o art. 325 da lei 10.406/02, determina que o envio de título a protesto nada custa para o credor. Nem depósito prévio é exigido. Com esta nova lei, o pagamento das despesas é de responsabilidade exclusiva do devedor, no ato do pagamento do título ou quando do cancelamento do protesto. O credor só paga as despesas em casos de sucumbência, tais como: retirada do título sem protesto (desistência), sustação judicial definitiva ou quando ele próprio requer o cancelamento do protesto.
- Os títulos ou débitos protestados, ou seja, aqueles intimados pelo cartório e não pagos pelos devedores no prazo legal, são automaticamente comunicados para todos os cadastros de proteção ao crédito e sem qualquer despesa para os credores.
- Na busca do recebimento de seu crédito, a utilização do protesto é a decisão mais acertada, tendo em vista a sua legalidade, agilidade, eficácia e ainda, nada custa para o credor, não é coercitivo e nem causa constrangimento, evitando conflitos quanto ao Código de Defesa do Consumidor.

**Destacamos que as cartas de cobrança ou notificação prévia são obrigatórias e estão previstas na Lei 8.078 de 11 de setembro de 1990 - Código de Defesa e Proteção ao Consumidor, e são efetivadas via ECT - Empresa de Correios e Telégrafos, por carta registrada e com ar - aviso de recebimento.**

**Todas essas providências comprovadamente contribuem para uma sensível redução dos débitos junto aos setores de comércio e serviço.**

Se ainda restar algum consumidor inadimplente após a cobrança prévia, o empresário poderá ainda proceder à **COBRANÇA JUDICIAL**. Para isso o empresário deverá contratar um advogado, a fim de propor ação judicial cabível. Sendo Micro Empresa, poderá propor Ação junto ao Juizado Especial Cível, sem a necessidade de contratar um advogado. Entretanto, aconselhamos entrar com as ações judiciais apenas quando os valores forem superiores a R\$ 1.000,00 (Um mil reais), em decorrência dos custos para a propositura da ação.

Quanto aos títulos com valores abaixo de R\$ 1.000,00 (Um mil reais), deverão ser encaminhados ao Cartório de Protestos, após os procedimentos de Cobrança Tradicional Prévia, já mencionado anteriormente. Neste caso, o comerciante ou empresário deverá aguardar o momento em que o devedor irá procurá-lo para “limpar o seu nome” (isso em média demora uns 24 meses).

O empresário que não estiver disposto a correr nenhum risco, e não quiser ter qualquer tipo de trabalho referente à recuperação de seus créditos, também poderá optar por não conceder diretamente crédito ao consumidor, utilizando os serviços de uma financeira, ou terceirizar a sua administração de crédito por meio de empresas de prestação de serviços de cobranças especializadas.

## **Financiamento através de financeira**

Hoje é uma ótima solução para o comerciante ou empresário, considerando que tem garantia de recebimento por parte da financeira, que é quem assume o risco da inadimplência.

É sempre bom reforçar que o empresário, independente da forma de concessão de crédito ao consumidor, deverá ter em seu estabelecimento uma

pessoa ou setor/departamento para administração e controle de crédito. Sua finalidade é verificar os clientes inadimplentes, e executar as regras para recuperação de crédito, quando for feito pela própria empresa, ou encaminhar para serviço terceirizado de cobrança.

Administração de crédito: atividades que o comerciante deve ter em seu estabelecimento ou exigir de um serviço terceirizado

- terceirização do operacional de CDC - Carteira de Dados Cadastrais;
- atendimento e aprovação do crédito;
- cadastro central;
- consultas/SPC/SERASA/telecheques, usecheque, entre outros;
- confirmação de dados;
- cobrança administrativa/rápida;
- acionamento/cartas/telefone;
- acompanhamento/negativação/reabilitações;
- terceirizar com empresas de cobranças;

É um alerta. Caso o empresário opte por terceirizar os serviços de cobrança, deverá selecionar muito bem a empresa contratada, pois, muitas das empresas de prestação de serviços de cobranças não seguem as normas do Código de Defesa do Consumidor, agindo muitas vezes de forma coercitiva e constrangedora. Não se esqueça que o consumidor guardará uma imagem negativa de sua empresa e não da empresa de prestação de serviços de cobrança contratada.

Com base em tudo o que foi levantado, é possível se tirar algumas conclusões relevantes sobre a inadimplência.

- **Primeiro ponto:** a inadimplência é essencialmente a consequência de um baixo poder aquisitivo.
- **Segundo ponto:** a renda do consumidor fica altamente comprometida quando ele assume compromissos superiores a sua capacidade de pagamento.





- **Terceiro ponto:** a inadimplência ocorre de forma sazonal.
- **Quarto ponto:** Os empresários muitas vezes acham altas as taxas das administradoras de cartões de crédito. No entanto, devem entender que isso faz parte do seu negócio e considerar a relação custo/benefício decorrente da garantia de recebimento.

A informações aqui passadas podem ser utilizadas na elaboração de estratégias para a prevenção e controle da inadimplência, bem como, nas ações de monitoramento dos pagamentos, avaliação dos riscos e seleção final de clientes, que poderão ser executadas de forma mais eficaz.

## Referências Bibliográficas:

SOUZA, C. B. Um Perfil da Inadimplência. São Paulo, jun. 2002

Disponível em: <<http://www.vademecum.com.br>>. Acesso em: 06 jun. 2002.

MALTA, B. C. varejo reduz prazo para contornar alta da inadimplência. Gazeta Mercantil, São Paulo, p.1 a 2, 11 jun. 1999.

CHEQUES FALSOS. Pequenas Empresas grandes Negócios, São Paulo, jun. 2002. Disponível em: <[http://www.redeglobo5.globo.com/home\\_pegn/noticia.asp?id=4650](http://www.redeglobo5.globo.com/home_pegn/noticia.asp?id=4650)>. Acesso em: 06 jun. 2002.

COMO EVITAR PROBLEMAS COM CARTÃO DE CRÉDITO. Pequenas Empresas Grandes Negócios, São Paulo, jun. 2002. Disponível em: <[http://www.redeglobo5.globo.com/home\\_pegn/noticia.asp?id=2057](http://www.redeglobo5.globo.com/home_pegn/noticia.asp?id=2057)>. Acesso em: 11 jun. 2002.

LOJISTAS LIMITAM PAGAMENTO COM CARTÃO E CHEQUE. Pequenas Empresas Grandes Negócios, São Paulo, jun. 2002. Disponível em: <[http://www.redeglobo5.globo.com/home\\_pegn/noticia.asp?id=4554](http://www.redeglobo5.globo.com/home_pegn/noticia.asp?id=4554)>. Acesso em: 06 jun. 2002.

PESQUISA SOBRE INADIMPLÊNCIA. São Paulo, jan. 1999. Disponível em: <<http://www.gropounidas.com.br>>. Acesso em: 05 jan. 1999.

## DÚVIDAS OU SUGESTÕES, CONSULTE UMA DAS UNIDADES DO SEBRAE

### ACRE

(68) 223.2100

### ALAGOAS

(82) 216.1600

### AMAPÁ

(96) 214.1404

### AMAZONAS

(92) 622.1918

### BAHIA

(71) 320.4300

### CEARÁ

(85) 255.6600

### DISTRITO FEDERAL

(61) 362.1600

### ESPÍRITO SANTO

(27) 331.5500

### GOIÁS

(62) 250.2000

### MARANHÃO

(98) 216.6166

### MATO GROSSO

(65) 648.1222

### MATO GROSSO DO SUL

(67) 789.5555

### MINAS GERAIS

(31) 3262.2306

### PARÁ

(91) 242.2000

### PARAÍBA

(83) 218.1000

### PARANÁ

(41) 330.5757

### PERNAMBUCO

(81) 3227.8400

### PIAUI

(86) 216.1300

### RIO DE JANEIRO

(21) 2215.9200

### RIO GRANDE DO NORTE

(84) 215.4900

### RIO GRANDE DO SUL

(51) 3216.5000

### RONDÔNIA

(69) 224.1380

### RORAIMA

(95) 623.1700

### SANTA CATARINA

(48) 221.0800

### SÃO PAULO

(11) 3177.4500

### SERGIPE

(79) 216.7700

### TOCANTINS

(63) 223.3300

### SEBRAE NACIONAL

(61) 348.7100

Presidente do Conselho Deliberativo do SEBRAE-SP  
Alencar Burti

Diretor Superintendente  
José Luiz Ricca

Diretores Operacionais  
Carlos Eduardo Uchôa Fagundes  
Carlos Roberto Pinto Monteiro

Desenvolvimento: U. O. Orientação Empresarial do Sebrae-SP  
Gerência: Antonio Carlos De Matos

Apoio:  U. O. Orientação Empresarial do Sebrae Nacional

Autora: Sandra Regina Bruno Fiorentini - Consultora da U. O. O. E. do Sebrae-SP

Responsáveis pela atualização:  
Consultores da  
U. O. O. E. do Sebrae-SP  
Boris Hermanson  
Claudio Roberto Vallim  
Norberto Marcos Barbosa  
Paulo Melchor  
Renato de Almeida Silva

Editoração do Sebrae-SP / U. O. O. E.  
Projeto Gráfico - Francisco Ferreira  
Marcelo Costa Barros  
Francisco Ferreira

Ilustração -  
Assessoria  
Administrativa - Patrícia de Mattos Marcelino  
Distribuição - Alaide Silva Pinheiro

Modelos da capa - Elcinéia França  
Hao Min Huai  
Luiz Álvaro S. Bastos  
Marcos Augusto Pires Silva  
Marisa Nascimento Janeiro  
Sérgio Ricardo Pires

Foto - Studio M31  
Revisão - Tânia Roiphe  
Diagramação - Grapho Soluções Gráficas  
Fotolito e Impressão -

