

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO
SEBRAE-SP

PESQUISA E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

A Inadimplência nas MPEs Paulistas em 2002

(Relatório de Pesquisa)

Realização:



Julho/2002

Sondagem do Pequeno Empresário Paulista - SEBRAE – SP

A INADIMPLÊNCIA NAS MPEs PAULISTAS EM 2002

Índice

<i>1. Apresentação.....</i>	<i>3</i>
<i>2. Características das vendas das MPEs paulistas</i>	<i>4</i>
<i>3. O impacto da atual onda de inadimplência nas vendas das MPEs paulistas.....</i>	<i>7</i>
<i>4. As contas em atraso das próprias MPEs paulistas.....</i>	<i>10</i>
<i>5. Comparações entre 2002 e 2001</i>	<i>14</i>
<i>6. Principais conclusões</i>	<i>16</i>

1. Apresentação

Ao longo do primeiro semestre de 2002, foi divulgado na mídia que diversas instituições¹ constataram aumento na inadimplência quando comparada à verificada no primeiro semestre do ano anterior, o que, dentro de um cenário de desaceleração da economia, tende a aumentar as dificuldades por que passam as empresas.

Assim, o Sebrae-SP optou por realizar uma sondagem específica, com os seguintes objetivos:

- (a) avaliar a situação das Micro e Pequenas Empresas (MPEs) do Estado de São Paulo com relação à questão da inadimplência e os impactos desta nesse grupo de empresas; e
- (b) identificar os padrões de comportamento usuais das MPEs diante da inadimplência, para um melhor entendimento desta questão.

Em alguns pontos deste relatório foram feitas comparações com outra sondagem sobre o mesmo tema, realizada pelo Sebrae-SP há cerca de três anos².

¹ Centralização dos Serviços dos Bancos (Serasa), Associação Brasileira das Empresas de Informação, Verificação e Garantia de Cheques (Abracheque) e Associação Comercial de São Paulo (ACSP).

² “A Inadimplência nas MPEs Paulistas”. Relatório de Pesquisas Econômicas. São Paulo, Sebrae-SP, fevereiro, 1999.

2. Características das vendas das MPEs paulistas

Atualmente, na média das MPEs paulistas, cerca de 53% das vendas mensais são realizadas a prazo, enquanto 47% são feitas à vista (Gráfico 1). Esta, no entanto, não é uma regra para todas as empresas. Quando analisada a situação individual das empresas, verifica-se grande dispersão das observações em termos da participação das vendas a prazo nas vendas totais das empresas (ver Gráfico 2).

Sob o ponto de vista setorial, há uma diferença nítida: as vendas a prazo correspondem a 73% das vendas totais nas MPEs da Indústria, ao passo que nas MPEs do Comércio e Serviços ficam respectivamente em 56% e 40% das vendas totais das empresas.

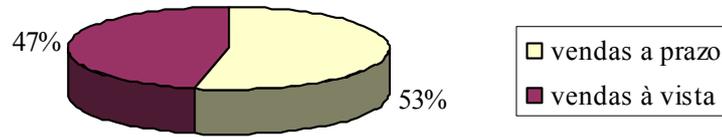
Nas vendas a prazo, os instrumentos de pagamentos mais aceitos pelas MPEs são o cheque pré-datado (79% das MPEs), boleto bancário (21% das MPEs), cartão de crédito (18%), duplicatas (17%) e vendas fiado com 13% (ver Gráfico 3).

Cerca de 95% das MPEs fazem algum tipo de análise prévia do cliente nas suas vendas a prazo. Assim, cerca de 42% fazem consulta ao Sistema Central de Proteção ao Crédito (SCPC), 40% consultam cadastros próprios, 30% exigem a apresentação de documentos pessoais, 29% permitem o parcelamento para clientes conhecidos e 19% fazem outros tipos de análises (p.ex. consulta à Serasa, bancos, referências pessoais, etc.)

Na comparação da presente sondagem com a última, realizada há cerca de três anos, verifica-se que a participação das vendas a prazo no total das vendas das MPEs é praticamente a mesma (53% nesta sondagem, contra 50% na sondagem anterior)³, há maior aceitação de cheques pré-datados (79% nesta sondagem, contra 64% na anterior) e uma maior consulta ao SCPC (42% agora, contra 31% há três anos).

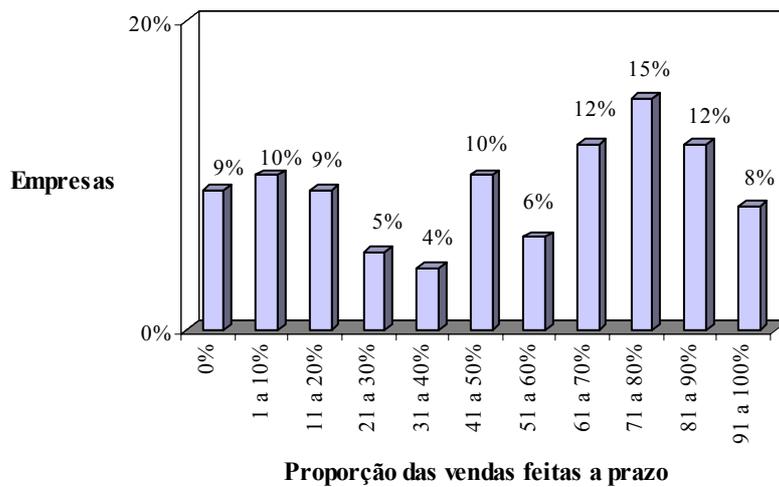
³ A faixa modal da parcela das vendas a prazo no total das vendas no estudo anterior foi de 41% a 50%. No presente trabalho, a faixa modal passou a ser de 71% a 80% (Gráfico 2).

Gráfico 1 - Composição das vendas totais das MPEs paulistas (maio/2002)



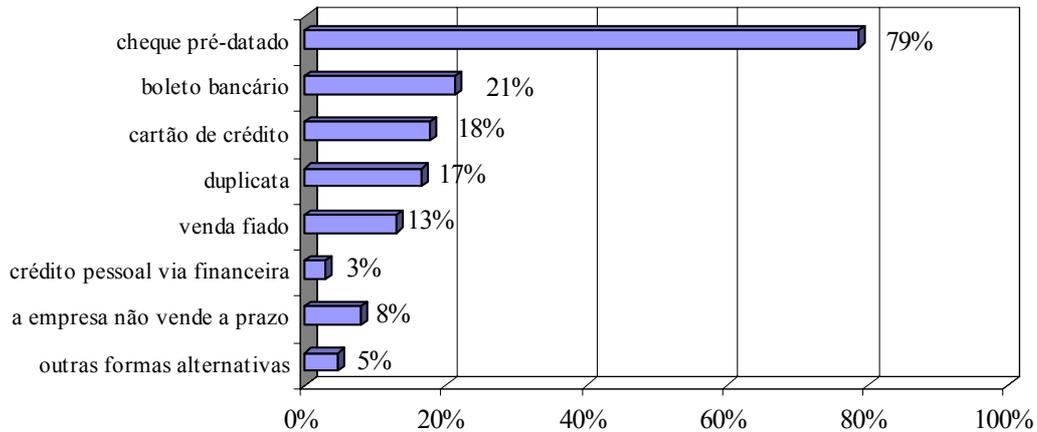
Fonte: Sebrae-SP/Fipe (base: 422 respondentes).

Gráfico 2 – Distribuição das MPEs de acordo com a proporção das vendas a prazo nas vendas totais (maio/2002)



Fonte: Sebrae-SP/Fipe (base: 422 respondentes).

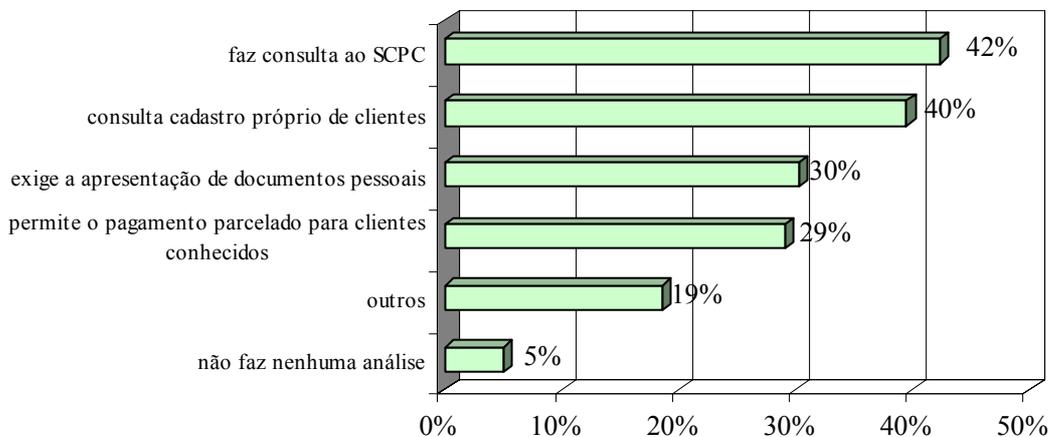
Gráfico 3 - Principais formas de pagamento aceitas pelas MPEs nas vendas a prazo



Fonte: Sebrae-SP/Fipe (base: 422 respondentes).

Nota: a soma das respostas ultrapassa 100% porque foram permitidas múltiplas respostas.

Gráfico 4 - Tipo de análise que as MPEs fazem para permitir o pagamento a prazo



Fonte: Sebrae-SP/Fipe (base: 389 respondentes).

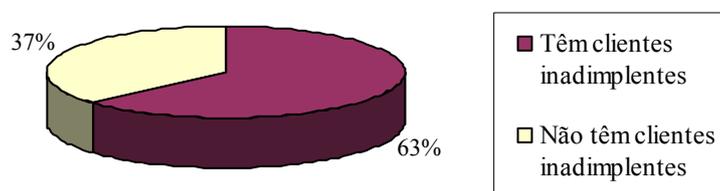
Nota: a soma das respostas ultrapassa 100% porque foram permitidas múltiplas respostas.

3. O impacto da atual onda de inadimplência nas vendas das MPEs paulistas

Cerca de 63% das MPEs afirmaram que têm clientes inadimplentes (Gráfico 5). Porém, para este grupo de empresas com clientes inadimplentes, a proporção das vendas que se encontra em atraso corresponde a apenas 14% das suas vendas totais (Gráfico 6).

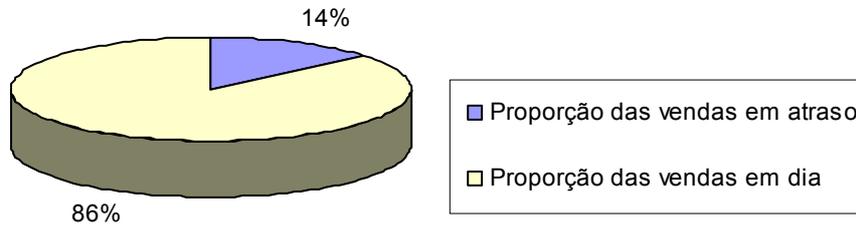
O grande número de empresas com clientes inadimplentes e o comprometimento relativamente baixo das vendas totais, com os pagamentos em atraso, podem ser explicados, em parte, pelo fato da maioria dos pagamentos em atraso serem de baixo valor. Conforme pode ser observado no Gráfico 7, cerca de 25% dos pagamentos em atraso estão na faixa de até R\$ 200,00 e cerca de 51% dos pagamentos em atraso são iguais ou inferiores a R\$ 1.000,00. A situação do número de clientes em atraso e do comprometimento das vendas totais é muito semelhante entre as MPEs da Indústria, Comércio e Serviços. Contudo, os valores dos pagamentos em atraso no setor de Serviços tendem a ser inferiores aos observados nos demais setores. Nas MPEs de Serviços, 74% dos pagamentos em atraso são iguais ou inferiores a R\$ 1.000,00. Nas MPEs da Indústria e Comércio, os pagamentos em atraso iguais ou inferiores a R\$ 1.000,00 correspondem a 40% e 37%, respectivamente.

Gráfico 5 – Percentual de MPEs que têm clientes inadimplentes



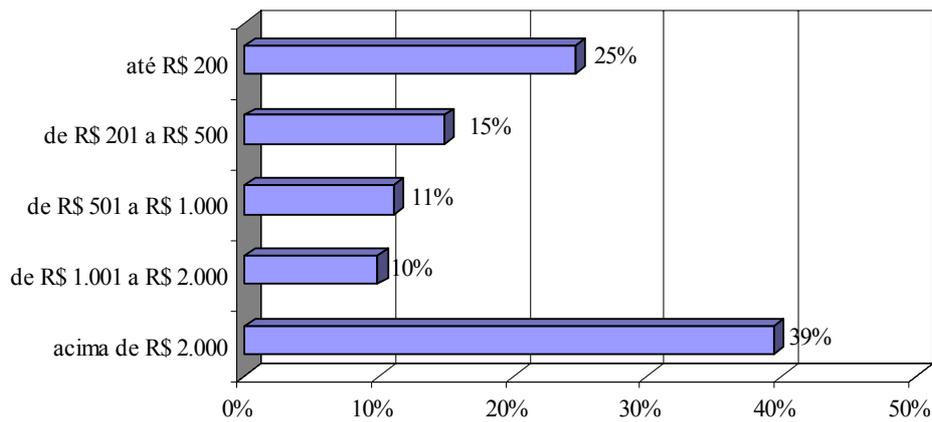
Fonte: Sebrae-SP/Fipe (base: 422 respondentes).

Gráfico 6 – Proporção das vendas em atraso (maio/2002)
(para MPEs com clientes em atraso)



Fonte: Sebrae-SP/Fipe (base: 260 respondentes).

Gráfico 7 – Distribuição dos pagamentos de clientes em atraso, por faixas de valor



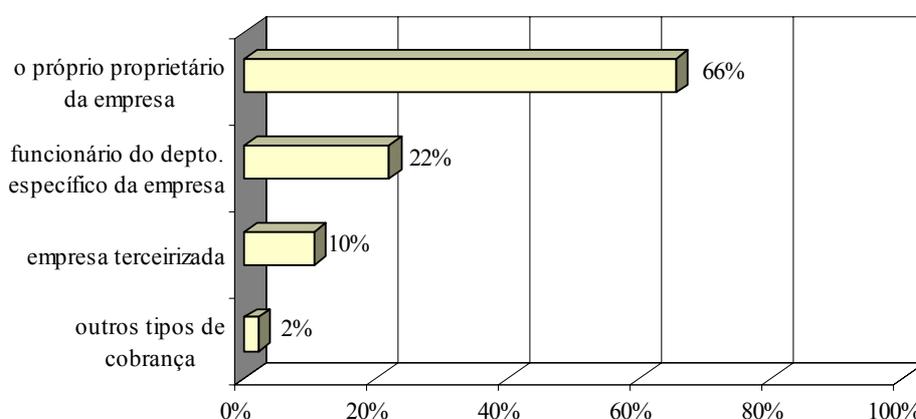
Fonte: Sebrae-SP/Fipe (base: 265 respondentes).

A estratégia mais comum entre as MPEs para negociar com clientes em atraso é a ampliação dos prazos de pagamento, utilizada por 83% das MPEs. Outras estratégias também são adotadas, porém, em magnitudes inferiores. É o caso, por exemplo, da aceitação de produtos/serviços como forma de pagamento (citada por 6% das MPEs) e da redução do valor das dívidas dos clientes (citada por 5% das MPEs). De uma forma geral, 94% das MPEs procuram negociar com os clientes em atraso, enquanto 6% não negociam e executam a dívida na justiça.

Em 66% das MPES, o principal responsável pelo processo de cobrança e negociação é o próprio proprietário da empresa, em 22% há um funcionário ou departamento específico na empresa para realizar tal atividade, em 10% das MPES a cobrança é terceirizada e em 2% são feitos outros tipos de cobrança.

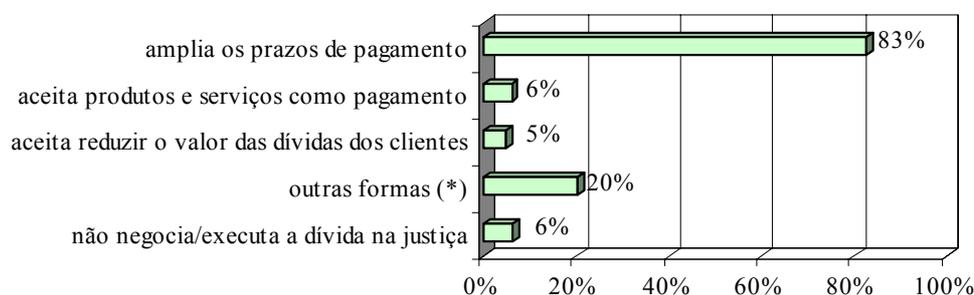
Os resultados apresentados nessa seção são semelhantes aos verificados na sondagem anterior, realizada há três anos, em termos de responsáveis pela cobrança e estratégias utilizadas. Os demais dados apresentados nessa seção não são comparáveis com os da sondagem anterior.

Gráfico 8 - Principal responsável nas MPES pela cobrança dos clientes em atraso



Fonte: Sebrae-SP/Fipe (base: 415 respondentes).

Gráfico 9 – Principais estratégias utilizadas pelas MPES paulistas para negociar com clientes em atraso



Fonte: Sebrae-SP/Fipe (base: 405 respondentes).

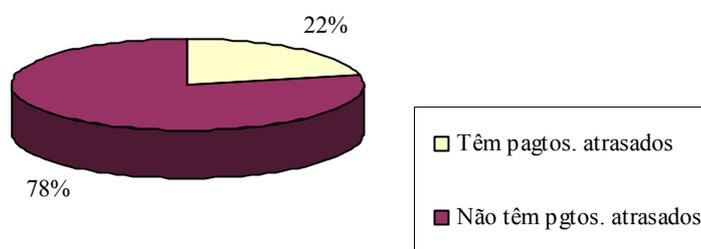
Notas: a soma das respostas ultrapassa 100% porque foram permitidas até 2 respostas.

(*) parcelamento, troca de cheques devolvidos, negociação caso a caso, etc.

4. As contas em atraso das próprias MPEs paulistas

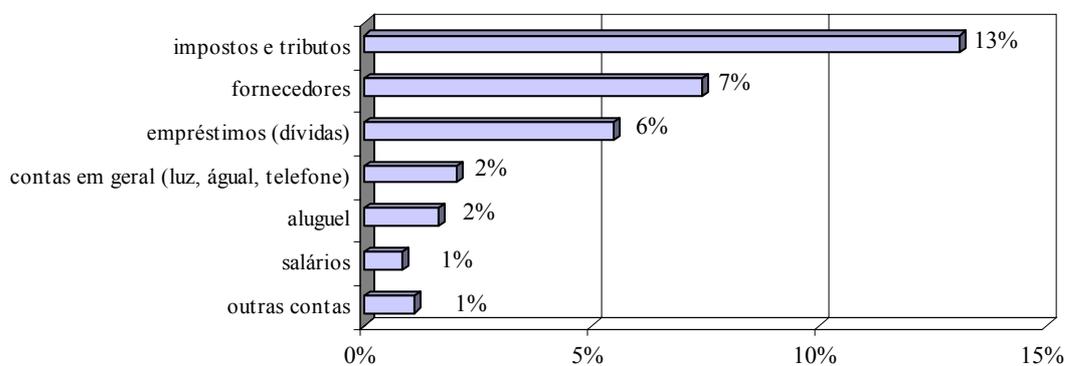
Se por um lado, as MPEs enfrentam clientes inadimplentes, por outro lado, muitas vezes as próprias MPEs se vêem na situação de atrasar suas contas, tornando-se também inadimplentes. Assim, cerca de 22% dos entrevistados declararam que suas empresas estão, atualmente, com pagamentos atrasados. Os pagamentos em atraso mais citados são: impostos e tributos (13% das MPEs), fornecedores (7% das MPEs), dívidas/empréstimos (6%), contas de luz/água/telefone (2%), aluguel (2%), salários (1%) e outras contas (1%). Esses dados devem ser analisados com cuidado, pois podem subestimar a efetiva situação das empresas com pagamentos em atraso, uma vez que são uma autodeclaração de inadimplência. Não obstante isso, a ordem em que aparecem os pagamentos em atraso serve como um bom indicador daqueles pagamentos que tendem a deixar de ser feitos primeiro, nos momentos de crise financeira da empresa. Assim, pode-se inferir que, em situações financeiras difíceis, os impostos e tributos tendem a ser os primeiros pagamentos a serem suspensos temporariamente, pelas empresas. Por outro lado, a probabilidade de suspensão dos salários pelas empresas é menor. Isso parece ser um comportamento natural, já que, em situações financeiras difíceis, por um certo tempo, a empresa consegue continuar funcionando com os impostos atrasados, mas têm mais dificuldades em continuar operando sem pagar os salários.

Gráfico 10 – Percentual de MPEs que declararam estar com pagamentos atrasados (inadimplentes)



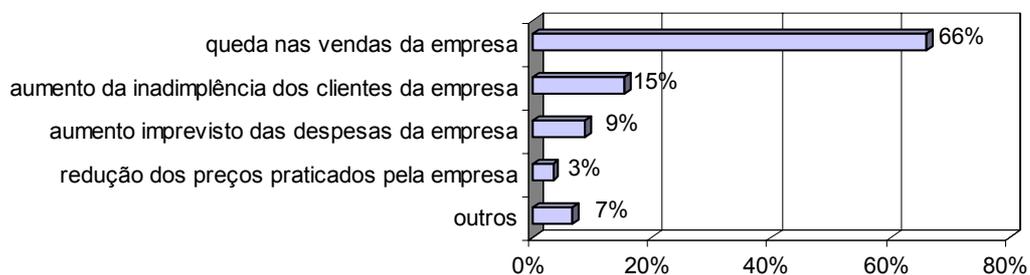
Fonte: Sebrae-SP/Fipe (base: 422 respondentes).

Gráfico 11 –MPEs por tipo de pagamento em atraso



Fonte: Sebrae-SP/Fipe (base: 422 respondentes).

Gráfico 12 – Principal razão citada pelas MPEs inadimplentes para sua inadimplência



Fonte: Sebrae-SP/Fipe (base: 102 respondentes).

A razão mais citada pelas MPEs inadimplentes para sua situação de atraso nas suas contas está associada à queda nas vendas da empresa, fator citado por 66% das MPEs inadimplentes. A própria falta de pagamento dos clientes é citada por apenas 15% das MPEs como principal razão para a empresa deixar de pagar suas contas. Aumentos imprevistos nas despesas, a redução dos preços praticados e “outros motivos” também foram citados, porém, em proporções bem menores, respectivamente 9%, 3% e 7%. Esses dados permitem inferir que a inadimplência dos clientes, embora prejudique o desempenho geral da empresa, não é o fator de maior preocupação das MPEs. Neste momento, o fator de maior preocupação parece ser a queda nas vendas.

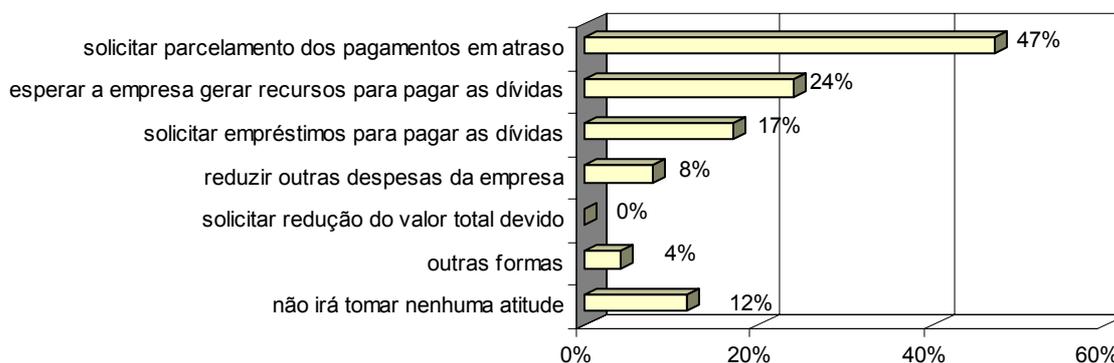
Essa análise é reforçada pelos dados apresentados nas seções anteriores. Assim, o número de MPEs com clientes inadimplentes chega a 63% das MPEs, mas os pagamentos em atraso comprometem apenas 14% das vendas das MPEs com clientes inadimplentes.

Cerca de 47% das MPEs com contas atrasadas pretendem resolver seus débitos solicitando o parcelamento desses pagamentos (ver Gráfico 9). Curiosamente na outra ponta, a do cliente em atraso, a alternativa de negociar com clientes em atraso, concedendo-lhe ampliação dos prazos para pagamento de suas dívidas foi citada por um número muito maior de MPEs (83%). Aparentemente, isso mostra que as negociações das empresas com seus fornecedores são mais difíceis do que as negociações dessas mesmas empresas com seus clientes.

Outras estratégias citadas pelas MPEs inadimplentes foram: esperar a empresa gerar recursos para pagar as dívidas (24%), solicitar empréstimos para pagar as dívidas (17%), reduzir outras despesas da empresa (8%) e “outras formas” (4%). Cerca de 12% citaram que não irão tomar nenhuma atitude, comportamento que se assemelha à segunda estratégia mais citada: “esperar a empresa gerar recursos para pagar as dívidas”. Isso reforça a idéia de que as duas formas mais comuns de resolver seus débitos atrasados são: tentar parcelá-los ou esperar a situação melhorar para quitá-los.

Os resultados aqui apresentados são condizentes com os apresentados pela PECOMPE⁴, pesquisa de periodicidade mensal, que mostra que o faturamento nominal das MPES paulistas apresentou uma queda de 22,8%, quando comparados os primeiros cinco meses de 2002 com o mesmo período do ano anterior.

Gráfico 13 – Como as MPES inadimplentes pretendem resolver os seus próprios pagamentos atrasados



Fonte: Sebrae-SP/Fipe (base: 102 respondentes).

Nota: a soma das respostas ultrapassa 100% porque foram permitidas múltiplas respostas.

⁴ “Pesquisa de Conjuntura das Micro e Pequenas Empresas do Estado de São Paulo”. Relatório mensal de conjuntura. São Paulo, Sebrae-SP/Seade.

www.sebraesp.com.br/pesquisa/index.asp.

5. Comparações entre 2002 e 2001

Quando solicitadas a comparar maio de 2002 com o mesmo mês do ano anterior (Quadro 1), a maioria das MPEs (58%) afirmou que as vendas a prazo mantiveram-se no mesmo nível, 20% afirmaram que aumentaram as vendas a prazo e 21% afirmaram que diminuiram (2% não souberam responder). Algo parecido ocorreu com o valor das vendas em atraso. Para 56% das MPEs o valor das vendas em atraso manteve-se no mesmo nível, para 23% houve diminuição e 20% afirmaram ter sentido um aumento (1% não soube responder). Com base nesses dados, é possível dizer que, em média, o volume total das vendas a prazo (e dos pagamentos em atraso) permaneceu próximo do volume verificado no ano anterior, ou seja, o impacto da inadimplência dos clientes nas contas das MPEs não se alterou significativamente na comparação dos dois períodos analisados.

Quadro 1 – Distribuição das MPEs: comparação entre maio de 2002 e maio de 2001

	aumentou	diminuiu	manteve	não sabe	total
Vendas a prazo (pré-datado, c. crédito, prestações, etc.)	20%	21%	58%	2%	100%
Valor de vendas em atraso ou não recebidas	20%	23%	56%	1%	100%
Número de clientes inadimplentes	40%	12%	47%	1%	100%
Preços dos produtos/serviços da empresa	35%	10%	54%	1%	100%
Custo dos materiais / mercadorias compradas	87%	1%	12%	1%	100%
Margem de lucro da empresa	2%	79%	20%	0%	100%

Fonte: Sebrae-SP/Fipe (base: 422 respondentes).

Ainda, na comparação com maio do ano passado, para 40% das MPEs o número de clientes inadimplentes aumentou (em apenas 12% das MPEs verificou-se redução do número de clientes inadimplentes). A partir desses dados e dos anteriores é possível inferir que o aumento líquido do número de clientes inadimplentes parece não ter afetado significativamente o valor das vendas em atraso.

Esses dados reforçam a observação feita anteriormente de que o aumento do número de clientes em atraso não implicou crescimento relevante do peso da inadimplência nas vendas, visto que, ocorreu de forma concentrada nos pagamentos de menor valor.

Quando comparados os preços praticados pelas MPEs em maio de 2002 com maio do ano anterior, para 54% das MPEs esses preços mantiveram-se inalterados, em 35% das MPEs houve aumento dos preços praticados, em 10% houve redução e 1% não soube responder. Levando-se em conta que cerca de 87% das MPEs sofreram aumentos nos custos dos materiais e/ou mercadorias que compram, pode-se afirmar então que há uma pressão de custos extensiva a um número expressivo de empresas. A combinação dessa pressão de custos em um ambiente de demanda retraída resulta, inevitavelmente, em uma queda da rentabilidade dessas empresas. De fato, 79% das MPEs afirmaram ter reduzido as margens de lucro praticadas, enquanto 20% conseguiram manter suas margens de lucro e apenas 2% conseguiram aumentar suas margens de lucro.

6. Principais conclusões

Na comparação da presente sondagem com a última, realizada há cerca de três anos, verificou-se que a participação das vendas a prazo é praticamente a mesma (chegaram a 53% das vendas totais das empresas nesta sondagem, contra 50% na sondagem anterior), há maior aceitação de cheques pré-datados (aceito por 79% das MPEs nesta sondagem, contra 64% na anterior) e uma maior consulta ao SCPC (realizada por 42% das MPEs agora, contra 31% há três anos).

O proprietário da empresa continua sendo o principal responsável pela cobrança dos clientes em atraso (em 66% das MPEs) e a estratégia mais utilizada de negociação com os clientes em atraso continua sendo a ampliação dos prazos de pagamentos (praticada por 83% das MPEs).

Na comparação de maio de 2002 com maio de 2001, para 40% das MPEs o número de clientes inadimplentes aumentou, para 12% das MPEs diminuiu e 47% não notaram mudanças nessa variável (1% não soube responder). Como consequência disso, quando esta pesquisa foi realizada, 63% das MPEs possuíam clientes em atraso (37% não possuíam clientes em atraso), porém, dado que boa parte dos pagamentos em atraso é de baixo valor, nas MPEs com clientes em atraso, isso representa apenas 14% das vendas totais.

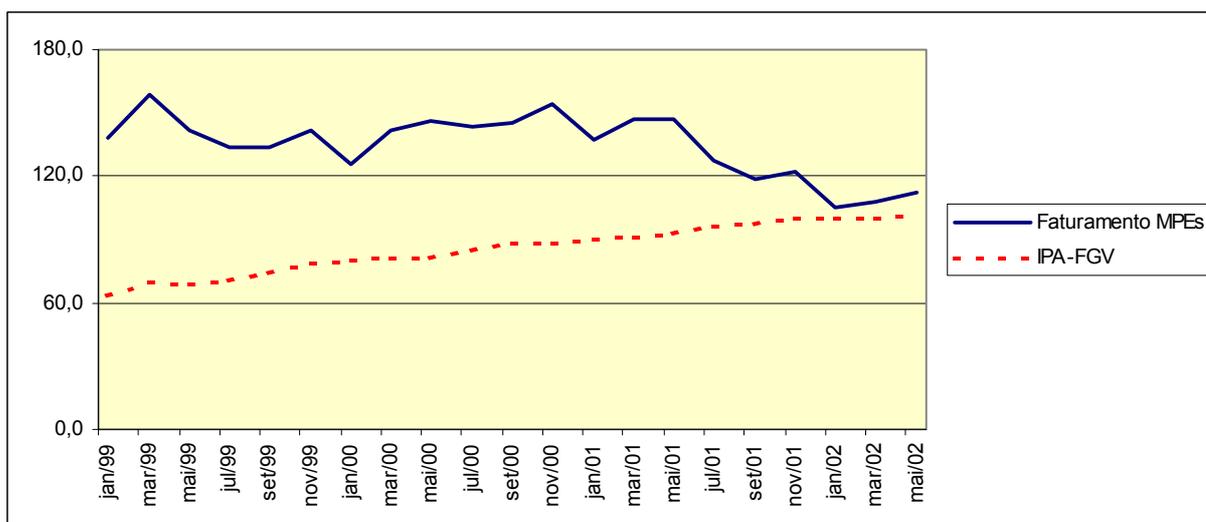
Os resultados dessa sondagem evidenciam que, apesar do número de clientes em atraso ter crescido, dado que as prestações em atraso concentram-se em faixas de menor valor, o impacto dessa inadimplência nas vendas das MPEs cresceu em uma proporção bem menor, parecendo não comprometer as vendas realizadas. Contudo, esta sondagem ao abordar diversas questões relativas às vendas das MPEs chegou a outros resultados ainda mais importantes para a análise da atual situação dessas empresas: a queda no volume geral das vendas tem se mostrado preocupante, em especial porque vem ocorrendo simultaneamente a um processo de aumento nos custos das empresas.

Segundo a PECOMPE, o faturamento nominal das MPEs caiu 22,8% na comparação dos cinco primeiros meses deste ano com os cinco primeiros meses do ano anterior. Por

outro lado, tomando o Índice de Preços no Atacado (IPA) da Fundação Getúlio Vargas, como *proxy* da evolução dos custos das MPEs com matérias-primas e materiais, este índice apresentou um aumento de 10,4% no mesmo período de análise.

Esse quadro geral revela que, de fato, o número de clientes inadimplentes cresceu na comparação de 2002 com 2001, mas as maiores pressões que vêm ocorrendo sobre as MPEs paulistas têm sido as reduções de sua lucratividade, decorrentes da queda geral no volume de vendas e do aumento de custos. No gráfico abaixo, a título de ilustração, apresentam-se as curvas relativas à evolução do faturamento nominal das MPEs e do IPA-FGV. Conforme é possível extrair dos sucessivos relatórios da PECOMPE, a queda do faturamento nominal das MPEs está associada ao quadro de desaceleração econômica iniciado no segundo semestre do ano passado, decorrente dos efeitos do racionamento de energia elétrica, da manutenção das taxas de juros em níveis elevados, da desaceleração econômica mundial e da piora das condições do mercado de trabalho doméstico, em termos do nível de ocupação e renda real média. No lado da pressão de custos, contribuíram para isso, entre outras coisas, os aumentos nos serviços de utilidade pública (p.ex. luz, telefone, etc.), combustíveis (p.ex. gasolina, gás, etc.) além dos preços dos insumos básicos e mercadorias importadas, ou daqueles produtos produzidos no país, mas cujos preços estão atrelados ao dólar (p.ex. farinha de trigo, aço, alumínio, etc).

Gráfico 14 – Evolução do Faturamento Nominal das MPEs paulistas e do Índice de Preços no Atacado (fev/02 = 100)



Fonte: Pecompe (Sebrae-SP e Seade) e IPA (FGV).

Realização: Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (Sebrae-SP) e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe)

Coordenadores: Marco Aurélio Bedê (Sebrae-SP) e Cláudia Assunção dos Santos Viegas (Fipe)

Equipe Técnica: Pedro João Gonçalves, Hao Min Huai, Maria Beatriz Ferraz Álvares Dias, Douglas Nakazone, Rudinei Toneto Jr., Júlia de Oliveira Valeri, Gustavo Sugahara, Tatiana Farina e Ana Flávia Teixeira.

Colaboração: Antônio Carlos de Matos e Sandra Fiorentini (U.O. de Orientação Empresarial do Sebrae-SP)

Nota Metodológica: Esta sondagem foi elaborada a partir de uma amostra planejada de 450 empresas de micro e pequeno porte, e realizada entre os dias 5 e 20 de junho de 2002. Tal amostra é representativa do universo das MPEs do Estado de São Paulo, da Indústria de Transformação, Comércio e Serviços. A seleção das empresas foi realizada de forma aleatória, utilizando-se o Cadastro de Estabelecimentos Empregadores (CEE) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), sendo o sorteio elaborado por conglomerados. A distribuição da amostra planejada é composta por 150 empresas da Indústria, 150 do Comércio e 150 de Serviços. Os dados divulgados neste relatório para o conjunto das MPEs são obtidos a partir da média ponderada dos resultados setoriais. Os ponderadores seguem a mesma participação relativa destes setores no universo das MPEs do Estado de São Paulo, obtidos a partir do CEE de dez/99, excluídas as empresas com zero empregado (16,5% para Indústria, 48% para Comércio e 35,5% para Serviços).

Sebrae-SP - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo

Pesquisa e Planejamento Estratégico
Rua Vergueiro, 1.117, 5º andar – Paraíso,
CEP 01504-001 – São Paulo – SP.

Homepage: <http://www.sebraesp.com.br>

e-mail: pesqeco@sebraesp.com.br

Informações sobre produtos e serviços do Sebrae-SP: 0800-780202

Informações sobre este relatório: (11) 3177-4715/4709/4712 /4716