

"A FEA e a USP respeitam os direitos autorais deste trabalho. Nós acreditamos que a melhor proteção contra o uso ilegítimo deste texto é a publicação online. Além de preservar o conteúdo motiva-nos oferecer à sociedade o conhecimento produzido no âmbito da universidade pública e dar publicidade ao esforço do pesquisador. Entretanto, caso não seja do interesse do autor manter o documento online, pedimos compreensão em relação à iniciativa e o contato pelo e-mail bibfea@usp.br para que possamos tomar as providências cabíveis (remoção da tese ou dissertação da BDTD)."

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Departamento de Contabilidade e Atuária

**CONSIDERAÇÕES SOBRE O PAPEL DAS DEMONSTRAÇÕES
CONTÁBEIS NO PROCESSO DE ESTABELECIMENTO DE
LIMITES DE CRÉDITO, COMO PARTE DO PROCESSAMENTO
DE PEDIDOS**

ANÁLISE DO CASO ATOFINA BRASIL

ANGÉLICA DO ESPÍRITO SANTO

Orientador: Prof. Dr. Masayuki Nakagawa

São Paulo

2003

Reitor da Universidade de São Paulo
Professor Dr. Adolpho José Melfi

Diretor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade
Professora Dr.^a Maria Tereza Leme Fleury

Chefe do Departamento de Contabilidade e Atuária
Professor Dr. Reinaldo Guerreiro

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

**CONSIDERAÇÕES SOBRE O PAPEL DAS DEMONSTRAÇÕES
CONTÁBEIS NO PROCESSO DE ESTABELECIMENTO DE
LIMITES DE CRÉDITO, COMO PARTE DO PROCESSAMENTO
DE PEDIDOS**

ANÁLISE DO CASO ATOFINA BRASIL

ANGÉLICA DO ESPÍRITO SANTO

Orientador: Prof. Dr. Masayuki Nakagawa

DEDALUS - Acervo - FEA



**Dissertação apresentada ao Departamento de
Contabilidade e Atuária para obtenção do
Título de Mestre em Controladoria e
Contabilidade pela Faculdade de Economia,
Administração e Contabilidade da
Universidade de São Paulo.**

São Paulo

2003

T657.3 E77c

T85077



2060024924



Powered by RfidProStar - www.lcprocess.com.br

FICHA CATALOGRÁFICA

Espírito Santo, Angélica do

Considerações sobre o papel das demonstrações contábeis no processo de estabelecimento de limite de crédito, como parte do processamento de pedidos : análise do caso Atofina Brasil / Angélica do Espírito Santo. – São Paulo : FEA/ USP, 2003.

p. 183

Dissertação - Mestrado
Bibliografia

1. Balanço 2. Análise de crédito I. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP.

CDD – 657.3

ERRATA

Apesar do cuidado na revisão final dessa dissertação, alguns lapsos, porventura, resistiram a este esforço. Dessa forma, os seguintes erros foram detectados:

Correção 01: Na página 04, no quarto parágrafo, onde se lê:

“SECURATO (2002), SILVA (2000), CAOUETTE, ALTMAN e NARAYANAN (2000), AS NTOS (2000), SCHRICKEL (2000), dentre outros autores, ...”.

Lê-se:

“SECURATO (2002), SILVA (2000), CAOUETTE, ALTMAN e NARAYANAN (2000), SANTOS (2000), SCHRICKEL (2000), dentre outros autores, ...”.

Correção 02: Na página 04, no quinto parágrafo, onde se lê:

“Apesar de amplamente discutida na literatura de análise de crédito a utilização de informações extraídas das demonstrações contábeis para apoiar as decisões de crédito, no entanto, verifica-se uma lacuna ...”.

Lê-se:

“Apesar de amplamente discutida na literatura de análise de crédito a utilização de informações extraídas das demonstrações contábeis para apoiar as decisões de crédito, verifica-se uma lacuna ...”.

Correção 03: Na página 09, no quarto parágrafo, onde se lê:

“O ciclo do pedido do cliente inclui o tempo decorrido entre a colocação do pedido e o seu recebimento nos estoques do cliente”.

Lê-se:

“O ciclo do pedido do cliente compreende o tempo decorrido entre a colocação do pedido e o seu recebimento nos estoques do cliente”.

Correção 04: Na página 26, no primeiro parágrafo, onde se lê:

“... Como a empresa deve agregar valor para o cliente, é completamente incoerente desperdiçar um nível de serviço alto para um cliente que não perceba esse valor”.

Lê-se:

“... Como a empresa deve agregar valor para o cliente, é completamente incoerente desperdiçar um nível de serviço alto para um cliente que não perceba esse valor e não esteja disposto a pagar por ele”.

Correção 05: Na página 27, no primeiro parágrafo, onde se lê:

“Além disso, ao haver o conhecimento do custo do serviço ao cliente, pode-se cobrar pelo nível de serviço proporcionado de forma justa, evitando que um cliente subsidie atividades que não utiliza”.

Lê-se:

“Além disso, ao haver o conhecimento do custo do serviço ao cliente, pode-se cobrar pelo nível de serviço proporcionado de forma justa, evitando que um cliente subsidie atividades que não utiliza e vice-versa”.

Correção 06: Na página 46, no quinto parágrafo, onde se lê:

Lê-se:

1. “O profissional de crédito verifica as condições de pagamentos almejadas pelo cliente, verificando se está de encontro com a política de crédito da empresa”.

Lê-se:

1. “O profissional de crédito verifica as condições de pagamentos almejadas pelo cliente, verificando se está de acordo com a política de crédito da empresa”.

Correção 07: Na página 79, no Quadro 2, onde se lê:

“Contabilização de venda antecipada de energia”.

Lê-se:

“Contabilização como receita de venda antecipada de energia”.

Correção 08: Na página 124, no terceiro parágrafo, onde se lê:

$$CP_t = f[X_{1t}, X_{2t}, X_{3t}, X_{4t}, X_{5t} \text{ e } X_{6t}]$$

Lê-se:

$$CP_t = f[X_{1t}, X_{2t}, X_{3t}, X_{4t}, X_{5t}, X_{6t}]$$

Correção 09: Na página 128, no terceiro parágrafo, onde se lê:

$$A_3 = Z_1 + Z_2 + Z_3 + Z_4 + Z_5, Z_8 + L$$

Lê-se:

$$A_3 = Z_1 + Z_2 + Z_3 + Z_4 + Z_5 + Z_8 + L$$

Correção 10: Na página 131, no segundo parágrafo, onde se lê:

“Tal fato se coaduna com a assertiva de DiPIAZZA Jr. e ECCLES (2002), referendadas no Capítulo 2, que explica que os *stakeholders* estão cada vez mais interessados em outras informações que não necessariamente aquelas oriundas de natureza contábil elaboradas de acordo com os princípios contábeis geralmente aceitos, ...”.

Lê-se:

“Tal fato se coaduna com a assertiva de DiPIAZZA Jr. e ECCLES (2002), referendadas no Capítulo 2, que explica que os *stakeholders* estão cada vez mais interessados em outras informações que não necessariamente aquelas oriundas de natureza contábil elaboradas de acordo com os Princípios Contábeis Geralmente Aceitos, ...”.

Correção 11: Na página 132, no quinto parágrafo, onde se lê:

“Pelo exposto no quadro 3, pode-se inferir que as demonstrações contábeis realmente desempenham um papel importante...”.

Lê-se:

“Pelo exposto no Quadro 3, pode-se inferir que as demonstrações contábeis realmente desempenham um papel importante ...”.

Correção 12: Na página 134, no Quadro 3, onde se lê:

“Mesmo que as demonstrações contábeis não sejam assinadas, como é o caso do setor moveleiro, elas são utilizadas, sendo criteriosamente cruzadas com as demais informações”.

Lê-se:

“Mesmo que as demonstrações contábeis não sejam assinadas, elas são utilizadas, sendo criteriosamente cruzadas com as demais informações”.

Correção 13: Na página 141, no segundo parágrafo, onde se lê:

“Logo, independentemente da qualidade das informações das demonstrações contábeis, o ciclo do pedido permanecerá praticamente o mesmo, se todas as outras variáveis forem mantidas constantes. A única variabilidade no ciclo do pedido decorrente de A_3 corresponde justamente à amplitude de 45 h ($48h - 3h$), que, no caso, não está atrelado a Z_4 , mas sim a Z_3 e Z_8 ”.

Lê-se:

“Logo, independentemente da qualidade das informações das demonstrações contábeis, o ciclo do pedido permanecerá praticamente o mesmo, se todas as outras variáveis forem mantidas constantes.

A única variabilidade no ciclo do pedido decorrente de A_3 corresponde justamente à amplitude de 45 h ($48h - 3h$), que, no caso, não está atrelado a Z_4 , mas sim a Z_3 e Z_8 ”.

“Deus é forte,
Ele é grande,
E quando Ele quer,
Não tem quem não queira”.

Ayrton Senna da Silva

Aos meus pais e a minha irmã, que
me apoiaram em todos os momentos,
dedico este trabalho.

AGRADECIMENTOS

Cada etapa de nossas vidas é marcada por momentos de muita emoção, dedicação e empenho. O mestrado é a conquista de mais uma série de vitórias em minha vida, a qual não seria possível se alguém lá em cima não estivesse me guardando. Não poderia deixar de expressar meus agradecimentos a uma “Força Superior”, que torna possível a realização de nossos sonhos e conquistas. A Deus o meu muitíssimo obrigada, principalmente, por ter me dado sabedoria e paciência para superar os momentos de crise que me acometeram durante o programa de pós-graduação.

Aos meus pais, Antonio do Espírito Santo e Marilena do Espírito Santo, sou-lhes grata por toda a instrução e apoio que me foram dados. À minha irmã e amiga – Daniela do Espírito Santo - o meu agradecimento por me incentivar a todo momento. Meus agradecimentos também a todos os meus familiares – tios, tias, avós e primos – que, de forma direta ou indireta, sempre me auxiliaram na realização de um sonho.

Também não poderia deixar de demonstrar minha gratidão a um grande amigo que tenho na Telefonica, empresa onde trabalho, que também é meu chefe, Cleuton Augusto Alves, cujo apoio e compreensão foram essenciais para a consecução de meu curso de mestrado.

Aos meus colegas do curso de Mestrado em Controladoria e Contabilidade, minha gratidão pelo companheirismo e por todos os momentos que passamos juntos. Agradecimento especial a Ricardo Hirata Ikeda pelas críticas, observações e sugestões, que foram de grande valor ao meu trabalho e a Edison Ishikura por todo apoio demandado.

Meu muito obrigada aos Professores da FEA/USP pelos ensinamentos ao longo desse programa de Mestrado. Meus sinceros agradecimentos aos Professores Ariovaldo dos Santos, Reinaldo Guerreiro, L. Nelson Carvalho, Geraldo Barbieri, Lázaro Plácido Lisboa, João Corrar, Gilberto Martins, José Roberto Securato, Sérgio Bio, Alexandre Assaf Neto, Eliseu Martins e ao Prof. Piero Tedeschi, da FGV. Também gostaria de agradecer ao último e ao atual coordenador do curso de pós-graduação de Controladoria e Contabilidade, Prof. Diogo de Toledo e Prof. Fábio Frezatti, respectivamente, pelo apoio e incentivo.

Demonstro aqui minha gratidão à Atofina Brasil, empresa que me permitiu fazer o estudo de caso para a realização dessa pesquisa, agradecendo, principalmente, a: Mônica Cappelli, gerente de logística, Milton Lopes, assistente de logística e Cláudio de Araújo Lima, analista de crédito, por suas inestimáveis colaborações ao meu estudo.

Além disso, deixo registrado meu agradecimento a Rogério Neri Menezes, gerente financeiro da divisão fios têxteis da Rodhia, pela sua relevante contribuição à minha pesquisa.

Como não poderia deixar de ser, sou especialmente grata ao Prof. Masayuki Nakagawa, meu ilustrado orientador, pelas instruções, críticas e recomendações que enriqueceram o meu conhecimento acadêmico, bem como ao Prof. Welington Rocha e ao Prof. Léo Tadeu Robles por suas pertinentes observações ao meu trabalho. Deixo, também, expresso o meu agradecimento a José Maria Dias Filho pelas valiosas sugestões prestadas, sem as quais este estudo não se concretizaria.

SUMÁRIO

LISTA DE ABREVIATURAS	VI
LISTA DE FIGURAS	VII
LISTA DE TABELAS	VIII
LISTA DE QUADROS	IX
RESUMO.....	X
ABSTRACT	XI
CAPÍTULO 1 – CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA	1
1.1 INTRODUÇÃO	1
1.1.1 <i>Situação-Problema</i>	3
1.2 HIPÓTESE GERAL E SUPLEMENTAR DA PESQUISA.....	5
1.3 OBJETIVO	5
1.4 JUSTIFICATIVA, RELEVÂNCIA E CONTRIBUIÇÃO DO ESTUDO	6
1.5 METODOLOGIA DE PESQUISA.....	7
1.6 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO	9
1.7 ESTRUTURA DO TRABALHO.....	10
CAPÍTULO 2 - REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	12
2.1 VISÃO GERAL DO CAPÍTULO	12
2.2 ALGUNS ASPECTOS DA LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO.....	14
2.2.1 <i>Conceituação de Logística e Supply Chain Management</i>	15
2.2.2 <i>Logística Integrada</i>	19
2.2.3 <i>Nível de Serviço ao Cliente</i>	23
2.2.4 <i>Definição de Logística de Distribuição</i>	27
2.2.5 <i>Sistema de Informação Logística</i>	29
2.2.6 <i>Processamento do Pedido</i>	32
2.3. O PROCESSO DE ANÁLISE DE CRÉDITO.....	37
2.3.1 <i>O Conceito de Crédito</i>	37
2.3.2 <i>O Conceito de Risco</i>	39
2.3.3 <i>Risco de Crédito</i>	41
2.3.4 <i>Política da Empresa com Relação ao Risco de Crédito</i>	42
2.3.5 <i>Informações para Análise de Crédito</i>	44
2.3.6 <i>Processo de Análise de Crédito</i>	46
2.3.7 <i>Análise Econômico-financeira na Concessão de Crédito</i>	49
2.3.8 <i>Modelos Quantitativos de Previsões de Insolvência</i>	54
2.3.9 <i>Principais Considerações sobre a Teoria da Utilidade e Teoria da Decisão</i> ...	59

2.2.10 <i>A Decisão sobre o Crédito</i>	62
2.4 – CONSIDERAÇÕES SOBRE A CONTABILIDADE	64
2.4.1 <i>A Contabilidade e seu Objetivo</i>	64
2.4.3 <i>Características Qualitativas da Informação Contábil</i>	68
2.4.4 <i>Teoria da Mensuração Contábil e a True and Fair View</i>	72
2.4.5 <i>Disclosure, Fiduciary Reports e Financial Reporting</i>	75
2.4.6 <i>Contabilidade Criativa e Fraude</i>	79
2.4.2 <i>Contabilidade como Linguagem</i>	84
2.4.7 <i>Teoria da Comunicação e Contabilidade</i>	86
CAPÍTULO 3 - ESTUDO DE CASO DA ATOFINA BRASIL	93
3.1 CONSIDERAÇÕES GERAIS.....	93
3.2 ESTRATÉGIA PARA COLETA DE DADOS	93
3.3 CASO ATOFINA BRASIL.....	94
3.3.1 <i>A Atofina no Mundo</i>	94
3.3.1.1 <i>A Atofina e seu negócio</i>	94
3.3.1.2 <i>Estratégia de negócio</i>	95
3.3.1.3 <i>O mercado da ATOFINA</i>	96
3.3.1.4 <i>Vendas mundiais</i>	97
3.3.2 <i>Atofina Brasil</i>	98
3.3.2.1 <i>Segmento de mercado, concorrência e principais produtos</i>	99
3.3.2.2 <i>Importações e exportações da Atofina Brasil</i>	100
3.3.2.3 <i>Principais clientes</i>	100
3.3.2.4 <i>Estrutura organizacional</i>	101
3.3.3 <i>Processamento do Pedido</i>	103
3.3.3.1 <i>As atividades logísticas no ciclo do pedido</i>	107
3.3.4 <i>A análise de Crédito na Atofina Brasil</i>	108
3.3.4.1 <i>Informações para a análise de crédito</i>	109
3.3.4.2 <i>Cenários na análise de crédito</i>	112
3.3.4.3 <i>Processo de estabelecimento do limite de crédito</i>	113
3.3.4.4 <i>Decisão sobre liberação de crédito na Atofina Brasil</i>	117
3.3.4.5 <i>O papel das demonstrações contábeis no processo de análise de crédito na Atofina Brasil</i>	120
3.3.4.6 <i>Cientes em atraso</i>	123
CAPÍTULO 4 – ANÁLISE DOS RESULTADOS	124
4.1 ANÁLISE DO CASO ATOFINA BRASIL.....	124
4.1.1 <i>A Análise de Crédito no Contexto do Processamento do Pedido e sua Importância para a Consecução do Ciclo do Pedido</i>	124
4.1.2 <i>Análise da Suficiência das Demonstrações Contábeis no Processo de Definição do Limite de Crédito na Atofina Brasil</i>	130
4.1.3 <i>Análise do Papel das Demonstrações Contábeis na Atofina Brasil</i>	132
CAPÍTULO 5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS	139

5.1 A INSUFICIÊNCIA DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS PARA O ESTABELECIMENTO DO LIMITE DE CRÉDITO	139
5.2 A INFLUÊNCIA DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS NO PROCESSO DE ESTABELECIMENTO DO LIMITE DE CRÉDITO, NO CICLO DO PEDIDO (CP)	140
5.3 O PAPEL DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS NO PROCESSO DE ESTABELECIMENTO DO LIMITE DE CRÉDITO	142
5.4 LIMITAÇÕES DO ESTUDO	142
5.5 SUGESTÕES PARA ESTUDOS POSTERIORES.....	143
5.6 COMENTÁRIOS FINAIS	144
BIBLIOGRAFIA	145
APÊNDICE A – TEORIA DOS SIGNOS.....	158
A SEMIOSE.....	159
AS DIMENSÕES DA SEMIOSE	160
<i>A sintática</i>	161
<i>A semântica</i>	164
<i>A pragmática</i>	166
ANEXO A- ROTEIRO/QUESTIONÁRIO DE PESQUISA.....	169
ANEXO B – TELAS DE ENTRADA DO PEDIDO AS 400	173
<i>Tela de Colocação do Pedido – Dados Comerciais</i>	173
<i>Tela de Colocação de Pedido - Dados do Produto</i>	174
ANEXO C – PEDIDO DE VENDA.....	180
ANEXO D - LIBERAÇÃO DO PEDIDO	181
ANEXO E – CARTA DE AGRADECIMENTO À ATOFINA BRASIL	182
ANEXO F – CARTA DE AGRADECIMENTO À RODHIA.....	183

LISTA DE ABREVIATURAS

APB – Accounting Principles Board

CFC – Conselho Federal de Contabilidade

CVM – Comissão de Valores Mobiliários

FASB – Financial Accounting Standards Board

IAS – International Accounting Standards

IASB – International Accounting Standards Board

NBC – Normas Brasileiras de Contabilidade

SCI – Serviço de Segurança ao Crédito e Informações

SEC – Securities and Exchange Commission (CVM Americana)

SFAC – Statements of Financial Accounting Concepts

SRE – Sistema Relacional Empírico

SRN – Sistema Relacional Numérico

LISTA DE FIGURAS

<u>Figura 1 – A Atividade da Análise de Crédito no Contexto de Logística Integrada</u>	2
<u>Figura 2 - Processamento do Pedido, Análise de Crédito e Demonstrações Contábeis</u> ..	12
<u>Figura 3 - Trocas Compensatórias Necessárias em Marketing e Logística</u>	16
<u>Figura 4 - Integração Logística</u>	19
<u>Figura 5 - Conceito de Administração de Marketing/Logística</u>	26
<u>Figura 6 - O Processo Logístico</u>	31
<u>Figura 7 – Fluxo do Sistema Logístico de Informação</u>	32
<u>Figura 8 - Ciclo Total do Pedido: Perspectiva do Cliente</u>	33
<u>Figura 9 - O Caminho do Pedido do Cliente</u>	34
<u>Figura 10 - Representação do Crédito</u>	38
<u>Figura 11 - O Fluxo do Processo de Análise de Crédito</u>	48
<u>Figura 12 - Abrangência da Análise de Crédito</u>	53
<u>Figura 13 - Vendas Futuras e Decisão de Concessão de Crédito</u>	61
<u>Figura 14 - O Processo Contábil</u>	66
<u>Figura 15 - Uma Hierarquia de Qualidades em Contabilidade</u>	71
<u>Figura 16 – Contabilidade e <i>Fiduciary Reports</i></u>	76
<u>Figura 17 – Práticas Contábeis Criativas e seus Efeitos</u>	83
<u>Figura 18 - Teoria da Informação e Teoria da Comunicação - um comparativo</u>	89
<u>Figura 19 - Distribuição de Vendas da ATOFINA por Segmento</u>	98
<u>Figura 20 - Organograma da Atofina Brasil</u>	102
<u>Figura 21 - Processo de Venda Local: Novo Cliente</u>	104
<u>Figura 22 - Obtenção de Informações para a Análise de Crédito - Pedido Local</u>	111
<u>Figura 23 - Triângulo de Referência</u>	160
<u>Figura 24 - Princípios Contábeis como Filtro</u>	162

LISTA DE TABELAS

<u>Tabela 1 - Índices Financeiros.....</u>	52
<u>Tabela 2 - Ranking da ATOFINA no Setor Petroquímico.....</u>	95
<u>Tabela 3 - Comparação entre Índices Financeiros Reais e com Superavaliação de 5% da Receita Operacional Bruta (ROB)</u>	137

LISTA DE QUADROS

<u>Quadro 1 - Crítica à Informação Contábil.....</u>	67
<u>Quadro 2 - Escândalos Contábeis Americanos em 2002</u>	79
<u>Quadro 3 – Comparação entre o Papel das Demonstrações Contábeis no Processo de Estabelecimento do Limite de Crédito: Atofina Brasil x Referencial Teórico</u>	134
<u>Quadro 4 – Exemplo de Alteração da Semântica das Contas Patrimoniais por Manipulação Contábil</u>	136
<u>Quadro 5 – Efeito Pragmático de uma Alteração Semântica das Contas Contábeis.....</u>	136

RESUMO

O principal objetivo deste estudo consistiu em descrever o papel das demonstrações contábeis no estabelecimento de limites de crédito a clientes, como uma etapa do processamento de pedidos. Para a consecução deste trabalho, foram realizadas uma vasta pesquisa bibliográfica e um estudo de caso, de caráter descritivo, na Atofina Brasil, empresa do setor químico. Verificou-se, pelo estudo de caso, que o analista de crédito utiliza diversas fontes de informações como meio de subsidiar o processo decisório de estabelecimento do limite de crédito, sendo uma delas as demonstrações contábeis. Apesar de importantes no processo de estabelecimento do limite de crédito, por permitir averiguar a situação econômico-financeira do cliente, as demonstrações contábeis não veiculam toda a informação relevante para a tomada de decisão de crédito. Assim, o analista de crédito da Atofina Brasil também fundamenta sua decisão utilizando informações de mercado, do setor e outras informações extraídas dos relatórios emitidos pelo SCI e SERASA para uma determinada empresa. Com relação à influência das demonstrações contábeis no ciclo do pedido da Atofina Brasil, foi constatado que o período de tempo necessário ao processo de análise de crédito não está atrelado à qualidade do conteúdo da informação contábil. Isso porque o analista de crédito considera que as demonstrações contábeis representam adequadamente a situação econômico-financeira da empresa. Ademais, a principal limitação das demonstrações contábeis constatada na pesquisa foi no tocante à sua característica estática, que faz com que a durabilidade da informação contábil útil para análise de crédito seja restrita. Portanto, verifica-se que os credores estão interessados em fontes de informações que estejam imbuídas de um caráter preditivo.

ABSTRACT

This study intends to describe the role of financial statements in the process of establishing the credit limits for customers, as part of the ordering process. In order to accomplish this objective, a broad bibliography review plus a full descriptive case study were performed at Atofina Brazil, a company in the Chemical Industry. Based on this case study, it was possible to confirm that the credit analyst uses many sources of information to define the decision making related to the establishment of a credit limit for a client; the financial statements are one of them. Given that they allow the verification of the economic and financial situation of a customer, although they are important for establishing credit limits, financial statements do not have all the relevant information to support a decision making process. The credit analyst at Atofina Brasil also bases his decision on market and industry information, as well as other information provided by reports issued by SCI and SERASA. In respect to the financial statements impact on the order cycle of Atofina Brasil, it was verified that the time period necessary to the credit analysis process is not related to the quality of accounting information content. This is because the credit analyst considers that financial statements are suitable to represent the economic and financial situation of a company. The major limitation of financial statements pointed out by the credit analyst was regarding the static characteristic of such reports that constrains the durability of useful information to credit analysis. Thus, it is shown that creditors are interested in sources of information that embrace a predictive character. In this way, accounting information is relevant to credit decisions only if has some predictive capacity.

CAPÍTULO 1 – CARACTERIZAÇÃO DO PROBLEMA

1.1 INTRODUÇÃO

O objetivo básico da Contabilidade, como preceituado por IUDÍCIBUS (1997:22), é o de prover os usuários das demonstrações contábeis com informações que os apoiem no processo de tomada de decisões econômicas, sejam elas operacionais, de financiamento ou de investimento. O credor, por exemplo, estaria interessado em que a Contabilidade pudesse fornecer indícios com relação à geração de fluxos de caixa futuros suficientes pelos seus clientes, de modo que eles fossem capazes de honrar os compromissos assumidos, com segurança.

Conforme McDONALD (1972:19), em estudo conduzido por Grady (1965), foi ressaltado que a Contabilidade é um dos meios pelos quais os gestores se reportam aos seus vários usuários. No entanto, foi observado que os relatórios contábeis não são um fim em si mesmo, mas sim um meio de satisfazer outros fins, os quais são inerentes ao ambiente político e econômico em que se desenvolveu a idéia de responsabilidade fiduciária da Contabilidade, ou seja, a necessidade de fornecimento de relatórios contábeis úteis, confiáveis e fidedignos aos seus usuários, a fim de respaldar o processo de decisão.

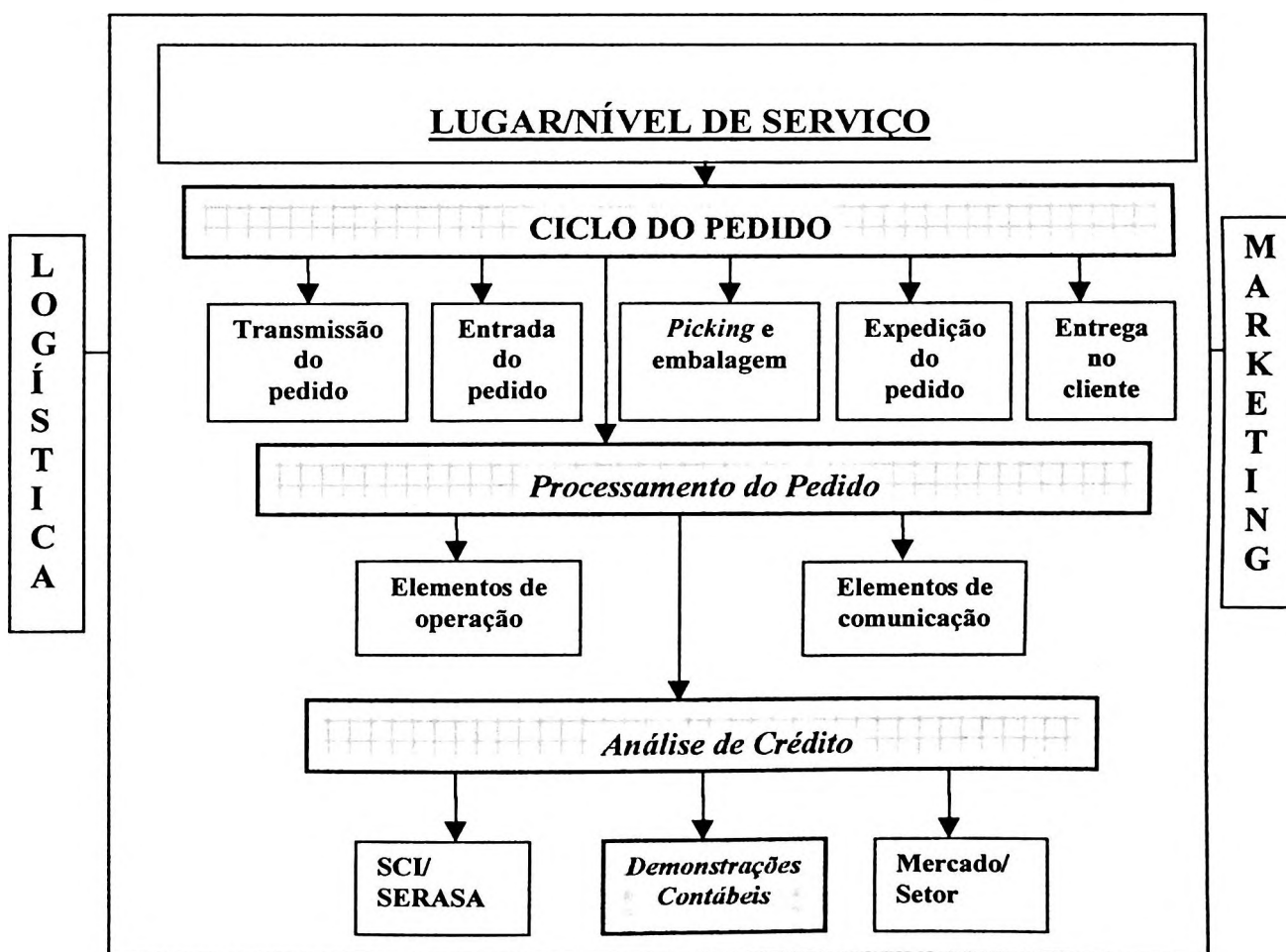
Informações acuradas e confiáveis são fundamentais para o modelo decisório do analista de crédito, de modo que ele possa atingir os objetivos precípuos da análise de crédito, quais sejam os de identificar os riscos nas situações de crédito, evidenciar conclusões quanto à capacidade do cliente em honrar sua dívida e fazer recomendações relativas à melhor estruturação de crédito a conceder, tendo em perspectiva a maximização dos resultados da empresa.

Adicionalmente, o analista de crédito, ao utilizar informações contábeis como meio de subsidiar o processo de avaliação de risco de crédito, deve atentar também ao fato de que essa atividade se encontra inserida no contexto da cadeia de suprimentos, em que a logística deve criar utilidade de lugar e tempo para os clientes, em um ambiente de extrema complexidade e competitividade.

O principal objetivo da pesquisa realizada por meio deste trabalho foi o de descrever o papel das demonstrações contábeis no processo de estabelecimento do limite de crédito a um cliente, como parte do processamento do pedido, tendo em vista que o tempo de análise de crédito na Atofina Brasil leva em média 48 horas, podendo chegar até a 96 horas em situações em que ocorre demora na obtenção das informações necessárias para conclusão da análise.

Como mostra a Figura 1, a atividade de análise de crédito é parte integrante do processamento do pedido, tendo como um dos seus escopos principais de trabalho o estabelecimento do limite de crédito de um cliente, o qual possibilitará ou não a consecução da venda a prazo.

Figura 1 – A Atividade da Análise de Crédito no Contexto de Logística Integrada



Fonte: Adaptado de LAMBERT, Douglas M., STOCK, James R., VANTINE, J.G. Administração Estratégica de Logística. São Paulo: Vantine Consultoria, 1998, p. 43

Com base em COOPER e SLAGMULDER (1998), para as finalidades deste trabalho assume-se como pressuposto que a eficiência, em termos de rapidez, custo e qualidade e eficácia, em termos de funcionalidade, *delivery* e criação de valor da atividade de análise de crédito ao cliente, como parte do processamento do pedido, contribuem para a consecução do nível de serviço logístico.

O trabalho se concentra na dimensão semântica da semiótica, porém sem deixar de avaliar seu respectivo efeito relativo na pragmática para explicar o efeito que as demonstrações contábeis poderiam ter sobre o usuário (o analista de crédito).

1.1.1 Situação-Problema

Devido à maior complexidade do ambiente de negócios, a coordenação das atividades da cadeia de suprimentos deve ser ampliada para que haja resposta rápida às demandas dos clientes. Nesse sentido, a rapidez no atendimento ao pedido deve ser observada como um fator de vantagem competitiva.

CHRISTOPHER (1997:138) explica que:

“Sob o ponto de vista do cliente, existe apenas um prazo: o tempo decorrido desde a entrega do pedido até a entrega do produto. Certamente, esta é uma variável competitiva à medida que um número cada vez maior de mercados está se tornando mais competitivo em relação ao tempo. Entretanto, isto representa um ponto de vista parcial a respeito de prazo. Tão importante quanto, agora sob a ótica do fornecedor, é o tempo decorrido entre a transformação de um pedido em caixa que, na realidade, é o tempo total em que o capital de giro fica comprometido, desde a aquisição dos materiais até o pagamento pelo cliente”.

Ademais, em uma economia globalizada, as empresas trabalham com margens de lucro cada vez menores. Portanto, a avaliação do risco de crédito nas empresas comerciais e industriais tornou-se crítica, para assegurar o recebimento das vendas a prazo.

Para o estabelecimento do limite de crédito, um fator determinante é o resultado tanto qualitativo como quantitativo da análise de crédito.

No que tange ao aspecto quantitativo, tratamos especificamente do tempo decorrido para o desenvolvimento da atividade de análise de crédito. E, qualitativamente, há que se entender que limite de crédito (LC) é função da análise de crédito, ou $LC=f(\text{Análise de Crédito})$, já que, quanto melhor o *rating* estabelecido, maior o limite de crédito, e vice-versa.

No que se refere à conceituação de *rating*, SECURATO (2002: 182) explica que:

“Classificar um crédito é, a partir de um conjunto de informações e de determinados parâmetros previamente selecionados, identificar qual categoria de risco de crédito o cliente ativo ou potencial – pessoa jurídica ou física – se insere. O grau de risco é uma qualificação atribuída em função de indicadores financeiros combinados a informações de caráter qualitativo, que indica com que severidade o cliente deverá ser tratado, tanto no momento do estabelecimento dos limites de crédito ou de aprovação de uma operação específica quanto no posterior gerenciamento do risco”.

SECURATO (2002), SILVA (2000), CAOUETTE, ALTMAN e NARAYANAN (2000), AS NTOS (2000), SCHRICKEL (2000), dentre outros autores, argumentam que as demonstrações contábeis se constituem numa das principais fontes de informações para o processo de tomada de decisão de crédito.

Apesar de amplamente discutida na literatura de análise de crédito a utilização de informações extraídas das demonstrações contábeis para apoiar as decisões de crédito, no entanto, verifica-se uma lacuna no concernente à caracterização do papel das informações contábeis no processo de definição do limite de crédito, como parte do processamento do pedido e a identificação de influências no tempo de consecução do mesmo.

Além disso, para se compreender o papel das demonstrações contábeis no processamento de pedidos e, conseqüentemente, no respectivo ciclo do pedido, é crucial o entendimento de como a análise dessas demonstrações contábeis está inserida nesse contexto. Assim, questiona-se:

Qual é o papel das Demonstrações Contábeis no processo de definição do limite de crédito do cliente, como parte da atividade de processamento de pedidos?

1.2 HIPÓTESE GERAL E SUPLEMENTAR DA PESQUISA

A hipótese geral que orienta o presente trabalho é a de que:

1. As Demonstrações Contábeis exercem papel importante no processo de definição do limite de crédito em decisões de negócios *business to business*.

Além disso, é de se supor, como hipótese suplementar que:

2. A análise das demonstrações contábeis utilizadas na atividade de estabelecimento do limite de crédito, como parte do processamento do pedido, poderia influenciar o ciclo do pedido, de modo que poderia aumentá-lo de forma significativa, devendo ser analisada a veracidade de tal assunção.

1.3 OBJETIVO

O objetivo principal da pesquisa a ser realizada por meio deste trabalho consiste em identificar o papel das demonstrações contábeis no processo relativo à definição de limite de crédito, como parte do processamento do pedido. Como objetivos complementares, este estudo almeja:

- a) Analisar se, na atividade de definição de limite de crédito, as demonstrações contábeis são suficientes.
- b) Identificar a influência das demonstrações no processo de estabelecimento do limite de crédito, no tempo do processamento do pedido e, por consequência, no ciclo do pedido (CP).
- c) Compreender o papel das Demonstrações Contábeis no processo de definição do limite de crédito de um cliente.

1.4 JUSTIFICATIVA, RELEVÂNCIA E CONTRIBUIÇÃO DO ESTUDO

A decisão tomada a partir da análise de crédito afeta os fluxos de caixa futuros da empresa, bem como seu risco operacional.

Segundo AERTS (2001:56):

“O risco operacional pode ser definido como todos os custos resultantes de decisões gerenciais inadequadas, controles incompletos de recursos – pessoas, sistemas, instalações – e processos, e monitoramento insuficiente de fatores de riscos, tais como mudanças na legislação ou mudança de concorrentes do negócio”.

“Estes custos podem representar perdas diretas, despesas indiretas resultantes de interrupção do negócio, ou perdas que não podem ser mensuradas como a reputação denegrida de uma companhia” (tradução da autora).

Pelo fato de a concessão do limite de crédito ser determinante do risco máximo a que uma empresa estará disposta a se expor com um determinado cliente, é importante que se saiba até que ponto a informação contábil vem subsidiar a tomada de decisão de crédito.

Este estudo se justifica por contribuir para o preenchimento das lacunas na literatura, no tocante à caracterização do papel que as informações contábeis exercem no processo de estabelecimento do limite de crédito, como parte do processamento do pedido.

De acordo com os *Statements of Financial Accounting Concepts* nº 1 do FASB, é observada a questão de que as informações contábeis devem servir, preferencialmente, a usuários que careçam de autoridade para influenciar o escopo de tais informações ou que tenham capacidade restrita para interpretá-las, destacando-se, principalmente, pequenos investidores e credores.

Nas considerações de BUNGE (1967:121) *“na ciência, seja ela pura ou aplicada, a teoria é tanto o cume de um ciclo de pesquisas quanto um guia para pesquisas posteriores. Em ciências aplicadas as teorias são, além disso, a base para o sistema de regras prescrevendo o curso de ações práticas ótimas”* (tradução da autora, grifos nossos).

Assim, como contribuição deste estudo, ressalte-se que uma análise crítica e acurada do papel das demonstrações contábeis no processo de estabelecimento do limite de crédito do cliente, como parte do processamento do pedido, ao identificar seus pontos fortes e limitações, vem colaborar para que a Contabilidade se desenvolva no sentido de atender ao seu objetivo de bem informar seus usuários com relação ao retrato fiel da realidade econômica da entidade.

Por fim, a relevância deste estudo reside no conhecimento que esta pesquisa poderá estar agregando, ao papel das demonstrações contábeis no processo de estabelecimento do limite de crédito, como parte do processamento do pedido, em termos práticos, identificando a importância e as limitações das demonstrações contábeis para esse tipo de propósito.

1.5 METODOLOGIA DE PESQUISA

O método adotado é o monográfico. Segundo GIL (2000:42), *“o método monográfico fundamenta-se no estudo aprofundado de um caso considerado representativo de muitos outros ou mesmo de todos os casos semelhantes”*.

De acordo com LAKATOS e MARCONI (1991:108), *“a investigação deve examinar o tema escolhido, observando todos os fatores que o influenciaram e analisando-o em todos os seus aspectos”*.

Ainda GIL (2000:42) explica que *“embora criticado em relação à sua capacidade de generalização, o método monográfico apresenta como vantagem o fato de possibilitar o estudo unitário de um objeto, evitando a fragmentação de seus elementos”*.

Foi tal vantagem que motivou a utilização desse método para o desenvolvimento da pesquisa ora pretendida.

Por meio de reflexão teórica sobre o fenômeno pesquisado, baseada em pesquisa bibliográfica em livros, artigos científicos, dissertações e teses nas áreas de Ciências

Contábeis, Administração e afins, e de estudo de caso em uma empresa química, buscase a solução do problema ora apresentado.

Adotou-se o estudo de caso como estratégia de pesquisa posto que, neste trabalho, diferentemente de uma pesquisa elaborada por meio de levantamento, havia a necessidade de se lidar com questões contextuais inerentes à utilização das demonstrações contábeis no processo de estabelecimento do limite de crédito, como parte do processamento de pedidos de uma organização específica.

Dessa forma, o estudo de caso foi considerado o melhor método para atender aos propósitos da pesquisa, haja vista que, conforme explica YIN (1989), *“caracteriza-se por se tratar de um estudo empírico em que é investigado um fenômeno atual dentro de seu contexto real. A fronteira entre o fenômeno e o contexto não são claramente definidas e devem ser utilizadas diversas bases de evidências. Ademais, a variância de dados entre um caso e outro é muito grande”*.

O Método do Estudo de Caso *“... não é uma técnica específica. É um meio de organizar dados sociais preservando o caráter unitário do objeto social estudado”* (GOODE & HATT, 1969: 422). De outra forma, TULL (1976: 323) afirma que *“um estudo de caso refere-se a uma análise intensiva de uma situação particular”* e BONOMA (1985: 203) explica que o *“estudo de caso é uma descrição de uma situação gerencial”*.

O estudo de caso foi utilizado de modo descritivo, buscando associações entre o uso de demonstrações contábeis e o processo de estabelecimento do limite de crédito.

A Atofina Brasil foi a empresa escolhida para se proceder ao estudo de caso, visto que apresentou as características necessárias para se estar procedendo ao estudo, ou seja, empresa cujos clientes são pessoas jurídicas, utilizando demonstrações contábeis como fonte de informação para análise de crédito, atuando num contexto de cadeia de suprimentos, em que a logística é um fator de estratégia competitiva¹. Adicionalmente, a empresa mostrou-se interessada em colaborar com a realização do estudo de caso, o que demandava o esclarecimento de seus procedimentos internos, de cunho confidencial.

¹ THE WORLD OF ATOFINA. Relatório Anual 2001. France, 2002.

Acrescentam-se, ainda, as considerações de ACKOFF (1962:24) no concernente à pesquisa aplicada:

“A pesquisa aplicada tem a vantagem de ser capaz de formular critérios de sua própria eficiência em termos dos objetivos para os quais o problema está sendo investigado” (tradução da autora).

1.6 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

O estudo se restringe à atividade logística de processamento do pedido, ou mais especificamente, à própria atividade de análise de crédito do cliente e o seu papel no ciclo do pedido, já que é, nesse momento, que ocorre a utilização efetiva das demonstrações contábeis das empresas-clientes, para fins de tomada de decisão de estabelecimento de limite de crédito, em uma transação de venda a prazo.

O ciclo do pedido do cliente inclui o tempo decorrido entre a colocação do pedido e o recebimento dos produtos nos estoques do cliente. Analisar-se-á somente a parte do ciclo do pedido interna à empresa fornecedora, isto é, o espaço de tempo decorrido desde o recebimento do pedido até sua expedição para o cliente (carregamento do caminhão), focalizando, sobretudo, o tempo demandado pela atividade de análise de crédito.

A análise de crédito, ora em pauta, trata da avaliação do risco de crédito nos negócios entre empresas, ou seja, negócios *business to business*, em que a empresa B (cliente industrial ou representante industrial) compra mercadorias de uma empresa A (fabricante), configurando-se B em pessoa jurídica, devendo fornecer as demonstrações contábeis para que A proceda à análise de crédito.

Mais especificamente, o estudo limita-se à discussão do papel das demonstrações contábeis no processo de estabelecimento do limite de crédito em uma primeira venda a prazo para um cliente.

Não houve a possibilidade de serem abordados os pormenores da elaboração do planejamento das informações econômico-financeiras e de mercado por parte do

analista de crédito da Atofina Brasil, com todas as ponderações e classificações de risco previstas pela política de risco de crédito da empresa para estabelecimento do limite de crédito de um determinado cliente, haja vista o caráter confidencial dessa informação. Contudo, foi possível ter conhecimento da essência do funcionamento e importância da atividade de análise de crédito dentro de seu contexto organizacional, o que possibilitou testar a hipótese considerada neste trabalho de modo satisfatório, dando o suporte necessário às inferências aqui realizadas.

Desde já, adiante-se que não será escopo deste trabalho abordar as diversas metodologias de análise de crédito existentes. Em contrapartida, este estudo se concentra no entendimento do papel das demonstrações contábeis no processo de estabelecimento do limite de crédito de um cliente, haja vista a possibilidade de se pressupor a utilização da informação contábil no modelo decisório do gestor de crédito, conforme constatado em entrevista prévia realizada junto à empresa selecionada.

1.7 ESTRUTURA DO TRABALHO

O estudo foi dividido em cinco capítulos, sendo que o **primeiro** trata da caracterização do problema do entendimento do papel das demonstrações contábeis no processo de estabelecimento do limite de crédito, como parte do processamento de pedidos.

O **capítulo 2** tem por escopo fazer uma revisão bibliográfica dos principais assuntos que respaldam o estudo de caso. Primeiramente, são abordados o fluxo logístico, a gestão da cadeia de suprimentos, logística e fatores de vantagem competitiva, buscando entender o ciclo do pedido do cliente e como a análise de crédito está inserida na cadeia de suprimentos para a consecução dos objetivos logísticos. Ainda é feita uma breve apresentação dos principais aspectos da análise e gestão dos riscos de crédito, focalizando o uso da informação contábil para a tomada de decisão de crédito. Em seguida, trata-se da Teoria da Contabilidade, destacando os objetivos da Contabilidade e suas características qualitativas básicas para tornar a informação contábil útil a seus

usuários, e das teorias a ela subjacentes (Teoria da Mensuração Contábil, Teoria da Comunicação e Teoria dos Signos), visando ao entendimento dos objetivos da Contabilidade sob os três pilares fundamentais da Teoria da Contabilidade: identificação e reconhecimento, mensuração e informação.

No **capítulo 3** é apresentado o estudo de caso tratando do papel das demonstrações contábeis no processo de estabelecimento do limite de crédito da Atofina Brasil, como parte do processamento de pedidos.

O **capítulo 4** refere-se à análise dos resultados do estudo de caso na Atofina Brasil.

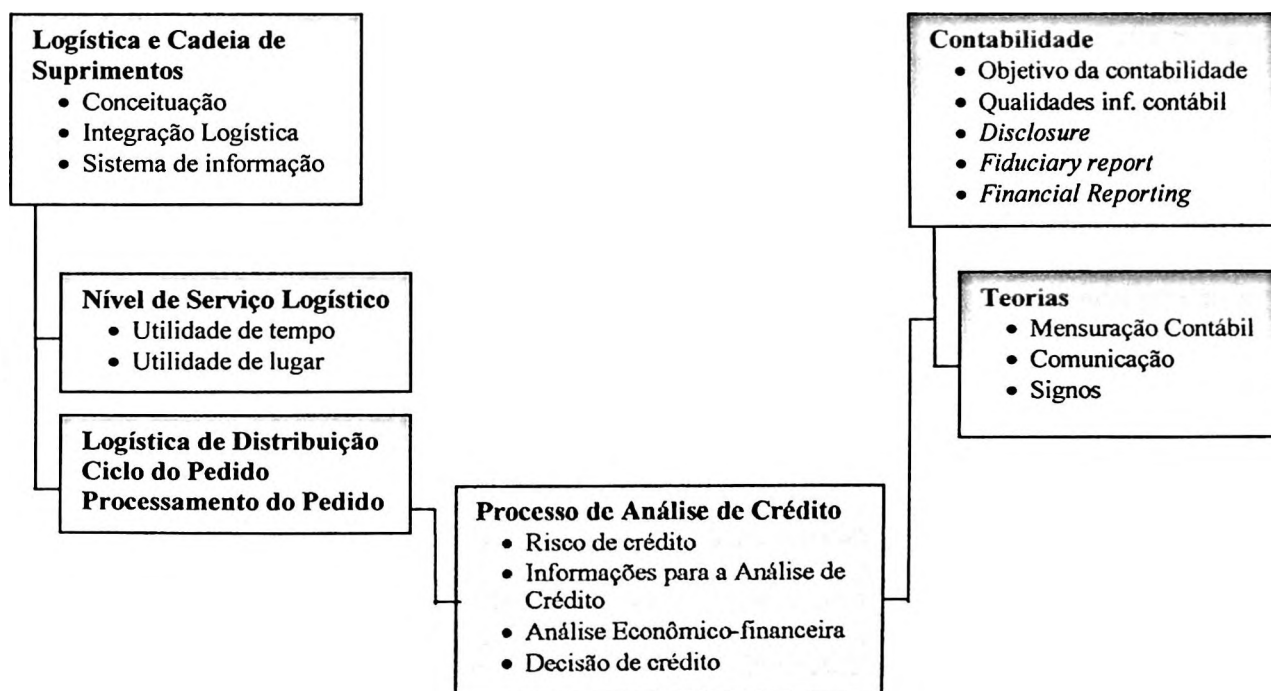
Por fim, o **último capítulo (5)** apresenta as considerações finais do trabalho, diante dos objetivos propostos, identificando o papel das demonstrações contábeis no processo de estabelecimento do limite de crédito, como parte do processamento do pedido.

CAPÍTULO 2 - REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 VISÃO GERAL DO CAPÍTULO

Neste capítulo é apresentada a fundamentação teórica do presente trabalho, conforme resumida na figura 2.

Figura 2 - Processamento do Pedido, Análise de Crédito e Demonstrações Contábeis



Em princípio, aborda-se o fluxo físico logístico, a gestão da cadeia de suprimentos, a logística de distribuição, buscando entender o conceito de ciclo do pedido do cliente e como a análise de crédito está inserida na cadeia de suprimentos para a consecução dos objetivos logísticos.

A logística tem como objetivo disponibilizar o produto certo, no lugar certo, no tempo certo e nas condições almejadas pelo cliente, ao mesmo tempo em que cria valor para a empresa.

Destarte, a logística cria valor para os clientes, fornecedores e acionistas da empresa ao fornecer utilidade de tempo e de lugar na transferência de mercadorias e serviços entre o comprador e o vendedor, posto que não existe valor para produtos e serviços a menos que estejam nas mãos dos clientes quando (tempo) e onde (lugar) eles desejam consumi-los.

Portanto, deve-se atentar para a velocidade e a confiabilidade na qual os itens pedidos pelos clientes tornam-se disponíveis a eles.

A velocidade e a precisão do processamento de pedidos estão atreladas ao nível de serviço ao cliente que é propiciado pela empresa, pois quanto mais tempo levar o ciclo do pedido, menor a satisfação do cliente e, conseqüentemente, menores poderão ser os lucros da empresa.

Considerando-se que as atividades de processamento do pedidos podem ser divididas em três grupos, a saber: (1) elementos operacionais; (2) elementos de comunicação e (3) elementos de crédito e cobrança, o objetivo do trabalho consiste na compreensão do papel das demonstrações contábeis no processo de análise de crédito do cliente, como parte do processamento de pedidos.

Assim sendo, posteriormente, é feita uma breve abordagem sobre os principais aspectos da análise e gestão dos riscos de crédito, focalizando o papel das demonstrações contábeis no processo de análise de crédito.

O limite de crédito atribuído a um determinado cliente é o risco máximo que a empresa está disposta a correr com ele. Caso a empresa tenha uma política de liberação de crédito muito liberal, estará muito exposta aos riscos de seus clientes. Por outro lado, políticas de crédito muito rígidas podem provocar diminuições na venda, corroendo a lucratividade da empresa. Dessa forma, a empresa deve utilizar um parâmetro confiável como balizador de sua decisão de conceder ou não o crédito a um determinado cliente.

Portanto, a Contabilidade deve gerar informações que proporcionem aos seus usuários, incluindo o analista de crédito, uma base segura para suas decisões (responsabilidade fiduciária da Contabilidade), pela compreensão da situação econômico-financeira da empresa, seus riscos e oportunidades.

Assim, é apresentada uma breve consideração sobre a Teoria da Contabilidade e as teorias a ela subjacentes [Teoria da Mensuração Contábil, Teoria da Comunicação e Teoria dos Signos (aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos)], bem como o entendimento dos objetivos da Contabilidade, as qualidades básicas da informação contábil, os conceitos de *financial reporting*, *fiduciary reports* e *disclosure*, os problemas de fraude e manipulação contábil.

Ressalta-se o fato de que a informação contábil deve ser imbuída de um caráter preditivo e divulgada de acordo com os conceitos de *financial reporting* e *fiduciary reports*, possibilitando que os usuários da Contabilidade tenham também acesso à informação de natureza não financeira, que seja relevante para o entendimento das operações da empresa e de suas demonstrações contábeis.

Além disso, visando a compreender o processo comunicacional da mensagem contábil emanada nos diversos relatórios contábeis tanto de uso interno como externo, pode-se levar em consideração a construção de significação contábil, na qual as dimensões sintática, semântica e pragmática da Semiótica podem auxiliar.

2.2 ALGUNS ASPECTOS DA LOGÍSTICA DE DISTRIBUIÇÃO

A logística, em última instância, afeta a capacidade da área de marketing em criar satisfação do cliente, pois é responsável pelo *placement* do produto, ao menor custo possível, dado um determinado nível de serviço.

Nesta seção, pretende-se fazer uma revisão dos principais conceitos de logística empresarial, destacando a logística em função do nível de serviço ao cliente, tratando dos fluxos físico e de informação logística, dando especial atenção à compreensão do conceito de processamento do pedido e suas variáveis.

2.2.1 Conceituação de Logística e *Supply Chain Management*

Uma das formas mais clássicas de compreensão do que é Logística consiste na explicação dos Sete C's logísticos. Conforme RUTNER e LANGLEY (2000:73), “*os sete C's definem a logística como a garantia do produto certo, na quantidade certa, na condição certa, no lugar certo, na hora certa, para o cliente certo, ao custo certo*” (tradução da autora).

Já o *Council of Logistics Management*² (2002) define Logística como:

“O processo de planejamento, implementação e controle do fluxo eficiente e eficaz de matérias-primas, estoques de produtos semi-acabados, acabados e do fluxo de informações a eles relativos, desde a origem até o consumo, com o propósito de atender às exigências dos clientes” (tradução da autora).

Assim, a logística pode ser compreendida como uma parte fundamental do gerenciamento da cadeia de suprimentos, uma forma de conduzir os negócios com base na satisfação das necessidades, exigências, desejos e expectativas dos clientes, aproveitando as sinergias e oportunidades de *trade-offs* (trocas compensatórias) entre os elos das diversas atividades da cadeia. Outrossim, observa-se que o cliente representa o foco principal do negócio, sendo a razão para se começar e completar a atividade de criação de valor.

BOWERSOX, CLOSS e HELFERICH (1986:8) definem a responsabilidade logística como sendo a “*responsabilidade gerencial de conceber e administrar um sistema de controle de materiais, estoque em processamento e de produtos acabados para alcançar os objetivos estratégicos da empresa*” (tradução da autora).

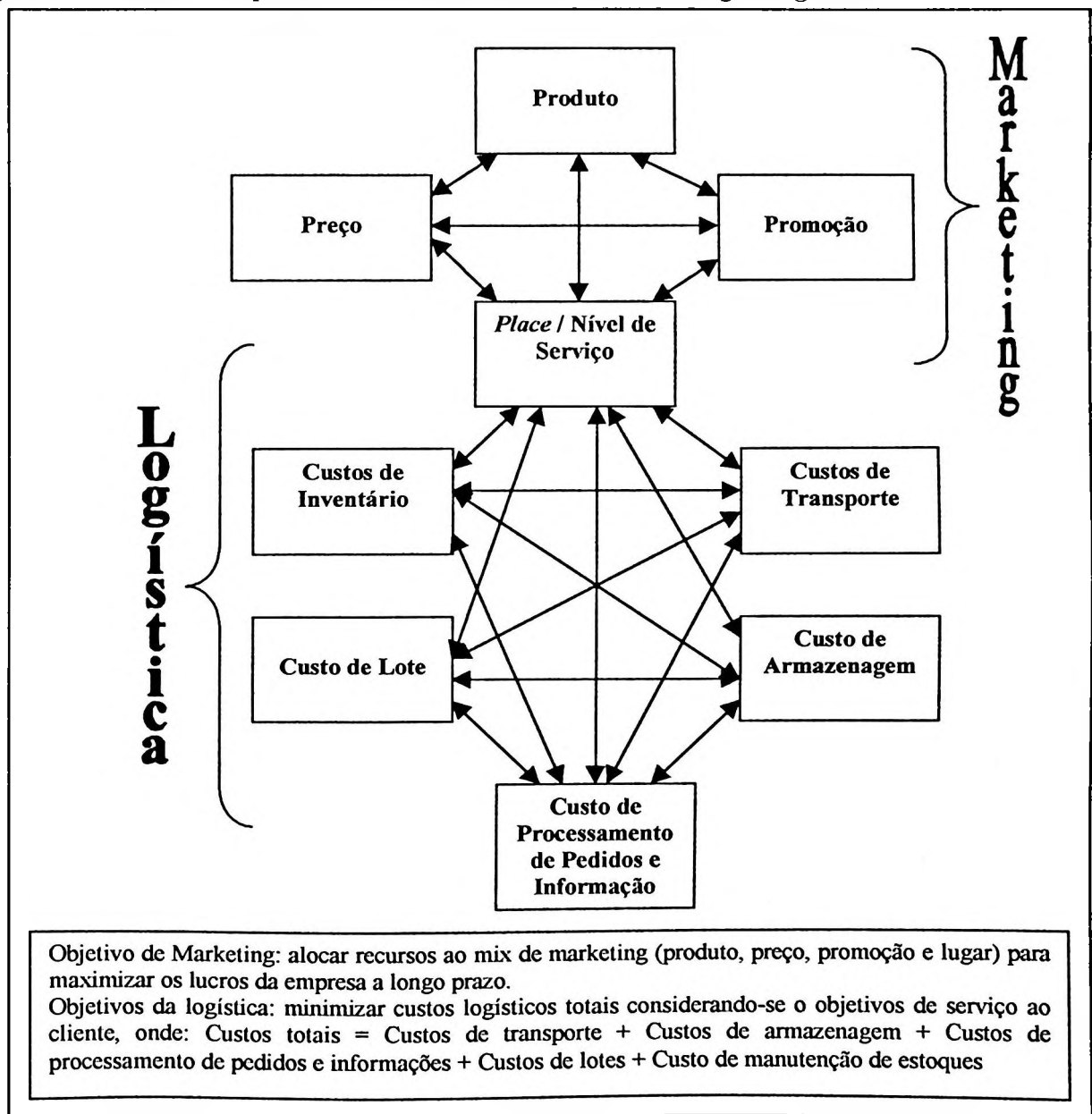
Dessa maneira, o objetivo gerencial fundamental é assegurar a integração de todos os componentes do sistema logístico. Essa integração pode ser obtida primeiramente pela conciliação das áreas individuais da distribuição física, apoio à manufatura e compras, os componentes da estrutura de localização da planta, previsão e gerenciamento de pedidos de transporte, estoque, armazenagem, e embalagem, às quais devem ser gerenciadas com vistas no custo total logístico em detrimento da minimização

²Council of Logistics Management. Disponível em: www.clm1.org/. Acessado em 15/03/02.

de custo em cada área individual. Em um próximo passo, as atividades logísticas devem ser integradas em um esforço único.

Finalmente, a logística deve ter objetivos consistentes com os objetivos de marketing, conforme demonstrado na figura 3, manufatura e finanças estando alinhadas aos objetivos estratégicos da empresa.

Figura 3 - Trocas Compensatórias Necessárias em Marketing e Logística



Porém, conforme PECK e JÜTTNER (2000:33), hoje a responsabilidade logística está ampliada pelo fato de não estar concentrada apenas no fluxo dos processos e na otimização dos custos de uma única empresa. Faz-se necessário considerar toda a cadeia de suprimentos, sob o conceito da empresa em questão.

Conforme *The International Center for Competitive Excellence* (COOPER et al., 1998:18),

“Supply Chain Management (administração da cadeia de suprimentos) é a integração dos processos do negócio desde o usuário final até os fornecedores originais que proporcionam os produtos, serviços e informações que agregam valor para o cliente.”

Assim, a cadeia de suprimentos pode ser interpretada como um conjunto de alianças, no qual cada parceiro desempenha um papel com competências específicas em cada parte da cadeia, de modo que os esforços conjuntos sejam voltados à consecução de vantagens competitivas para a criação de valor para todos eles.

Tal assunção é corroborada por PECK e JÜTTNER (2000:34) ao explicarem que:

“De uma perspectiva de administração de marketing e relacionamento, a cadeia de suprimento não é apenas um conjunto de empresas e unidades de negócios relacionadas verticalmente, mas envolve uma diversidade de diferentes cenários. O relacionamento da configuração deveria ser otimizado em um fluxo de criação de valor” (tradução da autora).

O *supply chain management* deve estar alinhado ao planejamento estratégico de cada entidade, uma vez que está correlacionado ao seu sucesso empresarial. No desenvolvimento do planejamento estratégico, as empresas buscam identificar suas oportunidades e ameaças, seus pontos fortes e fracos. No atual cenário de negócios, em que as mudanças econômicas, sociais, tecnológicas e competitivas são extremamente rápidas, os gestores devem considerar todos os riscos e oportunidades inerentes ao seu negócio.

Uma empresa pode lograr vantagem competitiva através de uma estratégia de custo ou de diferenciação que seja sustentável. PORTER (1992:44) afirma que as fontes reais de vantagem competitiva consistem na otimização e coordenação dos elos entre as

atividades, que freqüentemente refletem *trade-offs* (trocas compensatórias) entre objetivos contraditórios.

Quando uma vantagem competitiva em custo é conquistada, a empresa pode oferecer produtos a baixos preços. Já na vantagem competitiva conquistada por diferenciação, a empresa oferecerá produtos de alta funcionalidade a seus clientes, porém a um preço prêmio e ao menor prazo de entrega possível.

As empresas que perceberam a importância da informação para traçar as estratégias-chave para a gestão da cadeia de suprimentos têm alcançado uma vantagem defensável no mercado, ou seja, uma posição de superioridade duradoura sobre os concorrentes, quanto à preferência do cliente.

O papel da logística como fator de vantagem competitiva está intimamente vinculado à otimização de seu desempenho, uma vez que ao propiciar o produto certo, na hora certa, no local certo, para o cliente certo, repercutirá positivamente no resultado da empresa.

Com relação à questão de desempenho logístico BOWERSOX, CLOSS e HELFERICH (1986:27) argumentam o seguinte:

“O desempenho logístico é, em última análise, uma questão de prioridade e de custo. Se um determinado material não estiver disponível quando exigido pelo sistema de manufatura, pode ser necessária uma parada da planta, resultando em custos e possíveis perdas de venda. A penalidade para tal falha é grande. Portanto, a prioridade estabelecida para o desempenho em tais situações é tipicamente alta. Em contrapartida, o impacto de um atraso de dois dias na entrega de produtos ao armazém de uma cadeia de supermercados pode ser limitado à reprogramação de entrega ao supermercado. A prioridade colocada no desempenho deve ser diretamente relacionada ao impacto da falha” (tradução da autora).

A gestão logística consiste numa filosofia de negócio, baseada nas demandas do mercado, com vistas a agregar valor para o consumidor final por meio de um fluxo físico e de informação mais eficiente ao longo de toda a cadeia. O objetivo é administrar a logística para proporcionar a alta satisfação do cliente a um custo razoável.

KOTLER (2000:558) exemplifica tal premissa da seguinte maneira;

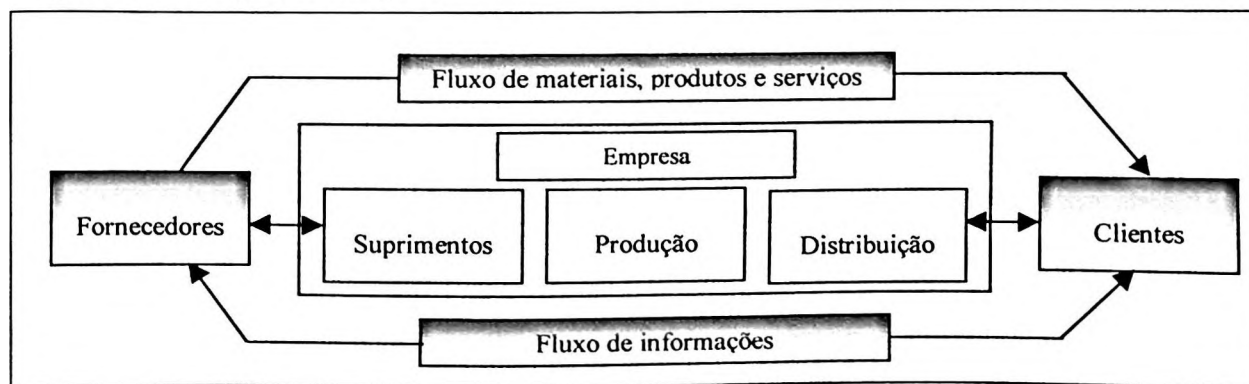
“Uma empresa de software acha que seu negócio é produzir e embalar discos e manuais de software, e então enviá-los aos distribuidores – que os remetem para os varejistas, que por sua vez os entregam aos clientes. Os clientes levam o software para casa ou para o escritório e o instalam em seus discos rígidos. A logística questionaria essa abordagem. Há dois sistemas melhores de entrega. O primeiro deles seria encomendar o software a ser instalado no disco rígido do cliente. O segundo seria a instalação do software em um computador pelo próprio fabricante. Ambas as soluções eliminam a necessidade de imprimir, embalar, transportar e estocar milhões de discos e manuais. As mesmas soluções podem servir para a distribuição de CDs, jornais, videogames, filmes e outros produtos que envolvem voz, texto, dados ou imagens”.

Assim, a logística contribui de maneira sistemática para o gerenciamento dos recursos de uma empresa (fluxo de materiais e informações), antecipando mudanças de modo a obter vantagem competitiva. Para isso, primeiramente, faz-se necessária a integração de todos os processos logísticos e a otimização de seus inter-relacionamentos com as demais áreas que os permeiam.

2.2.2 Logística Integrada

A logística pode ser vista como o elo entre o mercado e as atividades operacionais da empresa, integrados por dois fluxos inter-relacionados: o fluxo físico de materiais, produtos e serviços e o fluxo de informações, conforme evidenciado na figura 4.

Figura 4 - Integração Logística



Fonte: ROCHA, Welington. Contribuição ao Estudo de um Modelo Conceitual de Sistema de Informação de Gestão Estratégica. Tese de Doutorado apresentada à Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 1999, p. 31.

A integração logística é de importância fundamental para que as decisões sejam tomadas visando à otimização do resultado global da empresa. GUERREIRO (1999:317) afirma que *“a empresa, como um empreendimento coletivo, exige para seu sucesso a definição de parâmetros que orientem a atuação das partes em benefício do todo, principalmente considerando que a maximização dos resultados setoriais não conduz necessariamente à otimização do resultado global da empresa”*.

Para explicar o inter-relacionamento do fluxo de materiais e informações, ressalta-se o fato de que informações precisas sobre as necessidades dos clientes, assim como informações precisas e em tempo real sobre a disponibilidade de peças e produtos, são fundamentais para a redução de estoques, por exemplo. Quando é possível saber o que e quando os clientes desejam e quando os fornecedores entregarão os produtos, a necessidade de se manter estoques de segurança se reduz.

Nesse sentido, pode-se citar o exemplo da Iomega. BOVET e MARTHA (2001:121) explicam que a *“Iomega, uma fabricante de sistemas de dados de armazenagem de 1.7 bilhão de dólares, vem demonstrando os benefícios obtidos quando as empresas controlam os sistemas integrados de informações da cadeia de suprimento. A empresa implantou pacotes de softwares de Tecnologia de i2 – Planejador de Demanda, Planejador de Manufatura e Planejador da Cadeia de Suprimentos – para criar um fluxo eficiente de informações em toda rede. O novo sistema reduziu substancialmente os estoques da Iomega para cerca de 155 milhões de dólares, o que representa uma redução geral de 50%”*.

Vale ressaltar a importância da tecnologia de informação (TI) para o gerenciamento eficaz do fluxo de informações considerado na estratégia corporativa.

Nesse sentido, LEWIS (2001:5) explana que a estratégia empresarial está cada vez mais atenta ao fluxo de informação entre clientes e fornecedores. Enquanto os produtos físicos não podem ser movimentados tão rapidamente quanto às informações, as expectativas de que os processos logísticos possam ser cumpridos aumentaram com o rápido avanço em TI. Conseqüentemente, a distribuição física dos produtos está sendo

reestruturada para aproveitar as vantagens do aumento da eficiência da TI, notadamente na facilidade de comunicação entre diferentes componentes da cadeia de suprimentos.

O fluxo de informações deve ser cuidadosamente planejado. Para tal, é necessário considerar questões como: quais são as principais decisões operacionais recorrentes e os elementos de informação que devem ser considerados, quais fluxos devem ser simultâneos e quais devem ser seqüenciais, qual o nível de acesso de dados e processos operacionais os fornecedores e outros parceiros devem ter, dentre outras.

Além disso, o fluxo de informações logísticas deve permitir ações no nível estratégico, tático e operacional. Para que sejam atendidos os pressupostos dos objetivos estratégicos e táticos da logística, deve-se coordenar e planejar o fluxo de informação para integrar atividades específicas de uma empresa. Deve proporcionar também a melhor consecução das atividades operacionais diárias da logística, quais sejam: o gerenciamento e processamento do pedido, operações de distribuição, o gerenciamento do inventário, transporte e embarque, bem como operações de compra.

Observa-se que um fator crítico para o sucesso do gerenciamento da cadeia de suprimentos é a integração de todos os processos relativos às atividades operacionais de uma empresa, seus clientes e fornecedores. Nesse sentido, McGUFFOG e WADSLEY (1999:219) advertem sobre a importância da coordenação dos elos na cadeia de suprimentos e o perigo de as organizações trabalharem tanto interna quanto externamente sem integração, o que pode gerar desperdícios de recursos ao longo da cadeia de suprimentos.

O princípio básico da integração logística reside na coordenação do valor adicionado de todo o processo de movimentação do fluxo de materiais que, para um melhor entendimento, é subdividido por BOWERSOX e CLOSS (1996:35) em distribuição, fabricação e compras.

O processo de distribuição se refere à movimentação de produtos acabados aos clientes. Na distribuição física, o cliente é o destino final do canal de marketing. Todos os sistemas de distribuição física possuem uma característica em comum: ligam os

fabricantes, atacadistas e varejistas aos canais de marketing que proporciona a disponibilidade do produto como um aspecto integral de todo o processo de marketing.

Evidentemente, tal processo é de importância singular, já que, embora o custo de cada componente e sua movimentação se tornem parte do processo de valor adicionado ao longo dos processos de compra e manufatura e haja um resultado econômico em cada parte do processo, somente ao ocorrer a entrega final do produto ao cliente, quando (utilidade de tempo) e onde (utilidade de lugar) especificado, é que ocorre a adição de valor mais significativa e a maior propensão de realização desse valor em termos financeiros, posto que na venda a prazo, ainda existe um risco de crédito.

A distribuição física inclui as atividades relacionadas a proporcionar serviços a clientes. Envolve o recebimento e o processamento do pedido, disposição de estoques, armazenagem e manuseio, e transporte ao cliente dentro de um canal de distribuição. O principal objetivo da distribuição física é auxiliar na geração de receitas por proporcionar estrategicamente níveis de serviços desejados ao menor custo total.

O processamento do pedido e sua relação com a análise de crédito, por serem o foco deste trabalho, serão analisados cuidadosamente em seções subseqüentes.

A fabricação diz respeito à administração dos materiais em processamento, bem como seu fluxo nos estágios de fabricação. A principal responsabilidade logística na fabricação é participar na formulação de uma programação de produção e a organização para a disponibilidade tempestiva de materiais, partes componentes e materiais em processo. Portanto, no processo de fabricação, a participação logística diz respeito a: o que, quando e onde os produtos serão fabricados.

A fabricação inclui as atividades relacionadas ao planejamento, programação e suporte das operações de manufatura, envolvendo a programação de estoques de produção em andamento, seu manuseio e transporte.

A atividade de Compras refere-se à logística interna (*inbound logistics*) da aquisição e organização dos materiais, componentes e estoques de produtos acabados dos fornecedores para as fábricas, ou locais de montagem, armazéns ou varejistas, diferentemente da distribuição física que trata das atividades de logística externa

(*outbound logistics*). Relaciona-se à disponibilização do material desejado onde e quando requeridos. Como bem observado por BOWERSOX e CLOSS (1996:36), embora compras e distribuição física tenham um estreito relacionamento, o nível de controle gerencial e riscos relacionados à performance da falha varia substancialmente entre ambos.

Assim, a integração logística inclui as atividades de compra, planejamento de produção, controle de inventário, manuseio de materiais, armazenagem, transporte, distribuição, processamento do pedido e serviços ao cliente.

Com a coordenação do fluxo de materiais e serviços é possível haver a criação de valor. A criação de valor na logística é dada em função do tempo (produto disponível quando o cliente o deseja) e lugar (onde o cliente deseja consumi-lo).

2.2.3 Nível de Serviço ao Cliente

O objetivo do serviço a clientes é prover utilidade de tempo e lugar aos produtos, ou seja, disponibilizá-los aos clientes ou consumidores quando e onde por eles exigidos, para que haja a criação de valor. Dessa maneira, sob a perspectiva logística, serviço ao cliente é o resultado de todas as atividades logísticas visando a criar utilidade de tempo e lugar.

KYJ e KYJ (1994: 41) observam que “*serviços ao cliente, quando utilizados de forma eficaz, é uma variável primária que pode ter um impacto significativo na criação da demanda e da retenção da lealdade do cliente*”.

Já segundo HESKETT (1994:4), a logística de serviço ao cliente pode ser definida como “*a velocidade e a confiabilidade com a qual os itens pedidos (pelos clientes) podem se tornar disponíveis*”.

BOWERSOX et. al (1980:86) explica que na concepção de um canal de distribuição física, além das considerações das características do produto e do custo total

de integração das atividades de distribuição física, deve-se incluir também os objetivos de serviços a clientes.

O objetivo do gerenciamento do custo logístico é a minimização do custo logístico total, envolvendo todas as atividades logísticas, dado um determinado nível de serviço, surgindo o conceito de análise do custo total na administração logística. Não se trata de considerar apenas as funções departamentais isoladamente, mas abarcá-las de modo processual. O custo total logístico é o custo do processo.

Assim, para um melhor gerenciamento logístico, os custos devem ser captados à medida que os produtos e pedidos fluem em direção ao cliente.

LAMBERT e BURDUROGLU (2000:6) conceituam a análise de custo total como sendo a *“minimização dos custos totais de logística incluindo transporte, armazenagem, inventário, processamento de pedidos e sistemas de informações, bem como lote de compra e os custos relativos à quantidade de lote de produção, atendendo a um dado nível de serviço ao cliente”* (tradução da autora).

Dessa maneira, deve-se atentar para as trocas compensatórias (*trade-offs*) entre as atividades logísticas, uma vez que os custos logísticos interagem entre si, podendo haver correlações negativas entre eles. A análise de trocas compensatórias consiste na *“avaliação dos custos associados com cada componente do sistema de distribuição física com o propósito de assegurar a combinação dos componentes que proporcionarão o mais baixo custo logístico para um particular nível de serviço”* (LAMBERT e ARBITRAGE, 1980:46 – tradução da autora).

Isso explica o porquê do foco da análise de custo total residir na consideração dos custos de todas as atividades logísticas de maneira integrada para que se avaliem as economias sistematicamente, em detrimento da preocupação de se reduzir custos de atividades logísticas individuais.

Decisões de transporte constituem um bom exemplo de *trade-offs* a serem conciliados e balanceados. A título de elucidação, pode existir o caso em que a empresa opte por utilizar um tipo de contêiner mais barato para minimizar os custos de transporte, mas essa decisão acarrete maior incidência de produtos avariados, não

havendo economia no sistema como um todo. Ou, então, uma empresa pode decidir por frete marítimo, ao invés de aéreo, porque o primeiro é mais barato. Mas por outro lado, o transporte marítimo não é tão rápido, resultando em um aumento do inventário em trânsito e, talvez, numa perda de venda devido ao fato de o produto não estar disponível ao cliente na hora certa.

Os custos totais da logística estão diretamente relacionados ao nível de serviço estabelecido. Assim sendo, quanto maior o nível de serviço, maior será o custo logístico para atendê-lo. Portanto, há um desafio para as empresas encontrar uma maneira ótima de balancear nível de serviços e custo total de logística.

BOWERSOX, DONALD e CLOSS (1986:28) observam o seguinte:

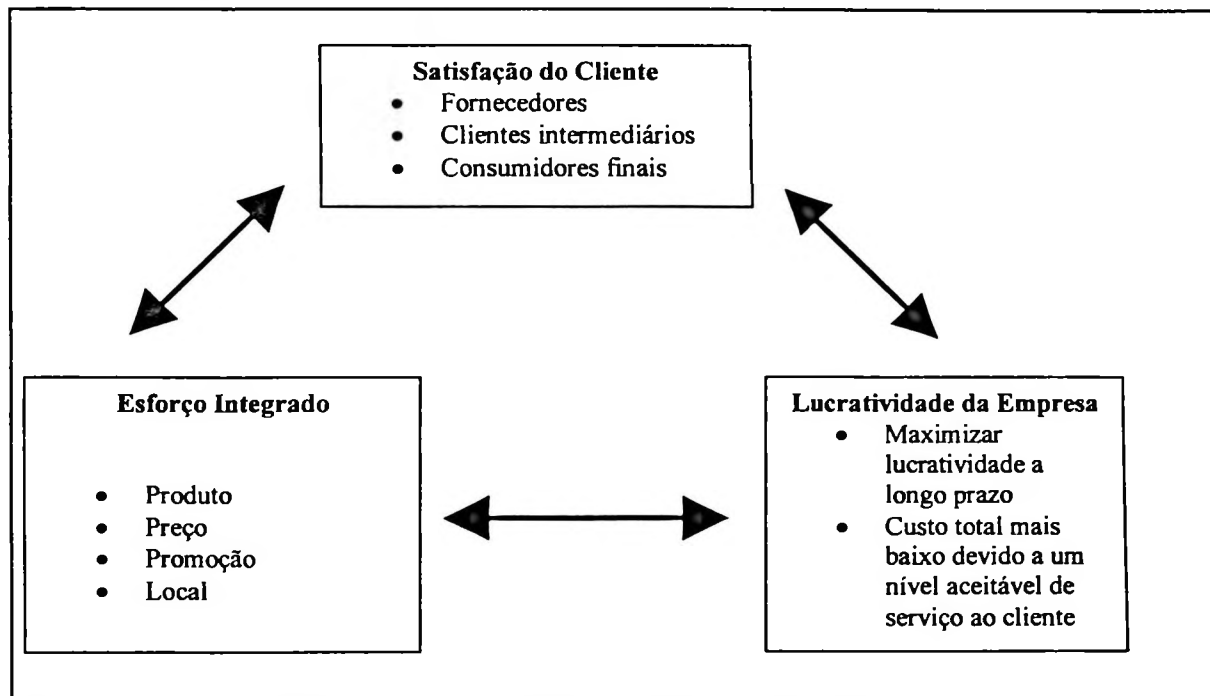
“Um grande problema advém do fato de que os custos logísticos e um bom desempenho logístico têm um inter-relacionamento desproporcional. Uma empresa que mantém um padrão de serviço de entrega de produto à noite com um cumprimento de metas de 95% pode apresentar aproximadamente o dobro dos custos logísticos do que aquela que desenvolve um programa de entrega de segundo turno matinal com cumprimento de metas de 90%. A mesma empresa, tendo estabelecido uma política de serviço de entrega à noite com uma consistência maior que 95%, poderia facilmente corroer seus lucros pela tentativa de ter um desempenho o qual possivelmente não é necessário, esperado ou exigido pelos clientes” (tradução da autora).

LAMBERT, STOCK e VANTINE (1998:47) explicam o custo associado aos níveis alternativos de serviço ao cliente como sendo *“o custo de vendas perdidas (não apenas a margem perdida pelo não cumprimento da demanda atual de vendas, mas o valor presente de todas as contribuições futuras ao lucro não realizadas devido à perda do cliente por falta de mercadoria, longos prazos de entrega ou outras falhas em serviço)”*. O prazo de entrega é uma questão crucial no ciclo de pedido. Destarte, a análise e/ou liberação de crédito deve ser realizada de maneira rápida para não impactar no nível de serviço logístico estabelecido.

De acordo com LAMBERT, STOCK e VANTINE (1998:7) e observado na figura 5, *“a administração eficaz da logística complementa o esforço de marketing da empresa (que pode criar vantagem diferencial no mercado), proporcionando um*

direcionamento eficaz do produto ao cliente colocando o produto no lugar certo e no momento certo”.

Figura 5 - Conceito de Administração de Marketing/Logística



Fonte: LAMBERT, Douglas M., et. al. Administração Estratégica da Logística. São Paulo: Vantine Consultoria, 1998, p.9.

Uma vez que os clientes têm necessidades distintas de serviços e características, eles não devem ser tratados da mesma forma. Assim, de posse da análise de rentabilidade de clientes, a empresa pode estruturar estratégias para melhor atender aos clientes existentes, cuja rentabilidade seja alta. Como a empresa deve agregar valor para o cliente, é completamente incoerente desperdiçar um nível de serviço alto para um cliente que não perceba esse valor.

FIGUEIREDO (1996:9) explica que se deve “segmentar os clientes de acordo com o valor econômico que representam para a empresa, e em cada segmento, identificar os atributos mais valorizados pelos clientes do segmento e definir o nível de serviço atributo por atributo”.

Além disso, ao haver o conhecimento do custo do serviço ao cliente, pode-se cobrar pelo nível de serviço proporcionado de forma justa, evitando que um cliente subsidie atividades que não utiliza.

O'GUTIN (1991:189) descreve um estudo de caso de aplicação do ABC sobre custos de distribuição na Excel Medical, o qual permitiu identificar, dentre outras coisas, quanto custava servir cada segmento de mercado.

ELLINGER, DAUGHERTY e GUSTIN (1997:128) e COPACINO (1999) ressaltam que a empresa pode, através da segmentação dos custos logísticos por clientes, estudar descontos a clientes cuja exigência por serviços seja menor, bem como negociar relações ganha-ganha entre fornecedores e compradores.

Tais análises de lucratividade por cliente podem também ser uma fonte de dados importante para a determinação da política de crédito da empresa, devido ao fato de que clientes mais lucrativos podem merecer um limite de crédito "*premium*".

2.2.4 Definição de Logística de Distribuição

As várias atividades logísticas, ou seja, transporte, manutenção de estoques, processamento de pedidos, embalagem protetora, manuseio de materiais, manutenção de informações e outras atividades de apoio, estão presentes tanto na logística de suprimentos (*inbound*) como na logística de distribuição (*outbound*).

Como o foco deste trabalho é a compreensão da análise de crédito no contexto do ciclo de processamento de pedido, o qual é parte integrante dos processos de logística de distribuição física, faz-se conveniente uma breve explanação sobre os principais conceitos de tal processo.

BALLOU (1993:40) define a distribuição física como:

"O ramo da logística empresarial que trata da movimentação, estocagem e processamento de pedidos dos produtos finais da firma. Costuma ser a atividade mais importante

em termos de custo para a maioria das empresas, pois absorve cerca de dois terços dos custos logísticos”.

“A distribuição física preocupa-se principalmente com bens acabados ou semi-acabados, ou seja, com mercadorias que a companhia oferece para vender e que não planeja executar processamentos posteriores. Desde o instante em que a produção é finalizada até o momento no qual o comprador toma posse dela, as mercadorias são responsabilidade da logística, que deve mantê-las no depósito da fábrica e transportá-las até depósitos locais ou diretamente ao cliente. O profissional de logística deve preocupar-se em garantir a disponibilidade dos produtos requeridos pelos clientes à medida que o desejem e se isto pode ser feito a um custo razoável”.

A administração da distribuição física deve ser feita tanto no nível estratégico, como no tático e operacional. O estratégico diz respeito à configuração do sistema de distribuição. O tático refere-se à utilização de recursos. Já o operacional trata das tarefas diárias da logística de distribuição.

A logística de distribuição está intimamente ligada ao marketing (produto, lugar – ou seja, distribuição física, preço e promoção). A demanda é obtida através do *mix* de produtos, preço e promoção. Para essa demanda ser atendida, o quesito lugar é fator primordial, sendo essa a responsabilidade da logística de distribuição.

Nesse mesmo entendimento, BOWERSOX, et. al (1980:199) fazem as seguintes considerações:

“O canal de transação consiste de intermediários especializados, tais como fabricantes, pessoal de vendas, atacadistas e varejistas engajados na negociação, contratação e na administração pós-venda, de forma contínua. O canal de distribuição física é formado por uma rede de intermediários engajados nas funções de movimentação física. Os participantes são os especialistas na distribuição física voltados à resolução de problemas envolvendo a transferência de produtos. O canal de distribuição física provê utilidade de tempo e lugar a um custo consistente com os objetivos de marketing” (tradução da autora).

Posto que a logística de distribuição crie valor dependendo principalmente das variáveis tempo e lugar, denota-se, dessa maneira, a importância de que as demais áreas da empresa correlacionadas à logística de distribuição também desempenhem suas atividades de forma rápida e eficiente, a fim de contribuírem sinergicamente para a criação de valor. A análise de crédito, sendo uma dessas atividades, deve ter políticas

claras e procedimentos eficientes, buscando contribuir com a criação de valor da empresa.

2.2.5 Sistema de Informação Logística

Visando a entender o sistema de informação logística, o qual busca otimizar o ciclo operacional da empresa, primeiramente, é importante entender o papel do sistema de informação.

LEWIS (2001:5) explica que um *“sistema de informações desempenha três papéis fundamentais em qualquer tipo de organização: suportam as operações (como captura de dados sobre pontos de venda), a tomada de decisões dos gestores (como a escolha de fornecedores) e vantagens competitivas estratégicas (como por exemplo, a possibilidade de a empresa integrar toda a sua cadeia de suprimentos)”* – (tradução da autora).

Posto que a informação é um recurso, conforme explicado por MARTIN (1987:10), devem ser estabelecidos mecanismos com o objetivo de tornar sua utilização mais racional, devendo ser observada a relação custo/benefício para sua obtenção e utilização.

A informação é essencial para o sucesso da movimentação de materiais e transações financeiras ao longo da cadeia de valores das organizações, devendo ser adequadamente capturada, classificada e integrada às atividades da empresa.

Corroborando com esse raciocínio BOVET e MARTHA (2001:196) explicam que *“o modelo de informações é vital. Uma rede de atendimento do pedido bem projetada pode introduzir decisões inteligentes no fluxo do pedido. Por exemplo, o sistema pode expedir um pedido diretamente para uma das várias operações de atendimento. Quando a notificação é recebida informando que um item foi embarcado, ele pode enviar um e-mail ao cliente confirmando o embarque. Caso exista algum item pendente, o cliente pode ser automaticamente informado e decidir se deseja ou não*

cancelá-lo. E quando a transação for concluída, a rede poderá emitir automaticamente uma solicitação de pagamento ao banco”.

Observa-se que é crescente a demanda por sistemas que compartilhem informações em rede para aumentar a velocidade de transações internacionais, permitindo, por exemplo, que distribuidores possam prever os custos logísticos totais, redimensionar entregas em trânsito como também tomar decisões com base em informações atualizadas.

Faz-se conveniente conceituar o sistema de informação logística, o qual é definido por GUSTIN (1994:5.5) como sendo o sistema que controla o fluxo de materiais, desde a compra de matérias-primas até a distribuição física de produtos acabados.

Na figura 6, os materiais e as informações tendem a ter um fluxo de direções contrárias, podendo ocorrer tanto dentro e entre as diversas atividades de logística de uma empresa, como também entre outras atividades como manufatura e marketing, por exemplo.

Deve-se ressaltar que, com o advento da logística global e das diversas parcerias na cadeia de suprimentos, o sistema logístico passou a envolver também fornecedores, clientes e intermediários (os operadores logísticos). Tal cenário, após o advento do *e-business*, tornou-se ainda mais complexo.

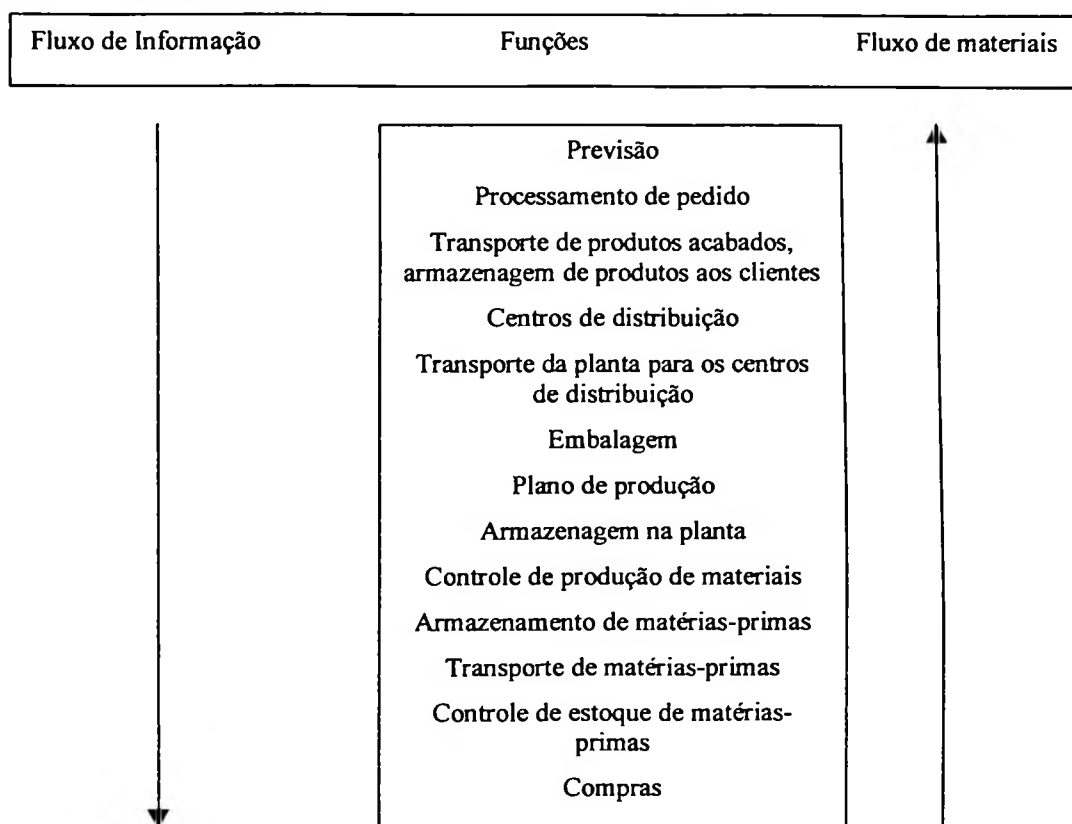
Portanto, dada a complexidade da cadeia de suprimentos na atualidade, o fluxo de informação passou a ser elemento chave para as decisões envolvendo o relacionamento com clientes, incluindo, inclusive a logística de distribuição e a análise de crédito.

Corroborando essa argumentação, KUGLIN (1997:149) explica que a qualidade da informação é crítica. Em um mundo em constante mudança, com produção enxuta, as decisões operacionais, táticas e estratégicas devem tomadas de forma rápida e pontual – e estas decisões são baseadas em informações.

Nota-se que os sistemas de informação representam uma integração de dados, dando suporte aos funcionários e aos métodos de solução de problemas usados para

respaldar o planejamento e as operações logísticas. É de se considerar que os sistemas de informação logística são uma parte integrante da revolução da informação, otimizando o ciclo operacional das empresas.

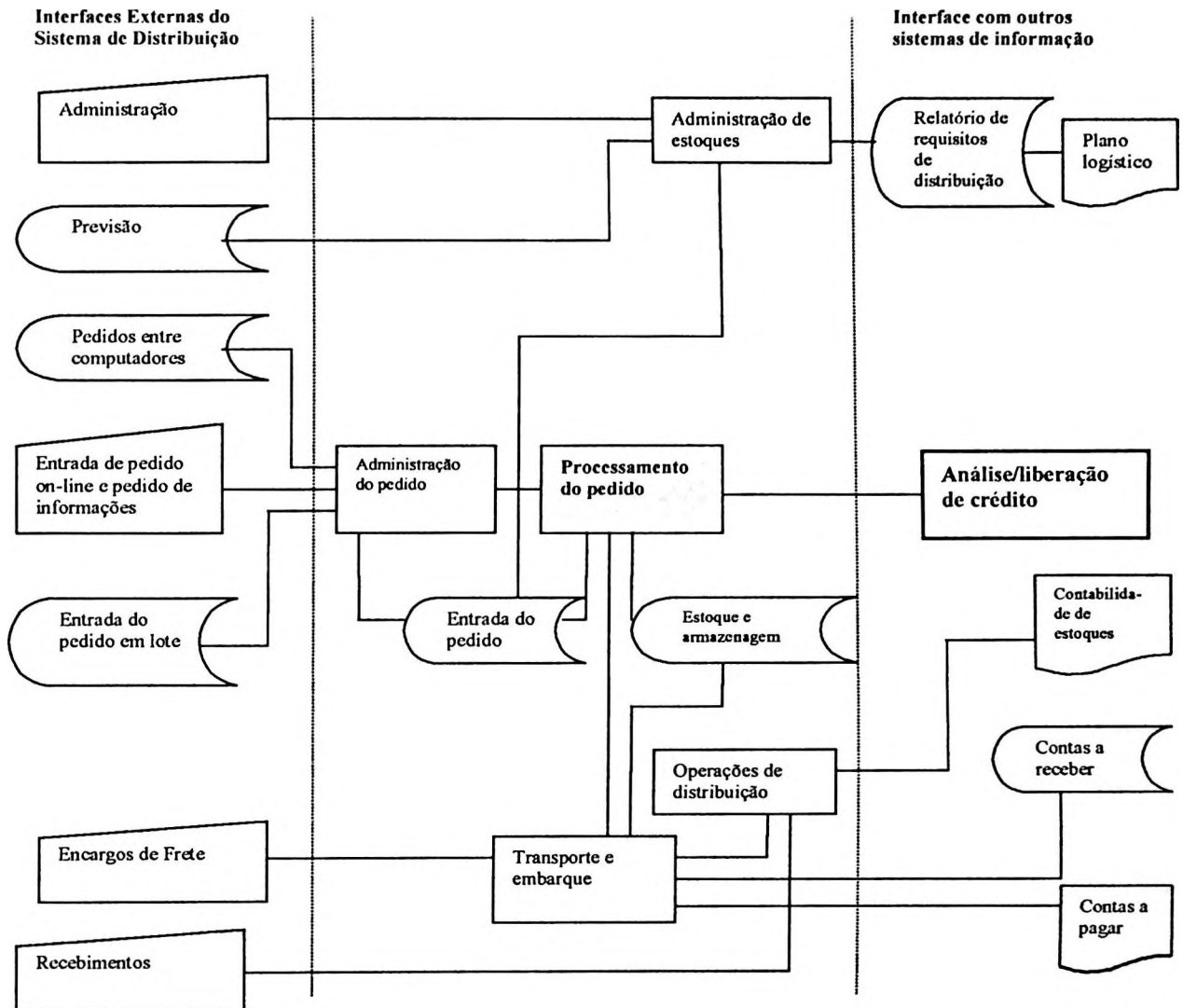
Figura 6 - O Processo Logístico



Fonte: HESKETT, L. James. Logistics – Essential to Strategy, Harvard Business Review, Nov/ Dec 1977, p. 87.

A Figura 7 representa o fluxo do sistema de informação logística e sua interface com outros sistemas de informação, com destaque para a análise/liberação de crédito que é necessária para a liberação do pedido. Alerta-se para o fato de que a competitividade da empresa depende também de seu potencial de integração e flexibilidade interna e externa de seu fluxo de informação logística.

Figura 7 – Fluxo do Sistema Logístico de Informação



Fonte: Adaptado de BOWERSOX, Donald J., CLOSS, David J. Logistical management: the integrated supply chain process. McGraw-Hill, 1996, p. 203.

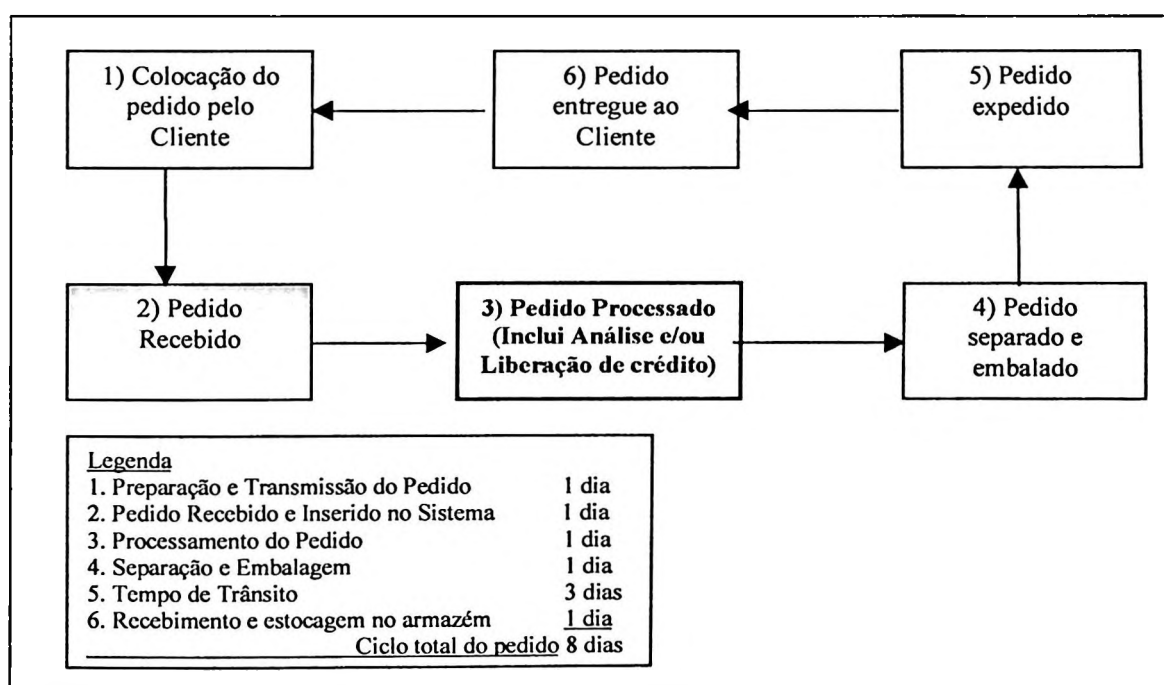
2.2.6 Processamento do Pedido

O pedido do cliente funciona como mensagem de comunicação que irá desencadear uma série de atividades logísticas, devendo o seu processamento ser veloz e com qualidade, de modo a propiciar o produto certo, na hora certa, nas condições certas,

ao cliente certo, uma vez que a velocidade e a precisão do processamento de pedidos de uma empresa guardam relação direta com o nível de serviço ao cliente proporcionado pela empresa.

O ciclo de pedido do cliente, conforme conceituado por LAMBERT, STOCK e VANTINE (1998:518) e demonstrado na figura 8, inclui o tempo que se passa entre a colocação do pedido até o seu recebimento no estoque do cliente, consistindo, tipicamente, das seguintes etapas: (1) preparação e transmissão do pedido; (2) recebimento e entrada do pedido; (3) processamento do pedido, (4) resgate no estoque e embalagem; (5) expedição do pedido e (6) entrega e descarregamento no cliente.

Figura 8 - Ciclo Total do Pedido: Perspectiva do Cliente



Fonte: Adaptado de LAMBERT, Douglas M., et. al. Administração Estratégica da Logística. São Paulo: Vantine Consultoria, 1998, p.519.

Segundo LALONDE e ZINSZER (1976: iv), os componentes das atividades de processamento de pedidos podem ser subdivididos em três grupos: (1) elementos operacionais, tais como verificação de disponibilidade do produto, escalonamento,

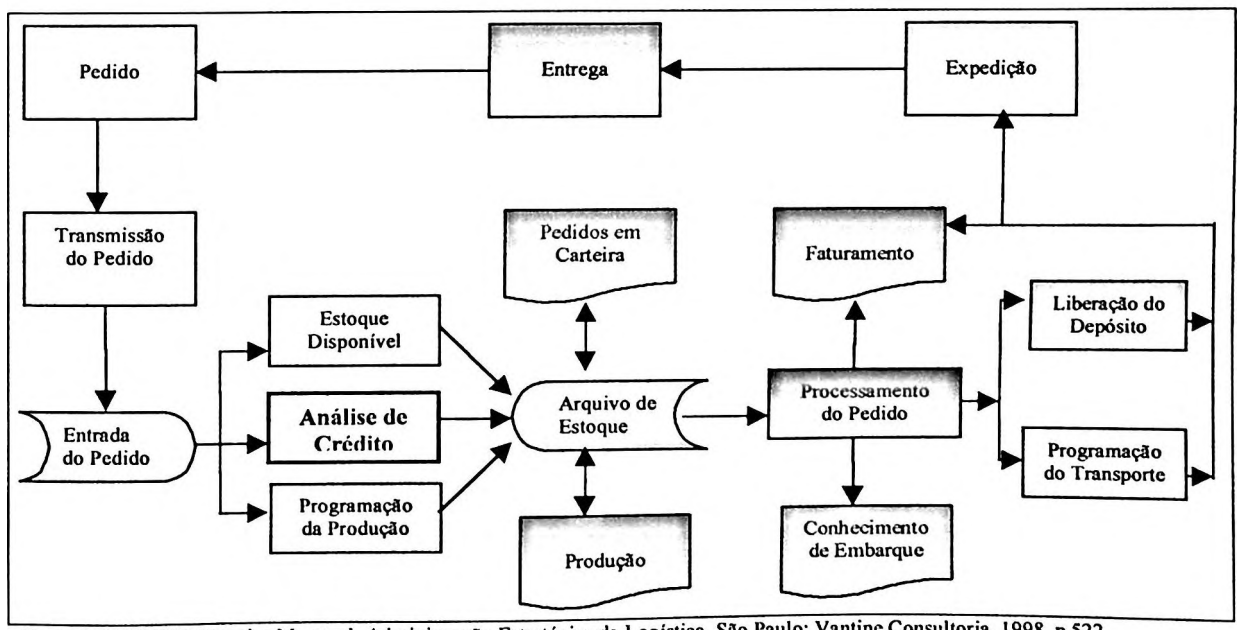
preparação para a expedição e faturamento; (2) elementos de comunicação, destacando-se alterações no pedido, consulta sobre situação, localização e velocidade do pedido, correção de erros e pedidos de informações; e (3) **elementos de crédito** como informações cadastrais, análise e limite de crédito.

Deve-se, também, levar em pauta que um sistema de processamento de pedidos automatizado e integrado pode reduzir os atrasos inesperados e os erros no processo, permitindo tomar decisões mais acuradas, além de melhorar a coordenação interna da empresa. Com a automação, pode haver redução de estoques, faturamento mais rápido e melhoria do fluxo de caixa da empresa.

Para entender o papel da análise de crédito na logística de distribuição, faz-se conveniente entender o fluxo de informações disseminadas quando o cliente coloca um pedido.

Na figura 9 é apresentado um suposto caminho que o pedido do cliente pode tomar.

Figura 9 - O Caminho do Pedido do Cliente



Fonte: LAMBERT, Douglas M., et. al. Administração Estratégica da Logística. São Paulo: Vantine Consultoria, 1998, p.522.

Segundo BALLOU (2001: 82), os elementos do ciclo do pedido são: o tempo de transmissão e processamento do pedido, o tempo de montagem do pedido, a disponibilidade de estoque, o tempo de produção e o tempo de entrega.

O tempo de transmissão inclui a consolidação do pedido e a transmissão do mesmo para os armazéns. O processamento do pedido inclui atividades como preparação de documentação de embarque, atualização de registros de estoque, coordenação de liberação de crédito, checagem de erros nos pedidos, comunicação com os clientes e partes interessadas dentro da empresa, situação de pedidos e disseminação da informação do pedido para vendas, produção e contabilidade. A montagem do pedido refere-se ao tempo demandado para liberar o embarque para a entrega. O tempo de aquisição de estoque adicional diz respeito ao tempo gasto para obter estoque na planta no caso de falta no estoque. Por fim, o tempo de entrega é o tempo exigido para movimentar o pedido do estoque até a localização do cliente.

BALLOU (2001:114) ainda observa que *“as atividades de processamento de pedido podem representar a maior parte do tempo total do ciclo do pedido. Assim sendo, o gerenciamento das atividades dos componentes do processamento de pedido e do ciclo de pedido total é crucial para o nível de serviço ao cliente a ser alcançado”*(grifos nossos).

Observa-se que o processamento do pedido enseja uma diversidade de tarefas nas diversas áreas das empresas, tais como consulta de crédito, verificação de estoques, programação de transportes, embalagem, dentre outras, as quais devem ser eficazes para garantir o nível de serviço ao cliente.

No que se refere às atividades logísticas iniciadas pelo sistema de processamento de pedidos, LAMBERT, STOCK e VANTINE (1998:539) destacam: (1) a determinação do meio de transporte, a transportadora e a seqüência de carregamento; (2) a localização no estoque e a reparação das listas de retirada e embalagem; (3) retirada e embalagem pelo armazém; (4) atualização do arquivo de estoques, subtraindo os produtos retirados; (5) impressão automática de listas de reposição; (6) preparação dos documentos de embarque; e (7) expedição do produto para o cliente.

Analisando-se a figura 9, pode-se notar que, ao ser recebido o pedido e realizada a sua entrada no sistema de processamento, deve-se checar, dentre outras coisas, a situação creditícia do cliente, para, então, haver as operações de distribuição e o conseqüente transporte e embarque do produto ao cliente.

Assim, quanto maior a agilidade no processamento do pedido e na análise de crédito do mesmo, mais rápido o produto será entregue ao cliente, o que é fundamental para a finalização do ciclo de criação de valor da empresa.

Os clientes estão cada vez mais sensíveis ao tempo decorrido desde a entrega do pedido até a entrega do produto (tempo do ciclo do pedido). Isso enseja a necessidade de a empresa ponderar sobre a maior coordenação do processamento de pedidos até para haver maior confiabilidade das entregas dos mesmos.

BOVET e MARTHA (2001:41) explicam que a confiabilidade é uma importante dimensão do serviço excepcional.

“Confiabilidade significa entregas previsíveis e absolutamente dentro do prazo, conforme esperado pelo cliente. Um pedido perfeito é aquele que é expedido no prazo e executado, mas ainda mais importante, é aquele que é recebido no local desejado pelo cliente, dentro de uma janela de horário precisa, em excelentes condições e pronto para utilização. Também inclui a flexibilidade para atender às mudanças de última hora do cliente, com níveis de serviços igualmente altos”.

Tais considerações têm sua relevância fundamentada no fato de que o ciclo incerto do pedido é um fator de variância que afeta o desempenho tanto da empresa como do cliente. BALLOU (2001:83) explica que *“o tempo do ciclo de pedido para um cliente particular pode variar grandemente em relação aos padrões da empresa, dependendo das regras de prioridades ou falta delas, que foram estabelecidas para o processamento de entrada de pedidos. Distinguir um cliente dos demais pode ser necessário quando ocorrem pedidos em aberto”.*

Dada essa contextualização dos processos e sistemas logísticos e de sua interface no ambiente econômico dos negócios, tratar-se-á, adiante, mais especificamente, sobre o processo de análise de crédito nos negócios entre empresas.

2.3. O PROCESSO DE ANÁLISE DE CRÉDITO

Este estudo se limita ao entendimento do papel das demonstrações contábeis no processo de análise de crédito, como parte do processamento de pedidos, partindo-se do pressuposto de que os relatórios contábeis representam uma das fontes de informações sobre a confiabilidade do cliente a serem utilizadas na tomada de decisão de aprovar ou não o crédito solicitado.

O propósito, nesta seção, é apresentar os aspectos conceituais básicos pertinentes à análise de crédito da empresa sem, no entanto, preocupar-se em tratar os modelos que utilizam outras fontes de dados que não os contábeis.

Dessa maneira, o foco desta seção restringe-se à análise de crédito realizada por empresas industriais para estabelecer limites de crédito na venda a prazo aos seus clientes, que no caso serão apenas pessoas jurídicas, não abordando, dessa maneira, a análise de crédito feita especificamente pelo setor bancário, nem a pessoas físicas.

2.3.1 O Conceito de Crédito

Primeiramente, faz-se conveniente estabelecer uma definição para crédito.

Em consonância com o entendimento de SCHRICKEL (2000: 25):

“Crédito é todo ato de vontade ou disposição de alguém destacar ou ceder, temporariamente, parte do seu patrimônio a um terceiro, com a expectativa de que esta parcela volte a sua posse integralmente, após decorrido o tempo estipulado”.

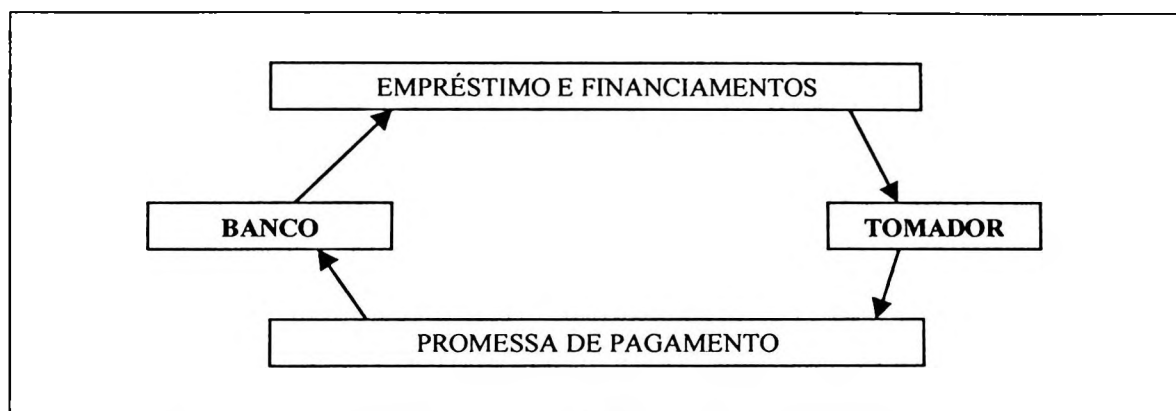
Já SILVA (2000: 63) trata do significado da palavra crédito dependendo do contexto em que está sendo empregada, tendo o seguinte entendimento:

“Crédito consiste na entrega de um valor presente mediante uma promessa de pagamento. Numa loja de calçados, uma venda a crédito é caracterizada pela entrega da mercadoria (calçados) ao cliente, mediante uma promessa de pagamento, em uma ou mais parcelas, num prazo futuro, definido de comum acordo entre as partes. Em um banco, que tem a intermediação financeira como sua principal atividade, o crédito consiste em colocar à

disposição do cliente (tomador de recursos) certo valor sob a forma de empréstimo ou financiamento, mediante uma promessa de pagamento numa data futura. Na verdade, o banco está comprando uma promessa de pagamento, pagando ao tomador (vendedor) um determinado valor para, no futuro, receber um valor maior”.

A figura 10 representa esquematicamente o crédito.

Figura 10 - Representação do Crédito



Fonte: SILVA, José Pereira da. *Gestão e Análise de Risco de Crédito*. 3ª ed. – São Paulo : Atlas, 2000, p. 63.

FREEMAN (B14:2001) alerta para os novos desafios da análise de crédito na logística global, explicando que, recentemente, a maioria das empresas tem planejado ou assinalado intenções de participar dos negócios *business to business* (B2B). Tais mudanças no relacionamento com os fornecedores e atacadistas, bem como mudanças internas em compras e crédito, criaram novos desafios. Além disso, o B2B envolve riscos operacionais para o investidor, bem como riscos para os compradores e vendedores.

Vale ressaltar que, por envolver uma expectativa de recebimento, toda e qualquer decisão de crédito apresenta uma expectativa de risco. Sendo assim, a concessão de crédito é análoga à decisão de investimento, porém refere-se a um investimento vinculado à venda de um produto ou serviço.

Na análise de crédito, segundo assertiva de SOLOMON e PRINGLE (1981:194), “...o objetivo não é maximizar as vendas ou minimizar as perdas com devedores

incobráveis. Para maximizar as vendas, a empresa venderia a prazo a qualquer pessoa; para minimizar as perdas com devedores incobráveis não venderia a ninguém”.

Dessa forma, a finalidade da análise de crédito é averiguar a adequação entre o crédito solicitado e a capacidade financeira do cliente em estar honrando tal dívida.

2.3.2 O Conceito de Risco

Antes de focalizar o risco de crédito, far-se-á uma breve esclarecimento sobre o risco em geral. A palavra risco tem sua origem etimológica no italiano antigo *risicare*, que significa ‘ousar’.

BERNSTEIN (1997:1) observa que:

“A idéia revolucionária que definiu a fronteira entre os tempos modernos e o passado é o domínio do risco: a noção de que o futuro é mais do que um capricho dos deuses e de que os homens e as mulheres não são passivos da natureza. Até os seres humanos descobrirem como transpor essa fronteira, o futuro era um espelho do passado ou o domínio obscuro de oráculos e adivinhos que detinham o monopólio sobre o conhecimento dos eventos previstos”.

Portanto, já que o homem de negócios moderno se preocupa com o risco e para ter domínio sobre ele precisa de ferramentas adequadas, mister se faz que tais ferramentas estejam embasadas por informações fidedignas e acuradas, destacando-se a importância do papel da Contabilidade em comunicar adequadamente os eventos econômicos e suas mutações.

De acordo com PILIPÓVIK (1998:161), risco representa incerteza, devendo-se, portanto, identificar e quantificar todas as incertezas que afetam o valor do portfólio de ativos.

Porém, SILVA (2000: 75) esclarece que, em finanças, têm sido utilizados conceitos distintos para risco e incerteza, de acordo com enfoques estatísticos. Para esse autor:

“Risco existe quando o tomador de decisões pode basear-se em probabilidades objetivas para estimar diferentes resultados, de modo que sua expectativa se baseia em dados históricos, e portanto, a decisão é tomada a partir de estimativas julgadas aceitáveis pelo tomador de

decisões. Incerteza ocorre quando não se dispõe de dados históricos acerca de um fato, o que poderá exigir que o tomador de decisões faça uma distribuição probabilística subjetiva, isto é, baseada em sua sensibilidade pessoal”.

Já SECURATO (1999: 34) explica que:

“A definição mais utilizada para o risco em finanças é a do desvio-padrão de uma distribuição de probabilidades. Assim, quando um investimento apresenta um ganho médio de 15% a.a. com desvio de 20% a.a., podemos entender que há uma concentração de probabilidades de ocorrer um retorno entre – 5% a.a. e 35% a.a., no qual em média ganhamos 15% a.a.”.

Em conformidade com BERTSEKAS (1976:17), a *“noção de risco é importante já que captura um atributo básico das atitudes do tomador de decisão e caracteriza importantes aspectos do seu comportamento”.*

DAMODARAN (2001:26) alerta para o fato de que para uma medida de risco ser considerada boa, deve ser padronizada, de modo que um investidor, ao examinar a medida de risco de um determinado investimento, possa chegar a uma conclusão quanto ao risco do mesmo quando comparado a outros.

SAUNDERS (2000:99) classifica o risco em: risco operacional, risco de liquidez, risco de mercado, risco legal e risco de crédito, o qual é definido como o potencial de perda decorrente da incapacidade da contraparte de honrar suas obrigações.

ALLPORT (2000:37) advoga que a maioria das organizações possui três tipos de risco: estratégico, financeiro e operacional. O risco estratégico inclui itens como, por exemplo, produtos obsoletos e mudanças nos sistemas de distribuição, enquanto o risco financeiro inclui volatilidade das taxas de juros, risco cambial, e risco de inadimplência. O risco operacional envolve riscos asseguráveis tal como um incêndio na fábrica, e riscos não asseguráveis, como, por exemplo, a perda de uma equipe chave de *design* para um concorrente.

A seguir, será explicado com mais propriedade o risco de crédito.

2.3.3 Risco de Crédito

Uma vez que o crédito consiste numa promessa de pagamento em uma data futura, há um risco da mesma não ser cumprida.

Dessa forma, SAUNDERS (2000: 646) explica o risco de crédito específico como sendo o risco de inadimplência da empresa tomadora, associado aos tipos específicos de risco dos projetos realizados por essa empresa e o risco sistemático relativo ao risco de inadimplência associado a condições econômicas gerais que afetam todos os tomadores de empréstimos.

Conforme CAOUILLE, ALTMAN e NARAYANAN (1999:1), o crédito pode ser definido como “*a expectativa de uma quantia em dinheiro, dentro de um espaço de tempo limitado*” e, portanto, o risco de crédito é a possibilidade de que esta expectativa não ocorra. Assim sendo, o risco de crédito é decorrente de uma transação contratada e/ou contingencial entre um fornecedor de recursos e um usuário desses recursos.

Os autores argumentam que o risco de crédito remonta a pelo menos 1800 a.C., pois já o Código de Hamurabi incluía muitas seções que tratavam da regulamentação de crédito na Babilônia. Também há evidências de que a Civilização Indus Valley, uma civilização ribeirinha provavelmente mais antiga que a da Babilônia, tinha relação comercial com a Babilônia através da vizinha Melukha, aventando-se a possibilidade de que as preocupações com risco de crédito sejam anteriores a 1800 a.C.

BERNSTEIN (1997: 21) também explica a relação estreita entre o comércio e o risco.

“O comércio também é um negócio arriscado. À medida que o crescimento do comércio transformou os princípios do jogo em geração de riqueza, o resultado inevitável foi o capitalismo, a epítome de correr riscos. Mas o capitalismo não poderia ter florescido sem duas novas atividades que haviam sido desnecessárias, enquanto o futuro fora uma questão de acaso ou vontade divina. A primeira foi a contabilidade, atividade humilde mas que encorajou a disseminação de novas técnicas de numeração e contagem. A outra foi a previsão, uma atividade bem menos humilde e bem mais desafiadora que associa assumir riscos com as compensações diretas”.

CAOUILTE, ALTMAN e NARAYANAN (1999:6) afirmam que o risco de crédito cresceu assustadoramente nos anos 90 em decorrência das dramáticas alterações econômicas, políticas e tecnológicas em todo o mundo. Isso devido ao fato de que, nas décadas passadas, as fronteiras geopolíticas e a regulamentação governamental restringiram a mobilidade de capital até as taxas de câmbio serem liberadas para flutuar livremente no início da década de 70, fazendo com que os mercados financeiros assistissem a uma evolução constante da desregulamentação. Houve também mudanças importantes no cenário geopolítico como o desmembramento da União Soviética, a reunificação da Alemanha e a introdução do livre mercado na China e no Leste Europeu. O confronto entre capitalismo e socialismo sucumbiu, diminuindo os orçamentos militares.

O mundo assistiu à melhora da liquidez como um todo, surgindo novas fontes de capital. Porém surgiram novos desafios, uma vez que apareceram novos usos e novos usuários para aquele capital em termos mundiais. Além disso, as transações ocorrem fazendo uso de moedas e entidades de variedade sem precedentes, sendo que em muitos casos é necessário analisar o risco de crédito de partes pouco ou sem qualquer histórico de crédito. Em resumo, o risco de crédito tornou-se mais complexo.

Assim, a avaliação de crédito deve ser feita de forma cuidadosa, mensurando as necessidades e capacidades do cliente, para assegurar que o financiamento será honrado.

2.3.4 Política da Empresa com Relação ao Risco de Crédito

O analista de crédito, visando à maximização de resultado para criação de valor da empresa, deve estabelecer uma política de crédito que seja condizente com os objetivos estratégicos do negócio.

GITMAN (1997:702) explica que *“os padrões de crédito de uma empresa refletem os requisitos mínimos exigidos para a concessão de crédito a um cliente”*.

As variáveis mais importantes que a empresa precisa ter conhecimento para afrouxar ou arrochar seus padrões de crédito são: volume de venda, o investimento em duplicatas a receber e as perdas com devedores incobráveis.

SILVA (2000:104) explica que:

“ao se estabelecer uma política de crédito, diversos fatores deverão ser analisados. Numa empresa comercial ou industrial, por exemplo, uma política de crédito mais liberal poderá aumentar o volume de vendas, porém, ao mesmo tempo, exigirá maior investimento em ‘duplicatas a receber’ e em ‘estoques’. A maior ou menor flexibilidade da política de crédito, entretanto deverá estar associada às características da empresa e de seus produtos, de forma que uma empresa que venda um produto com uma margem bruta relativamente alta (40 ou 50%, por exemplo), terá condições de adotar uma política de crédito mais liberal e assumir um nível de risco maior. Uma empresa que trabalhe com margem bruta de lucro muito baixa, ainda que seu giro de estoques seja rápido, tenderá a ser mais rigorosa na seleção de seus clientes”.

O analista de crédito pode assumir as características de risco clássicas como preceituadas por ELTON e GRUBER (1995:216), dependendo da política de crédito da empresa ser mais conservadora, moderada ou mais agressiva:

- avessos ao risco (*risk-averse*);
- neutros ao risco (*risk-neutral*); e
- arrojados ou amigos do risco (*risk-lover ou risk-seeking*).

De qualquer maneira, o analista de crédito deve tomar uma postura que maximize o valor da empresa. Além disso, a rapidez e a perspicácia com que é realizada a análise são fundamentais, posto que pode influenciar no nível de serviço logístico requerido pelo cliente.

SILVA (2000: 73) explica que a combinação de ativos, bem como a disposição de assumir riscos, são decisões de investimento, sendo que na maioria dos casos o investimento operacional em duplicatas a receber decorre da política de crédito que é parte do contexto de negócio da empresa.

2.3.5 Informações para Análise de Crédito

O processo de análise de crédito se fundamenta na obtenção de informações para a tomada de decisão. Tais informações devem ser confiáveis para resguardar o processo decisório. Nessa mesma linha de raciocínio, BIO (1985:45) explica que a tomada de decisões “*depende de informações oportunas, de conteúdo adequado e confiável*”.

A pasta cadastral, segundo SILVA (2000), tem por objetivo agrupar e guardar as informações e documentos relativos ao cliente, que se fazem necessários para o analista de crédito tomar sua decisão de conceder ou não o crédito. Normalmente, são utilizadas as seguintes informações no processo de análise de crédito:

- *Ficha cadastral*

Objetiva apresentar diversas informações relevantes sobre a empresa e alguns fatores que afetam o seu desempenho. Um modelo básico da ficha cadastral deve conter (1) a identificação da empresa, registro e endereço; (2) detalhes sobre a atividade da empresa, tais como: ramo de atividade, número de empregados, principais produtos vendidos, percentual sobre o faturamento, vendas do último exercício, compras do último exercício, importações do último exercício, exportações do último exercício; (3) Informações sobre acionistas e sócios; (4) Informações sobre diretores e Conselho da Administração; (5) Principais bens imóveis de propriedade da empresa; (6) Informações sobre participações em outras empresas; (7) Seguros contratados; (8) Referências comerciais; e (9) Referências bancárias.

- *Demonstrações contábeis*

As demonstrações contábeis dos clientes podem permitir o uso de regras de decisão com base nos índices financeiros calculados a partir das informações delas extraídas. Estas devem ser, preferivelmente, assinadas pelos responsáveis da empresa e pelo contador.

- *Relatórios de crédito com o histórico de pagamento do cliente junto a outras empresas*

De acordo com ROSS, WESTERFIELD e JAFFE (1995:581), muitas organizações vendem informações sobre o nível de crédito de empresas, sendo a Dun & Bradstreet a maior e mais conhecida nos Estados Unidos, que fornece aos seus assinantes um manual de referência de crédito e relatórios de crédito de empresas isoladas. No Brasil, destaca-se a atuação da SERASA nesse segmento.

- *Bancos*

Geralmente os bancos oferecem algumas informações sobre o crédito merecido por outras empresas.

- *Experiência de pagamento do cliente com a própria empresa*

Com base nas experiências passadas, a empresa pode determinar a probabilidade de pagamento de um determinado cliente.

Tais informações têm como pressuposto nortear a decisão a ser tomada pelo analista de crédito de maneira a propiciar uma decisão mais bem alicerçada.

No que concerne às demonstrações contábeis, é importante que as mesmas estejam auditadas. O *FASB*, no *Statements of Financial Accounting Concepts* nº 1, afirma que as demonstrações contábeis são geralmente auditadas por um auditor independente com o propósito de aumentar sua confiabilidade.

Todavia, GOMEZ (2002:12) destaca que, até o colapso da Enron, a obtenção de demonstrações contábeis auditadas representava um grau de conforto que facilitava as decisões de crédito, posto que os principais erros já teriam sido, pressupostamente, eliminados. Assim, atualmente esse conforto é questionado devido às fraudes contábeis em balanços auditados ocorridas em 2001 e 2002 em algumas empresas americanas.

Nesse mesmo sentido, ZEUNE (2002: 22) afirma que a falência da Enron, a maior da história dos EUA, provou que os procedimentos básicos de auditoria não são

suficientes para proteger os usuários das informações contábeis, devendo, desta forma, os analistas de crédito estarem atentos em suas avaliações das demonstrações contábeis.

De qualquer maneira, segundo GAMBLE (2002:17), a primeira coisa que o analista de crédito deve observar nas demonstrações contábeis é o parecer dos auditores. Caso o parecer contenha ressalvas, isso já é um indício de que algo não vai bem. Além disso, se o auditor tem dúvidas quanto à continuidade da empresa no curto prazo, ele vai deixar isso claro em seu parecer, sendo um alerta para o usuário da informação contábil.

Complementarmente, GAMBLE (2002:19) ressalta que, na realidade, a maioria das demonstrações contábeis que o analista de crédito utiliza para sua avaliação creditícia do cliente não são auditadas, o que dificulta o trabalho do analista. Nesses casos, é recomendada a assinatura do representante legal e/ou contador, pois a mesma é imbuída de um fator psicológico, posto que, no geral, as pessoas pensam duas vezes antes de assinar algum documento.

2.3.6 Processo de Análise de Crédito

A análise de crédito clássica é pautada no julgamento pessoal do analista no que se refere à capacidade do cliente em honrar sua dívida. Portanto, nesse sistema, os analistas de créditos seniores contribuem sobremaneira com sua experiência para a detecção do risco de crédito.

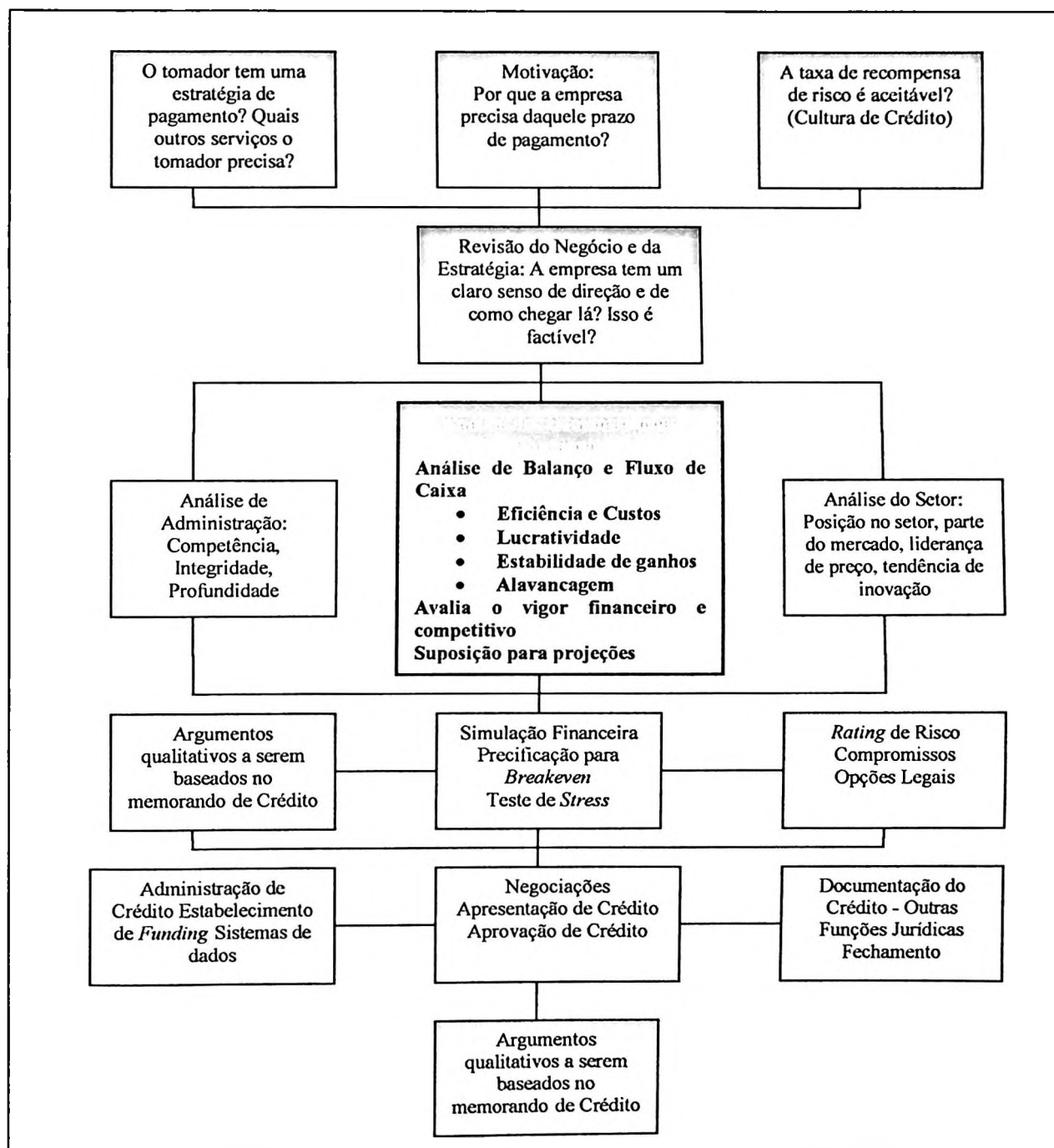
De acordo com CAOINETTE, ALTMAN e NARAYANAN (2000: 95), as etapas clássicas da análise de crédito são descritas como segue:

1. O profissional de crédito verifica as condições de pagamentos almejadas pelo cliente, verificando se está de encontro com a política de crédito da empresa.
2. São analisadas as demonstrações contábeis do cliente para destacar tendências de um exercício para o outro e eventuais volatilidades existentes em seus negócios. É necessário o amplo conhecimento do negócio da empresa para se estimar sua lucratividade esperada, averiguando se o cliente pode honrar sua dívida.

3. Analisa-se o balancete da empresa, pois este é a fonte de compilação das demonstrações contábeis, sendo difícil esconder transações econômicas tão facilmente como seria em um balanço patrimonial condensado ou em uma demonstração de resultados.
4. Os princípios contábeis são estudados para que os dados sejam apresentados de forma consistente.
5. O crédito é avaliado em relação aos fluxos de caixa projetados do cliente.
6. A estrutura do setor é analisada, sobretudo as tendências emergentes, a posição da empresa no setor e o impacto potencial de medidas regulamentadoras.
7. São avaliadas a administração executiva e a estratégica operacional da empresa, bem como os responsáveis por produção, estoques, precificação e distribuição.
8. Prepara-se a documentação da concessão de crédito, envolvendo itens, tais como: restrições sobre créditos; índices e compromissos financeiros; garantias principais e condições de inadimplência.

O processo como um todo é apresentado na figura 11.

Figura 11 - O Fluxo do Processo de Análise de Crédito



Fonte: Adaptado de CAOUILLE, John B., ALTMAN, Edward I., NARAYANAN, Paul. Gestão de risco de crédito: o próximo grande desafio financeiro. Rio de Janeiro : Qualitymark Ed., 1999, p.97.

Visando à avaliação de riscos na concessão de crédito, o analista pode utilizar tanto a técnica subjetiva (baseada no julgamento e sensibilidade do analista de crédito) quanto a objetiva (baseada em modelos estatísticos).

As informações básicas para a análise subjetiva de crédito são chamadas de C's do crédito e foram criadas por WESTON (1975: 536-537), a saber:

- Caráter, ou seja, a idoneidade, reputação atual e histórica do cliente, caracterizando-se como a vontade dele honrar seus compromissos.
- Capacidade, isto é, a potencialidade do cliente em gerenciar e converter seus negócios em receita. Capacidade de produção e comercialização.
- Capital, o qual se refere à estrutura de capital, endividamento, liquidez, lucratividade e demais itens financeiros extraídos das demonstrações contábeis.
- Colateral, que está associado à capacidade da empresa em oferecer garantias complementares (bens móveis e imóveis).
- Condições, as quais se referem à capacidade da empresa em se adaptar a situações conjunturais, ter agilidade e flexibilidade de adaptar-se e criação de mecanismos de defesa.
- Conglomerado, referindo-se à situação econômico-financeira de outras empresas de um mesmo grupo e como poderão afetar a empresa objeto de análise.

O levantamento e análise de informações básicas de crédito são fundamentais para determinação do limite de crédito, prazo, amortização e taxa de juros.

2.3.7 Análise Econômico-financeira na Concessão de Crédito

SECURATO (2002), SILVA (2000), CAOUILLE, ALTMAN e NARAYANAN (2000), SANTOS (2000), SCHRICKEL (2000) dentre outros, argumentam que as demonstrações contábeis constituem-se numa das principais fontes de informações para a decisão de crédito. Nesse sentido, SCHRICKEL (2000:23) afirma que:

“A análise de peças e demonstrativos econômico-financeiros é uma parte, apenas uma parte da análise de crédito. Uma parte importante e nunca desprezível, eis que permite lidar com questões quantitativas objetivamente verificáveis”.

“Talvez o balanço geral da empresa represente apenas 10% ou até menos, de uma decisão de crédito, porém, são 10% importantes no conjunto da decisão”.

Além disso, conforme GAMBLE (2002:19), em pesquisa realizada pela *Credit Research Foundation* foi constatado que, para 45% dos analistas de crédito que participaram daquela pesquisa, as demonstrações contábeis do cliente representavam a principal fonte de informação para decisões de crédito.

Dentre os principais conjuntos de informações divulgados pelas empresas abertas estão o Relatório de Administração, as demonstrações contábeis (Balanço patrimonial, Demonstração do resultado do exercício, Demonstração das mutações do patrimônio líquido e demonstração das origens e aplicações de recursos), as notas explicativas e o parecer dos auditores. Tais informações constituem-se em um importante veículo de comunicação entre a empresa e seus acionistas, credores e público em geral.

De acordo com FERTIG, ISTVAN e MOTTICE (1971: 697), os credores estão preocupados com o eventual pagamento do principal, o pagamento periódico dos juros pelo tomador, e por qualquer ativo empregado como colateral para o empréstimo, utilizando as demonstrações contábeis, sempre que possível, como fonte de informações sobre essas facetas das condições financeiras do tomador.

Adicionalmente, SECURATO (2002:66) também adverte sobre o motivo da elaboração da análise das demonstrações contábeis para decisões de crédito.

“No crédito, o que se pretende com a elaboração da análise dos demonstrativos é avaliar-se a Capacidade de Pagamento, para que se tomem decisões com relação à concessão de empréstimos/ financiamentos/ adiantamentos e/ou concessão de garantias (avais, fianças, carta de crédito), e, tratando-se de empresas não financeiras, para fornecimento de bens e serviços – vendas a prazo – com o comprometimento da compradora de pagar, no futuro, pelos bens adquiridos”.

A análise financeira refere-se ao diagnóstico da situação econômico-financeira da empresa, pautando-se na qualidade das informações contábeis divulgadas nas demonstrações da empresa.

No concernente à análise econômico-financeira da empresa, pode-se utilizar uma série de metodologias, a fim de se identificar o risco de crédito do cliente e sua capacidade de pagamento, dentre as quais SILVA (2000: 164) destaca: (1) Análise horizontal e vertical; (2) Índices financeiros convencionais, como os relacionados à lucratividade, à estrutura e à liquidez; (3) Fluxos de caixa e fluxos de recursos; (4) Investimento operacional em giro; (5) Capital de giro e capital permanente líquido; e (6) Modelos quantitativos.

LITTLETON & ZIMMERMAN (1962:44) tratam a análise financeira das demonstrações contábeis, explicando que esta busca identificar o grau de solvência, a margem de proteção dos ativos com relação ao endividamento da empresa, a capacidade da empresa honrar seus compromissos no vencimento, o retorno com relação à estrutura de capital.

Os autores citados argumentam que *“estas e outras relações entre contas transmitem mensagens úteis à tomada de decisão referente à situação financeira de curto e de longo prazo”* (tradução da autora).

Uma das limitações da análise financeira consiste na falta de informações sobre unidades físicas. Segundo IUDÍCIBUS (1997), as informações de unidades físicas são tão importantes quanto as monetárias.

Por ser interessante conhecer os índices financeiros comumente utilizados na análise de crédito, apresenta-se um resumo na tabela 1, não se preocupando, no entanto, em explicar detalhadamente cada índice³.

³ Para maiores detalhes sobre índices financeiros consultar: BRAGA, Roberto. Fundamentos e técnicas da administração financeira. São Paulo: Atlas, 1989.

Tabela 1 - Índices Financeiros

CATEGORIA	ÍNDICE
Desempenho operacional	EBTIDA/faturamento
	Receita líquida/faturamento
	Taxa de tributação efetiva
	Receita líquida/patrimônio líquido
	Receita líquida/ativo total
Cobertura do serviço da dívida	Faturamento/ativo fixo
	EBITDA/juros
	Fluxo de caixa livre – despesas com capital / juros
	Fluxo de Caixa livre – despesas com capital – dividendos /juros
	Dívida de longo prazo/capitalização
	Dívida de longo prazo/patrimônio líquido
	Passivo total/patrimônio líquido
Passivo total – capital de LP/capital de LP	
Liquidez	Passivo circulante/patrimônio líquido
	Liquidez corrente
	Liquidez seca
	Estoque/faturamento líquido
	Estoque/capital de giro líquido
	Dívida circulante/estoques
	Matérias-primas, produtos em elaboração e bens acabados como porcentagem do estoque total
Recebíveis	Maturidade dos recebíveis: 30, 60 90 e + de 90 dias
	Prazo médio de recebimento

Fonte: Adaptado de CAQUETTE, John B., ALTMAN, Edward I., NARAYANAN, Paul. Gestão de risco de crédito: o próximo grande desafio financeiro. Rio de Janeiro : Qualitymark Ed., 1999, p.97.

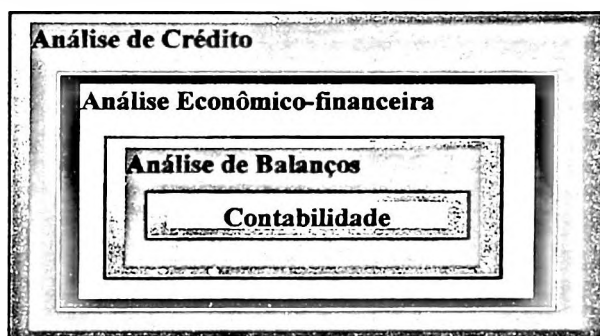
ASSAF NETO (1998) afirma que os índices financeiros derivados da análise das demonstrações contábeis são relações entre contas ou grupo de contas extraídos das demonstrações contábeis que permitem identificar informações relevantes acerca do grupo de contas que eles representam. Desta forma, os índices financeiros permitem mensurar a situação financeira da empresa, avaliar sua rentabilidade, entender a rotatividade de seus recursos, sua estrutura patrimonial, sua forma de captação e aplicação de recursos e avaliar sua liquidez. Os índices permitem, portanto, o entendimento da forma de operação e administração financeira dos recursos da empresa, além de permitirem a comparação entre empresas do mesmo setor e localização geográfica.

Além disso, HITCHINGS (1999:48) explica que os índices financeiros, convencionalmente, sumarizam um grande volume de dados de uma forma mais

facilmente inteligível, interpretável e comparável. A análise de índices financeiros é particularmente utilizada para examinar tendências dentro de um período de três a cinco anos. Ao analisar as variações em índices específicos durante esse período, o analista deve considerar o impacto da dinâmica do setor, mudanças políticas e econômicas, e fatos relevantes ocorridos em determinados mercados.

Deve ficar bem claro que a abrangência da análise de crédito é maior que a da análise de balanço, posto que, muitas vezes, as respostas encontradas pelo analista de crédito não se resumem à análise de balanço. A Figura 12 mostra a abrangência da análise de crédito, destacando que a Contabilidade e a análise de balanços são apenas parte de todo o processo.

Figura 12 - Abrangência da Análise de Crédito



Fonte: SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. *Análise de Crédito – Concessão e Gerência de Empréstimos*. 5ª edição, São Paulo: Atlas, 2000, p. 205

BRAGA (1994: 139) alerta para o fato de que:

“Apesar de tratarem matematicamente os dados contábeis, as técnicas de análise nem sempre fornecem respostas completas ou inquestionáveis. Atuando sobre as mesmas demonstrações de uma empresa, dois analistas poderão chegar a conclusões diferentes. Se ambos forem bons profissionais, tais conclusões deveriam ser semelhantes, mas não necessariamente iguais. Isto ocorre porque cada empresa constitui um organismo vivo e suas forças e fraquezas poderão invalidar diagnósticos tecnicamente bem elaborados. Assim, somos levados a considerar a análise financeira como uma arte que reúne conhecimentos teóricos, experiência prática e, sobretudo, sensibilidade, argúcia, empenho e bom-senso”.

O propósito da análise de crédito é averiguar se o tomador de crédito terá condições de honrar suas obrigações. LITTLETON (1961: 275) explica que “*o credor está presumivelmente interessado em sua margem de segurança*”.

Enquanto não há nenhum conjunto de índices financeiros que forneça a resposta certa à questão de se uma companhia tem ou não um risco de crédito satisfatório, a análise das demonstrações contábeis, ao terem suas limitações bem entendidas, provê ao analista de crédito uma ferramenta valiosa para verificar tendências da situação econômico-financeira da empresa.

Devido ao fato de os índices financeiros serem derivados de dados contábeis, deve-se considerar, para sua correta interpretação, os princípios e convenções contábeis utilizados e as características da indústria na qual a companhia opera. Além disso, é necessário observar que os índices financeiros extraídos das demonstrações contábeis apenas fornecem indicações das áreas que necessitam de maior investigação por parte do analista de crédito.

Obviamente, a qualidade da informação contábil e seu prazo de disponibilização ao analista de crédito em muito auxiliarão na análise de crédito clássica.

2.3.8 Modelos Quantitativos de Previsões de Insolvência

Os modelos utilizados para mensuração de risco de crédito podem utilizar diversas técnicas, tais como: econométricas, redes neurais, modelos de otimização, sistemas especialistas ou baseados em regras, além de sistemas híbridos utilizando computação, estimativa e simulação direta.

Como o escopo deste trabalho é tratar do papel da informação contábil na análise de crédito, serão considerados apenas os modelos estatísticos para análise de crédito que utilizam dados contábeis em suas respectivas formulações.

Os modelos estatísticos para análise de crédito, têm por objetivo, sobretudo, fornecer ao analista uma ferramenta que permita a obtenção de uma classificação no que

se refere ao desempenho econômico-financeiro das empresas, principalmente no curto prazo, podendo até ser usado em uma perspectiva de análise de longo prazo.

A seguir, descrevem-se alguns dos principais estudos que utilizaram índices financeiros como direcionadores para avaliação do comportamento das empresas quanto a sua capacidade de honrar suas dívidas. Vale ressaltar que esses índices financeiros são extraídos das demonstrações contábeis, evidenciando a importância das mesmas representarem fielmente os eventos econômicos nelas apresentados.

- **O modelo score -z de Altman⁴**

Esse modelo utiliza instrumento estatístico sofisticado: a análise discriminante múltipla, técnica multivariada que analisa um conjunto de variáveis para maximizar a variância entre grupos, ao mesmo tempo em que minimiza a variância interna. No modelo de Altman, os valores são combinados e ajustados com pesos para produzir um score de risco de crédito que melhor discrimine as empresas que quebram das empresas que não quebram. Isso é possível porque as empresas que quebram possuem índices financeiros muito diferentes das empresas que não quebram. A função inicial desenvolvida por Altman em 1968 é a seguinte:

$$Z = 0,012X_1 + 0,014X_2 + 0,033X_3 + 0,006X_4 + 0,0999X_5, \text{ onde}$$

X_1 = Capital de Giro/Ativo Total. Representa uma medida dos ativos líquidos de uma empresa em relação a sua capitalização total. Na maioria dos casos, uma empresa que sofre perdas operacionais significativas terá diminuição do ativo circulante em relação ao ativo total.

X_2 = Lucros retidos/Ativo Total. Os lucros retidos referem-se ao valor reaplicado na empresa ao longo de sua vida. Empresas jovens, geralmente, terão um menor índice por não terem tido tempo de acumular resultados ao longo de sua existência.

⁴ ALTMAN, Edward L. Financial ratios, discriminant analysis and the prediction of corporation bankruptcy. *Journal of Finance*, v. 23, n. 4, 1968.

$X_3 = \text{LAJIR/Ativo Total}$. A razão entre os lucros antes de juros e imposto de renda e o ativo total prediz a produtividade dos ativos das empresas, independentemente de quaisquer fatores de alavancagem ou de tributos.

$X_4 = \text{Valor de mercado do PL/Exigível total}$. O índice entre o valor de mercado das ações e o valor escritural do passivo total mostra o quanto os ativos de uma empresa podem diminuir de valor antes que seu passivo supere seu ativo e a empresa se torne insolvente.

$X_5 = \text{Vendas/Ativo total}$. O índice de giro denota a capacidade de geração de faturamento dos ativos de uma empresa.

Para essa função inicial, Altman obteve média de $-0,29$ para o grupo de empresas falidas e de $5,02$ para o grupo das empresas não falidas.

- **O modelo de Kanitz⁵**

O estudo de Kanitz (1978) foi o pioneiro no Brasil com o intuito de prever falências de empresas, baseando-se em uma amostra de 30 empresas, das quais 15 eram classificadas como falidas e as outras 15 como não falidas. Daí se desenvolveu um modelo para previsão de insolvência, fundamentado na utilização de índices extraídos das demonstrações contábeis das empresas. Tal equação encontra-se a seguir:

$$Z_{\text{kanitz}} = 0,05X_1 + 1,65X_2 + 3,55X_3 - 1,06X_4 - 0,33X_5, \text{ sendo:}$$

$X_1 = \text{Lucro Líquido/Patrimônio líquido}$

$X_2 = (\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo})/\text{Exigível a Longo Prazo}$

$X_3 = (\text{Ativo Circulante} - \text{Estoques})/\text{Passivo Circulante}$

$X_4 = \text{Ativo Circulante/Passivo Circulante}$

$X_5 = \text{Exigível Total/Patrimônio Líquido}$

⁵ KANITZ, Stephen Charles. Como prever falências. São Paulo: McGraw-Hill, 1978.

No modelo de Kanitz, uma empresa classificada pelo fator de insolvência entre 0 e 7 significa que a empresa não apresenta problemas financeiros, sendo classificada como solvente. Empresas entre 0 e -3 possuem situação financeira indefinida. Entre -3 e -7, a empresa estará enfrentando problemas financeiros sendo considerada insolvente.

- **O modelo de Matias⁶**

O modelo de Matias foi desenvolvido em 1978, aplicando-se a técnica estatística de análise de discriminantes em uma amostra de 100 empresas, sendo 50 classificadas como solventes e 50 como insolventes. A função discriminante final do trabalho de Matias foi:

$$Z_{\text{Matias}} = 23,79X_1 - 8,26X_2 - 8,87X_3 - 0,76X_4 - 0,54X_5 + 9,91X_6, \text{ sendo:}$$

$$X_1 = \text{Patrimônio Líquido/Ativo Total}$$

$$X_2 = \text{Financiamento e Empréstimos Bancários/Ativo Circulante}$$

$$X_3 = \text{Fornecedores/Ativo Total}$$

$$X_4 = \text{Ativo Circulante/Passivo Circulante}$$

$$X_5 = \text{Lucro Operacional/Lucro Bruto}$$

$$X_6 = \text{Disponível/Ativo Total}$$

Buscando classificar a situação financeira das empresas, Matias adotou o seguinte parâmetro: Se Z fosse inferior a 0,5, a empresa seria considerada insolvente. Caso Z fosse superior a 0,5, então a empresa apresentaria situação financeira favorável, sendo considerada solvente.

Tal modelo apresentou 88% de acerto para empresas saudáveis e 90% de acerto para as ruins.

⁶ MATIAS, Alberto Borges. Contribuição às técnicas de análise financeira: um modelo de concessão de crédito. Trabalho apresentado ao Depto. de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 1978.

- **O modelo de Pereira⁷**

O modelo de José Pereira de 1982, também utilizando a metodologia estatística denominada análise de discriminante, considerou 419 empresas para o estudo, sendo que 259 delas foram classificadas como solventes e as 160 restantes foram tidas como insolventes. Esse modelo mostrou-se bastante eficiente, classificando corretamente as empresas que se tornaram insolventes.

A classificação da situação financeira das empresas, segundo o modelo de Pereira, utilizou o seguinte critério: Z inferior a zero, empresa considerada insolvente; Z superior a zero, empresa com situação financeira favorável, sendo considerada solvente.

O modelo desenvolvido por Pereira foi o seguinte:

$$Z_{\text{PEREIRA}} = 0,722 - 5,12E23 + 11,02L19 - 0,34L21 - 0,05L26 + 8,61R13 - 0,004R29, \text{ sendo:}$$

E23 = Duplicatas Descontadas/Duplicatas a Receber

L19 = Estoques/(Vendas – Lucro Bruto)

L21 = Fornecedores/Vendas

L26 = Estoque Médio/(Vendas – Lucro Bruto)

R13 = (Lucro Operacional + Despesas Financeiras)/(Ativo Total Médio – Investimento Médio)

R29 = (Passivo Circulante + Exigível a Longo Prazo)/(Lucro líquido + 0,01 * (Imobilizado Médio + Correção Monetária))

A utilização de modelos na concessão de crédito para a classificação da solvência de uma empresa é um instrumento bastante útil, eliminando certa subjetividade de julgamento, posto que utiliza recursos estatísticos, além de sistematizar e agilizar o processo de análise de crédito.

⁷ SILVA, José Pereira. Modelos para classificação de empresa com vistas à concessão de crédito. Dissertação (Mestrado). São Paulo : EAESP/FGV, 1982.

Porém, deve-se destacar o fato de que se os dados das demonstrações contábeis da empresa em análise estiverem fraudados, o resultado da função Z usado nos modelos será falho.

Como bem ressalta SANTOS (2000:119) *“é importante destacar que a eficácia dos modelos para previsão da insolvência de empresas sempre esteve sujeita a questionamento, tendo em vista o fato de serem desenvolvidos a partir de informações extraídas de demonstrativos contábeis, as quais nem sempre refletem a real situação financeira das empresas”* (grifos nossos). Eis, portanto, um desafio aos contadores em resguardar a produção de demonstrações contábeis fidedignas e acuradas a serem utilizadas nos mais diversos processos decisórios.

2.3.9 Principais Considerações sobre a Teoria da Utilidade e Teoria da Decisão

A Teoria da Utilidade diz respeito à ordenação das alternativas disponíveis para um determinado indivíduo conforme suas preferências.

Observa-se que, segundo STRAUB (1997), *“as funções utilidades são de natureza subjetiva, e refletem as preferências dos indivíduos”*, ou seja, *“quanto mais eu prefiro o primeiro milhão ao segundo”* (tradução da autora).

De acordo com GALDÃO e FAMÁ (1998), *“a teoria da decisão sob condições de risco, desenvolvida por Von Neuman e Morgenstern (1944), tem como princípio básico a maximização da utilidade esperada pelo indivíduo”*.

BRONSON (1985:212) conceitua o processo de decisão como aquele *“que requer um único ou diversos conjuntos de decisões para sua composição. Cada decisão possível tem um ganho ou perda a ela associado, o qual é determinado por circunstâncias externas ao processo”*.

A decisão entre aprovar ou não um crédito estará associada ao modelo de decisão do gestor. Pode-se, simplificadamente, considerar que o gestor tenha um modelo de decisão binário (aprova, não aprova o crédito). HORNGREN e FOSTER (1987: 298)

conceituam o modelo de decisão como sendo “*um método formal de escolher uma alternativa que freqüentemente envolve análise quantitativa*”. Para MARSHALL (1972:288) o modelo de decisão “*é um modelo formal composto pelos dois seguintes componentes: uma estrutura de decisão e a correspondente investigação do problema. A estrutura da decisão consiste em uma condição espacial, uma decisão espacial e uma função retorno (payoff function) e a investigação do problema é uma otimização do problema envolvendo estes componentes*”.

Em síntese, na concepção de RUSSO e SCHOEMAKER (1993:27), o processo de tomada de decisão compreende basicamente quatro fases: estruturação do problema, coleta de informações, avaliação dos dados e aprendizado proporcionado pelo feedback.

Conceitualmente as decisões podem ser classificadas como aquelas tomadas sob condições de certeza ou incerteza.

Uma condição de certeza se configura quando se pode inferir com segurança o resultado de ocorrência de um evento. As decisões em condições de certeza pressupõem ações, envolvendo possíveis combinações de probabilidade, podendo-se utilizar a programação linear para otimizar a decisão.

As decisões sob condições de incerteza ocorrem quando não se pode inferir sob a consecução de um evento. Nesses casos, a distribuição de probabilidades pode ser utilizada para se tomar uma decisão. Pode-se utilizar o critério *a priori* para escolher a decisão que maximiza o ganho esperado.

BRONSON (1985:214) explica que as árvores de decisões podem ser utilizadas para otimizar decisões em processos complicados, sendo uma representação do processo de decisão.

CAOUILLE, ALTMAN e NARAYANAN (1999: 187) explicam que:

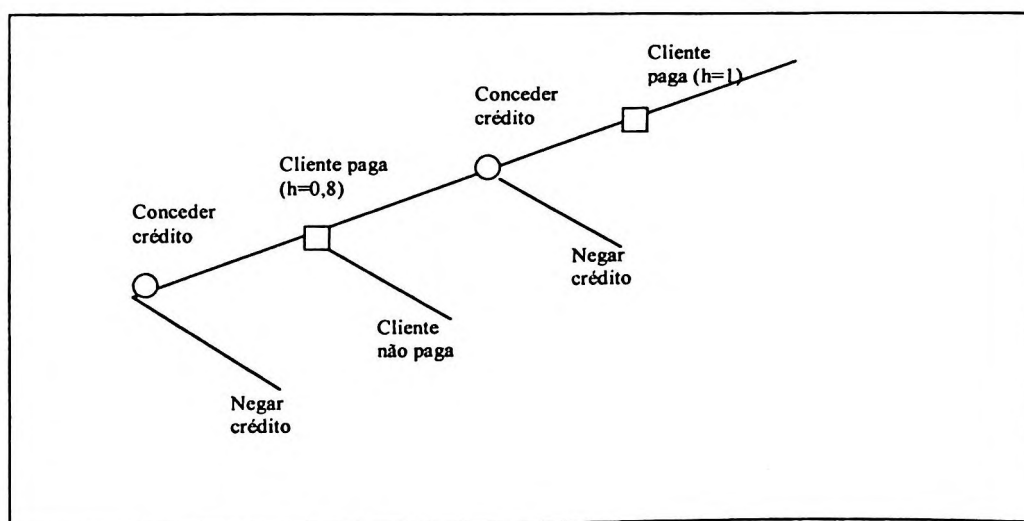
“Na abordagem da árvore de decisão, os atributos de um solicitante são analisados sucessivamente, do mais importante para o menos importante. Um universo de solicitantes pode ser dividido em dois ramos principais; digamos aqueles que tem casa própria e aqueles que alugam. Os proprietários podem então ser divididos por níveis de renda, e cada nível de renda subdividido de acordo com o número de anos no atual endereço. Todo o universo é, desta forma,

dividido em 'baldes'. A decisão de crédito pode então ser feita considerando-se a probabilidade de inadimplência de cada um dos baldes. (...)No exemplo, à medida que os galhos da árvore vão sendo criados, a probabilidade de se selecionar uma conta boa (ou ruim) se desloca de 0,5 (uma probabilidade de 50%) para um número próximo de 0 ou de 1, aumentando, assim, a probabilidade de se fazer a seleção correta”.

Para exemplificar o uso de árvores de decisões no crédito, pode-se tomar o seguinte exemplo hipotético, que é uma adaptação de ROSS, WESTERFIELD e JAFFE (1995: 579):

Analisando-se a lucratividade histórica dos clientes de uma empresa “X” é levantado que 80% dos clientes dessa empresa têm sido rentáveis nos últimos 5 anos e nunca tiveram nenhum pagamento em atraso. Portanto, ao ser concedida uma venda, há uma probabilidade (h) de 80% que o cliente pague no período 1. Caso o cliente pague em dia no período 1, haverá uma outra venda no período 2, sendo que há 100% de probabilidade (h) de que o cliente pague no período 2, caso haja pago no período 1. A empresa “X” pode se negar a dar crédito no período 2 a clientes que não tenham pago no período 1. A árvore de decisão apresentada na figura 13 mostra tal situação.

Figura 13 - Vendas Futuras e Decisão de Concessão de Crédito



Fonte: ROSS, Stephen A., WESTERFIELD, Randolph W., JAFFE, Jeffrey F. Administração Financeira. Tradução Antonio Zorato Sanvincente, São Paulo, Atlas, 1995.

A matéria-prima para um modelo de decisão é a informação. Nesse sentido, ALMEIDA (1999:307) explica que:

“a relação entre informação e decisão é estreita, visto que decisões são tomadas no presente sobre eventos que se concretizarão no futuro. (...). Assim, a informação configura-se como um conhecimento disponível, para uso imediato, que permite orientar a ação, antes cercada de incerteza, possibilitando sua condução a um nível de risco adequado”.

No caso da análise de crédito, uma das fontes de informação são as demonstrações contábeis.

SUNDEM, ROLLER, DUKES e ELLIOT (1996:7) argumentam que a contabilidade fornece um sistema de mensuração que torna disponível sinais que de outra forma não poderiam existir. As demonstrações contábeis geralmente são divulgadas semanas, ou, ainda, meses depois que as mensurações são realizadas, podendo não ser a primeira fonte de tais signos, mas sem elas os componentes destes signos poderiam nunca ter sido produzidos. A informação contábil confirma informações previamente disponíveis, forçando os produtores de tais informações serem mais cautelosos e acurados. Quanto mais verificáveis os números contábeis, mais disciplina eles revelam como fonte alternativa de informação.

Além disso, no processo decisório, o método de predição se explica pelo fato de que a decisão sempre envolve uma predição e, portanto, segundo HORNEGREN (1987:300), *“a função do processo de tomada de decisão é selecionar cursos de ação para o futuro”*. As informações contábeis, pois, devem possuir um caráter preditivo para auxiliar nesse processo decisório.

2.2.10 A Decisão sobre o Crédito

Os administradores dispõem de uma série de técnicas de avaliação de investimentos, entre as quais destaca-se a importância da gestão de riscos inerentes aos próprios negócios, principalmente, num ambiente de alta competitividade. Ainda que as teorias econômicas sobre o comportamento dos lucros empreguem diferentes conceitos

de risco, de modo geral, o que se constata é que quanto maior o nível de risco ao qual se expõe um investidor, maior também a remuneração que será por ele exigida.

No caso de empresas que pratiquem a atividade de venda a prazo, identifica-se o risco de crédito como um dos mais relevantes e, portanto, deve ser objeto de controle e gestão.

ROSS, WESTERFIELD e JAFFE (1995:578) enumeram quatro fatores condicionantes da concessão de crédito, a saber:

1. Os recebimentos postergados com a concessão de crédito, $P'oQ'o$, onde $P'o$ refere-se ao preço recebido no vencimento e $Q'o$, à quantidade vendida.
2. Os custos imediatos com a concessão de crédito, $C'oQ'o$, onde onde $C'o$ refere-se ao custo unitário da mercadoria vendida e $Q'o$, à quantidade vendida.
3. A probabilidade de pagamento, h .
4. A taxa de retorno exigida para os fluxos de caixa postergados, r_B .

Caso o Valor Presente Líquido (VPL) da alternativa de conceder crédito seja maior que a de negar crédito, a empresa deve concedê-lo. O VPL, no entanto, será fortemente afetado pela probabilidade de recebimento do crédito, como pode ser observado pela fórmula a seguir:

$$VPL(\text{Concessão de crédito}) = \frac{h \times P'o \cdot Q'o}{1 + r_B} - C'o \cdot Q'o$$

LEONI e LEONI (1997: 117) explicam que “o valor do crédito (limite total do crédito) ou valor a ser financiado está intrinsecamente relacionado com a capacidade da empresa para assumir mais esta responsabilidade. Compatibilizam-se os valores já devidos, de acordo com o nível de atendimento e o porte da empresa”.

A decisão de conceder crédito numa empresa comercial ou industrial está relacionada à meta de vendas que se objetiva para determinado produto em um

determinado período. Após se tomar a decisão de conceder crédito, a empresa deverá administrar os seus incobráveis, cuja explicação não faz parte do escopo desse trabalho.

2.4 – CONSIDERAÇÕES SOBRE A CONTABILIDADE

2.4.1 A Contabilidade e seu Objetivo

A definição do objetivo da Contabilidade tem o seu enfoque no usuário. O modelo ASOBAT (*A Statement of Basic Accounting Theory*) considerou tal premissa influenciando o APB N.4.

Sob a perspectiva do *Accounting Principles Board* (APB N.4) a Contabilidade é vista como uma prestação de serviços cuja função “*é fornecer informações quantitativas, principalmente de natureza financeira, sobre as entidades econômicas, e úteis no processo de tomada de decisões econômicas, de fazer escolhas razoáveis dentre diversas alternativas*”.

Segundo GRADY (Apud. McDONALD, 1972:46), a Contabilidade tem como escopo a apreensão, o registro, a classificação, o processamento, a sumarização, a análise, a interpretação e o fornecimento de informações confiáveis e imbuídas de significado, com relação às transações e aos eventos econômicos de uma entidade, levando-se em conta a responsabilidade fiduciária (*fiduciary responsibility*) do gestor dessas informações, que deve elaborar os relatórios e outras informações contábeis exigidas pelos seus usuários de maneira fidedigna.

Já para o Conselho Federal de Contabilidade (CFC), “*o objetivo científico da contabilidade manifesta-se na correta apresentação do Patrimônio e na apreensão e análise das causas de suas mutações*”. (Apêndice da Resolução CFC n.º 774/94 – grifos nossos).

Para a NBC T1:

“A Contabilidade, na sua condição de ciência social, cujo objeto é o Patrimônio, busca, por meio da apreensão, da quantificação, da classificação, do registro, da eventual sumarização, da demonstração, da análise e relato das mutações sofridas pelo patrimônio da Entidade particularizada, a geração de informações quantitativas e qualitativas sobre ela, expressas tanto em termos físicos quanto monetários”.

Em consonância com SPROUSE e MOONITZ (1962:7) as funções básicas da Contabilidade são mensurar os recursos detidos por uma determinada entidade, refletir suas obrigações e participações, mensurar as mutações patrimoniais ocorridas em um período, expressando-as, adequadamente, em termos monetários.

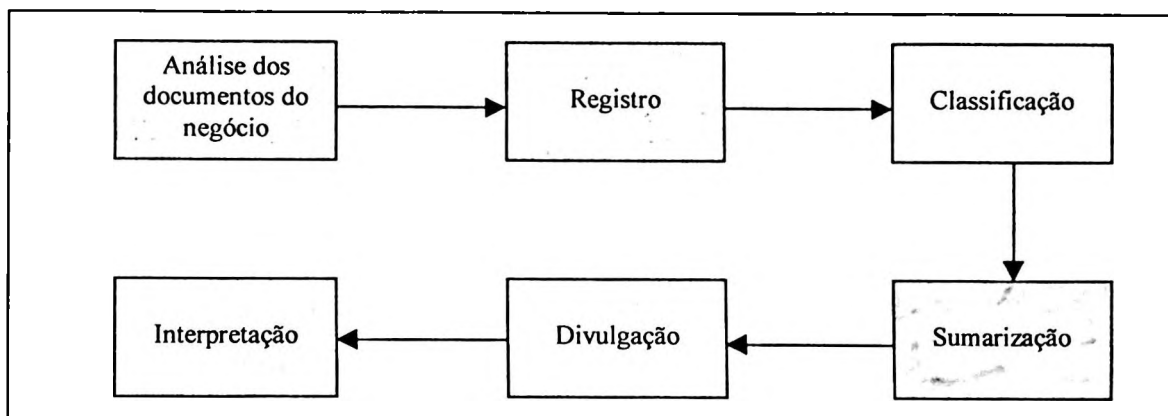
LITTLETON & ZIMMERMAN (1962:46) afirmam que o objetivo final da Contabilidade sempre tem sido a comunicação, em que o usuário das demonstrações contábeis deve fazer sua própria interpretação, posto que certos esclarecimentos, cálculos suplementares e interpretações derivadas dos dados contábeis divulgados podem tornar a mensagem mais inteligível: índices referentes a relações estáticas e dinâmicas, por exemplo.

Dessa forma, o objetivo da Contabilidade seria capturar o fenômeno econômico no momento de sua ocorrência e precificá-lo, ou seja, mensurá-lo corretamente, expressando-o em termos monetários. As demonstrações contábeis teriam, portanto, poder de síntese desses fenômenos econômicos, transmitindo informações úteis aos usuários da Contabilidade.

Assim sendo, de acordo com SKOUSEN, LANGENDERFER e ALBERECHT (1983:55), o processo contábil, conforme a Figura 14, torna possível a análise dos eventos econômicos ao proceder ao registro, classificação e sumarização das transações de uma entidade e conseqüente elaboração das demonstrações que apresentam os resultados sumariados.

FOSTER (1986: 15) explica que a informação das demonstrações contábeis pode servir para diversas finalidades. Uma delas consiste em assegurar a confiança nas decisões de investimento e crédito, sendo que, em muitos casos, as demonstrações contábeis terão vários diferentes papéis ao mesmo tempo.

Figura 14 - O Processo Contábil



Fonte: SKOUSEN, K. Fred; LANGENDERFER, Harold Q.; ALBERECHT, W. Steve. Principles of Accounting. 2. edition, New York: Worth Publishers, 1983, p. 55.

Portanto, o sistema contábil pressupõe a identificação, o reconhecimento e a mensuração dos eventos econômicos que afetam a posição patrimonial e financeira da empresa, a fim de gerar informações úteis aos tomadores de decisões, seja para os usuários externos (demonstrações contábeis), seja para os usuários internos (relatórios gerenciais).

Ainda sobre a necessidade de a informação contábil ter o poder de predição e controle, EDWARDS e BELL (1973:71) comentam que:

“O principal propósito a ser alcançado pela coleta de dados contábeis (além da prevenção contra fraude, roubo e assemelhados) é prover informação útil para a avaliação das decisões passadas e dos métodos utilizados para se tomar tais decisões. Esta avaliação, por sua vez, tem duas facetas: (1) a avaliação do gestor a fim de tomar a melhor decisão possível para agir em um futuro incerto; (2) avaliação do gestor, ou mais amplamente, do desempenho da empresa individualmente, pelos acionistas, credores (incluindo bancos), agências regulamentadoras e governamentais, e outros usuários externos interessados, para que eles também possam fazer melhores julgamentos com relação às atividades da firma” (tradução da autora).

Nesse entendimento, fica patente a necessidade de o usuário da informação contábil possuir elementos suficientes para que possa realizar projeções das futuras situações patrimoniais das entidades, não estando ele restrito à compreensão da situação econômico-financeira passada da empresa.

DAVIS, ROBINSON e ALDERMAN (1990:8) argumentam que os gestores dependem de informações financeiras para três propósitos básicos, quais sejam de efetivar planejamento e a subsequente análise de desvios dos planos operacionais, acompanhamento e direção das atividades operacionais diárias ou resolver problemas e apoiar decisões.

Ademais, um dos pressupostos básicos da Contabilidade é que esta deve refletir fielmente a realidade físico-operacional da empresa, seus eventos econômicos, devendo, portanto, as demonstrações contábeis serem instrumentos de comunicação efetiva para seus usuários. Isso enseja a necessidade das informações contábeis estarem alinhadas de tal forma a propiciar utilidade, confiabilidade e oportunidade das mesmas aos gestores. Em essência, devem permitir o respaldo à tomada de decisão.

Porém, deve-se, ainda, acrescentar que a Contabilidade vem sendo criticada por não atender ao modelo decisório de cada gestor. O quadro 1 resume tais críticas:

Quadro 1 - Crítica à Informação Contábil

Os contadores dizem que seu trabalho é útil...	
<i>Para</i>	<i>Crítica</i>
<i>Acionistas</i>	...porém as demonstrações contábeis não apresentam as informações necessárias sobre quais lucros são realizados e liquidados financeiramente os pagamentos de dividendos, a mais valia do negócio e seu potencial econômico.
<i>Credores</i>	...porém as demonstrações contábeis não apresentam o valor corrente dos ativos e passivos da empresa e seus direitos e obrigações legais sobre os mesmos.
<i>Fisco</i>	...porém as demonstrações contábeis devem ser reelaboradas de acordo com a legislação fiscal para se apurar o lucro tributável.
<i>Sindicatos</i>	...porém as demonstrações contábeis não apresentam informações sobre a produtividade e lucratividade da empresa, a fim de que as mesmas sirvam de base para negociações salariais.
<i>Sociedade</i>	...porém as demonstrações contábeis não apresentam informações sobre as ações sociais e os investimentos realizados nessa área pelas empresas.

Fonte: Anotações da aula de Teoria da Contabilidade ministradas no programa de mestrado da FEA/USP. Prof.º Nelson Carvalho, abr/00.

Já que o usuário da informação contábil busca embasamento para o seu processo de tomada de decisões, é importante que a informação contábil seja imbuída de certas características qualitativas que a torne útil ao processo decisório. Desse modo, serão

abordadas, a seguir, as características qualitativas que devem ser inerentes à informação contábil.

2.4.3 Características Qualitativas da Informação Contábil

A Contabilidade é, sobretudo, o mais importante meio de comunicação entre a empresa e a sociedade. Assim sendo, o FASB bem como o IASB afirmam que as qualidades básicas da informação contábil são fundamentais para torná-la útil aos usuários (SFAC 2, 1980:26; IASB, 2002:F13).

NAKAGAWA, LISBOA e IKEDA (2000:17) também argumentam sobre a importância da informação contábil estar imbuída de características qualitativas básicas:

“Desde o seu surgimento, a Contabilidade tem tido como premissa a otimização da entropia, sob um enfoque restrito de teoria da comunicação. Vem ressaltando uma idéia correta, porém incompleta, de que se consiste em um sistema de informação, como se isto fosse uma questão tão exata quanto ‘2+2=4’, ou seja, sua atenção se volta prioritária e substancialmente aos aspectos quantitativos da informação, pois esmagadora maioria de seus estudos têm foco quase que exclusivo na concepção de que ‘quanto mais informação melhor’, mesmo considerando o fato de a Contabilidade se mostrar consciente de que as informações precisam estar imbuídas de certas qualidades, tais como comparabilidade, confiabilidade e compreensibilidade”.

Tanto o FASB como o IASB estabelecem como características qualitativas básicas da informação contábil a relevância, a compreensibilidade, a confiabilidade e a comparabilidade, sendo que as definições para tais características qualitativas postuladas por esses organismos são fundamentalmente semelhantes, as quais são explicadas adiante.

1. **Relevância:** Segundo o *Statement of Basic Accounting Theory* (1966) do *American Accounting Association*, “a relevância requer que a informação seja pertinente, ou que esteja associada, de maneira útil, a ações que visem a facilitar os resultados desejados”.

Uma vez que a relevância é função das necessidades dos usuários, um nível de detalhamento para um grupo de usuário pode não ser relevante para outro

grupo. Assim, as organizações devem avaliar o nível de detalhe significativo para seus usuários, devendo observar o nível de agregação dos dados, para que não produzam números equivocados que irão resguardar o processo decisório. As informações contábeis podem desempenhar um papel importante se possuírem valor de oportunidade (disponibilidade da informação) para tomada de decisões.

Pode-se dizer que uma mensuração será mais relevante se se aproximar da verdadeira informação que o usuário deseja conhecer para tomada de decisão, ou seja, a informação está relacionada a um problema em questão para o usuário. Portanto, para ser relevante, uma informação deve “fazer a diferença” no processo decisório.

2. **Confiabilidade:** o SFAC 2 define a confiabilidade como a qualidade da informação que garante que a informação seja razoavelmente livre de erro e vies e represente fielmente o que objetiva representar. Assim, a confiabilidade da informação contábil pousa sobre duas características distintas: fidelidade de representação e verificabilidade, sendo que a neutralidade da informação também interage com aquelas duas características para atestar sua utilidade. A informação contábil depende do sistema de gerenciamento utilizado na empresa, a fim de que este produza informações confiáveis aos seus usuários.

Assim, as informações emanadas das demonstrações contábeis podem ser confiáveis e, portanto, úteis aos seus usuários, apenas se representarem fielmente os fenômenos que pretendem representar.

Dessa forma, o IAS (2002) esclarece que o balanço patrimonial, por exemplo, deveria representar fielmente as transações e outros eventos pertinentes ao ativo, passivo e patrimônio da empresa na data do relatório em que é aplicado o critério de reconhecimento.

De acordo com o FASB (CON 2 §63), “*a fidelidade de representação é a correspondência ou a consonância entre uma mensuração ou descrição e o*

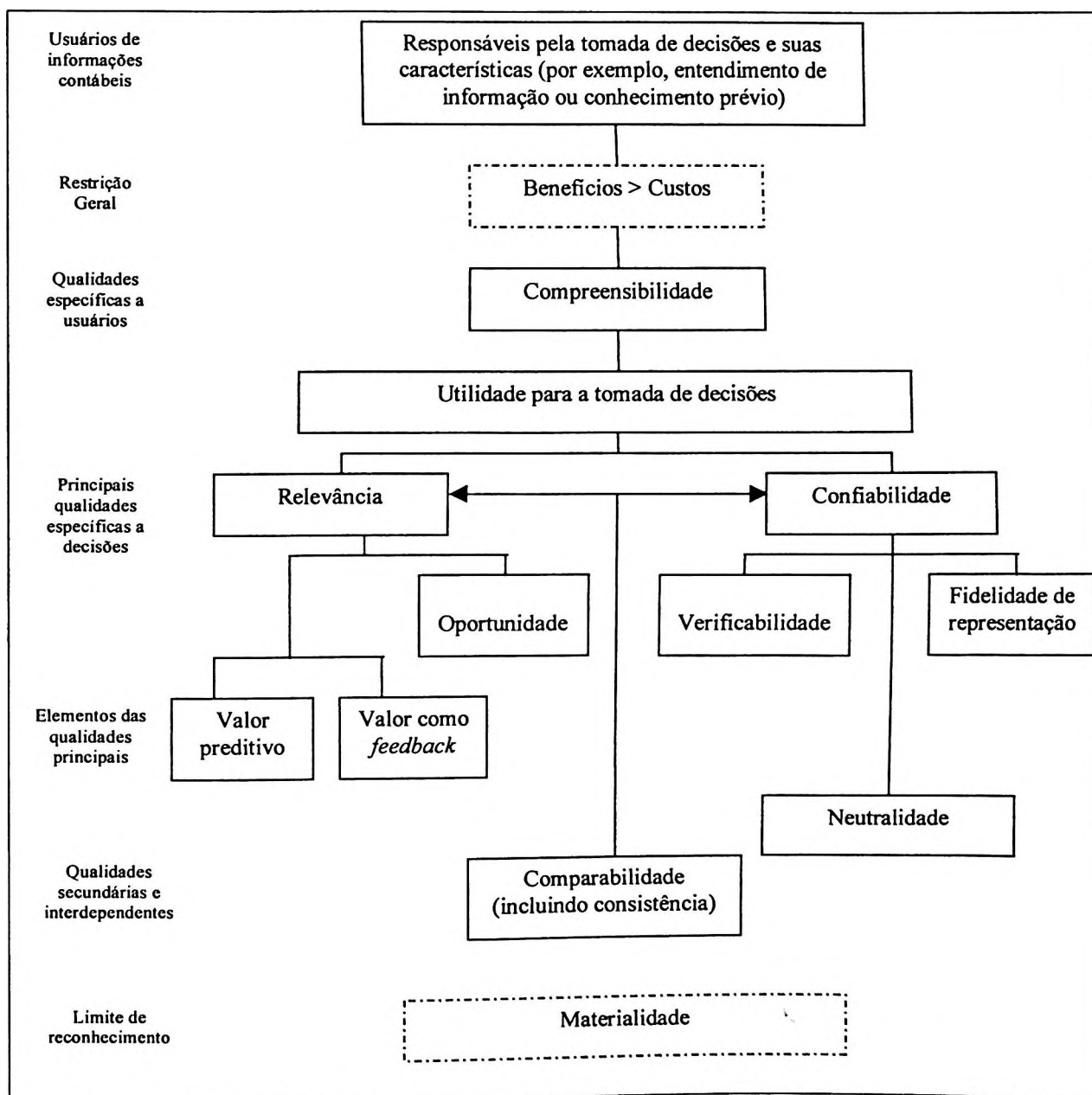
fenômeno que se propõe a representar. Em contabilidade os fenômenos a serem representados se referem aos recursos econômicos e obrigações e as transações e eventos que os modificam” (tradução da autora).

Segundo KIRSCHENHEITER (1997:50), a confiabilidade nos remete à idéia de utilidade de informação, não aludindo, no entanto, ao aspecto de que tal utilidade ensejará maior eficácia na tomada de decisão. É argumentado que uma mensuração é mais confiável que a outra se o usuário da informação puder depositar maior confiança ou credibilidade na informação.

3. **Compreensibilidade:** conforme esse critério, a informação para ser útil deve ser compreensível pelos usuários, mas sem que haja uma simplicidade exagerada, a qual coíba qualquer tipo de análise mais detalhada do desempenho da empresa. Prosseguindo, DIAS FILHO (2001:2-2) argumenta que a utilidade da informação contábil é influenciada pelo fator compreensibilidade, devendo, portanto, tal informação ser compreensível ao seu usuário, de modo a permitir a correta interpretação dos eventos econômicos que impactam os resultados das entidades e facilitar a avaliação de riscos, a elaboração de planos, a correção de rumos, entre outras medidas necessárias à gestão dos negócios.
4. **Comparabilidade:** refere-se à questão da *“qualidade da informação que permite aos usuários identificar semelhanças e diferenças entre dois conjuntos de fenômenos econômicos”* (HENDRIKSEN e VAN BREDA, 1999:101). Essa característica nos remete a mais dois aspectos: uniformidade e consistência. Conforme HENDRIKSEN e VAN BREDA (1999:103), *“a consistência pode e deve ser interpretada mais amplamente, no sentido da divulgação, a cada período, de toda informação necessária relevante para que os usuários possam fazer previsões”*. A comparabilidade é relativa também à questão de uniformidade de procedimentos e critérios adotados para a preparação das demonstrações contábeis.

Tais características qualitativas podem ser resumidas pela figura 15, na qual são evidenciadas as qualidades específicas dos usuários, ou seja, a capacidade destes interpretarem e utilizarem a informação contábil e as qualidades específicas da tomada de decisão.

Figura 15 - Uma Hierarquia de Qualidades em Contabilidade



Fonte: Adaptado de HENDRIKSEN, Eldon S. e VAN BREDA, Michael F. Teoria da Contabilidade. Tradução de Antonio Zorato Vicente. São Paulo: Atlas, 1999, 5ª edição, p. 96

Ademais, conforme preceituado por IUDÍCIBUS (1997:77), as informações contábeis, devem ser produzidas em tempo hábil para que tenham utilidade para seus usuários.

HENDRIKSEN e VAN BREDA (1999:131) explicam que também é importante distinguir qualidades específicas dos usuários e qualidades específicas de decisão. As qualidades específicas do usuário dizem respeito à capacidade do usuário em interpretar e utilizar as informações contábeis. Já as qualidades específicas da decisão referem-se à tomada de decisão propriamente dita, tais como a relevância e a confiabilidade, ambas relacionadas com a comparabilidade.

2.4.4 Teoria da Mensuração Contábil e a *True and Fair View*

As demonstrações contábeis devem fornecer um retrato econômico fiel da situação patrimonial das entidades.

Assim sendo, IJIRI (1975:x) ressalta que a Contabilidade deve-se preocupar fundamentalmente com o conteúdo dos relatórios contábeis, assegurando que sejam divulgadas informações de qualidade aos usuários, com o objetivo de que as expressões contábeis referidas nas demonstrações contábeis expressem corretamente a situação econômico-patrimonial das entidades, de modo que seja disponibilizado ao usuário uma informação útil para o seu processo decisório.

Ademais, tal autor argumenta que as demonstrações contábeis são apenas “a ponta do *iceberg*”, devendo a Contabilidade primar, sobretudo, pelo sistema de mensuração que está por trás dessa informação.

Dessa maneira, é de importância singular que as expressões monetárias constantes das demonstrações contábeis sejam fruto de um processo de mensuração adequado a cada elemento patrimonial.

Nesse mesmo entendimento, MOCK e GROVE (1979: 3) definem o sistema de mensuração como sendo “*um conjunto de procedimentos que atribui números a objetos*”

e eventos com o objetivo de prover informações válidas, confiáveis, apropriadas e econômicas para os tomadores de decisões”.

Como exemplo de objetos pode-se citar as contas a receber, contas a pagar, empréstimos de curto e longo prazo, imobilizado, dentre outros. Quanto a exemplos de eventos ou atividades podem-se destacar: a venda de mercadorias, a compra de matérias-primas e o pagamento de dividendos ou juros sobre capital próprio.

Nas considerações de IUDÍCIBUS (1997:127), *"verifica-se que, no âmago de todas as teorias para a mensuração dos ativos, se encontra a vontade de que a avaliação represente a melhor quantificação possível dos potenciais de serviços que o ativo apresenta para a entidade"*.

Tal assertiva de IUDÍCIBUS remete ao conceito de *true and fair view*, o qual segundo JREIGE (1998:35) refere-se à *"visão justa e verdadeira, da situação dos negócios da empresa, ainda que, para isso, fossem necessárias informações adicionais àquelas exigidas pela lei ou, até mesmo, o não cumprimento de algum requisito legal"*.

Conforme CUNNINGHAM (2003:2), o conceito de *true and fair view* é especialmente relevante devido ao fato de que os lucros e valores contábeis podem ser mensurados e incluídos nos relatórios emanados pela Contabilidade de diversas maneiras, dependendo da forma como o sistema contábil esteja estruturado (ou até mesmo da engenhosidade do contador).

Dessa forma, CASTRO NETO (1998:84) explica que *"espelhar uma true and fair view é o objetivo final das demonstrações contábeis, o que implica aceitar a idéia de que certos procedimentos contábeis se sobrepõem à letra da lei"*.

Assim sendo, embora as informações emanadas pelas demonstrações contábeis devam atender às exigências legais, a Contabilidade não deve suprir seus usuários com informações "fictícias", visto que estaria subjugando o próprio objetivo da Contabilidade, relativo ao fornecimento de informações úteis aos seus usuários.

Sob esse aspecto, a Contabilidade deve atentar-se às informações que esteja prestando, no sentido em que os elementos patrimoniais sejam mensurados de modo a transparecer a realidade física, econômica e operacional da entidade.

De acordo com MASON e SWANSON (1981:4):

"Técnicamente, a mensuração é o processo pelo qual são obtidos símbolos que representam as propriedades dos objetos, eventos ou estados. Estes símbolos deveriam ter a mesma carga semântica entre eles e o objeto que representam. Conseqüentemente, é apropriado se referir as mensurações como um mapeamento dos objetos, eventos ou estados do mundo real relativos a um mundo abstrato de símbolos. Os símbolos, por sua vez, são números ou têm implicações quantitativas" (tradução da autora).

MASON e SWANSON (1981) conceituam o sistema relacional empírico (SRE) e o sistema relacional numérico (SRN) que se integram a conceitos amplamente utilizados na Teoria da Mensuração. Dessa forma, os objetos e eventos que devem ser relatados são denominados sistema relacional empírico (SRE). Já o SRN, é um tipo específico de sistema relacional em que os objetos são números que significam quantidades monetárias como reais, dólares, euros, dentre outras moedas.

O SRE e o SRN interagem entre si através da mensuração, em que ocorre a atribuição de números a objetos e eventos. Esses números devem conter um significado real de modo que, o gestor, ao analisá-lo, identifique um relacionamento direto entre o objeto ou evento e o número a ele atribuído.

Para MATTESSICH (1995:49), o problema final da mensuração *"não é meramente a identificação da realidade por detrás da propriedade ou do lucro mas a questão complementar de avaliação de ambos bem como seus correspondentes ativos. É 'complementar' porque aqui uma outra questão da realidade surge: Na determinação dos valores contábeis (i.e., valor de custo ou valores de troca) nós de fato mensuramos eventos reais? Embora essa questão seja parcialmente respondida, demonstrando que existe uma realidade física por detrás dos ativos tangíveis e uma realidade social por detrás das dívidas, patrimônio líquido e lucro, pode-se demonstrar também que os valores para essas realidades são estaticamente verdadeiros"* (tradução da autora).

De fato, observa-se que na mensuração de ativos não há um único método que seja ideal para a apresentação das demonstrações contábeis, para determinação do lucro ou demais informações relevantes para investidores, credores e demais *stakeholders*⁸. Dentre os conceitos de mensuração que podem ser utilizados estão os valores de entrada

como o custo histórico (base passada), custos de reposição (base corrente) e custos futuros descontados (base futura). Já dentre os valores de troca de saída destacam-se os preços de venda passados (base passada), o preço corrente de venda (base corrente) ou o valor realizável esperado (base futura). De qualquer modo, a mensuração de ativos deve atender aos mais variados objetivos de divulgação de informação contábil-financeira.

2.4.5 Disclosure, Fiduciary Reports e Financial Reporting

Discorrendo sobre o valor da informação contábil a ser utilizada no processo decisório, LIMA, LIMA e IKEDA (2001: 4) destacam os seguintes aspectos:

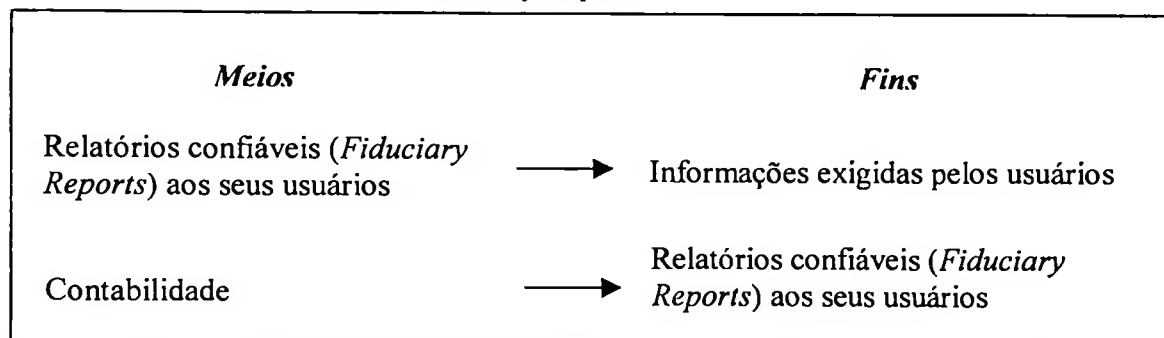
“Considerando que a confiabilidade, a compreensibilidade e a comparabilidade são qualidades básicas e fundamentais para as informações contábeis, o disclosure das transações econômicas que impactam o patrimônio das companhias deve fornecer o subsídio necessário para que seu usuário possa tomar decisões com segurança.”

Ressalte-se a importância do *disclosure* das informações contábeis de forma adequada, justa e completa, pois é através deste meio de comunicação entre o contador e os usuários das informações por ele prestadas que a Contabilidade atinge seu objetivo.

Desse modo, McDONALD (1972: 19) argumenta que a Contabilidade deve estar revestida de responsabilidade fiduciária para atender às necessidades informacionais de investidores e demais *stakeholders* que tenham interesse nos negócios da entidade, por meio de relatórios confiáveis (*fiduciary reports*). Tal autor propõe o seguinte esquema para explicar os meios e os fins da informação contábil (figura 16):

⁸ Stakeholders: credores, sindicatos, sociedade, entidades governamentais.

Figura 16 – Contabilidade e *Fiduciary Reports*



McDONALD, D. L. *Comparative accounting theory*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company, 1972, p.19.

Conforme IUDÍCIBUS (1997:115), o *disclosure* “é um compromisso inalienável da Contabilidade com seus usuários e com os próprios objetivos. As formas de evidenciação podem variar, mas a essência é sempre a mesma: apresentar informação quantitativa e qualitativa de maneira ordenada, deixando o menos possível para ficar de fora dos demonstrativos formais, a fim de propiciar uma base adequada de informação para o usuário”.

De acordo com DiPIAZZA Jr. e ECCLES (2002:4), o principal elemento capaz de gerar confiança nos usuários da informação contábil é a transparência da informação. As empresas devem fornecer aos acionistas e *stakeholders*, incluindo fornecedores, a informação necessária para que eles possam tomar suas decisões. As empresas, ao reconhecerem que a transparência é necessária para a criação e proteção do seu valor, não mais aceitaram permanecer “às escuras”.

Os fornecedores também necessitam de informações completas, acuradas e fidedignas para proceder à análise de crédito de seus clientes. Dessa maneira, DiPIAZZA Jr. e ECCLES (2002:57), explicam que cada vez mais os acionistas e *stakeholders* estão interessados em outras informações que não as provindas das demonstrações contábeis, mesmo que elaboradas de acordo com os princípios contábeis geralmente aceitos, pelo fato de que estas, apesar de importantes, não cobrem todos os indicadores de valor de uma empresa, sendo muitos deles de natureza não-financeira, tais como: crescimento do mercado, participação no mercado, estratégia de inovação de produtos, estratégia de preços, ambiente regulatório, competitividade, dentre outros.

Ademais, conforme ECCLES, HERZ, KEEGAN e PHILLIPS (2001:123), em pesquisa realizada pela PricewaterhouseCoopers em 1998 nos Estados Unidos, Europa e Ásia, foram identificados para os respondentes daquela pesquisa (investidores e analistas) nove indicadores de suma importância para a tomada de decisões de investimentos, tanto de natureza financeira como não financeira, a saber: (1) Lucro; (2) Fluxo de caixa; (3) Custos; (4) Orçamento de capital; (5) Investimentos em pesquisa e desenvolvimento (6) Desempenho do setor; (7) Objetivos estratégicos; (8) Desenvolvimento de novos produtos; e (9) Participação no mercado.

Assim, pode-se concluir que para os investidores e *stakeholders* tomarem decisões econômicas sobre as companhias, eles necessitam de informações monetárias assim como não-monetárias, significando que os relatórios contábeis das empresas devem conter informações de ambas as naturezas para respaldar o processo decisório de seu usuário.

Dessa forma, o conceito do *Financial Reporting* como uma filosofia de *disclosure*, amplamente disseminada pelo FASB, deve ser considerada para assegurar a efetividade de comunicação entre a empresa e seus investidores e *stakeholders*.

NAKAGAWA, LISBOA e IKEDA (2000:3) fazem as seguintes considerações sobre o conceito de *financial reporting*:

“Relativamente à expressão financial reporting, chamamos a atenção ao fato de que a literatura contábil se restringe a traduzir por evidênciação contábil, quando, na verdade, acreditamos não haver ainda tradução apropriada à referida expressão, pois não se trata de simplesmente evidenciar, mas sim, de uma filosofia, uma premissa, um modo de pensar a questão de informar os usuários da informação contábil, retratando o patrimônio de modo fiel e justo”.

Segundo o FASB (SFAC 1), o *financial reporting* não inclui somente o *disclosure* feito através das demonstrações contábeis, mas também por qualquer outro meio de comunicação da informação relacionada, direta ou indiretamente, às informações provindas dos sistemas contábeis. Essa informação deve ser divulgada ou em atendimento às regulamentações existentes, ou ainda, porque a administração da empresa entende que seu *disclosure* seja útil aos usuários da informação. Tais

informações podem ser de caráter financeiro ou não, como, por exemplo, previsões acerca do mercado da companhia, relatórios de impacto ambiental e riscos do negócio.

No que concerne à questão dos riscos do negócio, ECCLES, HERZ, KEEGAN e PHILLIPS (2001:143) explicam que, mesmo que as companhias divulguem todas as informações financeiras e não financeiras que evidenciem como a empresa agrega valor, ainda é importante para os investidores e *stakeholders* conhecer os riscos inerentes aos negócios. Atualmente, a SEC (*Securities and Exchange Commission*) exige que a empresa divulgue informações quantitativas e qualitativas a respeito de seu risco de mercado, risco de crédito, risco operacional, além do risco contábil, inerente às estimativas utilizadas na elaboração das demonstrações contábeis.

Adicionalmente, de acordo com o FASB (SFAC 1), o conceito de *Financial Reporting* também considera o caráter preditivo da informação contábil. Assim o valor preditivo, refere-se à qualidade da informação que ajuda os usuários a aumentarem a probabilidade de prever corretamente o resultado de eventos passados ou presentes.

Dessa forma, os investidores e credores, por estarem interessados na geração de fluxo de caixa futuro da empresa, devem encontrar informações que lhes permitam fazer suas projeções e análises. Além disso, a informação do lucro da companhia deve, na medida do possível, ser útil para fins de avaliação de desempenho, predição de lucros futuros e avaliação do risco de investimento e de crédito.

No entanto, cabe ainda destacar que o aspecto preditivo da informação contábil, conforme mencionado por HENDRIKSEN e VAN BREDA (1999:98), ainda apresenta vários obstáculos para se consubstanciar em um elemento propulsor do desenvolvimento da divulgação financeira relevante. Dentre eles estes autores destacam:

“...a falta de modelos normativos (ou mesmo descritivos) de tomada de decisão, pelo investidor, que tenham sido testados, com uma descrição suficiente de seus insumos”.

“...a falta de entendimento da relação entre os dados contábeis e os objetos ou eventos relevantes que podem ser insumos para os modelos de tomada de decisão”.

2.4.6 Contabilidade Criativa e Fraude

A fim de melhorar os resultados econômicos da empresa, aumentar a cotação da ação, aumentar o valor da empresa, dentre outros fatores, muitas companhias deixam de observar os princípios e políticas contábeis na elaboração das demonstrações contábeis.

Algumas empresas americanas, em 2002, utilizaram certos artifícios contábeis, transformando prejuízos em lucros, ou mesmo desaparecendo com dívidas ou investimentos mal-sucedidos, dando ensejo a uma série de escândalos contábeis. Dentre as empresas que tiveram fraudes em suas demonstrações contábeis destacam-se: WorldCom, Xerox, Imclone, Adelphia, CMS Energy, Dynergy, Enron, Global Crossing, Reliant-Energy, Qwest, entre outras. Alguns dos principais escândalos contábeis ocorridos em 2002 nos EUA, que estão descritos na seqüência, estão sumariados no Quadro 2.

Quadro 2 - Escândalos Contábeis Americanos em 2002

<i>Empresa</i>	<i>Setor</i>	<i>Tipo de Fraude</i>	<i>Empresa de Auditoria no momento do escândalo contábil</i>
Enron	Energia	Contabilização de venda antecipada de energia.	Arthur Andersen
WorldCom	Telecomunicações	Contabilização de despesas como investimento	Arthur Andersen
Qwest	Telecomunicações	Contabilização inadequada das receitas de swap de capacidade de fibra ótica	Arthur Andersen
Xerox	Equipamentos eletrônicos de escritório	Reconhecimento de receitas antes de serem efetivamente incorridas	PricewaterhouseCoopers (até outubro de 2001, KPMG)

A Enron foi a primeira empresa de uma série de escândalos contábeis ocorridos em 2002. A empresa registrou seus contratos de energia pelo valor total do contrato, ou seja, toda a venda antecipada de energia foi considerada como competência daquele exercício, o que põe à prova qualquer fidelidade de representação que possa existir nas demonstrações contábeis. Além disso, a Enron e suas partes relacionadas (como Raptor e Braveheart) compraram contratos futuros para compra de ações ordinárias da Enron,

dando direito da empresa comprar ações no futuro ao preço daquela data. Com isso, a empresa podia forjar maiores lucros, assegurando ganho na operação. Estes são apenas alguns exemplos dos “truques contábeis” usados pela companhia.⁹

Outro escândalo contábil foi vivenciado pela WorldCom. A empresa fez uma operação contábil que transformou US\$ 3,9 bilhões de despesas em investimento, distorcendo o ativo e o patrimônio líquido do balanço financeiro da empresa, ferindo, desse modo, os princípios contábeis geralmente aceitos nos EUA. Toda essa operação tinha por finalidade melhorar o resultado da companhia. Com essa fraude contábil, a empresa anunciou a demissão de 17.000 empregados, quase um quarto do seu quadro de pessoal.¹⁰

A SEC (*Securities and Exchange Commission*) também está investigando as operações de contabilização de US\$ 1,4 bilhão de receita de venda de capacidade de fibra ótica da Qwest, empresa norte-americana de telecomunicações. Nessas operações, estão inclusos *swaps* de capacidade de fibra ótica, cujos valores envolvidos para compra e venda de capacidade, em alguns casos, são praticamente idênticos. Durante o período em que os *swaps* ocorreram, Joseph P. Nacchio, diretor executivo da Qwest e outros executivos de alto escalão foram grandes vendedores de ações da empresa. As vendas do Sr. Nacchio, sózinhas, perfizeram o montante de US\$ 130 milhões em lucros durante aquele período, levantando questionamentos quanto a sua motivação de manter os preços das ações tão altos quanto possíveis¹¹.

Ademais, a Xerox anunciou, em finais de junho de 2002 que iria reapresentar seus balanços, para o período de 1997 a 2001, buscando ajustar suas receitas que foram superestimadas em 2 bilhões de dólares naquele período, por falha contábil. Tais receitas

⁹ Online NewsHour: Accounting Alchemy – January 22, 2002.

http://www.pbs.org/newshour/bb/business/jan-june02/enron_1-22.html. Acessado: 06/08/02

¹⁰ SEC hits WorldCom with charge – Jun. 25, 2002. <http://money.cnn.com/2002/06/25/news/worldcom/> Acessado em 06/08/02.

¹¹ SEC gets tough on Qwest accounting. <http://stacks.msnbc.com/news;772521.asp?cp1=1>. Acessado em 06/08/02.

foram reconhecidas antes de efetivamente incorridas. Com o anúncio da republicação a ação da companhia caiu US\$0,73, passando de US\$8,00 para US\$7,27¹².

Considerando o aspecto de que muitas dessas empresas eram tidas como sólidas e também como *benchmarks* pelo próprio mercado norte-americano, no que concerne ao aspecto de transparência e de proteção ao investidor, há até os mais exaltados, como Ianni (*Apud.* Teixeira, 2002:A-13), por exemplo, que chega a afirmar que esses acontecimentos denunciam “*que o capitalismo está sendo posto em questão pela primeira vez no mundo contemporâneo*”.

Na realidade, parece ser precipitado afirmar que isso esteja mesmo ocorrendo, mas, de certo, colocaram-se em cheque as práticas adotadas pelos profissionais de Contabilidade.

Segundo Mula (*Apud.* Azevedo, 2002:B-1), “*tudo começou com os modelos de avaliação econômica que despontaram durante a febre das pontocom. Variáveis como marca, capital humano e direitos de uso ganharam status de ativos intangíveis e espaço cada vez mais freqüente nas projeções de resultados de analistas e investidores. Fizeram crescer o preço das ações de diversas companhias, inclusive aquelas da velha economia. A crise (...) começou a surgir quando os executivos perceberam disparidades entre o valor econômico das companhias e a realidade das suas operações (...). O resultado (...) foram soluções criativas para as demonstrações contábeis, que envolvem desde o reconhecimento antecipado de lucros à ausência nos registros de perdas*”.

De qualquer maneira, as demonstrações contábeis constituem-se numa das grandes fontes de informações para decisão de crédito. SCHRICKEL (2000:175) argumenta que “*as demonstrações são basicamente um substituto para o conhecimento do cotidiano de uma empresa, suas operações e seu gerenciamento, constituindo-se, em realidade, nos instrumentos de maior utilidade prática para os emprestadores para a análise de crédito*”.

¹² CNN.com – Xerox the latest Wall St scandal – June 28, 2002.
<http://europe.cnn.com/2002/BUSINESS/06/28/xerox>. Acessado em 06/08/02.

Contudo, com informações fraudadas, as demonstrações contábeis passam a não mais representar a realidade econômico-financeira de uma empresa, perdendo, portanto, sua confiabilidade, tornando-se inúteis ao processo decisório.

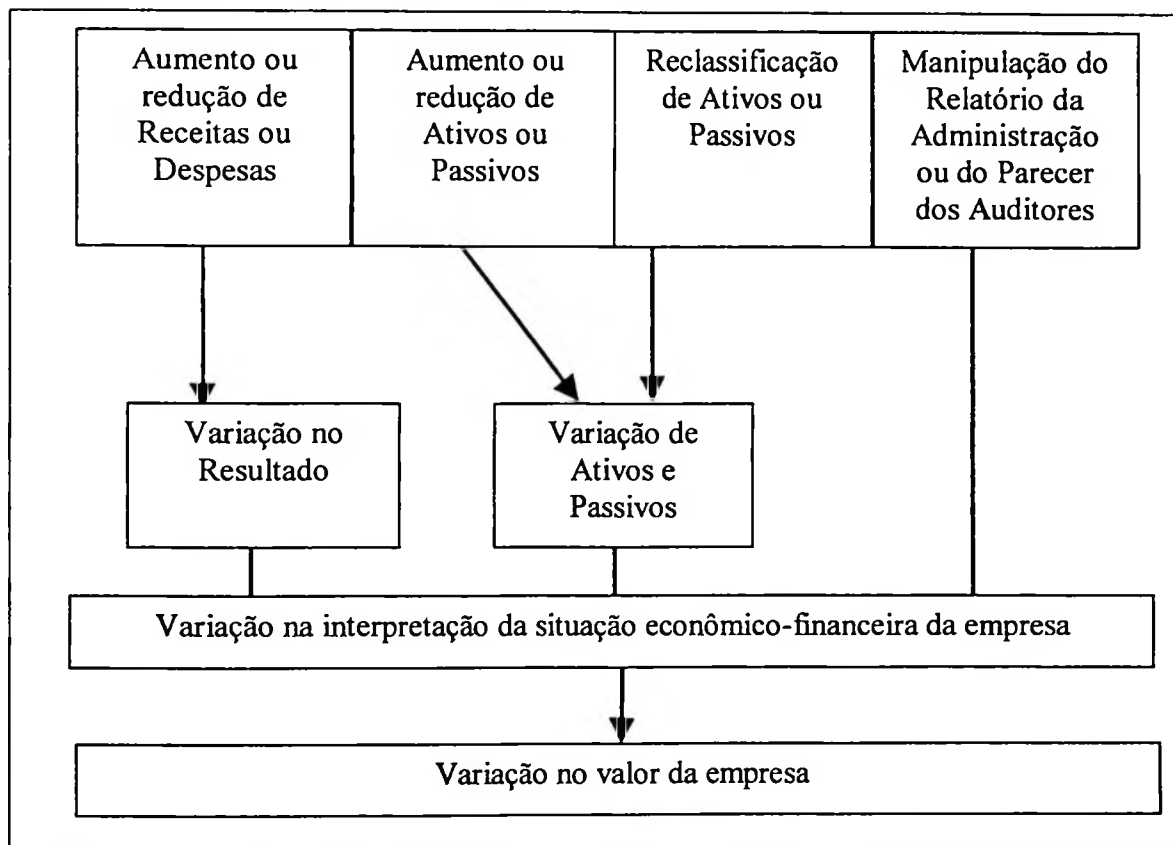
Ainda é importante comentar sobre os itens “*off-balance sheet*”. Ao se proceder à avaliação do risco de crédito de uma empresa, deve-se observar se todos os elementos relevantes estão contemplados nas demonstrações contábeis, devendo-se, a partir de então, considerar as operações contratadas e não contabilizadas e demais elementos *off-balance sheet*, que podem até mesmo ser intencionalmente não divulgados. Embora a posição do FASB seja que tais operações se tornem evidenciadas, por considerar que sua omissão pode prejudicar a qualidade das decisões, há empresas que não atendem tal observação.

Os impactos sociais devido às fraudes contábeis são imensos: milhares de desempregados, desequilíbrio no mercado financeiro, desconfiança generalizada, perda do valor da informação contábil. Os efeitos dos procedimentos contábeis fraudulentos podem ser explicados pela figura 17.

COSTA, PIGATTO e LISBOA (2001) explicam que “*as transações que podem ser classificadas como contabilidade criativa resultam na variação dos valores dos ativos, passivos e também do resultado. Conseqüentemente, estas variações acabam por influírem de maneira relevante na interpretação da situação econômico-financeira da empresa, pois o usuário da informação disporá de dados não condizentes com a realidade*”. Tais procedimentos ferem a fidelidade de representação da informação contábil, prejudicando seus usuários, e, portanto, devem ser punidos.

Como solução à crise instaurada no mercado, relativamente aos seus pilares fundamentais, que são a confiança e a transparência, McCain (2002:B-2) afirma que, “*somente a restauração do sistema de controles que outrora protegia o investidor norte-americano – e que se deteriorou seriamente nos últimos dez anos – poderá restaurar a confiança que faz funcionar os mercados financeiros (...). A necessidade de ação e de supervisão do governo ficou evidente*”.

Figura 17 – Práticas Contábeis Criativas e seus Efeitos



Fonte: COSTA, Fábio Moraes, PIGATTO, José Alexandre Magrini, LISBOA, Lázaro Plácido. Contabilidade Criativa. Anais do 1º Seminário de Contabilidade da FEA/USP;2001, p.4.

Dessa maneira, após esses escândalos contábeis, dentre tanto outros relacionados à falta de transparência e confiabilidade das demonstrações contábeis de empresas registradas nas principais Bolsas de Valores norte-americanas, foi assinado, em 30 de julho de 2002, o Sarbanes-Oxley Act pelo Presidente Americano.

Esse regulamento inclui divulgações com respeito a código de ética, controle interno, transações não incluídas no balanço (isto é, não seguindo os princípios contábeis geralmente aceitos) e informações financeiras pró-forma, o estabelecimento de comitês de auditoria independentes, dentro outros, que visam a salvaguardar o mercado de capitais e o usuário da informação contábil.

2.4.2 Contabilidade como Linguagem

A Contabilidade pretende estabelecer uma linguagem de negócios para comunicar os eventos econômicos de uma entidade, visando à integração dessa entidade no ambiente econômico-social na qual está inserida.

Como bem observam GLAUTIER e UNDERDOWN (1994:26) “*os elementos e conceitos da Contabilidade são usados para descrever os eventos que compreendem a existência de qualquer tipo de negócio. Por essa razão a Contabilidade é caracterizada como linguagem de negócios*” (tradução da autora, grifos nossos).

JAIN (1973: 104), em seu estudo sobre métodos alternativos da Contabilidade e a tomada de decisão, descreve a Contabilidade como linguagem, utilizando-se da dimensão sintática da semiótica para tratar da influência dos diferentes métodos contábeis na tomada de decisão. Para esse autor:

“As normas da contabilidade são consideradas análogas à gramática financeira e com base nessa analogia, o efeito da estrutura gramatical na percepção dos usuários é estudada para suportar a hipótese de que os métodos contábeis afetam a tomada de decisão” (tradução da autora).

É importante também ressaltar a observação de IJIRI (1967:38) à respeito da influência da linguagem no comportamento.

“...é um fato completamente aceito em Lingüística e Psicologia que a linguagem tem efeito real sobre o pensamento e a percepção do indivíduo”.

Nesse aspecto, a Contabilidade deve atentar à maneira pela qual irá expor a realidade econômica de uma entidade a seus usuários. Uma grande preocupação para que as demonstrações contábeis sejam confiáveis consiste na identificação de todas as transações, que deveriam estar inclusas nessas demonstrações. Um primeiro parâmetro reside na necessidade de se selecionar os dados a serem apresentados, posto que um evento não surge como “evento contábil”, necessitando ser levada em consideração a percepção do contador para captar e reconhecer tal evento econômico.

Além disso, PEIRCE (1961: 121) argumenta que:

“Se nós entendermos a linguagem de tal maneira que possamos esperar que algum dia faremos uma máquina na qual usemos a linguagem com sucesso, devemos ter uma gramática e devemos ter um modo de relacionar as palavras com o mundo que estamos, mas isso claramente não é o suficiente. Se vamos considerar as sentenças como significativas, elas devem de alguma forma corresponder à vida como nós a vivemos” (tradução da autora).

Tal assunção de PEIRCE denota a necessidade do estabelecimento de uma linguagem inteligível a todos os usuários. Assim sendo, a Contabilidade deve estabelecer um processo de comunicação com a finalidade de manter uma estreita inter-relação com seus usuários, à medida que os eventos econômicos sejam evidenciados em linguagem, então compreensível a qualquer interessado.

Desse modo, MASON & SWANSON (1981: 43) discutem sobre o grau de complexibilidade de uma linguagem, explicando que, quanto mais complexa a linguagem, menor será a quantidade de pessoas capacitadas em compreendê-la.

SCHRICKEL (2000: 213) faz um breve comentário sobre o processo de comunicação e a precisão lingüística das palavras utilizadas na análise de crédito.

“Na análise de crédito, como em qualquer outra atividade, necessitamos ser seletivos na linguagem empregada para expressar idéias, conceitos e, sobretudo, informações que viabilizem apropriadas decisões de crédito. O processo de comunicação só se estabelece com efetividade se transmissor e receptor conseguem ‘sintonizar a mesma frequência’, isto é, o que o transmissor quer transmitir é efetivamente o que receptor está recebendo (com todas as redundâncias do texto) e, mais que isso, está entendendo! ‘Sintonizar a mesma frequência’ em absoluto quer dizer ‘pensar da mesma forma’. A diversidade, o conflito de opiniões é extremamente salutar para a racionalidade das análises e decisões de crédito”.

“Dentro deste contexto, utiliza-se com frequência, na linguagem do dia-a-dia, certas palavras e termos que possuem, em realidade, significado diferente consoante à situação específica. Na análise de crédito também é utilizado um vernáculo todo apropriado (de contabilidade e finanças)”.

Nesse entendimento, fica evidenciada a necessidade de o usuário da informação contábil estar apto a entender a linguagem empregada para expressar idéias, conceitos e, sobretudo, informações, para que o processo de comunicação contábil proporcione decisões de crédito adequadas.

A Contabilidade, vista sob a perspectiva de linguagem de negócios, deve se preocupar em responder três questões básicas, conforme preceituado por HENDRIKSEN e VAN BREDA (1999: 29):

- Que efeito terão as palavras sobre os ouvintes? (pragmática)
- Que significado terão essas palavras? (semântica)
- As palavras fazem sentido lógico? (sintática)

Além disso, o apêndice da resolução CFC n.º 774/94 faz alusão à importância de informações amplas e fidedignas aos usuários da Contabilidade, destacando o caráter preditivo da Contabilidade como sendo útil a seus usuários.

“Os usuários tanto podem ser internos como externos e, mais ainda, com interesses diversificados, razão pela qual as informações geradas pelas Entidades devem ser amplas e fidedignas e, pelo menos, suficientes para a avaliação da sua situação patrimonial e das mudanças sofridas por seu patrimônio, permitindo a realização de inferência sobre o seu futuro”.

Desse modo, será abordada, a seguir, a inter-relação entre a Teoria da Comunicação e a Contabilidade.

2.4.7 Teoria da Comunicação e Contabilidade

Dado ao fato de que a Contabilidade é conhecida como linguagem de negócios para comunicar os eventos econômicos de uma entidade, o que se pretende, nesse tópico, é vislumbrar os principais aspectos do arcabouço conceitual da Teoria da Comunicação e sua correlação com a Contabilidade.

Em verdade, alguns esforços já foram envidados no sentido de se abordar a Contabilidade sob os fundamentos da teoria da comunicação. Contudo, eles se restringem a efetuar análises específicas do processo de elaboração das informações contábeis, porém, tratando os conceitos de comunicação e de informação como sinônimos, o que não se consubstancia numa atitude prudente, já que esta apenas se

preocupa prioritariamente com os aspectos quantitativos do processo de comunicação, diferentemente daquela.

GUERREIRO (1989:107) advoga que o valor da informação contábil está intrinsecamente relacionado ao processo decisório, argumentando que “*o valor da informação repousa em seu uso final, isto é, na sua inteligibilidade para que pessoas tomem decisões, e sua relevância para essas decisões*”.

Analisando o conceito de inteligibilidade tem-se que esta pode ser aumentada em uma mensagem reduzindo sua taxa de informação. Para assegurar o grau desejado de inteligibilidade deve-se fazer uso da redundância, a qual, em conformidade com COELHO NETTO (1999:135-137), refere-se ao que é “dito” (verbal ou graficamente) em demasia buscando facilitar a percepção e compreensão da mensagem, tendo por objetivo a absorção do ruído da mensagem. Ruído, por sua vez, caracteriza-se por ser um sinal ou signo que, a princípio, não se pretendia transmitir, mas que ao se infiltrar na mensagem, prejudica seu entendimento.

Assim sendo, RABAÇA e BARBOSA (2001:721) afirmam que a Teoria da Informação se consubstancia como “*teoria científica, voltada para a formulação e o entendimento matemático dos processos de transmissão de informações, ou seja, para o estudo do comportamento estatístico dos sistemas de comunicação*”, donde se destaca o fato de que a teoria da informação está preocupada com a quantidade e velocidade da informação transmitida e não com o significado da mensagem.

RABAÇA e BARBOSA (2001:721) ainda acrescentam que “*o que interessa para a teoria da informação não é o valor, o significado ou a utilidade do que se comunica, não é o conteúdo dos sinais, mas sim a quantidade de informação, o imprevisível, a originalidade (em oposição à redundância), o campo estatisticamente construído pelos sinais transmitidos*”.

Ainda, como observado por COELHO NETTO (1999:177) “*mais informação não pode, por si só, ser considerado como melhor informação. Não pode ser deixada de lado a questão do valor da informação transmitida.*”

MacRAE (Apud. RICCIO, 1989:116) faz a seguinte consideração sobre o valor da informação:

“Informação, segundo nossa definição, é um recurso (input) necessário ao processo de decisão. Para se avaliar a decisão dentro deste conceito, é necessário comparar o resultado X1 proveniente da decisão tomada sem essa informação e o resultado X2, proveniente da decisão tomada com a referida informação.

Se o resultado X1 é idêntico ao X2, a informação não tem valor. Se o resultado X2 propicia maior lucro ou menor custo que o X1, a diferença nos dá o valor da informação” (grifos nossos).

Acerca dessa proposição de MacRAE, IKEDA (2002:39) conclui que *“esta é, sem sombra de dúvida, uma proposta interessante como metodologia para se avaliar o valor da informação (...). Entretanto, a determinação deste valor não é tão simples como aparenta. Estes custos e benefícios nem sempre são passíveis de mensuração monetária, e ainda, é difícil se avaliar o valor da informação antes que ela seja produzida e recebida”*.

DORIA e DORIA (1999:114) argumentam que:

“Todo fenômeno de comunicação possui dois lados, o lado simbólico, o lado onde o sentido se faz presente, e o lado físico, o suporte material para o sentido, para aqueles significados. A teoria da informação procura dar conta deste lado físico, concreto, do processo de comunicação - dele excluindo qualquer consideração sobre sentidos, significados e semânticas”.

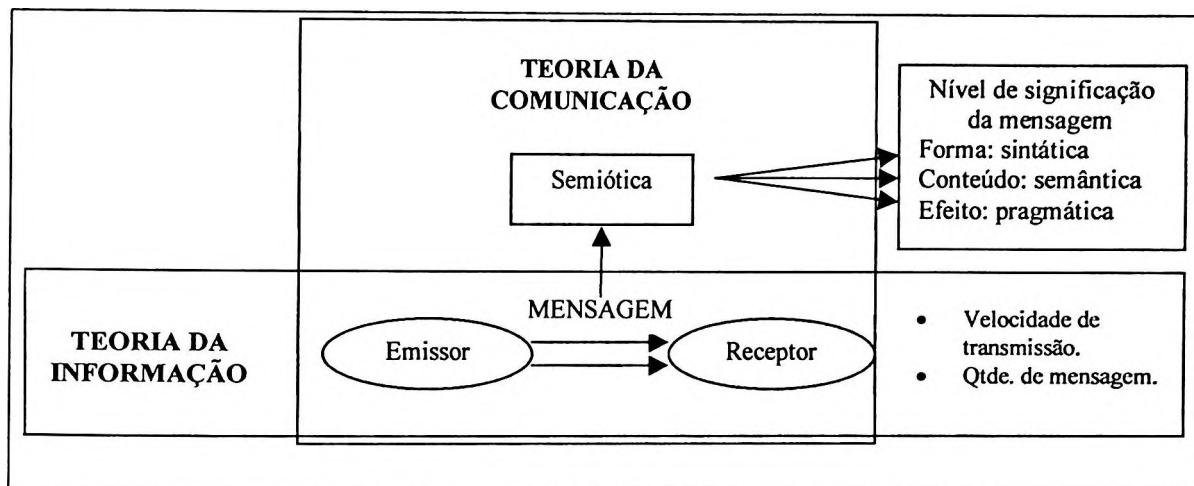
COELHO NETTO (1999: 178) faz uma importante observação que trata do âmago da comunicação:

“...para dirigir-se essa mudança qualitativa para objetivos socialmente válidos é necessária a intervenção ao nível do conteúdo das mensagens, ao nível da significação portanto. Não basta lidar com o quanto, é preciso conhecer o quê e para quê”.

Dessa forma, fica evidente a maior abrangência da Teoria da Comunicação perante a Teoria da Informação, posto que a primeira preocupa-se também com o significado da mensagem que é comunicada aos usuários, bem como os efeitos dela sobre o receptor dessa mensagem, que consiste na denominada dimensão pragmática do

processo de comunicação, conforme foi sintetizado na figura 18, que, no caso da Contabilidade, deve ser útil ao processo decisório do gestor.

Figura 18 - Teoria da Informação e Teoria da Comunicação - um comparativo



Portanto, na medida em que o objetivo da Contabilidade é identificar, reconhecer, mensurar e comunicar os eventos econômicos que afetam o patrimônio das entidades, a observância dos preceitos da Teoria da Comunicação mostra-se bastante útil na consecução desse objetivo, haja vista que esta pode, conforme BEDFORD e BELADOUNI (1962), melhorar a qualidade da informação contábil.

De acordo com esses autores, é necessário compreender que a Contabilidade é um processo de comunicação, envolvendo duas dimensões: (1) a dimensão da observação, a qual envolve o recebimento de informações sobre os eventos econômicos da entidade, a interpretação das mesmas e a seleção daquelas mensagens que deverão ser comunicadas; e (2) a dimensão da produção, que é constituída pela codificação e transmissão da informação ao usuário.

DIAS FILHO e NAKAGAWA (51:2001) explicam que:

“BEDFORD e BELADOUNI (1962) desenvolveram um modelo para descrever e avaliar o processo de comunicação contábil, tendo como estrutura os seguintes elementos: os eventos econômicos, o contador, os demonstrativos contábeis e o usuário das informações neles

contidas. Adicionalmente, o referido modelo incorpora os conceitos de fidelidade e significância, objetivando caracterizar, respectivamente, a relação desejada entre o contador e o usuário e a relação entre os demonstrativos contábeis e os eventos econômicos. Nesse contexto, significância diz respeito ao grau de relevância e adequação com que a Contabilidade consegue descrever os eventos econômicos, ao passo que fidelidade de representação se refere à correspondência que deve existir entre os significados que o usuário atribui às mensagens e aquelas que o contador pretende transmitir”.

Segundo BORDENAVE (1999: 93), “*a comunicação pode definir-se como a interação social através de mensagens*”. No caso da Contabilidade, as mensagens serão voltadas ao ambiente dos negócios, os quais vão interagir direta ou indiretamente com a sociedade como um todo. WEAVER (1949) entende que a comunicação é qualquer procedimento através do qual um determinado organismo procura afetar um outro organismo. Isso realmente ocorre com a Contabilidade, fazendo com que esta esteja auxiliando no processo decisório de credores, investidores e demais *stakeholders*.

Desse modo, evidencia-se que o enfoque de Teoria de Informação se mostra eficiente apenas até certo ponto, no sentido de apoiar as decisões dos usuários de Contabilidade, já que apenas a velocidade e eficiência no processo de transmissão de informações não garantam que estejam imbuídas do devido conteúdo semântico ou pragmático necessário, conforme é discutido no Apêndice 1.

É necessário observar, porém, que, conforme explicam DORIA e DORIA (1999:102-3), não existe, ainda, uma macroteoria da comunicação, na qual seriam unificadas todas as microteorias desta área do conhecimento, como, por exemplo, a teoria da informação, a teoria dos jogos e a lingüística computacional.

Para compreensão do processo comunicacional da mensagem contábil emanada nos diversos relatórios contábeis, tanto de uso interno como externo, entendeu-se que deveria ser levada em consideração a construção de significação contábil. Dessa maneira, a semiótica é vista, neste trabalho, como uma teoria auxiliar para a realização de análise da informação contábil, sob uma perspectiva, qualitativa inclusive.

SANTAELLA (1998: 13) entende que “*a Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o*

exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e sentido”.

Conforme PEIRCE (Apud. ECO, 1999:XX), a semióse, objeto de estudo da semiótica, consiste em "*uma ação ou influência que é ou co-envolve uma cooperação de três sujeitos, como por exemplo um signo, seu objeto e seu interpretante, não podendo tal influência tri-relativa, em caso algum, resolver-se numa influência entre pares*", sendo dividida, conceitualmente, em três dimensões: a sintática, a semântica e a pragmática.

No que se refere à Contabilidade, o entendimento da dimensão sintática tem sua importância respaldada no fato de que o emissor da informação (no caso o contador responsável pela emissão dos relatórios contábeis a serem utilizados na análise de crédito) possa construí-la de modo que haja um conteúdo semântico que a torne compreensível para seu receptor, ou seja, aqui, especificamente, o analista de crédito. Dessa maneira, os diversos critérios de mensuração, os princípios e normas contábeis que se consubstanciam como as “regras gramaticais” da linguagem da Contabilidade terão reflexos diretos no seu caráter utilitário.

Do ponto de vista semântico, espera-se que as descrições alfanuméricas dos eventos retratados nas demonstrações contábeis guardem correspondência com a realidade físico-operacional. Assim, objetiva-se que o destinatário da informação compreenda o significado pretendido pela informação divulgada.

A questão da pragmática reside no fato de que este receptor tem que estar preparado para receber essa informação. Além disso, sob o enfoque pragmático, para que se analisem adequadamente as demonstrações contábeis, é preciso averiguar se existe compatibilidade entre elas e os objetivos a que se destinam, ou seja, devem ser úteis ao processo decisório de seus usuários. Dessa forma, os credores, por estarem interessados na verificação de indícios de a empresa vir a ter futuramente capacidade de honrar seus compromissos para com eles, esperam encontrar elementos confiáveis e adequados para efetuar suas avaliações das demonstrações contábeis.

Visando a ampliar o entendimento da questão semiótica, no Apêndice 1, abordam-se os principais conceitos da Teoria dos Signos, relacionado-a com a Contabilidade.

Dado esse entendimento da relação entre a logística de distribuição o processo de análise de crédito e a informação contábil, o estudo de caso apresentado no próximo Capítulo do presente trabalho busca compreender o papel das demonstrações contábeis no processo de análise de crédito, como parte do processamento do pedido, com a pretensão de identificar como as demonstrações contábeis subsidiam o processo de estabelecimento do limite de crédito na Atofina Brasil.

CAPÍTULO 3 - ESTUDO DE CASO DA ATOFINA BRASIL

3.1 CONSIDERAÇÕES GERAIS

Foi realizado um estudo de caso na ATOFINA Brasil, visando a entender como a análise de crédito está inserida no contexto do ciclo do pedido e, mais especificamente, qual o papel das demonstrações contábeis no processo de estabelecimento do limite de crédito, como parte do processamento do pedido.

O foco do trabalho consiste na análise, estabelecimento e liberação do crédito, quando se trata de uma primeira venda a prazo. Porém, para que se tenha uma visão completa do processo de análise de crédito da empresa, optou-se por relatar a atividade de análise de crédito de maneira geral e concentrar as análises, apenas, para o caso de primeira venda a prazo a um determinado cliente.

3.2 ESTRATÉGIA PARA COLETA DE DADOS

O estudo de caso foi realizado utilizando-se um roteiro de pesquisa semi-estruturado, o qual se encontra no anexo A, para coletar as evidências que pudessem fundamentar a análise do caso.

Foram conduzidas seis entrevistas na Atofina Brasil com duração média de duas horas cada uma, sendo duas com a gerente de logística, uma com a gerente de crédito e três com o analista de crédito, o qual ocupa a função de analista de crédito sênior na empresa. Desse modo, buscou-se levantar os fatos relevantes para a consecução do trabalho.

Julgou-se que a ATOFINA Brasil seria uma empresa que atenderia aos objetivos da pesquisa, pelo fato de a logística estar entre os objetivos estratégicos da empresa, tratar-se de uma empresa que utiliza demonstrações contábeis para sua análise de crédito e conduzir negócios *business to business*.

Uma vez que o questionário semi-estruturado foi aplicado em entrevistas individualizadas com cada entrevistado, o instrumento de pesquisa conseguiu atingir o objetivo proposto e evitou que os entrevistados tivessem dúvidas que não pudessem ser esclarecidas no decorrer do questionário, as quais, se não sanadas, poderiam distorcer suas respostas.

Além disso, vários documentos internos da empresa relativos aos processos de logística de distribuição e análise de crédito foram colocados à disposição pelos entrevistados, que forneceram informações adicionais sobre o caso em estudo, fundamentando as evidências encontradas.

3.3 CASO ATOFINA BRASIL

3.3.1 A Atofina no Mundo

3.3.1.1 A Atofina e seu negócio

A ATOFINA, empresa de origem francesa, a qual é a marca química do grupo petrolífero francês TotalFinaElf, foi criada em abril de 2000, pela fusão das atividades químicas e petroquímicas da TotalFina e Elf Aquitaine, depois de duas fusões consecutivas, em 1998 e 1999, levando à criação da TotalFinaElf, atualmente a quarta maior empresa petrolífera do mundo.

Dentro da ATOFINA, as atividades químicas do grupo TotalFinaElf estão estruturadas em três linhas básicas de negócios, a saber:

- *Químicos de base e polímeros*, incluindo a maioria dos petroquímicos de base e intermediários, cloroquímicos, fertilizantes e polímeros de “*commodities*”, que buscam satisfazer uma indústria racionalizada largamente baseada na integração com refinamento.
- *Intermediários e Polímeros de Performance*, que cobre os maiores setores de fluoroquímicos e produtos oxigenados, tioquímicos, acrílicos e polímeros de

engenharia, confiando altamente no conhecimento dos processos e no *expertise* químico.

- *Químicos de especialidade*, que inclui resinas, na Cray Valley e Startomer, adesivos, na Bostik Findley, eletroresvestimento, na Atotech, processamento de elastômero, na Hutchinson, e tintas, na SigmaKalon, enfatizando a formulação e o serviço ao cliente.

A ATOFINA, em 2002, é líder de produção, na Europa, de Etileno, Propileno e Aromatizantes e a terceira maior produtora mundial de Polipropileno (PP). Também é a quinta maior produtora europeia de Polietileno e a terceira maior produtora de Poliestireno na Europa e nos Estados Unidos. A ATOFINA também se destaca por ocupar uma posição de liderança mundial nos Intermediários e Polímeros de Performance (Tioquímicos, Fluoroquímicos, Acrílicos, Peróxidos, Poliamidas de Especialidades). Os Químicos de Especialidade se concentram nas tecnologias de Processo de Borracha (Hutchinson), Revestimentos (Tintas: SigmaKalon), e Resinas e Adesivos (Cray Valley e Bostik Findley).

Na tabela 2, a seguir, encontra-se a posição ocupada, em 2002, pela ATOFINA no setor de Petroquímicos:

Tabela 2 - Ranking da ATOFINA no Setor Petroquímico

<i>Produto</i>	<i>Ranking na Europa</i>	<i>Ranking Mundial</i>
Etileno	3	10
Propileno	2	4
Polietileno	5	10
Polipropileno	4	3
Poliestireno	3	3

Fonte: Welcome to the world –wide Petrochemicals web site of ATOFINA. Disponível em: www.petrochemicals.atofina.com/ acessado em 20/03/02

3.3.1.2 Estratégia de negócio

A ATOFINA estabeleceu os seguintes objetivos de desenvolvimento:

- A criação de uma plataforma industrial contemplando petróleo e polímeros.
- O fortalecimento de uma visão global das atividades, a fim de proporcionar um uso ótimo do tamanho da entidade e de sua distribuição geográfica (logística como fator de vantagem competitiva). Nota-se que para a empresa um excelente nível de serviço logístico está entre seus objetivos estratégicos.
- O compartilhamento de uma cultura de *marketing* assegurando a proximidade do mercado e do cliente, a fonte de projetos inovadores.

A ATOFINA pretende estar à frente de seus concorrentes através da qualidade de sua integração com refinamento, a excelência de sua organização, e sua experiência tecnológica, visando a aumentar seu conhecimento de seus produtos e sua proximidade com seus clientes¹³.

3.3.1.3 O mercado da ATOFINA

A ATOFINA e suas subsidiárias atuam nos seguintes mercados¹⁴:

- Automotivo: os produtos da Atofina são utilizados em componentes externos do carro (conexões e “*brake line*”, por exemplo), componentes internos que primam pelo conforto, beleza e segurança do automóvel, partes de engenharia, que necessitam de força e resistência, bem como produtos “invisíveis” que são usados para contribuir com a força e durabilidade do veículo (como colas, adesivos, tratamentos anticorrosão, etc) e com o conforto do passageiro (fluidos de ar-condicionado).
- Embalagem: referem-se principalmente aos polímeros aplicados nas embalagens plásticas utilizadas, sobretudo, no setor alimentício.

¹³ THE WORLD OF ATOFINA. Relatório Anual 2001. France, 2002.

¹⁴ THE WORLD OF ATOFINA. Relatório Anual 2001. France, 2002.

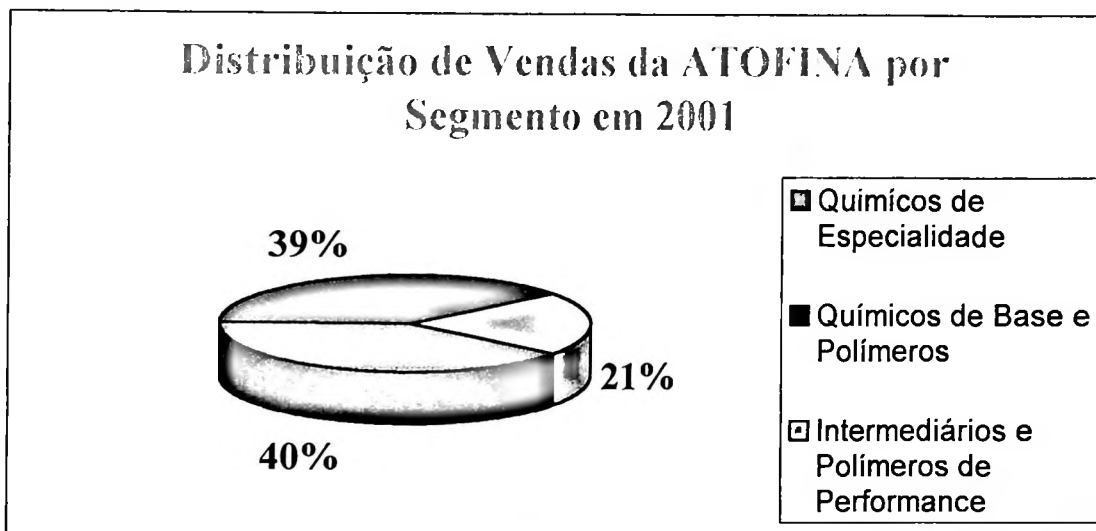
- **Construção e Engenharia Civil:** a Atofina oferece termoplásticos com propriedades específicas como resistência à corrosão, leveza e facilidade de transporte e instalação, que são usados em encanamentos em geral. Os produtos da Atofina também são utilizados em *decks* de pontes, na infraestrutura de construção civil etc.
- **Higiene, Saúde e Beleza:** os produtos da Atofina são utilizados em condicionadores para cabelo, cremes hidratantes, antibióticos, lenços umedecidos e absorventes femininos.
- **Esportes e Lazer:** os plásticos produzidos na Atofina integram produtos para esporte e lazer como bicicletas, peças de xadrez (feitas de plástico transparente), bóias infantis etc.
- **Água:** os produtos da empresa entram em vários estágios de tratamento da água para o consumo. Além disso, os plásticos da Atofina possuem características recomendáveis para o transporte, distribuição e acondicionamento da água.
- **Agricultura:** para atender o setor de agricultura, os produtos da Atofina são voltados ao controle do solo e do clima por meio de agentes de desinfecção e esterilização e à proteção das safras através do controle de pestes.
- **Bens de consumo:** os produtos da Atofina são usados em bens de consumo como papéis de parede, CDs, colas de multiuso, equipamentos de áudio e vídeo, móveis etc.

3.3.1.4 Vendas mundiais

Em 2001, as vendas mundiais da ATOFINA totalizaram 19,6 bilhões de euros, distribuídas pelos segmentos demonstrados na figura 19.

A ATOFINA química, em 2002, é uma das líderes mundiais em cada um dos seguintes segmentos: Petroquímicos, Polímeros “Commodities”, Intermediários, Polímeros de Performance e Químicos de Especialidades.

Figura 19 - Distribuição de Vendas da ATOFINA por Segmento



Fonte: Key figures. Disponível em: www.atofina.com/groupe/gb/f_elf_2cfm. Acessado em 15/03/02

3.3.2 Atofina Brasil

A Atofina Brasil Química LTDA. é uma subsidiária da ATOFINA francesa e possui, como ramo de atividade, a industrialização e comercialização de produtos químicos, com um faturamento anual de aproximadamente R\$ 110 milhões em 2000 e R\$ 124 milhões em 2001.

As filiais da ATOFINA Brasil encontram-se nas seguintes localidades:

- Jundiaí/SP – fábrica de resinas e formol.
- Rio Claro/SP – fábrica de peróxidos orgânicos.
- Ananindeua/PA – fábrica de resinas (uréia formol e fenol formol)
- São Paulo/SP (Depósito Vergueiro) – centro de distribuição
- Rio de Janeiro/RJ – centro de distribuição

3.3.2.1 Segmento de mercado, concorrência e principais produtos

A Atofina Brasil está inserida num cenário bastante competitivo, em que a prestação de serviço e o atendimento ao cliente são diferenciais. Além disso, preço e condições de pagamento, assim como a qualidade do produto, são fundamentais para fidelizar um cliente.

A empresa se destaca nos segmentos químicos de resinas (fabricação no Brasil), odorantes, especificantes e poliamida (revenda de importados, principalmente).

No que se refere às resinas, essas são comercializadas, sobretudo, ao setor madeireiro e moveleiro, sendo os principais clientes a Eidai do Brasil Madeiras S.A e a Laminit S.A. Laminados e Comp. A Atofina detém cerca de 40% desse mercado, tendo como principais concorrentes a Borden Synteco, a Placas do Paraná S.A., a Coldemar Resinas Sintéticas Ltda. e a Royalplas S.A.

No grupo dos odorantes o principal produto da Atofina Brasil é o gás natural e o GLP, os quais são vendidos principalmente para a Comgás, Copagás, Sugas, Riogás e Petrobras. Desse modo, a Atofina Brasil detém cerca de 70% do mercado nacional de gás natural, sendo que o maior concorrente é a Philips-Ipiranga, com quase 30% do mercado.

Entre os especificantes, destaca-se a comercialização de forane, produto utilizado em ar condicionado e aparelhos de refrigeração. Entre os principais clientes da Atofina Brasil, nesse segmento, estão a DuFril, Multibrás e a Springer Carrier. O maior concorrente da Atofina, nesse segmento, é a Dupont, com aproximadamente 50% do mercado, bem como a Rhodia e a Solway.

No segmento de poliamidas, dentre os produtos de destaque está o PMMA (polimetil metacrilato), que é utilizado no mercado agrícola e automobilístico, principalmente. Entre os maiores clientes estão a Tecalon Brasileira de Auto Peças S.A (fabricante de mangueiras de combustíveis de carro) e a Pirelli (cabos elétricos). Seu principal concorrente é a Rools, uma empresa química alemã.

Assim, os principais produtos comercializados pela ATOFINA Brasil são: resinas “commodities” e formol, resinas de especialidades, adesivos, peróxidos orgânicos, resinas sintéticas, elastômeros, cloreto de colina, polímeros, silicato de zircônio, produtos para metal e aviação e argilas descorantes.

3.3.2.2 Importações e exportações da Atofina Brasil

A empresa importa principalmente dos Estados Unidos, Austrália, África, Itália, França, Inglaterra, Bélgica, Espanha e China e exporta, sobretudo, para Bolívia, Chile, Argentina, Paraguai, Uruguai, Colômbia, Venezuela e Estados Unidos, devendo ter uma logística integrada eficiente e eficaz para a consecução das atividades de forma a otimizar os resultados da empresa.

Em 1999, o montante exportado foi de cerca de US\$ 502 mil. Em 1999, 2000 e 2001, o montante importado pela Atofina Brasil totalizou aproximadamente US\$ 13 milhões, US\$ 17,5 milhões e US\$ 15 milhões, respectivamente. Esse maior volume de importações, se comparado ao de exportações, é explicado pelo fato de que a empresa importa produtos para revenda, além de matéria-prima para as plantas de Jundiaí e Rio Claro.

3.3.2.3 Principais clientes

A empresa, em 2002, possuía uma carteira de cerca de 500 clientes. Os principais clientes da Filial Jundiaí são: a Fras-Le S.A., Basf S.A., Satipel Minas Industrial Ltda., Rieter-ello Artefatos Fibras Têxteis Ltda., Foseco Industrial e Comercial Ltda. Já entre os clientes mais importantes para a Filial Rio Claro estão a Clariant S.A., Calçados Azaléia S.A., Politeno S.A., Bayer Polímeros S.A. e Tintas Coral Ltda. Para a Filial São Paulo (Depósito Vergueiro) destacam-se os seguintes clientes: Springer Carrier S.A., Tecalon Brasileira de Auto Peças S.A., Valeo Sistemas Automotivos Ltda e Rhone Poulenc Agro Brasil Ltda. Finalmente, para a Filial Ananindeua os clientes de destaque

são: a Eidai do Brasil Madeiras S.A., Brascomp Comp. Brasil S.A. e a Laminit S.A. Laminados e Comp.

Pode-se observar que a maioria dos clientes da Atofina Brasil são empresas de capital fechado ou limitadas, não tendo obrigações de cumprimentos de divulgação de demonstrações contábeis para o mercado mobiliário. No concernente aos clientes do setor moveleiro e madeireiro, o envio de demonstrações contábeis para a análise de crédito é considerado um “luxo” do fornecedor, segundo o analista de crédito, o que dificulta à Atofina Brasil obter informações atualizadas.

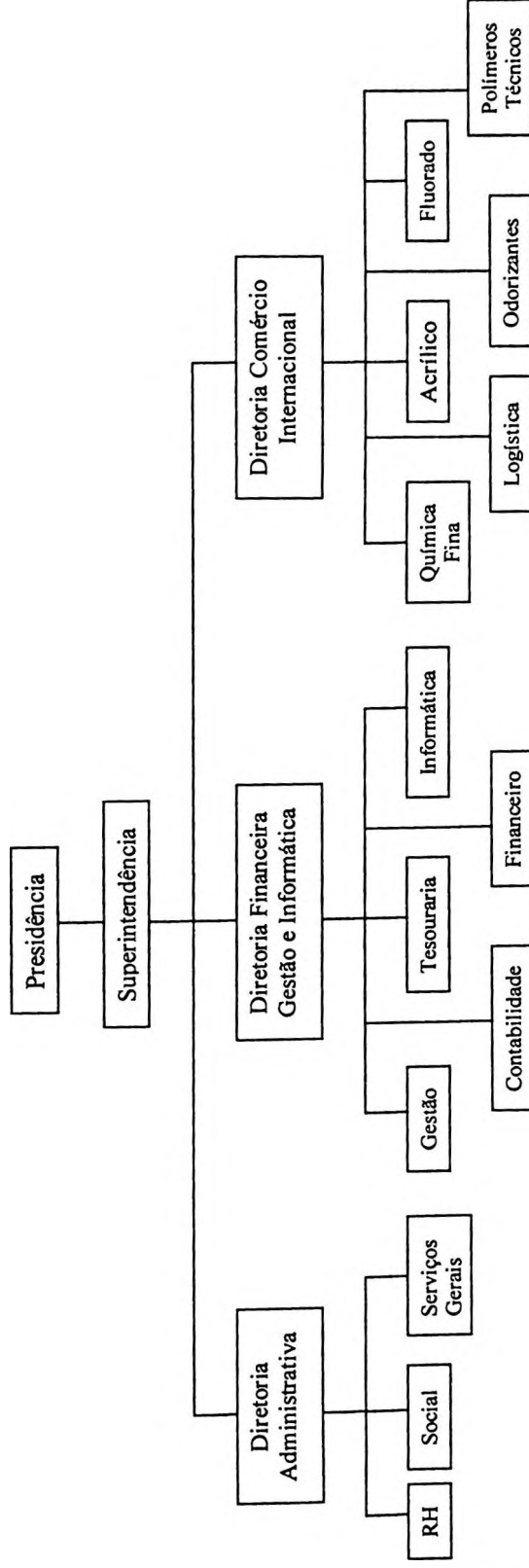
3.3.2.4 Estrutura organizacional

Em 2001, a empresa possuía pouco mais de 250 empregados, distribuídos nas diversas áreas da empresa demonstradas no organograma da figura 20.

As atividades de análise de crédito estão sob a responsabilidade da Diretoria Financeira, enquanto que as atividades de logística de distribuição estão sob a incumbência da Diretoria de Comércio Internacional. Todavia, ambas as áreas têm relação estreita entre si e objetivos complementares, posto que a área de análise de crédito deve liberar ou não o crédito ao cliente, para que a logística disponibilize o produto ao mesmo. A consecução do ciclo de pedido depende tanto do comercial, quanto da logística e do analista de crédito.

Figura 20 - Organograma da Atofina Brasil

Organograma da ATOFINA Brasil Ltda.



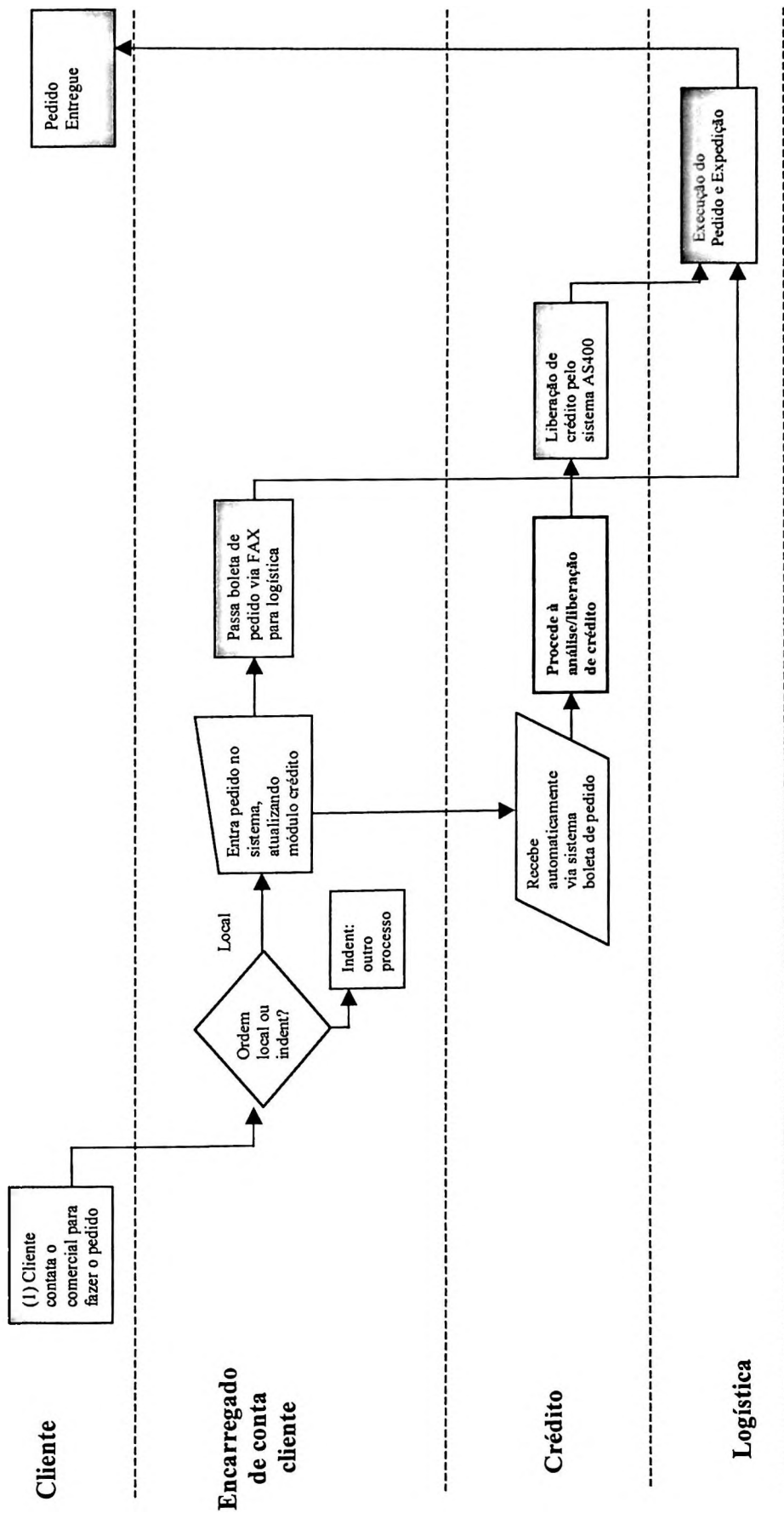
Fonte: Atofina Brasil Ltda

3.3.3 Processamento do Pedido

A empresa possui tanto vendas *locais*, isto é, comercialização de produtos industrializados ou armazenados no Brasil, bem como vendas *Indent* (vendas diretas), ou seja, produtos importados diretamente da França ou Estados Unidos para um cliente no Brasil, em que o representante comercial é apenas um elo de contato com o fornecedor no exterior, sendo que a receita obtida pela comercialização é registrada na própria matriz francesa ou subsidiária americana, não apresentando controles ou registros das vendas *Indent* pela Atofina Brasil.

Uma vez que o processo como um todo do pedido *indent*, e sua análise de crédito se diferencia sobremaneira do pedido local, o estudo será restrito à análise do pedido local. Sucintamente, destacam-se as seguintes etapas para o pedido local de um novo cliente, conforme apresentadas na figura 21:

Figura 21 - Processo de Venda Local: Novo Cliente



(1) Caso seja a primeira venda, primeiramente o Encarregado de Vendas desenvolve esse cliente, estabelecendo um primeiro contato para que a comercialização se materialize. Pode ocorrer de o próprio cliente entrar em contato direto com o comercial, em uma situação de compra urgente.

O processamento do pedido enseja uma diversidade de tarefas nas diversas áreas das empresas, tais como consulta de crédito, verificação de estoques, programação de transportes, embalagem, etc.

Em geral, o ciclo completo do pedido ao cliente, considerando apenas o tempo demandado nas atividades internas da empresa para disponibilizar o produto ao cliente, incluindo tempo de preparação e transmissão do pedido, tempo de recebimento e entrada do pedido, tempo de processamento do pedido, de resgate do estoque e embalagem, tempo de expedição, com o seu faturamento e carregamento do caminhão, leva em média 24 horas, caso não seja a primeira venda a prazo. Ou seja, dentro dessas 24 horas médias não está contemplado o transporte até o cliente, que é função, basicamente, da localidade onde o mesmo se encontra e do tipo de transporte utilizado.

Quando o limite de crédito já foi anteriormente estabelecido por ter havido venda recente, a liberação de crédito leva, em média, uma hora, se não houver nenhum problema na revisão da situação econômico-financeira do cliente.

Em se tratando da primeira venda a prazo, o cliente deve enviar as demonstrações contábeis, ficha cadastral e referências, para que o analista de crédito proceda ao estabelecimento do limite de crédito, obtendo também informações junto à SERASA¹⁵ e ao S.C.I.¹⁶ sobre a situação da empresa no mercado, bem como informações junto a bancos e fornecedores. Nessa situação, a análise de crédito leva até 48 horas, tempo estabelecido pela certificação ISO 9000, e o ciclo do pedido, excluindo o tempo de transporte até o cliente, completa-se em até 72 horas, com o carregamento do caminhão.

Conforme pesquisa realizada com 500 empresas do setor químico e petroquímico em esfera mundial publicada em 2002, o tempo médio despendido para se realizar uma análise de crédito completa nos casos de primeira venda a prazo no setor químico é de 5

¹⁵ SERASA – empresa que realiza análises e fornece informações econômico-financeiras e cadastrais, atuando com cobertura nacional e internacional. Informações adicionais: www.serasa.com.br.

¹⁶ SCI – dispõe de informações comerciais sobre pessoas físicas e jurídicas no Brasil e exterior. Outras informações: www.equifax.com.br.

dias úteis (120 horas)¹⁷. Poder-se-ia indagar o porquê do tempo padrão despendido na análise de crédito na Atofina Brasil ser menos da metade da média do setor. Porém, o analista de crédito explica que a expansão de mercado, como o aumento do *market share*, é uma estratégia-chave para a empresa. Se não for possível atender o cliente rapidamente, ele irá comprar de outro fornecedor e a Atofina perderá vendas.

No caso de não haver demora no recebimento da documentação do cliente, bem como na confirmação de informações junto a bancos e fornecedores, a liberação de crédito na Atofina Brasil ocorre, em média, em 3 horas. Segundo o entrevistado, a experiência do analista de crédito para analisar as demonstrações contábeis do cliente e demais informações, colaboram com a rápida e correta consecução do estabelecimento do limite de crédito a um cliente.

Contudo, em uma primeira venda a prazo, pode ocorrer atraso no estabelecimento do limite de crédito por dificuldade na obtenção de informações de mercado, como, por exemplo, demora na confirmação de informações junto a fornecedores, ou, ainda, demora de entrega de informações solicitadas pelo cliente, tais como composição dos sócios ou acionistas, fazendo com que haja um acréscimo de no máximo dois dias, além daquelas 48 horas estabelecidas, podendo o processo de estabelecimento de limite de crédito totalizar 96 horas. Não obstante, são situações raras e qualquer atraso é previamente negociado com o cliente.

O ciclo do pedido pode ser visualizado na figura 23. O fluxo de informações para venda local¹⁸, no caso da Atofina Brasil, tem início com o cliente contatando o encarregado de conta cliente para transmitir o pedido, geralmente via FAX ou telefone. Assim, o encarregado de conta cliente já verifica se o produto está disponível no estoque para a comercialização.

¹⁷ Mais informações sobre a pesquisa no site www.heckett.com. Os dados com relação a essa pesquisa foram obtidos em entrevista realizada com Sr. Rogério Neri Menezes, gerente financeiro da Rodhia, divisão Fios Têxteis, o qual participou do grupo de *benchmarking*, representando o setor químico do Brasil.

¹⁸ No caso de venda local recorrente, em que é firmado um contrato de compras de longo prazo com o cliente, com todos os cronogramas de entrega, o comercial entra com o pedido nas datas previamente solicitadas pelo cliente no sistema de informações da Atofina Brasil (AS 400), contatando o cliente para informá-lo sobre a colocação do pedido.

O encarregado de conta, ao receber o pedido, procede à sua entrada no sistema de processamento do pedido (plataforma AS400, isto é, sistema integrado de informações da empresa). Na primeira tela do sistema de pedido, são preenchidos os dados comerciais do cliente e, na segunda, as informações sobre o produto. No anexo B, estão representadas as telas comerciais e de produto, com as informações a serem preenchidas.

Após serem completados todos os dados, é emitida automaticamente (via sistema AS 400) uma mensagem informando que foi colocado um novo pedido (ver anexo B), havendo emissão da boleta de crédito, sendo necessária a análise e/ou liberação¹⁹ de crédito para a autorização do despacho do produto para o cliente.

O pedido é, então, passado por FAX para a logística proceder às suas atividades, enquanto aguarda a aprovação de crédito. O departamento de crédito acessa os novos pedidos colocados para realizar sua análise e, eventualmente, quando um pedido é urgente, o próprio encarregado de contas telefona para o analista de crédito solicitando que acesse o AS400 para que tal pedido tenha seu crédito analisado preferencialmente.

3.3.3.1 As atividades logísticas no ciclo do pedido

Diversas atividades logísticas são procedidas ao ser dada entrada do pedido. Dentre elas destacam-se:

- Localização no estoque e preparação das listas de retirada e embalagem.
- Retirada e embalagem pelo armazém.
- Atualização do arquivo de estoques, subtraindo os produtos retirados.
- Preparação dos documentos de embarque (conhecimento, se utilizando uma transportadora comum).

Uma vez que o pedido colocado receba a liberação de crédito pelo departamento de análise de crédito, com a emissão do documento de “Liberação de Pedido para

¹⁹ Em vendas recorrentes com limite de crédito atualizado, é necessária apenas a liberação de crédito.

Faturamento” pelo sistema AS 400 da empresa (ver Anexo D), a logística consulta a situação do estoque e manda a Contabilidade faturar o pedido que, então, é expedido ao cliente.

3.3.4 A análise de Crédito na Atofina Brasil

Os clientes *Indent* passam obrigatoriamente por liberação de crédito por uma seguradora de crédito – a COFACE, agência de *rating* de origem francesa. Isso ocorre pelo fato de a empresa ter uma política de abastecimento mundial, cujo objetivo final consiste na otimização do resultado do Grupo. A COFACE possui parâmetros rígidos de análise de crédito, baseando-se, dentre outras informações, no histórico da evolução da situação patrimonial e financeira levantada através das demonstrações contábeis da companhia em análise. Para obter o seguro de crédito, a ATOFINA Brasil deve rigorosamente cumprir com o limite de crédito estipulado por essa seguradora.

Já para a liberação de créditos pedidos locais, a ATOFINA Brasil, além de utilizar a análise de crédito interna, pode também se basear na informação da COFACE, quando o cliente já possui esse seguro. Caso contrário, a empresa se baseia somente em sua política de crédito interna a qual é documentada, tendo obtido certificação ISO 9000 em 1996, quando todos os processos envolvendo as fábricas de Jundiaí e Rio Claro foram certificados.

Os procedimentos internos para a análise de crédito referentes à venda local para clientes sem crédito COFACE são:

- Análise de restrições (S.C.I./Serasa/Mercado/ Análises de Demonstrações Contábeis/Informações sobre o Setor do cliente/ Pontualidade com a Atofina Brasil).
- Análise de Liberações, ou seja, se já houve alguma recusa anterior de concessão de crédito por parte da ATOFINA Brasil para aquele determinado cliente.

Portanto, a atividade de análise de crédito da ATOFINA Brasil está estruturada da seguinte maneira:

- Cliente que só possui crédito COFACE: cliente com garantia de seguro de crédito. Geralmente a empresa opta por obter crédito COFACE quando o cliente pede a aprovação de um limite de crédito muito alto. Observa-se, no entanto, que como a análise de crédito da COFACE baseia-se, sobretudo, no histórico das condições econômico-financeiras do cliente e muitos clientes da ATOFINA Brasil são empresas de capital fechado, com estrutura familiar, sendo que, muitas vezes, têm constituição recente, caso o limite de crédito aprovado para essas empresas seja inferior ao por elas solicitados, a ATOFINA Brasil assume o risco de crédito, tendo como respaldo o bom relacionamento de pagamento do cliente junto à empresa e a outros fornecedores.
- Cliente cujo risco de crédito é assumido integralmente pela ATOFINA Brasil, com base em sua análise de crédito alicerçada em procedimentos internos.
- Cliente que possui tanto a garantia do seguro de crédito COFACE, quanto a avaliação de crédito seguindo os procedimentos internos da ATOFINA Brasil.

3.3.4.1 Informações para a análise de crédito

No caso de uma primeira compra do cliente na ATOFINA Brasil é necessário o envio de documentações, para que seja procedida à análise de crédito, visando ao estabelecimento do limite de crédito do cliente. Tais documentações incluem a ficha cadastral, referências bancárias e de fornecedores, principalmente, e as demonstrações contábeis do cliente. Para os clientes com que a ATOFINA Brasil já mantém um relacionamento comercial, as informações precisam ser anualmente reenviadas para atualização do cadastro.

As demonstrações contábeis exigidas das companhias abertas, clientes da ATOFINA Brasil, são aquelas publicadas anualmente, atendendo às exigências da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), devendo, necessariamente, serem auditadas. Um balanço auditado representa uma segurança a mais para o analista de crédito. Isso porque as auditorias também são responsáveis por fazer uma avaliação do risco e avaliar os controles internos da empresa cliente, assegurando que todos os valores materiais sejam adequadamente registrados nas demonstrações contábeis.

Já para seus clientes que são sociedades anônimas de capital fechado ou companhias limitadas, a empresa deve mandar as demonstrações contábeis assinadas pelo contador com o seu número do CRC, não necessitando obrigatoriamente serem auditadas. Porém, deve-se observar que, ocasionalmente, alguns clientes enviam as demonstrações contábeis sem assinatura do contador ou parecer dos auditores, ou ainda, deixam de enviá-las, por considerarem que seja um “luxo” desnecessário do fornecedor, fazendo com que a empresa tenha que recorrer a outras fontes, como o próprio SERASA, para obter as demonstrações.

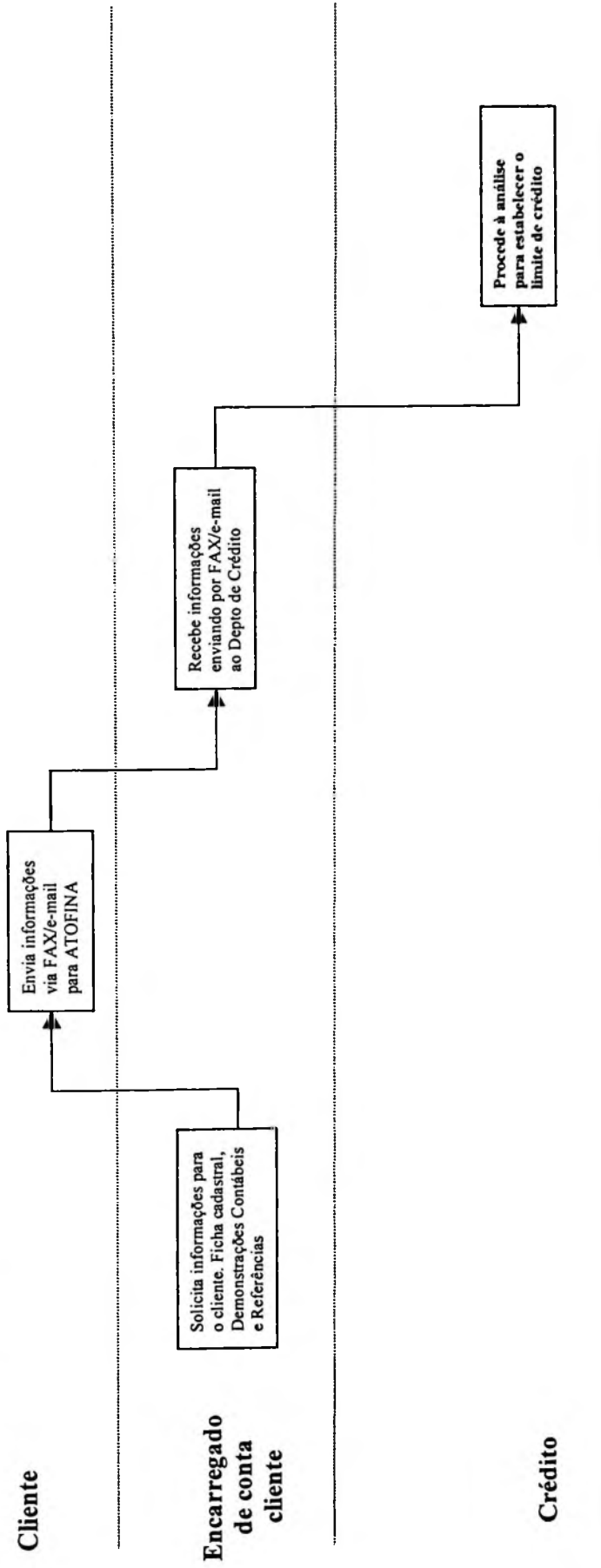
Ocorre que, nem sempre, as demonstrações contábeis contidas no relatório SERASA referem-se ao último exercício findo mais recente, prejudicando, parcialmente, as projeções que devem ser feitas através das demonstrações contábeis.

De qualquer modo, o encarregado de contas da ATOFINA Brasil (área comercial) obtém essas informações junto ao cliente, recebendo-as via FAX e/ou e-mail, remetendo-as ao departamento de crédito que realizará a análise. A figura 22 representa esquematicamente o fluxograma do processo de obtenção dessas informações.

Para os créditos estabelecidos pela seguradora de crédito externa (COFACE), essas mesmas informações são colhidas pelo encarregado de contas e remetidas para a COFACE proceder à sua análise.

Além disso, o analista de crédito acessa os serviços de crédito da SERASA e SCI eletronicamente (via Internet), visando a coletar informações econômico-financeiras dos clientes.

Figura 22 - Obtenção de Informações para a Análise de Crédito - Pedido Local



3.3.4.2 Cenários na análise de crédito

Cenário 1 – Primeira Venda ao Cliente

Uma primeira venda na Atofina Brasil, no geral, demanda um desenvolvimento do cliente por parte do vendedor, posto que se tratam de químicos de especialidade, os quais devem ser compatíveis com o processo de fabricação do cliente. Desse modo, o vendedor deve fazer visitas ao cliente, enviando-lhe amostras para que seja verificada a qualidade e a compatibilidade do produto com os negócios do cliente.

Comumente, esse processo de desenvolvimento de um cliente para uma primeira venda leva em torno de cinco dias úteis.

Assim, enquanto o cliente está sendo desenvolvido pelo comercial, este já solicita informações gerais a ele, de forma a possibilitar que o departamento de crédito já proceda a uma pré-análise de crédito do cliente.

Quando o pedido é fechado, o vendedor já envia para o departamento de crédito a ficha cadastral e o balanço de seu cliente para que seja completada a análise.

Assim, o departamento de crédito pede 48 horas para o estabelecimento de um limite de crédito que possibilite a liberação do crédito.

As análises são feitas tomando-se por base as demonstrações contábeis do cliente, informações do SCI/SERASA e informações de mercado, bem como do setor do cliente.

Cenário 2 – Vendas recorrentes

A liberação de crédito do cliente leva em média uma hora, quando se trata de uma venda recorrente, em que não haja nenhum problema, pois, apenas, é preciso verificar alguma mudança cadastral da empresa e a situação de protesto, sendo necessário somente consultar as conclusões de uma análise das demonstrações contábeis do cliente previamente feita.

A análise de crédito é revisada anualmente, quando o cliente deve novamente enviar as informações necessárias (novo balanço, atualização da ficha cadastral, etc) para compor a pasta cadastral do cliente, sendo o novo limite de crédito estabelecido. Porém, semestralmente é revisto o limite de crédito do cliente com base nas informações de mercado.

3.3.4.3 Processo de estabelecimento do limite de crédito

O limite de crédito atribuído a um determinado cliente é o risco máximo que a empresa está disposta a correr com aquele cliente. Dessa maneira, se a empresa for muito liberal na concessão do crédito, se por um lado não se limitam as vendas, por outro, sua exposição a eventuais malogros de seus clientes aumenta. Todavia, caso mantenha uma política de crédito muito rigorosa, corre-se o risco de a empresa limitar suas vendas e, conseqüentemente, o seu lucro. Assim, é necessário que a empresa determine critérios lógicos que atendam a estes dois objetivos: preservar a empresa e não comprometer suas vendas.

No caso da Atofina Brasil, o limite de crédito é estabelecido pelo analista de crédito levando-se em consideração os seguintes parâmetros:

Indicadores de mercado

- Ficha cadastral do cliente, a qual possui a relação dos principais clientes e fornecedores da empresa, seu faturamento, bancos com que mantém relacionamento, dentre outras. Com base nos dados enviados pelo cliente na ficha cadastral a empresa obtém:
 - Informações junto aos principais fornecedores a respeito de volume de compras, comportamento de pagamentos etc.
 - Informações junto aos bancos com que a empresa mantém relacionamento sobre sua capacidade creditícia.
 - Informações sobre a participação de mercado da empresa em análise.

Indicadores de setor

- Indicadores específicos do setor do cliente, como perspectiva de crescimento, impacto de variáveis macroeconômicas no setor, tais como variação cambial e volatilidade da taxa de juros.

SERASA e SCI

- Ficha SERASA e SCI, contendo informações com relação à situação de inadimplência do cliente junto ao mercado e demais riscos da empresa, calculados segundo parâmetros internos dessas empresas.

O Gestor de Crédito SERASA é um sistema de decisão, monitoramento e gerenciamento do risco de crédito, que utiliza as mais avançadas tecnologias de classificação de risco, além de possibilitar a integração das bases de dados do cliente com as bases de dados da SERASA. Esse sistema é uma avançada solução de crédito que permite o gerenciamento integrado das etapas do ciclo de crédito, pois reúne, em um único aplicativo, as etapas de análise e decisão de propostas, monitoramento do risco de crédito e gestão da carteira.

As informações contidas no relatório SERASA são: identificação do cliente, localização, atividade, controle societário, administração, conselho de administração, participações em outras empresas, imóveis, principais fornecedores e clientes, histórico de pagamentos de fornecedores, pendências financeiras comerciais e bancárias e análise das demonstrações contábeis, que inclui os três últimos exercícios divulgados pela companhia. Um ponto negativo é que se a análise for solicitada em março do exercício X4, por exemplo, e o cliente não tiver disponibilizado as demonstrações referentes ao período X3, a análise será feita com base nos exercícios X, X1 e X2, tendo uma grande lacuna temporal para a real avaliação da situação econômico-financeira da empresa, no momento da concessão do crédito. Dessa maneira, é importante que as demonstrações contábeis apresentem um caráter preditivo, posto que o analista estará preocupado com as condições econômico-financeiras do cliente no futuro.

As demonstrações contábeis submetidas à análise são apresentadas a valores históricos. É feita a análise horizontal e a vertical, bem como a análise de índices financeiros: estrutura de capital, endividamento, liquidez, giro do ativo, rentabilidade do ativo, rentabilidade de vendas, dentre outros.

Contudo, o analista de crédito não utiliza a análise das demonstrações contábeis contidas nesse relatório, atendo-se apenas em utilizar as demonstrações contábeis para fazer sua própria análise e elaborar suas conclusões por meio de critérios próprios.

O relatório “online” SCI contém informações cadastrais e o comportamento das empresas de todo o território nacional. Além de informações gerais da empresa, o relatório fornece informações sobre o seu comportamento nos pagamentos junto aos fornecedores, protestos e informações sobre cheques protestados.

Indicadores econômico-financeiros extraídos das demonstrações contábeis

- Análise das demonstrações contábeis visando a identificar a situação econômico-financeira da empresa. Em geral, é feita a análise vertical e horizontal, sendo calculados os índices de liquidez, lucratividade, endividamento, endividamento bancário e rotatividade. De acordo com o analista de crédito, a maior contribuição dos índices financeiros consiste no levantamento de uma série de questionamentos sobre a situação econômico-financeira da empresa, identificando pontos que demandam uma melhor investigação, que é feita através de informações de mercado e setor cliente.

Indicadores da situação do cliente junto à empresa, caso não seja a primeira compra a prazo

- Valores acumulados de duplicatas a receber e verificação do histórico de pontualidade de pagamentos do cliente. Estas informações podem ser vislumbradas no sistema AS 400 – Liberação de Pedido para Faturamento (ver anexo D).

De posse dessas informações, o analista redige seu relatório de crédito para um determinado cliente, estabelecendo, com base também em seu julgamento pessoal e bom senso, um limite de crédito para ele, o qual será balizador da decisão de aprovar ou não o seu crédito.

Segundo a empresa, as informações contábeis respondem por 30% na decisão de estabelecimento do limite de crédito de um cliente, sendo esse o peso final das demonstrações contábeis no julgamento do analista de crédito, seguindo os preceitos determinados pela política de crédito da empresa, mediante observância dos critérios definidos pela certificação ISO 9000.

Além das demonstrações contábeis, a decisão de estabelecimento de limite de crédito pelo gestor é respaldada em 50% pelas informações de mercado e em 20% pelas demais informações, ou seja, setor, SERASA e SCI.

Em resumo, o processo de estabelecimento de limite de crédito na Atofina Brasil pode ser descrito da seguinte forma:

1. Nos casos de primeira venda a um determinado cliente, a empresa utiliza-se de informações extraídas das demonstrações contábeis para fazer a análise financeira, com o intuito de avaliar o risco do cliente e sua capacidade de pagamento. Dentre os procedimentos utilizados, pode-se destacar a análise horizontal e vertical e dos índices financeiros convencionais, como os relacionados à lucratividade, à estrutura e à liquidez. No concernente a outras fontes de informações, tem-se a análise da ficha cadastral, consulta ao SCI e SERASA, análise setorial e outras informações sobre o mercado. Além disso, no que se refere às vendas recorrentes, a empresa verifica, ainda, a pontualidade de pagamento do cliente com a ATOFINA Brasil e a análise das recusas de liberações anteriores.
2. Através das informações obtidas tanto das fontes contábeis, como não contábeis, o analista de crédito utiliza-se do método de predição, selecionando cursos de ações para o futuro para proceder à análise de crédito. Assim, as informações contábeis devem possuir caráter preditivo para auxiliar ao analista

de crédito na avaliação da capacidade do cliente em honrar sua dívida junto à empresa.

3. Utilizando os diversos índices calculados e as demais informações, o analista, avaliando cada informação, redige o relatório de crédito, estabelecendo, como produto final de sua análise, um limite de crédito para aquele determinado cliente, levando em consideração também seu julgamento pessoal e seu bom senso.
4. Com base nesse limite de crédito, o analista de crédito implementa, então, a decisão tomada, ou seja, permite ou não a consecução da venda, emitindo, desta forma, a boleta de liberação de crédito.

3.3.4.4 Decisão sobre liberação de crédito na Atofina Brasil

No caso da Atofina Brasil, a decisão para liberação de crédito pode ser tomada apenas pela área de crédito ou, em situações excepcionais, pela área comercial. A seguir, é explicada cada uma dessas situações:

Liberação de Crédito pelo analista de Crédito

Os parâmetros básicos para o estabelecimento do limite de crédito pelo analista de crédito, como já se mencionou, são os indicadores de mercado, indicadores setoriais, SCI e SERASA, indicadores econômico-financeiros extraídos das demonstrações contábeis e indicadores da situação do cliente junto à empresa, caso não seja a primeira compra a prazo. Em seu modelo de decisão, o qual é baseado em parâmetros técnicos, as informações de natureza contábil respondem por 30% do conjunto da decisão de estabelecimento do limite de crédito de um cliente.

Para ser estabelecido esse limite de crédito, o analista precisa do conjunto de informações retromencionadas para elaborar seu relatório de crédito. Vale ressaltar que, em uma primeira venda, o limite de crédito financeiro não é determinado enquanto toda a documentação necessária não esteja disponível.

Após ter sido definido esse limite, o crédito de uma compra a prazo de um cliente é liberado automaticamente pelo analista de crédito até que se atinja esse teto e desde que o mesmo não tenha nenhum atraso em seu pagamento.

Liberação de Crédito pela Área Comercial

A liberação de crédito pela área comercial ocorre em situações específicas, dentre as quais destacam-se:

Cientes novos – primeira venda ao cliente

- 1. Falta de tempo hábil para o estabelecimento do limite de crédito ao cliente pela área de crédito da empresa no caso de uma primeira venda ao cliente, devido à urgência de entrega de um produto.*

Para que o analista de crédito possa estabelecer o limite de crédito ele precisa ter reunido todas as informações preceituadas pelas normas de política de crédito da empresa. Em uma primeira venda, pode ocorrer o fato de que o cliente não tenha passado alguma informação relevante (como a ficha cadastral, informações da composição acionária da empresa), fazendo com que o analista de crédito não tenha todos os elementos necessários para compor sua análise, adequadamente.

Em geral, uma primeira venda na ATOFINA Brasil ocorre após uma estratégia de desenvolvimento do cliente pelo vendedor, que verifica cuidadosamente a participação de mercado dos concorrentes e o detalhe de consumo de seus clientes, selecionando aqueles clientes da concorrência que poderiam passar a compor a cartela de clientes da Atofina Brasil.

Uma possível insatisfação desse cliente no cumprimento do prazo firmado prejudicaria todo o trabalho da área comercial em desenvolvê-lo, dificultando ou até mesmo impossibilitando a ocorrência de uma venda futura. Dessa forma, no caso de o limite de crédito financeiro, o qual é estabelecido pelo departamento de crédito, não ter sido fixado dentro de 48 horas a partir da colocação do pedido, o crédito ao cliente é liberado pelo diretor comercial, com base em informações de mercado de que ele dispõe sobre o novo cliente.

Um exemplo que ilustra a importância de se ter esse procedimento alternativo pode ser vislumbrado no caso General Motors (GM). A Atofina Brasil passou a ser fornecedora de um produto, o qual fazia parte do processo de produção de um dos modelos de automóveis da GM (o FORANE), que anteriormente vinha sendo fornecido pela Dupont. Porém, a empresa não passou toda a documentação para a análise de crédito em tempo hábil para que fosse estabelecido o limite de crédito pelo departamento de crédito da ATOFINA.

Uma vez que um atraso na entrega poderia criar um gargalo ou uma parada na linha de produção do cliente e, até mesmo, a perda de vendas futuras, o diretor comercial autorizou a liberação de crédito e, posteriormente, foi feita a análise de crédito financeira pelo departamento de crédito, quando chegou toda a documentação.

Em se tratando de uma primeira venda, o limite de crédito seria estabelecido e o crédito seria liberado unicamente pela área de crédito, se ao ocorrer um atraso por falta de informação ou no próprio processo de análise creditícia, o cliente concordasse em esperar um pouco mais para a expedição de seu produto.

Cientes antigos – vendas recorrentes

2. Cliente em atraso.

Quando um cliente possui pagamento em atraso com a Atofina Brasil, seu limite de crédito é bloqueado até que seja saldada a dívida. Para grandes clientes da empresa, a própria área comercial procura informações com o cliente do porquê do pagamento estar em atraso. Tendo informações confiáveis de que o cliente irá saldar sua dívida, o diretor comercial decide sobre a liberação de crédito.

3. Cliente que ultrapassa o limite de crédito estabelecido pela análise de crédito

A decisão para a liberação do crédito pelo analista de crédito depende do limite fixado para o cliente. Se o valor do pedido exceder ao limite de crédito, o pedido para ser aprovado dependerá da decisão também do Diretor Comercial.

Muitas vezes, pequenos clientes ou empresas novas não obtêm um limite favorável, estipulado com base nas análises das demonstrações contábeis. Isso

porque as demonstrações contábeis, algumas vezes, não são a melhor fonte para se verificar o verdadeiro potencial de sucesso do negócio do cliente. É necessário avaliar outros aspectos qualitativos do negócio, como: qualidade dos produtos, participação no mercado e potencialidade de crescimento e expansão do negócio do cliente.

Pelo fato de a área comercial ter contato direto com o mercado em que o cliente atua, tendo melhores subsídios para identificar os riscos e potencialidades de seu negócio, os quais não estão claramente expressos nas demonstrações contábeis, pode melhor decidir pela aprovação ou não do crédito ao cliente. Nesse caso, a liberação do pedido é feita mediante assinatura do diretor comercial.

3.3.4.5 O papel das demonstrações contábeis no processo de análise de crédito na Atofina Brasil

As demonstrações contábeis representam apenas uma das variadas fontes de informação, que são utilizadas pelo indivíduo responsável pela análise de crédito da Atofina Brasil. Isso porque as demonstrações contábeis contêm informações relevantes sobre a situação econômico-financeira de uma empresa, mas não são suficientes para o estabelecimento do limite de crédito, pelo fato de que o analista de crédito, para tomar a decisão de estabelecer um limite de crédito, também precisa estar atento às tendências mais atuais do negócio do cliente, o seu relacionamento com os respectivos fornecedores, sua situação bancária, *market share*, dentre outros fatores. Tal fato explica o porquê de as informações de mercado terem um peso de 50% e as informações setoriais e do SCI e SERASA, um peso de 20% no estabelecimento do limite de crédito para um determinado cliente, quando se trata de uma primeira venda a prazo a ser efetuada pela Atofina ao mesmo.

É importante ressaltar que, até o final de 2001, as demonstrações contábeis respondiam por 80% da decisão final do limite de crédito na Atofina, mas após uma série de escândalos contábeis que ocorreram no período compreendido entre o final de 2001 e também em 2002, essa ponderação foi revista pelo responsável pela área de crédito, sendo

que, atualmente, tais demonstrações contábeis recebem uma importância correspondente a 30%²⁰ no conjunto total da decisão de crédito.

Entretanto, o analista de crédito considera que as demonstrações contábeis representam ainda um instrumento essencial para análise, pois denota a situação econômico-financeira de uma empresa num determinado momento, quando imbuídas de um nível razoável de confiabilidade. Porém, mesmo assim, é um instrumento considerado “temporário” por ele, para averiguar as tendências futuras da empresa, posto que o balanço, principalmente, tem uma natureza estática. Conforme o analista de crédito da Atofina Brasil, “*a própria natureza estática das demonstrações contábeis restringe a durabilidade da informação útil para o crédito*”.

Ainda, segundo esse analista, o ideal seria que o cliente enviasse o balanço dos três últimos anos e o balancete mês a mês até a data em que a informação foi solicitada. Todavia, como isso nem sempre é factível, faz-se necessária a utilização de informações complementares como as referentes ao mercado e ao setor do mesmo, por exemplo, para o propósito da análise de crédito.

Quanto à terminologia contábil utilizada na elaboração das demonstrações contábeis, o analista de crédito não levantou nenhum problema de entendimento daquela para proceder a suas análises, pelo fato de já estar habituado com os relatórios contábeis de clientes daqueles setores específicos, por ele analisados. No que se refere à questão da qualidade das informações contidas nas demonstrações contábeis, o analista reconhece que é um item não observado por ele em seu trabalho. Ele parte do pressuposto de que as demonstrações contábeis foram elaboradas à luz dos princípios contábeis geralmente aceitos e que são um bom indicador da situação econômico-patrimonial da empresa, uma vez que estas demonstrações são auditadas ou pelo menos assinadas pelo contador da empresa cliente. Desse modo, não há incidência de atrasos na análise de crédito, devido ao maior tempo demandado para análise da qualidade da informação contábil contida nas demonstrações.

Há que se fazer uma ressalva quanto à análise de crédito do setor madeireiro. Posto que esse setor considera o envio de demonstrações contábeis ao analista de crédito um

²⁰ Os percentuais relativos à importância dada às demonstrações contábeis referidas nesse trecho do estudo foram obtidos em entrevista direta com o analista de crédito da Atofina Brasil.

procedimento supérfluo, muitas vezes essa informação não é auditada ou pelo menos assinada pelo contador e/ou responsável legal. Dessa forma, o analista não pode depositar confiança única e exclusivamente nesse instrumento de análise, sem fazer uma análise cruzada com as variáveis de mercado e do setor, principalmente, de forma mais criteriosa.

O papel das demonstrações contábeis consiste no fornecimento de informações para a análise vertical e horizontal e o cálculo dos índices financeiros, que serão utilizados no modelo decisório do analista de crédito.

O objetivo do analista de crédito da Atofina Brasil em proceder à análise horizontal é a identificação de tendências que possam fornecer indícios do desempenho futuro do cliente para honrar seus compromissos assumidos junto à Atofina. Já na análise vertical, o analista busca verificar a composição das contas das demonstrações contábeis do cliente em questão, identificando diferenças significativas de alteração de valores entre um ano e outro, interpretando-as, identificando suas causas e seus reflexos nas demonstrações.

Adicionalmente, constatou-se que essa análise se concentra sobre os índices de liquidez (seca, corrente e geral), endividamento, endividamento bancário, rotatividade e lucratividade, visando a identificar indícios sobre o risco do cliente não pagar sua dívida no futuro.

Na avaliação da capacidade creditícia do cliente, o analista de crédito da Atofina Brasil se preocupa em verificar se a empresa possui liquidez para pagar suas obrigações no curto prazo, analisando para tanto os índices de liquidez seca, corrente e geral.

Além disso, o cálculo dos índices de endividamento geral e bancário tem por objetivo mensurar o risco da estrutura de capital dos clientes da empresa. O analista considera arriscado um alto nível de endividamento, pelo fato de o cliente dispor de um baixo nível de capital próprio disponível para absorver prejuízos.

Já os índices de rotatividade têm a finalidade de identificar, por exemplo, as políticas de concessão de prazos de pagamento para clientes, o prazo de pagamento de fornecedores, o giro do estoque etc.

Por fim, os índices de lucratividade utilizados pelo analista da Atofina, no geral, são margem bruta, margem operacional líquida, retorno sobre vendas, retorno sobre o capital

próprio e retorno sobre o investimento, o qual é considerado como um dos mais importantes pelo analista de crédito para analisar a lucratividade do cliente por permitir compreender o resultado da empresa em função do ganho na margem ou aumento do giro.

Com base nesses índices, que são interpretados à luz do setor do cliente e das demais informações, o analista de crédito redige seu relatório, estabelecendo um limite de crédito para o cliente.

Dessa maneira, é direta a inferência de que uma demonstração contábil viesada produzirá resultados também viesados, quando da realização dos cálculos dos índices financeiros acima referidos prejudicando, portanto, a qualidade das decisões do analista de crédito.

Destarte, é essencial que as informações contábeis apresentem um nível satisfatório de qualidade para uma adequada avaliação da situação econômico-patrimonial da empresa cliente, o que, como foi possível ser observado pelo exposto, não é questionada pela Atofina Brasil.

3.3.4.6 Clientes em atraso

A partir do momento em que um cliente tem um atraso no pagamento de sua dívida de mais de cinco dias, a empresa coloca este cliente em protesto. O limite de crédito ao cliente é automaticamente cancelado e a dívida não paga passa a entrar no cômputo da Provisão para Devedores Duvidosos (PDD). A empresa monitora, então, o risco de inadimplência do cliente, o qual não é foco deste trabalho e, portanto, não convém entrar em maiores detalhes.

CAPÍTULO 4 – ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISE DO CASO ATOFINA BRASIL

A análise do caso é procedida de modo a atender aos objetivos geral e complementares descritos no item 1.3 do presente estudo.

4.1.1 A Análise de Crédito no Contexto do Processamento do Pedido e sua Importância para a Consecução do Ciclo do Pedido

Dada a descrição detalhada do processo de estabelecimento do limite de crédito da empresa analisada, é possível identificar esquematicamente que o ciclo do pedido (CP) pode ser encarado como função direta do tempo de preparação e transmissão do pedido (X_1); tempo de recebimento e entrada do pedido (X_2); tempo de processamento do pedido (X_3); tempo de resgate do estoque e embalagem (X_4); tempo de expedição (X_5); e tempo de entrega e descarregamento no cliente (X_6).

Assim, $CP_t = f[X_{1t}, X_{2t}, X_{3t}, X_{4t}, X_{5t} \text{ e } X_{6t}]$, sendo que, naturalmente, o relacionamento entre as variáveis, por definição, é dado pela soma, o que nos possibilita visualizar a função CP como sendo $CP_t = X_{1t} + X_{2t} + X_{3t} + X_{4t} + X_{5t} + X_{6t}$ e, portanto,

$$CP_t = \sum_{i=1}^6 X_{it} .$$

Tal descritivo confere com o que foi verificado na revisão bibliográfica, conforme descrito no tópico 2 e, além disso, corrobora o que LAMBERT, STOCK e VANTINE (1998) preconizam relativamente aos componentes do ciclo do pedido.

Complementarmente, considerando-se que os dados obtidos são valores médios, ou seja, referem-se a estatísticas descritivas de tendência central, pode-se ajustar a função CP(t) para cp(t), da seguinte maneira:

$$cp_t = X_{1t} + X_{2t} + X_{3t} + X_{4t} + X_{5t} + X_{6t} + u_1 = \sum_{i=1}^6 X_{it} + u_1, \text{ onde } u_1 \text{ representa o erro}$$

de estimativa de cp_t , ou ainda, a parte de cp_t , não explicada pela função mencionada, relativamente a cada observação t .

Observe-se que o escopo deste trabalho se concentra na análise de X_3 , dado que é justamente nessa etapa que se verifica a realização do processo de análise de crédito.

Há basicamente duas formas de se avaliar o processamento do pedido, dado ao fato de que X_3 poderia assumir diferentes amplitudes, dependendo da forma que seja utilizada para analisá-lo, o que acabará influenciando a função CP (ciclo do pedido). Dessa forma tem-se:

$$(1) CP = f(X_3) \text{ e}$$

$$X_3 = f(\text{qualidade das informações utilizadas para a análise de crédito})$$

$$\therefore CPO f(\text{qualidade das informações utilizadas para a análise de crédito})$$

$$(2) CP = f(X_3) \text{ e}$$

$$X_3 = f(\text{análise de crédito})$$

$$\therefore CPO f(\text{análise de crédito})$$

No primeiro caso, assume-se a premissa de que X_3 seja função direta da qualidade das informações, inclusive, as de caráter contábil, o que poderia significar uma diferença temporal no que tange à análise de um cliente A ou B, sendo A e B distintos, que por sua vez influenciaria CP. Na outra situação, considera-se X_3 como função direta apenas do processo de análise de crédito, o qual estaria influenciando CP.

Dado ao fato de que, como descrito em 3.3.4.5, a Atofina Brasil se baseia na consideração de que há, normalmente, um auditor ou um contador responsável pela elaboração de tais demonstrações, bem como pelo conteúdo das mesmas, pode-se constatar

que, como a análise de crédito está dentro do ciclo do pedido, conforme demonstrado na revisão bibliográfica (item 2), (2) é uma função sobrejetora²¹ e apresenta como tangente um valor positivo, isto é, $tg CP_{X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6} > 0$, já que $\frac{\delta CP}{\delta t} > 0$.

Verifica-se, assim, sob a abordagem (2) referida anteriormente, que a variável análise de crédito é componente da variável X_3 , que é o processamento do pedido, onde X_3 pode ser decomposta, segundo LALONDE (1976), da seguinte forma:

$$X_3 = f \left[\begin{array}{l} \text{elementos de operação } (A_1) \\ \text{elementos de comunicação } (A_2) \\ \text{elementos de crédito } (A_3) \end{array} \right], \text{ donde se tem:}$$

$$X_3 = A_1 + A_2 + A_3 = \sum_{i=1}^3 A_i, \text{ onde:}$$

- A_1 representa o tempo que compreende as atividades de verificação de disponibilidade do produto, escalonamento, preparação para a expedição e faturamento, os quais são os denominados de elementos de operação (ou elementos operacionais);
- A_2 representa o período de tempo necessário às alterações no pedido, quando houver, consulta sobre situação, localização e velocidade do deslocamento do pedido entre as áreas de responsabilidade envolvidas, correção de erros e pedidos de informações, que são as principais atividades de comunicação nesse processo, sendo por isso, denominados de elementos de comunicação e, por fim,
- A_3 significa o tempo demandado para os elementos de crédito, que se consubstanciam no processo de análise, estabelecimento e liberação de crédito.

²¹ IEZZI, Gelson; MURAKAMI, Carlos. Fundamentos da Matemática Elementar. Vol. 1, Atual Editora, 7 ed., 1995, p. 7-9.

Ademais, em condições *caeteris paribus*, considerando-se que, quanto maior o tempo demandado para se fazer a análise das demonstrações contábeis, maior é o tempo da análise, estabelecimento e liberação do crédito e, aumentando, conseqüentemente, o tempo do processamento do pedido. Logo, nessas condições, maior será amplitude do ciclo do pedido.

Todavia, é necessário avaliar a função A_3 para se verificar se isso realmente ocorre no caso da Atofina Brasil. Esse trabalho se concentra justamente na análise da variável A_3 ²² que pode ser decomposta da seguinte forma:

$$A_3 = f \left[\begin{array}{l} \text{SCI (Z}_1\text{)} \\ \text{SERASA(Z}_2\text{)} \\ \text{Mercado (Z}_3\text{)} \\ \text{Demonstrações Contábeis (Z}_4\text{)} \\ \text{Setor (Z}_5\text{)} \\ \text{Pontualidade de pagamento junto à Atofina (Z}_6\text{)} \\ \text{Análise de recusa de liberações anteriores (Z}_7\text{)} \\ \text{Demora no recebimento de informações requeridas (Z}_8\text{)} \\ \text{Verificação dos resultados dos outputs do sistema e redação do} \\ \text{documento necessário para estabelecimento do limite e liberação do crédito (L)} \end{array} \right]$$

Assim, o modelo genérico da análise, estabelecimento e liberação de crédito seria:

$$A_3 = Z_1 + Z_2 + Z_3 + Z_4 + Z_5 + Z_6 + Z_7 + Z_8 + L = \sum_{i=1}^8 Z_i + L$$

²² Todas as variáveis dessa equação referem-se ao tempo demandado para exercer cada uma das atividades envolvidas.

Todavia, nos casos de primeira venda a prazo a um cliente são desconsideradas as variáveis Z_6 e Z_7 , dada a não aplicabilidade nessa situação específica. Tal fato se justifica pelo fato de que a pontualidade de pagamento junto à Atofina apenas poderia ser analisada no caso de haver um histórico do relacionamento comercial entre a Atofina e esse cliente. Por essa mesma razão, também não é possível verificar qualquer recusa de liberação anterior desse tipo de cliente

Desse modo, o modelo específico para os casos de primeira venda a prazo realizada pela Atofina Brasil para seus clientes seria:

$$A_3 = Z_1 + Z_2 + Z_3 + Z_4 + Z_5 + Z_8 + L$$

Procedendo-se a um ajuste do modelo específico pela média tem-se:

$A_3 = \bar{Z}_1 + \bar{Z}_2 + \bar{Z}_3 + \bar{Z}_4 + \bar{Z}_5 + \bar{Z}_8 + \bar{L} + u$, onde u representa o erro da estimativa.

Contudo, pôde-se observar, no caso da Atofina, que $\bar{Z}_1, \bar{Z}_2, \bar{Z}_4$ e \bar{Z}_5 representam um tempo médio padrão. Isso se explica pelo fato de que no caso dessas variáveis, há de se considerar a padronização dos dados inseridos na planilha de análise de crédito e a habilidade média dos analistas de crédito. Ademais, levando-se em conta o fato de se ter todas as informações necessárias às análises de crédito disponíveis, L não apresenta variabilidade significativa.

Por fim, considerando-se que, conforme dados obtidos em entrevista, o tempo médio esperado para análise de crédito, no caso de uma primeira venda a um cliente é de 3 horas, tem-se:

$$A_{3(1^{\text{a}}\text{venda})} = 3h$$

Porém, o limite aceitável para se proceder à análise de crédito é de 48 horas, conforme a política de crédito adotada pela Atofina Brasil. Assim, temos que:

$$\text{máximo } A_{3(1^{\text{a}}\text{venda})} = 48h$$

Ainda, deve-se levar em consideração que o atraso na análise, no estabelecimento e na liberação do limite de crédito é de no máximo dois dias, a contar daquelas 48 horas estabelecidas como tempo máximo, no caso de situações extremas, conforme mencionado no item 3.3.3, tal como a não colaboração de determinado fornecedor desse cliente para que a Atofina tenha acesso a determinadas informações num processo assemelhado à circularização, porém, não se concentrando na confirmação de saldos, mas buscando averiguar a pontualidade do cliente analisado junto a ele. Dessa maneira, poder-se-ia descrever a variável A_3 da seguinte forma:

$$A_{3(1^{\text{a}}\text{venda})} = (3h, 96h).$$

Entretanto, como essa situação só se verifica em casos extremos, cuja frequência absoluta ou relativa, conforme auferido em entrevista com o gestor de crédito da Atofina Brasil, é bastante baixa, pode-se considerar para fins de análise que $A_{3(1^{\text{a}}\text{venda})}$ situa-se no seguinte intervalo de valores $(3h, 48h)$, já que tais pontos de stress não apresentam influência significativa sobre as médias consideradas. Note-se que apesar de a média ser uma medida que sofre influência de todos os valores de uma série considerada, o fato de a maior parte dos valores estarem concentrados em torno de um determinado valor e somente um estar distanciado desses, e ainda, de essa distância não ser tão acentuada, a alteração esperada na média é de uma amplitude reduzida. Além disso, ao se completar essas 48h, a área comercial da Atofina Brasil acaba por tomar a frente da decisão de liberar ou não determinado montante de crédito para que o ciclo do pedido não seja prejudicado, o que vai justamente ao encontro da sua estratégia de ampliação de mercado, a qual foi descrita no tópico 3.3.3.

Dessa maneira, a variabilidade da amplitude de A_3 decorre diretamente de \bar{Z}_3 , \bar{Z}_8 e \bar{L} , e não de \bar{Z}_4 , já que não se despende tempo adicional na análise de crédito na

questão da qualidade das informações contidas nas demonstrações contábeis, conforme foi possível constatar empiricamente.

Destarte, é correto inferir que a qualidade das demonstrações contábeis não apresenta influência temporal do ciclo no pedido.

Porém, foi possível constatar que isso se verifica em decorrência de o analista de crédito pressupor que as informações contábeis proporcionam um bom indicador da situação econômico-patrimonial da empresa, por serem elaboradas, pressupostamente, com base nos princípios contábeis geralmente aceitos e de serem auditadas ou pelo menos assinadas pelo contador da empresa cliente.

Assim, fica patente a importância da qualidade da informação contábil, posto que se elas não estiverem presentes, poderá o usuário dessas demonstrações (nesse caso, a Atofina Brasil) se defrontar com um viés significativo nas ponderações e conclusões do analista de crédito respectivo.

4.1.2 Análise da Suficiência das Demonstrações Contábeis no Processo de Definição do Limite de Crédito na Atofina Brasil

Buscou-se, por meio de entrevistas com o analista de crédito e das documentações fornecidas para consulta pelo mesmo, verificar a suficiência das demonstrações contábeis no processo de estabelecimento do limite de crédito da companhia.

Dessa maneira, foi constatado, conforme descrito no Capítulo 3 e no item anterior, que as demonstrações contábeis são apenas um tipo de documentação necessária para compor o dossiê de crédito do cliente, mostrando-se insuficientes para a tomada de uma decisão de crédito, pela necessidade de se verificar outros fatores que não somente os extraídos das demonstrações contábeis que sejam indicadores de que a dívida a ser assumida pelo cliente será honrada, tais como participação de mercado do cliente, relacionamento com os fornecedores e situação bancária. As demonstrações contábeis são importantes, mas não veiculam toda a informação relevante para a tomada de decisão de crédito.

Por conseguinte, a decisão de estabelecimento de limite de crédito é apoiada em 50% pelas informações de mercado e em 20% pelas informações setoriais e aquelas extraídas dos relatórios SERASA e SCI. Deste modo, as demonstrações contábeis representam os demais 30% no total da decisão.

Tal fato se coaduna com a assertiva de DiPIAZZA Jr. e ECCLES (2002), referendadas no Capítulo 2, que explica que os *stakeholders* estão cada vez mais interessados em outras informações que não necessariamente aquelas oriundas de natureza contábil elaboradas de acordo com os princípios contábeis geralmente aceitos, pelo fato destas não abarcarem todos os indicadores de valor de uma empresa, tais como participação no mercado e estratégia de inovação dos produtos, por exemplo.

Necessariamente, o analista de crédito irá precisar de tal conjunto de informações para estabelecer um limite de crédito ao cliente e, se o mesmo não for estabelecido dentro das 48 horas preceituadas pela política crédito da empresa, por demora no recebimento de alguma informação, a área comercial estabelece um limite de crédito comercial para liberação de crédito daquele cliente.

As demonstrações contábeis são planilhadas, analisadas e interpretadas pelo analista de crédito, compondo a parte quantitativa da análise de crédito. O que se pretende verificar na análise e interpretação das demonstrações contábeis são as perspectivas futuras da empresa de honrar os compromissos financeiros a serem assumidos junto à Atofina Brasil, levando-se em consideração, inclusive, a experiência passada desse potencial cliente com outros fornecedores, quando possível.

O analista leva em consideração que a análise dos índices financeiros extraídos das demonstrações contábeis, embora úteis, não fornecem respostas definitivas, que permitam o estabelecimento do limite de crédito por si só. Pelo contrário, a maior contribuição dessas demonstrações consiste, em geral, numa série de questionamentos sobre a situação econômico-financeira da empresa, identificando pontos que demandam uma melhor investigação.

Dessa forma, verifica-se que a essência da análise dos índices financeiros está na sua interpretação, a qual requer que o analista tenha um entendimento pleno da companhia, seu setor e mercado, além da compreensão dos princípios e práticas contábeis utilizadas.

Todavia, uma das limitações das demonstrações contábeis apontadas pelo analista de crédito da Atofina Brasil, conforme relatado no item 3.3.4.5 do estudo de caso, foi o seu caráter preditivo temporário, que permite ao analista de crédito vislumbrar a capacidade de pagamento do cliente apenas em condições *caeteris paribus*, devido à sua natureza estática. Desse modo, a análise das demonstrações contábeis é válida somente se as demonstrações utilizadas forem próximas à data da avaliação do crédito, para a tomada de decisões de crédito de curto prazo, pois, no curto prazo, é menor a probabilidade de ocorrer mudanças bruscas que afetem os negócios da empresa.

Isso explica o porquê dos limites de crédito serem revistos semestralmente pelo analista de crédito da Atofina Brasil com base nas informações de mercado e do setor econômico de atuação de cada um de seus clientes, conforme comentado no Capítulo 3.

4.1.3 Análise do Papel das Demonstrações Contábeis na Atofina Brasil

Visando a entender o papel das demonstrações contábeis no processo de estabelecimento de limite de crédito, foi elaborado o Quadro 3, comparando os procedimentos adotados de utilização da informação contábil pela Atofina Brasil e aqueles apontados no referencial teórico.

Pelo exposto no quadro 3, pode-se inferir que as demonstrações contábeis realmente desempenham um papel importante no processo de estabelecimento do limite de crédito a um cliente da Atofina Brasil, auxiliando na verificação da capacidade do cliente em pagar sua dívida futura junto à empresa. De fato, nessa empresa, as demonstrações contábeis representam 30% de uma decisão de crédito, sendo que, no geral, conforme enunciado também no Capítulo 2, as demonstrações contábeis representam cerca de 10% do conjunto total da decisão de crédito.

Ainda que uma informação contábil possa suscitar alguma suspeita quanto à questão de confiabilidade do cliente por parte do gestor de crédito, este não a desconsidera, mas a analisa à luz das outras informações disponíveis.

Também fica evidenciado que o papel das demonstrações contábeis é fornecer informações para o cálculo dos índices financeiros que são utilizados no modelo decisório do gestor de crédito. A análise das demonstrações contábeis se concentra nos índices de liquidez, endividamento, rentabilidade e lucratividade. Estas informações são apenas uma das fontes utilizadas para decisão de crédito, que são correlacionadas com as demais informações como setor, mercado, SCI e SERASA, conforme explicado no Capítulo 3, para que o analista de crédito tome sua decisão.

Quadro 3 – Comparação entre o Papel das Demonstrações Contábeis no Processo de Estabelecimento do Limite de Crédito: Atofina Brasil x Referencial Teórico

Papel das demonstrações contábeis no processo de estabelecimento de crédito	
Atofina Brasil	Referencial Teórico
As demonstrações contábeis são somente uma das fontes de informação para análise de crédito.	A análise das demonstrações contábeis é apenas uma parte da análise de crédito
As demonstrações contábeis representam 30% no conjunto da decisão de crédito, denotando-se a irrelevância da informação para a empresa. Esse percentual já chegou a 80%, porém, devido, principalmente, a uma série de escândalos contábeis ocorridos nas empresas americanas em 2001 e 2002, a empresa decidiu rever os procedimentos de sua política de crédito.	O balanço geral da empresa representa 10% ou até menos de uma decisão de crédito, que, todavia, são 10% importantes na decisão como um todo. GAMBLE (2002) explica que, em pesquisa realizada pela <i>Credit Research Foundation</i> , foi constatado que para 45% dos analistas de crédito que participaram da pesquisa as demonstrações contábeis do cliente se constituíam na principal fonte de informação para decisões de crédito.
As demonstrações contábeis representam um instrumento fundamental para a análise de crédito, possibilitando averiguar a capacidade do cliente em honrar seus pagamentos futuros junto à empresa.	As demonstrações contábeis podem ser consideradas como um substituto para o conhecimento detalhado das operações e gerenciamento da empresa, sendo um dos instrumentos de maior utilidade para a análise de crédito.
Utilização das demonstrações contábeis dos três últimos exercícios findos, sendo que o ideal seria também obter os balancetes mensais.	No geral, utilizam-se as demonstrações contábeis dos últimos 3 a 5 anos para calcular tendências dos índices. Avalia-se tanto o balancete como as demonstrações contábeis.
O analista de crédito parte do pressuposto de que as demonstrações contábeis foram elaboradas à luz dos princípios contábeis e o parecer da auditoria ou a assinatura do contador são uma garantia de confiabilidade.	A literatura observa que, até o colapso da Enron, ter demonstrações contábeis auditadas representava um grau de conforto que facilitava as decisões de crédito, posto que os principais erros já teriam sido, pressupostamente, eliminados. Porém, atualmente, esse conforto é questionado. De qualquer maneira, uma vez que se tenha um balanço auditado, deve-se verificar se não há ressalvas.
Mesmo que as demonstrações contábeis não sejam assinadas, como é o caso do setor moveleiro, elas são utilizadas, sendo criteriosamente cruzadas com as demais informações.	De acordo com a literatura, as demonstrações contábeis, quando de baixa qualidade, nem sempre refletem a real situação da empresa, para serem usadas em modelos de decisão de crédito.
É feita a análise vertical e horizontal a partir das demonstrações contábeis do cliente para avaliar estrutura e tendência das contas.	Os métodos de análise horizontal e vertical são amplamente utilizados, prestando valiosas contribuições na interpretação da estrutura e da tendência dos números de uma empresa.
Utiliza a análise dos índices de liquidez, endividamento, endividamento bancário, rotatividade e lucratividade para auxiliar no estabelecimento do limite de crédito.	Além dos índices para análise da lucratividade, estrutura, liquidez, pode-se utilizar a análise do fluxo de caixa, investimento operacional em giro, capital de giro e capital permanente líquido.

A principal limitação das demonstrações contábeis para fins de análise de crédito, apontada pelo analista de crédito da Atofina Brasil, diz respeito ao seu caráter estático. Assim, para o analista de crédito, a informação contábil útil é aquela que tem potencial de prever a capacidade futura de pagamento do cliente e, portanto, esse potencial seria perdido a partir do momento em que a data de fechamento das demonstrações contábeis se distancia do momento em que está sendo feita a análise de crédito. Os valores contidos nas demonstrações contábeis perdem seu conteúdo semântico para prever as condições econômico-financeiras futuras do cliente.

Além disso, deve-se ressaltar que os índices financeiros utilizados nas decisões de crédito são extraídos de demonstrações contábeis que podem conter uma série de limitações. Destarte, uma demonstração contábil viesada pode prejudicar a qualidade das decisões do gestor de crédito.

Portanto, é clara a necessidade de que as informações contábeis sejam completas, acuradas e fidedignas, de forma a permitir uma análise apropriada da situação econômico-patrimonial do cliente. No entanto, constatou-se, na descrição do estudo de caso, que a qualidade das informações contábeis de seus clientes não é questionada pela Atofina Brasil, haja vista que não está no escopo da análise de crédito testar a qualidade das informações contábeis contidas nas demonstrações.

Assim sendo, para que se tenha uma visão mais completa das alterações que podem ocorrer nos índices financeiros de uma empresa devido a uma manipulação contábil, considerou-se, hipoteticamente, que um determinado cliente da Atofina Brasil tenha superavaliado em 5% suas receitas brutas, tendo como contrapartida, a conta clientes.

Para ilustrar tal situação, essa hipótese foi aplicada sobre as demonstrações contábeis auditadas publicadas de um cliente da Atofina Brasil, que, obviamente, não vem ao caso identificá-lo, por se tratar apenas de um exemplo hipotético.

Dessa forma, as deduções à receita bruta foram afetadas, como também os impostos diretos e, finalmente, o lucro líquido e suas destinações, conforme pode-se verificar através dos Quadros 4 e 5.

Quadro 4 – Exemplo de Alteração da Semântica das Contas Patrimoniais por Manipulação Contábil

Evento Contábil (Objeto)	Contabilização (Signo)	Contas cuja semântica é afetada
<i>Superavaliação da Receita Operacional Bruta em 5%, a prazo.</i>	D – Clientes C – Receita Operacional Bruta \$ 10.055	D- Dedução da Receita Operacional Bruta
		C- Impostos indiretos \$ 1.018
		D – Despesas com impostos sobre a renda
		C – Impostos a pagar \$ 3.072
		D - Lucro líquido do exercício
C - Lucro líquido acumulado \$ 5.965		
D – Lucro líquido acumulado		
C – Reservas de Lucros \$ 298		

Quadro 5 – Efeito Pragmático de uma Alteração Semântica das Contas Contábeis

Semântica Contábil Afetada por um Aumento de 5% sobre a Receita Operacional Bruta Total	Valor da Alteração R\$	Em %	Pragmática (efeito no usuário da informação)
<i>Aumento do Ativo Circulante</i>	10.055	14,67%	Percepção de maior liquidez e lucratividade da empresa. Perspectiva de geração de fluxos de caixas futuros superestimada. Assim, a expectativa, por parte dos credores, com relação ao recebimento de seu crédito quando a mesma vencer, pode ser frustrada.
<i>Aumento do Ativo Total</i>	10.055	6,82%	
<i>Aumento do Passivo Circulante</i>	4.090	11,50%	
<i>Aumento do Patrimônio Líquido (PL)</i>	5.965	8,39%	
<i>Aumento do Passivo Total + PL</i>	10.055	6,82%	
<i>Aumento do Lucro Bruto</i>	9.037	13,85%	
<i>Aumento do Lucro líquido</i>	5.965	51,26%	

A partir do quadro 5, pode-se argüir que, nessa hipótese considerada de uma superestimação das vendas em 5%, o analista de crédito pode indevidamente aprovar um limite de crédito superior para um cliente que, mais tarde, poderá não ter capacidade financeira para honrar sua dívida. Isso se explica pelo fato de o analista estar pautando sua decisão em demonstrações contábeis fraudadas.

A informação contábil é norteadora de ações, ressaltando-se, desse modo, o aspecto pragmático da mesma: no caso específico da situação ora tratada, consubstancia-se em qual o efeito que a informação contábil terá sobre o analista de crédito. Deve-se, pois, ter em mente os efeitos que os signos produzem sobre o comportamento do intérprete (o analista de crédito). Realmente, os índices de liquidez, estrutura e lucratividade, no geral, são mais favoráveis no cenário de um aumento de 5% da receita operacional bruta, conforme pode-se constatar na tabela 3, podendo o gestor concluir sobre um desempenho econômico-financeiro da empresa melhor que o verdadeiro.

Tabela 3 - Comparação entre Índices Financeiros Reais e com Superavaliação de 5% da Receita Operacional Bruta (ROB)

<u>SITUAÇÃO FINANCEIRA</u>	Cenário Real 2001	Aumento de 5% da ROB 2001	Evolução ²³ Real-Superav.
Estrutura Patrimonial			
Capital de Terceiros/Capital próprio (PC+ELP/PL)	107,34%	104,34%	F
Endividamento Geral (PC+ELP/AT)	51,77%	51,06%	F
Composição do Endividamento (PC/PC+ELP)	46,62%	49,34%	D
Passivo Oneroso/Ativo Total	28,28%	26,47%	F
Participação do Capital Próprio (PL/AT)	48,23%	48,94%	F
Imobilização de Rec. Permanente (AP/ELP+PL)	45,80%	43,48%	F
Solvência			
Liquidez Geral (AC+RLP/PC+ELP)	1,26	1,32	F
Liquidez corrente (AC/PC)	1,93	1,98	F
Liquidez seca (AC-Estoques-Desp. Pagas Antecip./PC)	1,57	1,66	F
Liquidez imediata (Disponível/PC)	12,93%	11,60%	D
<u>GESTÃO DOS RECURSOS</u>	Cenário Real 2001	Superavaliado 2001	Evolução Real-Superav.
Rotação dos Recursos			
ROB/Sm Clientes	7,251	5,679	D
ROL/Sm AC	3,550	2,850	D
ROL/Sm Imobilizado	3,017	3,612	F
ROL/Sm AO	1,674	1,669	D
ROL/Sm AT	1,308	1,288	D
<u>LUCRATIVIDADE</u>	Cenário Real 2001	Superavaliado 2001	Evolução Real-Superav.
Margens das Vendas			
Margem Bruta (LB/ROL)	36,09%	39,13%	F
Margem Operacional (LAJIR/ROL)	15,61%	19,63%	F
Lucro Após Despesas Financeiras Liq/ROL	10,43%	14,70%	F
Margem Líquida (LL/ROL)	6,44%	9,27%	F
Mark-up global (LB/CPV)	56,47%	64,29%	F
Taxas de Retorno			
Retorno sobre o ativo operacional (LAJIR/Sm AO)	24,73%	31,27%	F
Retorno sobre o investimento total (LL/Sm AT)	8,18%	11,95%	F
Retorno sobre o Capital Próprio (LL/Sm aj. PL)	16,94%	25,57%	F

²³ Evolução do índices: F representa evolução Favorável no cenário de aumento de 5% da Receita Operacional Bruta (ROB), em comparação ao cenário real. Em contraposição, seguindo essa mesma linha de raciocínio, D representa evolução Desfavorável.

Pode-se questionar o fato de que um balanço auditado, após uma série de escândalos contábeis, já não seja uma garantia de confiabilidade, como apontado no Quadro 3. Porém, a Atofina Brasil acredita que tanto o parecer do auditor, como a assinatura do contador sejam indícios de uma adequada elaboração das demonstrações contábeis pelo cliente. Ainda, caso as demonstrações contábeis apresentadas pelo cliente não estejam assinadas, as informações extraídas das mesmas são cuidadosamente cruzadas com as demais fontes de informações utilizadas no processo decisório do analista de crédito, não ocorrendo o abandono do uso da informação contábil, por não ter uma garantia expressa, seja por meio de assinatura do auditor ou do contador, de que estejam elaboradas adequadamente.

No entanto, na Atofina Brasil, pode ocorrer que, se as demonstrações contábeis não estão efetivamente auxiliando no processo decisório de estabelecimento de limite de crédito, sua participação no conjunto total da decisão seja reduzida. Anteriormente, as demonstrações contábeis representavam a maior fonte de informação para auxiliar na decisão de crédito na Atofina Brasil. Atualmente, as informações de mercado, ou seja, aquelas levantadas junto a fornecedores e bancos com que o cliente atua são a principal base da tomada de decisão de crédito, constituindo 50% do conjunto da decisão de estabelecimento do limite de crédito, por serem consideradas pelo analista de crédito adequadas para predizer a capacidade financeira futura de um determinado cliente.

Além disso, apesar de uma grande análise qualitativa que é feita, a decisão final é fruto do julgamento pessoal e da intuição do analista de crédito sobre o comportamento econômico-financeiro de um determinado cliente.

Portanto, na Atofina Brasil, o objetivo final é a minimização do risco de crédito através de uma série de informações disponíveis, as quais incluem, também, uma análise crítica das demonstrações contábeis.

CAPÍTULO 5 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste Capítulo, busca-se formular algumas considerações finais a respeito dos resultados da análise do Estudo de Caso que se encontram no Capítulo 4, as quais estão evidentes e já se encontram consignadas no decorrer daquele capítulo. No entanto, objetiva-se condensá-las para uma maior clareza. Ademais, pretende-se descrever sobre as limitações do estudo, bem como fazer proposições de estudos futuros.

5.1 A INSUFICIÊNCIA DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS PARA O ESTABELECIMENTO DO LIMITE DE CRÉDITO

Embora representem 30% do total da decisão de estabelecimento de um limite de crédito a um cliente daquela empresa, pôde-se constatar que as demonstrações contábeis são insuficientes para o estabelecimento do limite de crédito na Atofina Brasil. Tal conclusão confirma a hipótese geral (1) estabelecida no Capítulo 1 do presente trabalho, de que as Demonstrações Contábeis exercem papel importante no processo de definição do limite de crédito, ainda que sejam insuficientes para tal propósito.

Segundo relatado pelo analista de crédito da Atofina Brasil, tais informações, apesar de essenciais por denotar a situação econômico-financeira do cliente, não são suficientes, posto que, para o analista de crédito tomar sua decisão de estabelecer um limite de crédito, também precisa estar atento às tendências mais atuais do negócio do cliente, o seu relacionamento com os respectivos fornecedores, sua situação bancária, *market share*, dentre outros fatores. Ou seja, as demonstrações contábeis não veiculam todas as informações relevantes relacionadas à capacidade de pagamento futuro do cliente, para o processo de estabelecimento do limite de crédito.

Dessa forma, as informações de mercado acabam tendo um peso de 50% e as informações setoriais e aquelas extraídas do SCI e SERASA, um peso de 20% no estabelecimento do limite de crédito para um determinado cliente, no caso de uma primeira venda a prazo a um determinado cliente.

Apesar da importância do papel da Contabilidade para fins de análise de crédito, conforme demonstrado no referencial teórico, pode-se inferir que ainda os analistas de crédito estão interessados em outras fontes de informação, além daquelas de natureza contábil, para se certificar de que, ao conceder o crédito, será cumprida a promessa de pagamento do cliente no futuro.

Depois da série de escândalos contábeis ocorridos nos EUA em 2002, denotou-se uma perda de credibilidade das demonstrações contábeis para fins de análise de crédito na Atofina Brasil, já que o analista de crédito passou a respaldar em apenas 30% a sua decisão de crédito nas informações contábeis, sendo que, anteriormente, as demonstrações contábeis tinham um peso de 80% no processo de estabelecimento do limite de crédito.

Constatou-se também que, se ocorrer demora no recebimento ou na obtenção de alguma das informações necessárias para que o analista de crédito estabeleça o limite de crédito financeiro a um cliente dentro de 48 horas, o gestor comercial é acionado para que seja estabelecido um limite de crédito comercial sob responsabilidade do mesmo, de modo a liberar a venda no prazo combinado com o cliente.

Tal procedimento é totalmente pertinente com o cenário competitivo em que a empresa se insere, no qual assegurar um bom relacionamento comercial com o cliente é um fator de vantagem competitiva.

5.2 A INFLUÊNCIA DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS NO PROCESSO DE ESTABELECIMENTO DO LIMITE DE CRÉDITO, NO CICLO DO PEDIDO (CP)

No caso específico da Atofina Brasil, pela análise da modelagem desenvolvida no tópico 4.1.1, pode-se concluir que, independentemente da qualidade das informações contidas nas demonstrações contábeis, o tempo demandado no processo de análise, estabelecimento e liberação de crédito no caso de um cliente novo ($A_{3(1^{\circ}venda)}$) varia dentro de um intervalo de $3h$ a $48h$, posto que a avaliação da qualidade da informação contábil por parte do analista de crédito não é uma atividade do processo de análise de crédito, por não estar em seu escopo de trabalho verificar se as qualidades da informação contábil estão

ou não sendo consideradas na elaboração das demonstrações contábeis. O analista de crédito tem por objetivo extrair das demonstrações contábeis índices financeiros para avaliar a capacidade econômico-financeira de seu cliente em uma relação de venda a prazo.

Cabe ressaltar que as qualidades básicas da informação contábil são necessárias para torná-la útil. No entanto, esse é um pressuposto que deve estar no escopo de trabalho do profissional de contabilidade para a elaboração da informação contábil e não do usuário da informação. Portanto, é natural que um analista de crédito exija informações de qualidade, mas não avalie tal parâmetro. Além disso, o parecer da auditoria ou a assinatura do contador são tomados pelo analista como uma garantia de confiabilidade de que a informação represente adequadamente, em todos os aspectos relevantes, a situação econômico-financeira da empresa.

Logo, independentemente da qualidade das informações das demonstrações contábeis, o ciclo do pedido permanecerá praticamente o mesmo, se todas as outras variáveis forem mantidas constantes. A única variabilidade no ciclo do pedido decorrente de A_3 corresponde justamente à amplitude de 45 h ($48h - 3h$), que, no caso, não está atrelado a Z_4 , mas sim a Z_3 e Z_8 .

Tal constatação se contrapõe à hipótese suplementar (2) estabelecida no Capítulo 1, de que a análise das demonstrações contábeis utilizadas na atividade de estabelecimento do limite de crédito poderia influenciar no ciclo do pedido, de modo que poderia aumentá-lo de forma significativa, pois relativamente à abordagem (2) explicitada em 4.1.1, que se baseia em medida temporal, pode-se verificar que o tempo de análise das demonstrações contábeis não apresenta impacto significativo em CP (ciclo do pedido).

Deve-se esclarecer que o fato de a qualidade da informação contábil não exercer influência temporal no ciclo do pedido nesse caso específico, não significa que as qualidades básicas da informação contábil não exerçam influência na qualidade da decisão do analista de crédito. Todavia, não foi escopo deste trabalho verificar de que forma isso ocorre, ficando como uma das sugestões para estudos posteriores.

5.3 O PAPEL DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS NO PROCESSO DE ESTABELECIMENTO DO LIMITE DE CRÉDITO

Foi verificado que o papel básico das demonstrações contábeis consiste no cálculo da análise horizontal e vertical das demonstrações contábeis e dos índices de endividamento, liquidez, rotação de recursos e lucratividade, os quais fornecem os indícios sobre a situação econômico-financeira do cliente no futuro.

Contudo, apesar de relevante para o processo decisório, ao retratarem a correta situação econômico-financeira do cliente, a principal limitação das demonstrações contábeis apontada pelo analista de crédito da Atofina Brasil, diz respeito ao seu caráter estático, que restringe a utilidade da informação contábil para fins de análise de crédito a um curto espaço de tempo, a partir do fechamento do balanço.

Desse modo, a informação contábil deve estar revestida de um maior caráter preditivo, para que seus usuários, incluindo os analistas de crédito, possam estar mais seguros em suas tomadas de decisão. A tomada da decisão de crédito está estritamente relacionada ao risco de inadimplência futura. Portanto, é importante que a Contabilidade caminhe no sentido de que possa ser vislumbrado o risco de cada ativo da empresa.

Destarte, considerações das empresas sobre seus riscos de crédito, riscos operacionais, riscos de mercado e riscos de estimativa contábil em seus relatórios em uma ótica de *Financial Reporting* e *Fiduciary Report* podem contribuir para o processo decisório do analista de crédito.

5.4 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

A principal limitação do estudo refere-se à metodologia de estudo adotada, qual seja, o estudo de caso único, porque a análise de um único caso não possibilita uma base sustentável para generalizações. Além disso, o número de entrevistas ficou restrito pelo tempo disponível dos entrevistados, o que, porém, não prejudicou as análises a que esse trabalho se propôs, uma vez que todas as informações relevantes solicitadas foram obtidas.

Entretanto, a despeito dessas limitações, foi possível explicar as variáveis causais do papel das demonstrações contábeis no contexto do processamento de pedidos com maior riqueza de detalhes, o que não seria possibilitado pela utilização de levantamentos ou experimento.

5.5 SUGESTÕES PARA ESTUDOS POSTERIORES

Verifica-se que, se levada em consideração a abordagem (1) do item 4.1.1, é direta a inferência de que a qualidade das demonstrações contábeis exerce papel de crucial importância no processo de análise de crédito, porém, a mensuração desse impacto para a tomada de decisão do analista de crédito fica como proposta de estudos posteriores.

Além disso, ficam as seguintes sugestões para estudos futuros:

- Avaliação da correlação entre o grau de fidelidade de representação das demonstrações contábeis e a eficácia da decisão de crédito.
- Estudo sobre a correlação da tomada de decisão de crédito utilizando as demonstrações contábeis com os níveis de clientes inadimplentes.
- Levantamento sobre a utilização das demonstrações contábeis pelos analistas de crédito e suas principais vantagens e limitações.
- Levantamento dos motivos pelos quais a qualidade da informação contábil seja, ou não, uma variável importante na tomada de decisão dos analistas de crédito.
- Estudo sobre a correlação entre o tempo de ciclo de pedido, o tempo decorrido entre a colocação do pedido e a transformação do mesmo em caixa, o tempo despendido na análise de crédito e o percentual de inadimplência de clientes.
- Estudo sobre modelos de decisão de crédito e necessidades de informações contábeis de caráter preditivo.

5.6 COMENTÁRIOS FINAIS

As demonstrações contábeis não são e nem deve ser elaboradas como um fim em si mesmas. Pelo contrário, estas devem conter informações úteis para a tomada de decisão, seguindo o conceito de *True and Fair View*, ou seja, visão justa e verdadeira da situação econômico-financeira da empresa, mesmo que, para isso, sejam necessárias informações adicionais àquelas exigidas pela lei.

A análise das demonstrações contábeis, a qual é utilizada pela Atofina Brasil, pressupõe o levantamento da situação econômico-financeira da empresa, pautando-se na qualidade das informações contábeis divulgadas nas demonstrações da empresa. O objetivo final dessa análise é obter informações de caráter preditivo que demonstrem a capacidade do cliente em honrar sua dívida futura.

Dessa forma, os credores, por estarem interessados na geração de fluxos de caixa futuros da empresa, devem encontrar informações que lhes permitam fazer suas projeções e análises. Além disso, a informação do resultado da companhia deve, na medida do possível, ser útil para fins de avaliação de desempenho, predição de lucros futuros e avaliação do risco de investimento e de crédito.

Posto que os analistas de crédito estão interessados em outros indicadores de valor da empresa, que não aqueles informados nas demonstrações contábeis propriamente ditas, a necessidade de firmar o conceito e a prática de “*Financial Reporting*” pelas empresas, inclusive aquelas que são empresas limitadas e fechadas, faz-se cada vez mais presente. Trata-se até mesmo de uma questão cultural das empresas em disponibilizarem as informações necessárias de maneira organizada e até mesmo padronizada aos *stakeholders*, o que pode facilitar consideravelmente a obtenção de informações úteis para a área de crédito.

Desse modo, é fundamental que a Contabilidade consiga responder ao seu objetivo de proporcionar informações úteis aos seus usuários, incluindo analistas de crédito, fornecendo efetivo apoio à tomada de decisão dos mesmos, de modo que eles estejam menos sujeitos ao risco de incorrer em prejuízos por decisões inadequadas, bem como tenham a possibilidade de efetuar um acompanhamento efetivo dos negócios da companhia.

BIBLIOGRAFIA

- ACKOFF, R. L. **Design of social research**. Chicago: Univ. Press, 1962.
- AERTS, L. A framework for managing operational risk. **The Internal Auditor**, Altamonte Springs, v. 58, p. 53-59, Aug 2001.
- AICPA. **Objectives of Financial Statement**, 1973.
- ALLPORT, G. N. Managing risk organization-wide. **CA Magazine**, Toronto, p. 37-38, Sept. 2000.
- ALMEIDA, L. B. de. Sistema de Informações de Gestão Econômica. In CATELLI, A. (Coord.). **Controladoria: uma abordagem da gestão econômica – GECON**. São Paulo: Atlas, 1999, p. 300-314.
- ALTMAN, E.I. Financial Ratios Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy. **Journal of Finance**, p. 189-209,1968.
- ANSOFF, H. I. **Estratégia Empresarial**. São Paulo: Mcgraw-Hill do Brasil, 1978.
- ASSAF NETO, A. **Estrutura e Análise de Balanços: um Enfoque Econômico-Financeiro**. São Paulo: Atlas, 1998
- AZEVEDO, S. Práticas Contábeis: Opções de Ações Enxugam Lucros. **Gazeta Mercantil**, 23 jul. 2002. Seção Capital Aberto., p.B-1.
- BALLOU, R. H. **Gerenciamento da Cadeia de Suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial**. Tradução Elias Pereira. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- _____. **Logística Empresarial: transportes, administração de materiais e distribuição física**. Tradução Hugo T. Yoshizaki. São Paulo: Atlas, 1993.
- BEDFORD, N. M.; BALADOUNI, V. A communication Theory Approach to Accounting. **Accounting Review**, p. 650-659,1962.

- BERNSTEIN, P. L. **Desafio aos deuses: a fascinante história do risco**. Tradução Ivo Korytowski. Rio Janeiro: Campus, 1997.
- BERTSEKAS, D. P. **Dynamic Programming and Stochastic Control. (Mathematics in Science and Engineering)**. Cambridge, Massachusetts: Academic Press, 1976.
- BIO, S. R. **Sistemas de Informação: um enfoque gerencial**. São Paulo: Atlas, 1985.
- BONOMA, T. V. Case Research in Marketing: Opportunities, Problems, and Process. **Journal of Marketing Research**, Vol. XXII, May, 1985.
- BORDENAVE, J. E. D. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 1999.
- _____ ; CARVALHO, H. M. de. **Comunicação e Planejamento**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.
- BOVET, D.; MARTHA, J. **Redes de Valor – aumente os lucros pelo uso da Tecnologia de Informação na cadeia de valor**. Tradução Márcia Tadeu. São Paulo: Negócio Editora, 2001.
- BOWERSOX, D. J.; CLOSS, D. J. **Logistical management: the integrated supply chain process**. McGraw-Hill, 1996.
- _____ ; COOPER, M. B.; LAMBERT, D. M.; TAYLOR, D. A. **Management in marketing channels**. McGraw-Hill, 1980.
- _____ ; CLOSS, D. J.; HELFERICH, O. K. **Logistical Management**. 3rd edition. Macmillan Publishing Co, 1986.
- BRAGA, R. **Fundamentos e técnicas de administração financeira**. São Paulo: Atlas, 1989.
- BRONSON, R. **Pesquisa Operacional**. Tradução Othon Guilherme Pinto Bravo. São Paulo: Mcgraw-Hill do Brasil, 1985.
- BUNGE, M. **Philosophy of Science**. Transaction Pub, 1967.
- CAOUILLETTE, J. B.; ALTMAN, E. I.; NARAYANAN, P. **Gestão do Risco de Crédito: o próximo grande desafio financeiro**. Tradução de Allan Hastings; revisão técnica João Carlos Douat. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 1999.

- CASTRO NETO, J. L. de. **Contribuição ao Estudo da Prática Harmonizada da Contabilidade na União Européia**. Tese de Doutorado apresentada ao Departamento de Contabilidade e Atuária da FEA/USP. São Paulo, 1998.
- CHRISTOPHER, M. **Logística e gerenciamento da cadeia de suprimento**. 1.ed. São Paulo: Livraria Pioneira, 1997.
- CNN.com – **Xerox the latest Wall St scandal** – June 28, 2002. Disponível em: <http://europe.cnn.com/2002/BUSINESS/06/28/xerox>. Acessado em 06/08/02.
- COELHO NETTO, J. T. **Semiótica, Informação e Comunicação**. 5. ed. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1999.
- COOPER, C. Martha et al. **Supply Chain Management: Mais do que um novo nome para a logística**. *Logística Moderna*, n.54, p.17-20, jan./fev., 1998.
- COOPER, R.; SLAGMULDER, R. **Supply chain development for the lean enterprise**. Productivity Press, 1998.
- COPACINO, W. C. **A cost-to serve analysis can be an eye-opener**. *Logistics Management and Distribution Report*. Radnor, Apr 1999, v.38, p. 33-38.
- COSTA, F. M.; PIGATTO, J. A. M.; LISBOA, L. P. **Contabilidade Criativa**. In 1º Seminário de Contabilidade da FEA/USP, *Anais*, 2001, p.1-13.
- Council of Logistics Management. Disponível em: www.clml.org/. Acessado em 15/03/02.
- CUNNINGHAM, L. A. **Semiotics, Hermeneutics and Cash: An Essay on the True and Fair View**. *Boston College Law School Research Paper Series*, N. 6, March 5, 2003, p. 1-28.
- DAMODARAN, A. **Avaliação de Investimentos: ferramentas e técnicas para a determinação do valor de qualquer ativo**. Tradução de Bazán Tecnologia e Lingüística (Carlos Henrique Trieschmann e Ronaldo de Almeida Rego). Supervisão técnica de Eduardo Fortuna. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 2001.

- DAVIS, J. R.; ALDERMAN, C. W.; ROBINSON, L. A. **Accounting Information systems: a cycle approach**. 3rd edition. John Wiley & Sons, Inc., 1990.
- DIAS FILHO, J. M. **Características qualitativas da informação contábil: o problema da compreensibilidade à luz da teoria semiótica e da comunicação**. Dissertação apresentado à FEA/USP, São Paulo, 2001.
- DIPIAZZA JR., SAMUEL A.; ECCLES, R. G. **Building Public Trust - The Future of Corporate Reporting**. John Wiley & Sons, Inc., 2002.
- DORIA, F. A.; DORIA, P. **Comunicação: dos fundamentos à internet**. Rio de Janeiro: Revan, 1999.
- ECCLES, R. G.; HERZ, R. H.; KEEGAN, E. M.; PHILLIPS, D. M. H. **The Value Reporting Revolution – Moving Beyond the Earnings Game**. John Wiley & Sons, Inc, 2001.
- ECO, U. **Os Limites da Interpretação**. São Paulo: Perspectiva, 1999.
- _____. **Semiotics and the Philosophy of Language**. Bloomington, Indiana University Press and London, Macmillan, 1984.
- EDWARDS, E. O.; BELL, P. W. **The Theory and Measurement of Business Income**. Seventh print. California: University of California Press, 1973.
- ELLINGER, A. E.; DAUGHERTY, P. J.; GUSTIN, C. M. The relationship between integrated logistics and customer service. **Logistics and Transportation Review**. V. 33, n.º 2, p. 129-138, 1997.
- ELTON, E. J.; GRUBER, M. J. **Modern Portfolio Theory and investment analysis**. Ie-Wiley, 1995.
- Escândalo pode ser comparado ao da Enron. Disponível em: <http://www.estado.com.br/editoriais/2002/06/27/eco053.html>. Acessado em 15/08/02.
- ETHERIDGE, H. L. **An Examination of Semiotic Theories of Accounting Accrual**. A dissertation submitted to the graduate Faculty of the Louisiana State University and

Agricultural and Mechanical College in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Department of Accounting. B.S., McNeese State University, December, 1991.

FERTIG, P. E.; ISTVAN, D. F.; MOTTICE, H. J. **Using accounting information: an introduction**. 2. edition. Harcourt Brace Jovanovich, Inc., 1971.

FIGUEIREDO, K. **Rentabilidade de Clientes e Nível de serviço**. Disponível em: <http://www.coppead.ufrj.br/pesquisa/cel/new/fr-rentab.htm>. Acessado em 19/11/2001.

FOSTER, G. **Financial Statement Analysis**. New Jersey: Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1986.

FREEMAN, E. B2Bs operational an risk implications. **Financial Executive**. Morristown, v. 17, B14-B16, May 2001.

GALDÃO, A.; FAMÁ, R. A influência das Teorias do Risco, da Alavancagem e da Utilidade nas Decisões de Investidores e Administradores. In. III SEMEAD, São Paulo. **Anais**, 1998. 1 CD-ROM.

GAMBLE, R. H. Map of Minefield. **Business Credit**, p.16-21 Jul./Aug. 2002.

GIL, A. C. **Técnicas de pesquisa em economia e elaboração de monografias**. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2000.

GITMAN, L. J. **Princípios de Administração Financeira**. Tradução de Jean Jacques Salim e João Carlos Douat. 7ª ed. São Paulo: Ed. Harbra, 1997.

GLAUTIER, M. W. E.; UNDERDOW, B. **Accounting theory and practice**. 5ª ed. Londres: Pitman, 1994.

GOMEZ, L. Enron – A Case for Better Understanding of Cash Flows. **Business Credit**, p. 12-13, Jul./Aug. 2002.

GOODE, W. J.; HATT, P. K. **Métodos em Pesquisa Social**. 3ªed. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1969.

- GUERREIRO, R. **Modelo conceitual de sistema de informação de gestão econômica: uma contribuição à Teoria da Comunicação da Contabilidade**. Tese de Livre Docência apresentada à FEA/USP, São Paulo, 1989.
- _____. **Modelo de Sistema de Informação Contábil**. In CATELLI, A. (Coord.). **Controladoria: uma abordagem da gestão econômica – GECON**. São Paulo: Atlas, 1999, p. 315-347.
- GUSTIN, C. M. **Distribution Information System**. In Edited by James A. TOMPKINS, J. A.; HARMELINK, D. A. (Ed.). **The Distribution Management Handbook**. McGraw Hill, 1994. p. 5.1-5.34.
- HENDRIKSEN, E. S.; VAN BREDA, M. F. **Teoria da Contabilidade**. Tradução de Antonio Zoratto Sanvicente. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 1999.
- HESKETT, L. J. **Controlling Customer Logistics Service**. **International Journal of Physical Distribution & Logistics Management**, n. 4, p. 3-15, 1994.
- _____. **Logistics – Essential to Strategy**, **Harvard Business Review**, p.78-90, Nov/ Dec 1977.
- HITCHINGS, R. **Ratio Analysis as a Tool in Credit Assessment**. **Commercial Lending Review**, p.45-48, Summer 1999.
- HORNGREN, C. T. e FOSTER, G. **Cost Accounting – A managerial emphasis**. Sixth Edition. Prentice-Hall, Inc., 1987.
- IEZZI, G.; MURAKAMI, C. **Fundamentos da Matemática Elementar**. Vol.1. 7 ed. São Paulo: Atual Editora, 1995.
- IKEDA, R. H. **Metodologias de Avaliação de Tracking Errors na Gestão Passiva de Fundos de Investimento. Uma Discussão sob o Prisma da Governança Corporativa e do Objetivo Fundamental da Contabilidade**. Dissertação apresentada à FEA/USP, São Paulo, 2002.
- IJIRI, Y. **The foundations of Accounting Measurement – A Mathematical, Economic and Behavioral Inquiry**. New Jersey: Prentice Hall, 1967.

- _____. Theory of accounting measurement. Sarasota, FL: American Accounting Association, 1975.
- INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE FOUNDATION.
International Accounting Standards 2002. John Wiley & Sons, Inc., 2002.
- IUDÍCIBUS, S. de. **Teoria da Contabilidade**. 5ª edição. São Paulo: Atlas, 1997.
- JAIN, T. N. Alternative networks of accounting and decision making: psycholinguistic analysis. **Accounting Review**, January, 1973.
- JREIGE, E. F. True and fair view: um Entrave ou um Impulso para a Contabilidade?. **Caderno de Estudos FIPECAFI**. v.10, n. 17, São Paulo: FIPECAFI, p.35-46, Janeiro/abril 1998.
- KANITZ, S. C. **Como prever falências**. São Paulo: McGraw-Hill, 1978.
- Key figures. Disponível em: www.atofina.com/groupe/gb/f_elf_2cfm. Acesso em 15/03/02.
- KIRSCHENHEITER, M. Information quality and correlated signals. **Journal of Accounting Research**, v. 35, Chicago, p. 43-59, Spring 1997.
- KOTLER, P. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. Tradução Bazán Tecnologia e Lingüística; revisão técnica Arão Sapiro. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- KUGLIN, F. A. **Customer-Centered Supply Chain Management – a link-by-link guide**. Amacon, 1997.
- KYJ, L. S.; KYJ, M. J. Customer Service: Differentiation in International Markets. **International Journal of Physical Distribution & Logistics Management**, n. 4, p. 39-52, 1994.
- LALONDE, B. J.; ZINSZER, P. H. **Customer Service: Meaning and Measurement**. Chicago National Council of Physical Distribution Management, p. iv, 1976.
- LAMBERT, D. M.; STOCK, J. R.; VANTINE, J. G. **Administração Estratégica de Logística**. São Paulo: Vantine Consultoria, 1998.

- _____ ; ARBITRAGE, H. M. Managing Distribution Costs for Better Profit Performance, **Business**, Sep-Oct. 1980.
- _____ ; BURDUROGLU, R. Measuring and Selling the Value of Logistics. **The International Journal of Logistics Management**. v. 11, p. 1-17, N.1, 2000.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Atlas, 1991.
- LEONI, G.; LEONI, E. G. **Cadastro, crédito e cobrança**. São Paulo: Atlas, 1997.
- LEWIS, I. Logistics and Electronic Commerce: An Interorganizational Systems Perspective. **Transportation Journal**, p. 5-13, Summer 2001.
- LIMA, I. S.; LIMA, S. C. de; IKEDA, R. H. Decisão de Venda: Um Modelo que Visa Quantificar o Valor Criado para os Shareholders. In. VIII Congresso Brasileiro de Custos. São Leopoldo, Rio Grande do Sul. **Anais**, out. 2001. 1 CD-ROM.
- LITTLETON, A. C. **Essays on Accountancy**. University of Illinois Press, Urbana, 1961.
- _____ ; ZIMMERMAN, V. K. **Accounting theory, continuity and change**. Englewood Cliffs, N.J., Prentice-Hall, 1962.
- MARSHALL, R. M. Determining an Optimal Accounting Information System for an Unidentified User. **Journal of Accounting Research**, Autumn, p. 286-307, 1972.
- MARTIN, N. C. **Dos Fundamentos da Informação Contábil de Controle**. Tese apresentada ao Departamento de Contabilidade e atuaria da FEA/USP para obtenção do título de Doutor em Contabilidade. São Paulo, 1987.
- MASON, R. O.; SWANSON, E. B. **Measurement for Management Decision**. California: Addison-Wesley Publishing Company, Inc., 1981.
- MATIAS, A. B. **Contribuição às técnicas de análise financeira: um modelo de concessão de crédito**. Trabalho apresentado ao Depto. de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 1978.

- MATTESSICH, R. **Critique of accounting: examination of the foundations and normative structure of an applied discipline**. Westport, Conn: Quorum Books, 1995.
- _____. Methodological Preconditions and Problems of a General Theory of Accounting. **The Accounting Review**, p. 468-483, Jun. 1972.
- McCAIN, J. Livre Mercado Precisa de Novas Regras. **O Estado de São Paulo**. São Paulo, 11 jul. 2002, B-2.
- McDONALD, D. L. **Comparative accounting theory**. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company, 1972.
- McGUFFOG, T.; WADSLEY, N. The general principles of value chain management. **Supply Chain Management: An International Journal**, v.4, n.º 5, p. 218-225, 1999.
- MOCK, T. J.; GROVE, H. D. **Measurement, accounting, and organizational information**. New York: John Wiley & Sons, 1979.
- MORRIS, C. **Fundamentos da Teoria dos Signos**. Tradução Paulo Alcoforado e Milton José Pinto. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1976.
- NAKAGAWA, M. **Introdução à Controladoria: Conceitos, Sistemas, Implementação**. São Paulo: Atlas, 1993.
- _____; LISBOA, N. P.; IKEDA, R. H. A Importância do *Disclosure à Fair Value*: Uma Abordagem da Contabilidade sob o Prisma dos Fundamentos Semióticos. In. XVI Congresso Brasileiro de Contabilidade, **Anais**, Goiânia, GO, Brasil, out. 2000. 1 CD-ROM.
- NORMAS BRASILEIRAS DE CONTABILIDADE. NBC T 1 – Das características qualitativas da informação contábil, 1995.
- NÖTH, W. **Panorama da Semiótica: De Platão a Peirce**. São Paulo: Annablume, 1995.

- OGDEN, C. K.; RICHARDS, I.A. **The meaning of meaning**. Fifth Edition. New York: Harcourt, barce and co.,1938.
- O'GUIN, M. C. **The complete guide to activity-based costing**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 1991.
- Online NewsHour: **Accounting Alchemy** – January 22, 2002. Disponível em: http://www.pbs.org/newshour/bb/business/jan-june02/enron_1-22.html. Acessado: 06/08/02.
- PECK, H.; JÜTTNER, U. Strategy and Relationships: Defining the Interface in Supply Chain Contexts. **The International Journal of Logistics Management**, v.11, n.2, p.33-44, 2000.
- PEIRCE, J. R. **Symbols, Signals and Noise: The nature and Process of Communication**. New York: Harper & Brothers, 1961.
- PILIPÓVIC, D. **Energy risk: valuing and managing energy derivatives**. McGraw-Hill, 1998.
- PORTER, M. E. **Vantagem Competitiva**. Rio de Janeiro: Ed. Campus, 1992.
- RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. G. **Dicionário de Comunicação**. 2 ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Resolução CFC nº 774, 1994.
- RICCIO, E. L. **Contribuição ao estudo da contabilidade com sistema de informação**. Dissertação apresentado à FEA/USP, São Paulo, 1989.
- ROCHA, W. **Contribuição ao Estudo de um Modelo Conceitual de Sistema de Informação de Gestão Estratégica**. Tese apresentada à FEA/USP, São Paulo, 1999.
- ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JAFFE, J. F. **Administração financeira**. Tradução Antonio Zorato Sanvicente. São Paulo: Atlas, 1995.
- RUSSO, J. E.; SCHOEMAKER, P. J. H. **Tomada de decisões – armadilhas**. Tradução de Nivaldo Montingelli Jr. São Paulo: Editora Saraiva, 1993.

- RUTNER, S. M.; LANGLEY, J. C. Jr. Logistics Value: Definition, Process and Measurement. *The International Journal of Logistics Management*, v. 11, N.2, p. 73-82, 2000.
- SANTAELLA, L. **A percepção: uma teoria semiótica**. 2. ed. São Paulo: Editora Experimento, 1998.
- _____. **A teoria geral dos signos**. São Paulo: Editora Pioneira, 2000.
- SANTOS, J. O. dos. **Análise de Crédito: empresas e pessoas físicas**. São Paulo: Atlas, 2000.
- SAUNDERS, A. **Administração de Instituições Financeiras**. São Paulo: Atlas, 2000.
- SCHRICKEL, W. K. **Análise de crédito: concessão e gerência de empréstimos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- SEC gets tough on Qwest accounting. Disponível em: <http://stacks.msnbc.com/news;772521.asp?cp1=1>. Acessado em 06/08/02.
- SEC hits WorldCom with charge – Jun. 25, 2002. Disponível em: <http://money.cnn.com/2002/06/25/news/worldcom/> Acessado em 06/08/02.
- SECURATO, J. R. **Crédito – Análise e Avaliação do Risco**. São Paulo: Saint Paul Institute, 2002.
- _____. Modelo Matricial de Crédito. *Revista Álvares Penteado*, nº 2, p. 31-47, jul.1999.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. **SFAC - STATEMENTS OF FINANCIAL ACCOUNTING CONCEPTS** No. 1 e No. 2. John Wiley & Sons, Inc., edição de 2000/2001.
- SHANNON, C. E.; WEAVER, W. **The mathematical theory of communication**. Urbana, Illinois: University of Illinois Press, 1949.
- SILVA, B. G. da. **O Sistema de Informação Contábil sob a Ótica da Teoria da Comunicação: Um Estudo com Administradores na Região da Grande São Paulo**. Dissertação de Mestrado apresentada à FEA/USP, 1995.

- SILVA, J. P. da. **Gestão e Análise de Risco de Crédito**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- _____. **Modelos para classificação de empresa com vistas à concessão de crédito**. Dissertação (Mestrado). São Paulo : EAESP/FGV, 1982.
- SKOUSEN, K. F.; LANGENDERFER, H. Q.; ALBRECHT, W. S. **Principles of Accounting**. 2. edition. New York: Worth Publishers, 1983.
- SOLOMON, E.; PRINGLE, J. J. **Introdução à administração financeira**. São Paulo: Atlas, 1981.
- SPROUSE, R. T.; MOONITZ, M. **A tentative set of broad accounting principles for business enterprises**. New York: AICPA, 1962.
- Statement of Basic Accounting Theory. **American Accounting Association**, 1966.
- STERLING, R. R. Confessions of a failed empiricist. In SCHWARTZ, B N (ed.). **Advances in Accounting**, vol.6. Greenwich, Conn.: JAI Press, 1988.
- STRAUB, E. **Non-Life Insurance Mathematics**. New York: Springer, 1997.
- SUNDEM, G.; ROLLER, J. A.; DUKES, R. E.; ELLIOTT, J. A. **The value of Information and Audits**. Coopers & Lybrand. Dec. 1996.
- TEIXEIRA, A. Sociólogo diz que fraudes denunciam crise do capitalismo. **Gazeta Mercantil**, GO, 11 jul. 2002, A-13.
- THE WORLD OF ATOFINA. **Relatório Anual 2001**. France, 2002.
- TULL, D. S.; HAWKINS, D. I. **Marketing Research, Meaning, Measurement and Method**. London: Macmillan Publishing Co., Inc., 1976.
- UNITED STATES. Sarbanes-Oxley Act, Jul. 2002.
- Welcome to Heckett Multiserv. Disponível em: www.heckett.com. Acesso em 20/03/02.
- WESTON, J. F; BRIGHAM, E. F. **Management Finance**. em 10/02/03.
- Welcome to the world –wide Petrochemicals web site of ATOFINA. Disponível em: www.petrochemicals.atofina.com/ New York: Rinhart and Winston, 1975.

- YIN, R. K. **Case study research: design and methods**. Rev. ed. Newbury Park, Calif.: Sage Publications, 1989.
- ZEUNE, G. D. Seventeen Accounting Procedures that Put Credit Managers at Risk. **Business Credit**, p. 22-25, Jul./Aug. 2002.

APÊNDICE A – TEORIA DOS SIGNOS

Aqui, objetiva-se discorrer sobre os principais conceitos de semiótica, para posteriormente, entender sua relação com a Contabilidade.

Segundo NÖTH (1995:19), “*a semiótica é a ciência dos signos e dos processos significativos (semiose) na natureza e na cultura*”.

MORRIS (1976: 19) explica que a “*semiótica como ciência faz uso de signos especiais para enunciar fatos acerca dos signos; ela é uma linguagem para falar acerca dos signos*”.

Assim, pode-se considerar que todo o fenômeno econômico da empresa a ser tratado pela Contabilidade só será comunicado efetivamente se for estruturado como linguagem, sendo, a partir de então, um fenômeno de produção de significação e sentido para os seus usuários.

STERLING (1988:5), em seu trabalho intitulado “*Confessions of a failed empiricist*”, destaca a questão dos fenômenos econômicos (objeto) e sua correspondência com os números (signos) apresentados nas demonstrações contábeis. Tal autor afirma que “*é muito fácil demonstrar que não há nenhum fenômeno correspondente à maioria dos números que aparecem nas demonstrações contábeis*”. Isso pode ser explicado em parte pelas flutuações econômicas que ocorrem, que fazem com que exista uma lacuna entre a realidade e o número registrado. Em tais situações a mensuração seria, na analogia de MASON e SWASON (1981), uma lente que deturpa a realidade.

Ora, se a Contabilidade é a “*linguagem de negócios*”, a análise dessa linguagem à luz da Teoria dos Signos pode trazer grandes contribuições à Contabilidade enquanto ciência utilitária a seus usuários.

A SEMIOSE

A semiose é o processo pelo qual algo funciona como signo. MORRIS (1976:13) destaca três elementos da semiose:

- a) o veículo do signo que se refere àquilo que funciona como signo;
- b) o designatum, isto é, aquilo a que o signo se refere; e
- c) o interpretante, ou seja, o efeito sobre um intérprete em virtude do qual a coisa em questão é um signo para este, sendo, portanto, um processo relacional que é criado na mente de um intérprete.

O autor retro referido destaca o intérprete como sendo um quarto fator do processo de semiose.

PEIRCE (apud. SANTAELLA, 2000:58) apresenta as seguintes considerações para signo, objeto e interpretante:

“Um signo intenta representar , em parte, pelo menos, um objeto que é, portanto, num certo sentido, a causa ou determinante do signo, mesmo se o signo representar seu objeto falsamente. Mas dizer que ele representa seu objeto implica que ele afete sua mente, de tal modo que, de certa maneira, determine naquela mente, algo que é mediatamente devido ao objeto. Essa determinação da qual a causa imediata ou determinante é signo, e da qual a causa mediata é o objeto pode ser chamada de Interpretante”.

De acordo com ECO (1984: 46) tem-se que:

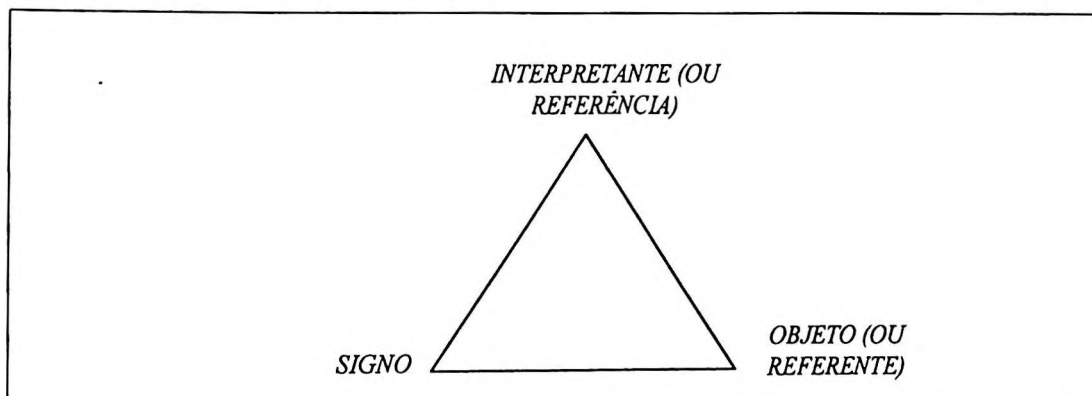
“Um signo não é somente alguma coisa que surge de algo além; é também algo que pode e deve ser interpretado.... O critério de interpretação...mantido pela noção clássica dos signos naturais, baseados em um modelo de inferências...mas deveria ser mantido também por signos lingüísticos, embora sejam baseados, por uma longa tradição histórica, no modelo de equivalência... Essa última idéia de signo como identidade foi devido à persuasão do significado ou do conteúdo de uma dada expressão lingüística que foi também uma expressão sinônima ou sua definição” (tradução da autora).

Das definições de signo supra mencionadas, observa-se que o signo é a base de estudos da semiótica, sendo, pois, a representação de um objeto. Em Contabilidade, os números emanados dos relatórios contábeis (signos) devem fielmente representar os

eventos e transações econômicas (objetos) que se propõe a representar, de forma a produzir informações confiáveis acerca de realidade físico-operacional da empresa, de maneira a despertar na mente do usuário das informações contábeis as mesmas idéias que teriam se estivesse em contato direto com os objetos.

Tem-se, pois, a relação triádica de signos no processo de formação da mensagem contábil: objeto (fenômeno econômico), signo e interpretante (ou referência). Tal relação triádica pode ser apresentada conforme preceituado por OGDEN e RICHARDS (1938).

Figura 23 - Triângulo de Referência



Fonte: OGDEN, C. K. RICHARDS, I.A. The meaning of meaning. Fifth Edition. New York: Harcourt, barce and co.,1938.

AS DIMENSÕES DA SEMIOSE

BORDENAVE e CARVALHO (1979: 63) explicam as dimensões da semiose, a saber: sintática, semântica e pragmática.

A sintaxe, correspondente à dimensão sintática, estuda a forma em que os signos se relacionam e estruturam dentro de um determinado sistema de signos, possuindo como termo específico “implica”. É equivalente à gramática dos idiomas.

Assim, a semântica estuda as relações dos signos com os objetos aos quais eles são aplicáveis. Os termos “designa” e “denota” são típicos da dimensão semântica.

A pragmática estuda a relação dos signos com os interpretantes, sendo seu termo específico “expressa”.

Cada premissa utilizada pela Contabilidade em seu modelo de informação, decisão e mensuração terá uma dimensão sintática, semântica e pragmática, tendo um efeito final sob a percepção do tomador de decisão.

A sintática

MORRIS (1976: 27-28) considera que o mais desenvolvido de todos os ramos da semiótica é a sintaxe, a qual ocupa-se em estudar as relações sintáticas dos signos entre si. A sintaxe concentra-se no aspecto lógico-estrutural da mensagem. Na dimensão sintática, uma linguagem vem a ser qualquer conjunto de coisas relacionadas de acordo com duas classes de regras, a saber: regras de formação, determinando as combinações independentes permissíveis de membros do conjunto, ou seja, as frases, e regras de transformação, que determinam as frases que podem ser obtidas de outras frases. Estas duas regras correspondem à regra sintática.

Esse autor ainda explica que a sintaxe é, até certo ponto, mais fácil de se desenvolver, pelo fato de que é mais fácil estudar as relações dos signos uns com os outros do que caracterizar as situações existenciais sob as quais os signos são empregados, por exemplo.

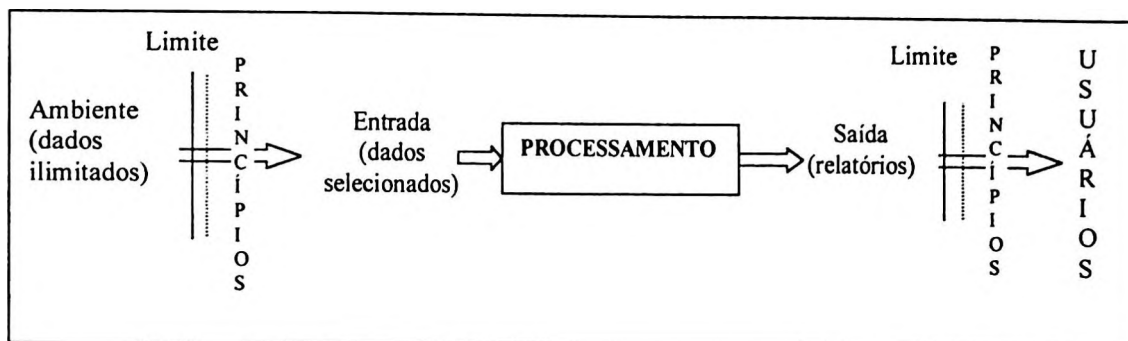
Pode-se dizer que, na Contabilidade, esta premissa também é válida, ou seja, as “regras gramaticais” definidas foram, até certo ponto, mais fáceis de se desenvolver.

Os princípios contábeis referem-se às “regras” que são aplicadas aos eventos econômicos das empresas. Portanto, os princípios contábeis poderiam ser considerados como as “regras gramaticais”, a sintaxe da Contabilidade.

Realmente, os princípios contábeis balizam a forma como as demonstrações contábeis serão apresentadas, influenciando, pois, na utilidade informacional da Contabilidade, funcionando como um filtro na seleção dos dados (entradas) que farão

parte do processamento contábil e as saídas de informações para os usuários, como pode ser observado na figura 24.

Figura 24 - Princípios Contábeis como Filtro



GLAUTIER, M. W. E.; UNDERDOWN, B. *Accounting theory and practice*. 5ª ed. Londres: Pitman, 1994. p. 41.

GLAUTIER e UNDERDOWN (1994:27) mencionam que os princípios contábeis estão continuamente sendo adaptados para atender às mudanças das demandas dos negócios, e em qualquer ponto do tempo pode haver mais de uma maneira aceitável de tratar uma transação específica.

Ora, já que os princípios contábeis referem-se à gramática, um amplo conhecimento dos princípios contábeis é fundamental para se entender as demonstrações contábeis.

Evidentemente, os princípios contábeis devem ser balizadores para a informação aos usuários e, portanto, como “regras gramaticais” da linguagem contábil devem ser atualizados para fazer face às necessidades dos usuários.

Uma observação importante feita por HENDRIKSEN e VAN BREDA (1999:31) consiste no fato de que as teorias sintáticas são teorias que são confirmadas apenas pela lógica, não possuindo conteúdo empírico. Os autores explanam que a regra convencionalizada pela Contabilidade que diz que RECEITA – CUSTO = MARGEM BRUTA, sendo esses os três signos envolvidos na relação, confirma a veracidade de que a margem bruta será igual a \$500 se a receita for \$ 800 e o custo dos produtos vendido for igual a \$ 300.

Todo o processo estrutural das demonstrações e relatórios contábeis é de natureza sintática. O entendimento da compactação das demonstrações, processo que envolve a classificação similar de dados semelhantes e sua sintetização em agrupamentos específicos (contas) para depois ser sintetizado em relatórios e demonstrações, é de importância singular para que os fenômenos econômicos sejam corretamente representados.

A dimensão sintática da semiótica, como aponta ETHERIDGE (1991) foi objeto de discussão por vários estudiosos da Contabilidade tais como os trabalhos de Theil (1967), Lev (1969a, 1969b, 1970), Lee e Bedford (1969), Ronen e Falk (1973), Jain (1973) Abdel-khalik (1974), Babich (1975), Gorelik (1975), Belkaoui (1976) e Pendlebury (1980).

Considerou-se conveniente, aqui, denotar especial atenção ao trabalho de THEIL (1967), o qual desenvolveu o conceito que usa a decomposição das demonstrações contábeis como uma base para aplicar à teoria da informação sintática. O conceito de decomposição envolve a descrição de todos os itens das demonstrações contábeis como uma proporção dos grupos totais, ou seja, ativos totais, passivos totais, duas vezes o ativo total, total de vendas, total de despesas, e assim por diante. Foi sugerido o uso das informações sobre ativo, passivo, vendas, custos e despesas e a série histórica da indústria como um todo, sendo que seus estudos foram precursores para muitos trabalhos posteriores que analisaram a sintática da informação contábil.

Segundo NAKAGAWA (1993:92), o sistema contábil pressupõe o tratamento dos dados que afetam a posição patrimonial e financeira da empresa, a fim de gerar informações úteis aos tomadores de decisões, seja para os usuários externos (demonstrações contábeis), seja para os usuários internos (relatórios gerenciais).

Assim, observa-se que é importante que a sintaxe do sistema permita a geração de informações úteis tanto para o usuário interno quanto para o externo, a fim de que o desempenho da empresa possa ser analisado tridimensionalmente, ou seja, na sua forma operacional, financeira e econômica.

A semântica

MORRIS (1976: 38) trata da relação dos signos com seus “designata” e também com os objetos que eles podem denotar ou realmente denotam.

DIAS FILHO (2001: 120) argumenta que:

“À luz dos fatores que determinam a fidelidade da comunicação, conclui-se que o sucesso da comunicação contábil depende, pelo menos em parte, do grau de acurácia com que os contadores consigam interpretar os eventos econômicos e codificá-los em mensagens compreensíveis. O que se deseja é que tais mensagens despertem, aproximadamente, a mesma reação que os usuários da demonstrações contábeis teriam caso estivessem observando por si próprios os eventos nelas retratados. Para que isso aconteça, duas condições fundamentais se impõem. A primeira é que haja correspondência entre a realidade e o retrato que dela se construiu através das mensagens contábeis. E a segunda é que haja congruência entre os significados que os produtores e usuários venham a atribuir a tais mensagens”.

As teorias semânticas caracterizam-se, pois, por serem teorias descritivas empíricas, valendo-se da observação para constatar alguma coisa sobre a realidade. HENDRIKSEN e VAN BREDA (1999: 31) observam que a “*verificação de teorias semânticas pode ser feita por meio de estudos de pesquisa que determinem se os usuários da informação contábil compreendem o significado pretendido pelos produtores da informação, dentro do contexto da teoria relevante*”.

De fato, pesquisas estão sendo engendradas, nessa área, para aferir o grau de compreensibilidade das demonstrações contábeis sobre o seu público de interesse. SILVA (1995) realizou uma pesquisa com os administradores da região da Grande São Paulo, buscando indícios sobre a compreensibilidade dessas informações junto a esses usuários específicos. Constatou-se que termos como “Provisão para Devedores Duvidosos” e “Despesas Diferidas” ainda careciam de conteúdo semântico para os usuários por ele pesquisado.

Já em 1972, MATTESSICH (1972:469-470) destacava a importância de uma elaboração e utilização de termos bem definidos e empiricamente significativos em detrimento de uma terminologia vaga e conceitos não operacionais, como é o caso do termo “Despesas Diferidas”. Ainda esse mesmo autor observa que termos como renda,

riqueza, valor e mensurar ainda não são conceitos bem definidos, mesmo sendo utilizados como se assim o fossem.

SCHRICKEL (2000: 213) explica que *“em todos os campos da atividade humana, as pessoas se deparam com dificuldades no processo de comunicação (emissor e receptor da mensagem), tendo em vista à pouca precisão da terminologia eventualmente empregada. Disto decorre que o emissor ‘não se faz entender’ e o receptor ‘não entende’, e com isso tem dificuldade de ‘atender’ às necessidades do primeiro”*.

A dimensão semântica da semiótica é regida pela regra semântica, a qual é explicada por MORRIS (1976) como sendo uma regra que designa dentro da semiótica sob que condições um signo é aplicável a um objeto ou situação; tais regras correlacionam signos e situações denotadas pelos signos.

Considerações sobre a dimensão semântica na Contabilidade envolvem o emprego de palavras e de números (signos) que a Contabilidade utiliza em seus relatórios para comunicar os fenômenos econômicos (objetos) de uma empresa.

NAKAGAWA, LISBOA e IKEDA (2000: 17) destacam a dimensão semântica da Contabilidade em suas observações.

“Relativamente ao aspecto semântico denotativo dos signos contábeis, é conhecido o fato de se ter significados diferentes para um mesmo elemento patrimonial, se avaliado a valor de entrada ou de saída, ou da diferença que se tem em se apurar demonstrações contábeis com ou sem utilização da Correção Monetária Integral, por exemplo.”

MATTESSICH (1995: 69) ressalta o problema semântico da mensuração contábil ao ponderar sobre a questão do significado do valor como um conceito ainda carente de interpretação.

Pode-se argüir que o custo histórico como base de valor, valor de mercado e valor presente não são nada mais que “interpretações” de um conceito geral de valor ainda não interpretado.

A mensuração pode ser relacionada a lentes através das quais o gestor observa a realidade organizacional. Assim como quaisquer lentes, a mensuração pode ampliar,

reduzir, deformar ou deturpar as imagens que estes gestores vêem da realidade. Assim, o problema é equalizar o gestor com aquelas lentes da mensuração, de modo que este indivíduo esteja mais bem assistido para a consecução dos propósitos da organização (MASON e SWANSON, 1981:11).

HENDRIKSEN e VAN BREDA (1999:315) explicam que uma das maneiras de atingir os objetivos semânticos é garantir que todas as medidas utilizadas em Contabilidade tenham fidelidade de representação, ou seja, tenham correspondência ou concordância entre uma medida ou descrição e o fenômeno que se destina a representar. Os autores explicam que o SFAC 1 sugere que um dos objetivos da Contabilidade é proporcionar uma medida relativa dos recursos disponíveis à empresa para a geração de recebimentos futuros, explicando que tal argumento sugere o abandono dos custos históricos, por ter conteúdo informacional limitado para tal propósito.

HENDRIKSEN e VAN BREDA concluem a argumentação afirmando que *“as mudanças que ocorrem com o passar do tempo significam que o custo histórico dos ativos não mais representam sequer o valor mínimo dos fluxos de caixa descontados. Os custos correntes permitem melhor interpretação, caso as avaliações sejam extraídas de preços existentes de mercado”*.

Portanto, é necessário que o gestor de crédito disponha de informações com contido semântico, representando a realidade econômico-operacional da empresa, de modo que a Contabilidade atinja seu objetivo de veículo de comunicação empresa-usuário.

A pragmática

A pragmática corresponde à ciência da relação dos signos com os seus intérpretes. MORRIS (1976:50) alerta que a pragmática tem um aspecto puro, referente à tentativa de desenvolver uma linguagem na qual se fale sobre a dimensão pragmática da semiose e um descritivo, relacionado com a aplicação dessa linguagem a casos específicos.

MORRIS (1976:53) traça as seguintes considerações acerca da dimensão pragmática:

“O intérprete de um signo é um organismo; o interpretante é o hábito do organismo em responder, por causa do veículo do signo, a objetos ausentes que são relevantes para uma situação problemática presente, como se estivessem presentes. Em virtude da semiose, um organismo toma consciência das propriedades não observadas de objetos presentes, e nisso reside a significação instrumental das idéias. Dado o veículo do signo como um objeto de resposta, o organismo espera por uma situação de uma determinada espécie, e, sobre a base dessa expectativa, pode preparar-se parcialmente, com antecipação, para o que vier a desenvolver-se. A resposta a coisas por intermédio de signos é, portanto, biologicamente, uma continuação do mesmo processo no qual os sentidos de distância precedem os sentidos de contato no controle da conduta nas formas animais superiores(...). Esse processo de tomar conhecimento de um meio-ambiente cada vez mais remoto é simplesmente continuado nos processos complexos da semiose que a linguagem torna possíveis, não mais precisando o objeto conhecido estar presente perceptivelmente”.

Eis, portanto, que o objetivo da Contabilidade e os relatórios por ela emanados se consubstancia na fiel representação dos eventos econômicos de uma entidade, para que o usuário da informação possa utilizá-la como se estivesse em contato direto com o objeto ora representado.

Em síntese, de acordo com MASON e SWANSON (1981:11-2):

"A pragmática é o nível mais geral dos três (sintática, semântica e pragmática) inclui 'todos os fatores pessoais, psicológicos que distinguem um fenômeno de comunicação de outro, todas as questões relativas ao propósito, resultados práticos e de valor para o usuário do signo. Este é o nível 'mundo real'. Semântica é uma abstração do mundo real pragmático e lida com as regras que relacionam os signos com os seus objetos. Este é também um componente necessário da pragmática. Sintática é, por sua vez, uma abstração além da semântica e, ao mesmo tempo, um componente necessário da semântica. Cada nível mais geral da semiótica estende, mas também depende do nível anterior".

A questão pragmática reside no fato de que o receptor da informação deve estar preparado para recebê-la. Adicionalmente, os objetivos pragmáticos da Contabilidade se concentram na utilidade da informação para o usuário. Os credores, por exemplo, tendo grande interesse na verificação de indícios de a empresa vir a ter futuramente capacidade

de honrar seus compromissos para com eles, deverão encontrar elementos confiáveis e adequados para efetuar suas avaliações.

O FASB esclarece isso quando afirma no SFAC 1 que “*o objetivo da divulgação financeira é proporcionar informação que ajude investidores, credores e outros usuários, presentes e em potencial, a avaliar os volumes, a distribuição no tempo e a incerteza de possíveis fluxos de caixa em termos de dividendos ou juros*” (tradução da autora, grifos nossos).

Tal fato também é observado por HENDRIKSEN e VAN BREDA (1999: 205-206).

“Os conceitos pragmáticos de lucro estão associados aos processos decisórios de investidores e credores, às reações dos preços de títulos à divulgação do lucro em mercados organizados, às decisões de investimentos dos administradores, e às reações de feedback de administradores e contadores”.

“Os titulares de obrigações ou credores a curto prazo também se interessam pelo lucro futuro. Quanto maior for o lucro esperado da empresa maior será a expectativa, por parte dos credores, a respeito do recebimento de sua remuneração anual e também do pagamento do principal, quando a dívida vencer”.

A informação contábil é, pois, norteadora de ações, ressaltando-se, dessa forma, o aspecto pragmático da mesma. No caso específico deste trabalho, consubstancia-se em qual o efeito que a informação contábil terá sobre o analista de crédito. Conseqüentemente, deve-se ter em mente os efeitos que os signos produzem sobre o comportamento do intérprete.

A partir destas considerações, observa-se que a informação contábil não possui um fim em si mesma, mas somente pode ser útil quando é capaz de proporcionar aos seus usuários uma decisão adequada.

ANEXO A- ROTEIRO/QUESTIONÁRIO DE PESQUISA

Objetivo

O objetivo principal da pesquisa a ser realizada por meio deste trabalho consiste em identificar o papel das demonstrações contábeis no processo relativo à definição de limite de crédito, como parte do processamento do pedido. Como objetivos complementares, esse estudo almeja:

- Identificar a influência das demonstrações no processo de estabelecimento do limite de crédito, no tempo do processamento do pedido, e por consequência, no ciclo do pedido (CP).
- Analisar se, na atividade de definição de limite de crédito, as demonstrações contábeis são suficientes.
- Compreender o papel das Demonstrações Contábeis no processo de definição do limite de crédito de um cliente.

A partir do levantamento de dados através de entrevistas e outros documentos colocados à disposição pela empresa, será feita a análise de dados através de “estudo de caso”.

A) ENTREVISTADO

Área de Logística

- Nome
- Cargo
- Tempo de cargo
- Formação
- Telefone para contato

Área de Crédito

- Nome
 - Cargo
 - Tempo de cargo
 - Formação
 - Telefone para contato
-

B) CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

- Denominação
- Localização
- Faturamento Anual (Brasil)
- Principais Produtos
- Principais Clientes
- Número de empregados
- Principais fábricas
- Ramo de atuação

C) DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA

- Posição no Organograma da Empresa
- Inter-relacionamento com os demais departamentos

D) DEPARTAMENTO DE CRÉDITO

- Posição no Organograma da Empresa
- Inter-relacionamento com os demais departamentos

E) PROCESSAMENTO DO PEDIDO DO CLIENTE

- Quão relevante é a logística de distribuição para a empresa?
- Qual é a velocidade de comunicação com os clientes e fornecedores? A empresa faz uso de correio e telefone ou depende somente de conexões digitais? A empresa compartilha informações?
- Como é o processamento dos pedidos?
- Quais informações pedidas ao cliente no momento da cotação?
- Qual o sistema utilizado pela empresa?
- Como é o fluxo de informações? Onde elas param? Qual é o modelo de fluxo de informações?
- Quais os relatórios e práticas existentes no que se refere ao pedido ao cliente?
- Fluxo do ciclo do pedido e do processo de processamento do pedido ao cliente e respectivo *lead time*.

F) ANÁLISE DE CRÉDITO

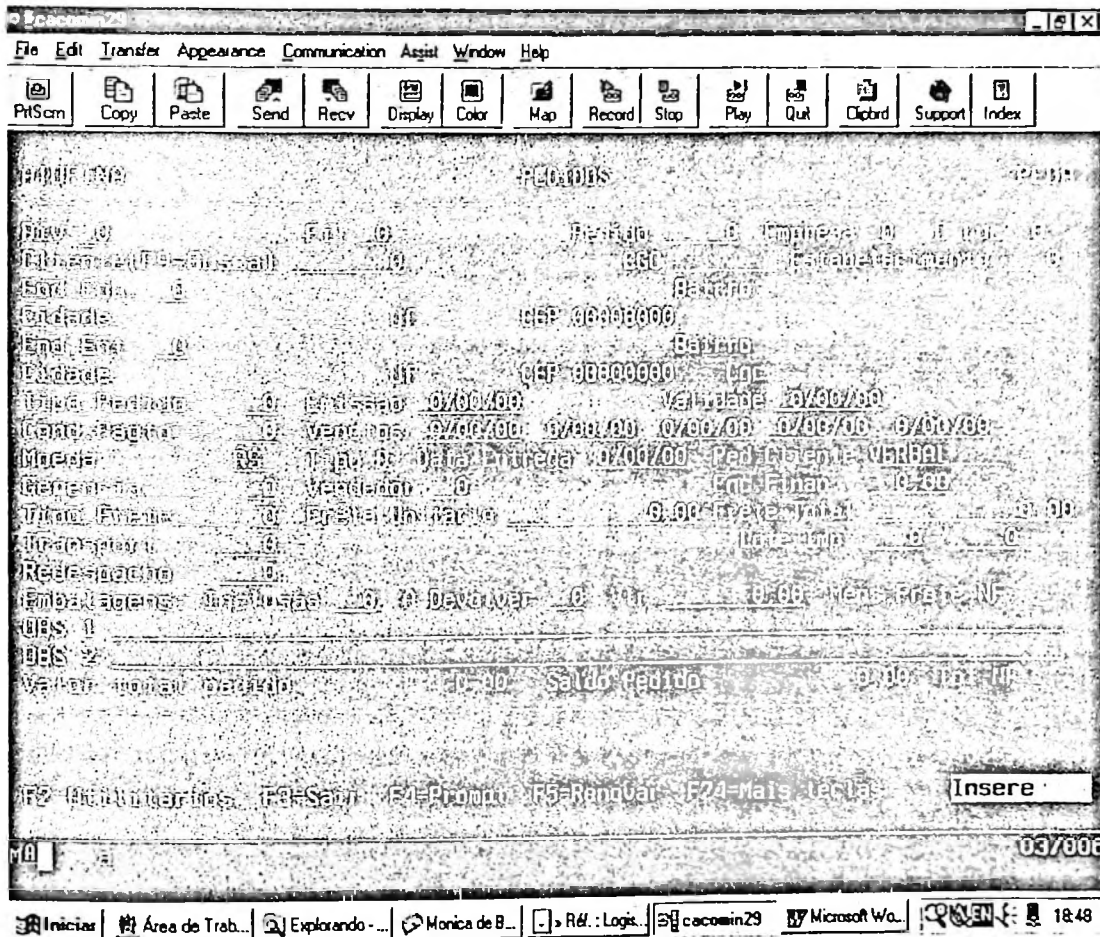
- A empresa tem uma política de crédito claramente definida? Em linhas gerais, como é essa política?
- Qual o fluxo do processo de análise de crédito e o tempo decorrido em média para a análise? Existem diferenças de tempo dependendo da estrutura e porte da empresa e das informações providas pelos clientes? Explique.
- Qual o critério utilizado pela empresa para se determinar se a análise de crédito será feita internamente ou externamente (seguradora de crédito)? Explique as diferenças entre os dois processos?
- Quais informações são pedidas aos clientes para se proceder a análise de crédito? A análise de crédito é fundamentada em algum outro tipo de informação excluindo essas solicitadas para os clientes?
- Quais os métodos de análise de crédito utilizados pela empresa? Todos eles utilizam dados das demonstrações contábeis dos clientes?
- As informações extraídas das demonstrações contábeis são suficientes para o estabelecimento do limite de crédito? Por que? Quais outras informações são utilizadas?
- Existe amplo entendimento sobre os conceitos fundamentais sob os quais a informação contábil normalmente é gerada, como por exemplo, regime de competência, custo como base de valor e conservadorismo?
- Como são considerados fatores da conjuntura econômica como inflação, por exemplo, posto que as demonstrações não trazem qualquer tipo de correção?
- Quais das demonstrações contábeis do cliente é usada para a análise de crédito:?
- Quais as informações extraídas das demonstrações contábeis para a análise de crédito? É feita alguma reclassificação de contas? Por quê? Em que circunstâncias?
- Quais são os principais índices extraídos das demonstrações contábeis para a análise de crédito? O que se pretende avaliar através desses índices?
- Qual(is) a(s) vantagem(ns) e limitação(ões) de se utilizar as demonstrações contábeis no processo de estabelecimento do limite de crédito?
- Quanto o julgamento pesa nas avaliações de crédito?

- As demonstrações contábeis fornecidas são sempre auditadas? Caso não seja, isso tem alguma importância para a empresa?
- Há algum termo utilizado nas demonstrações contábeis que causam alguma confusão para análise?
- Como o fator risco da empresa avaliada é levado em consideração?

OBSERVAÇÃO – Fornecer exemplos de documentação suporte utilizado pela análise de crédito; modelos de planilhas com índices e instrumentos utilizados para avaliação de crédito, etc.

ANEXO B – TELAS DE ENTRADA DO PEDIDO AS 400

Tela de Colocação do Pedido – Dados Comerciais



Tela de Colocação de Pedido - Dados do Produto

File Edit Transfer Appearance Communication Assist Window Help

PrintScreen Copy Paste Send Recv Display Color Map Record Stop Play Quit Clipboard Support Index

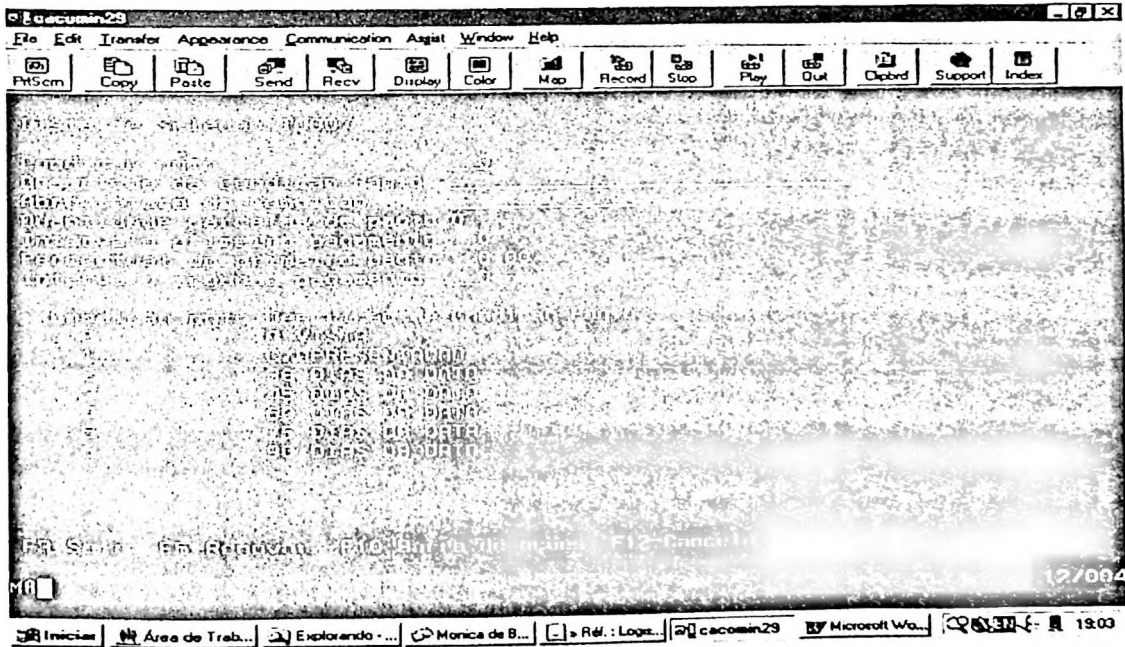
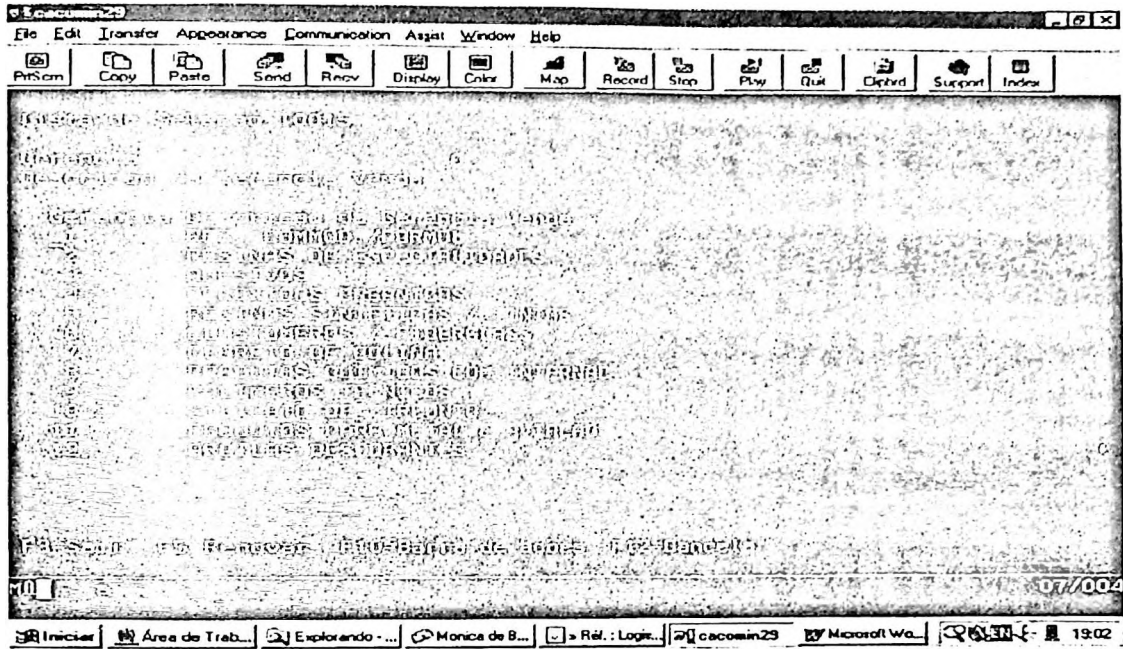
PRODUTO: MONTADO MONTADO

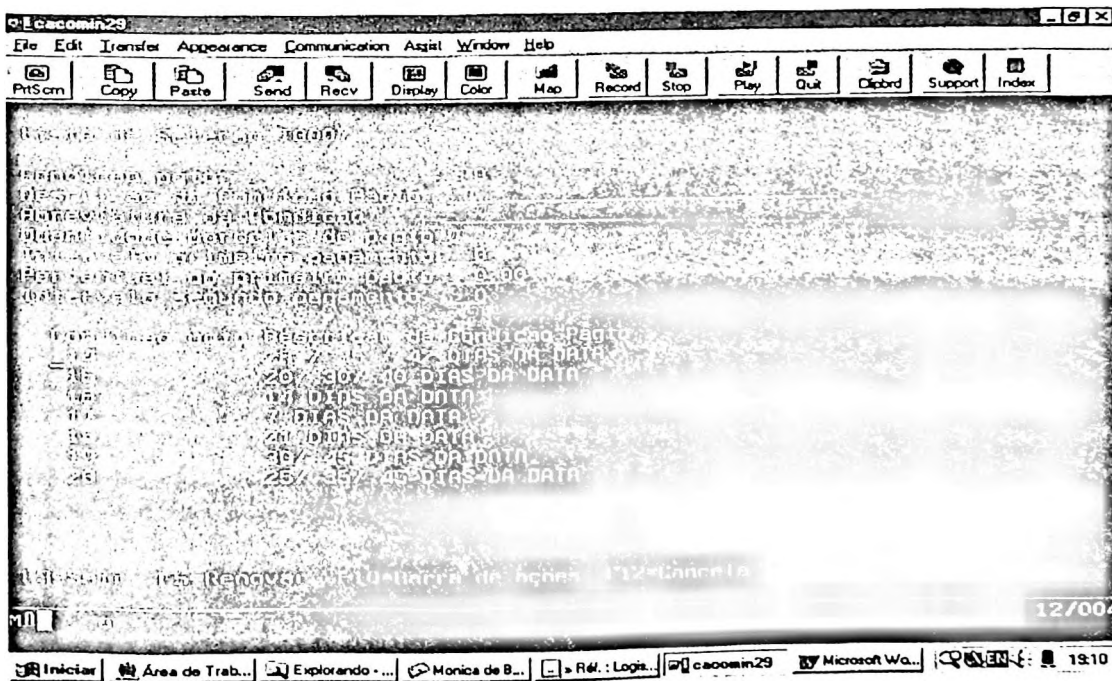
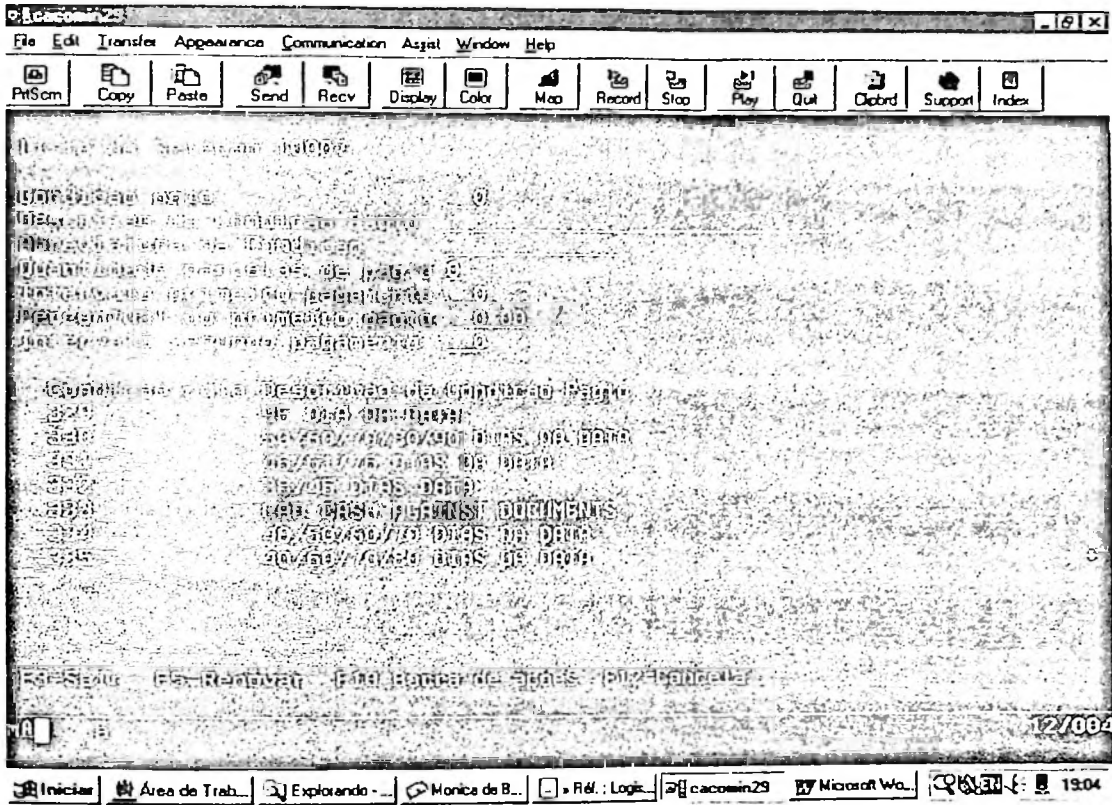
PREÇO: 1000000

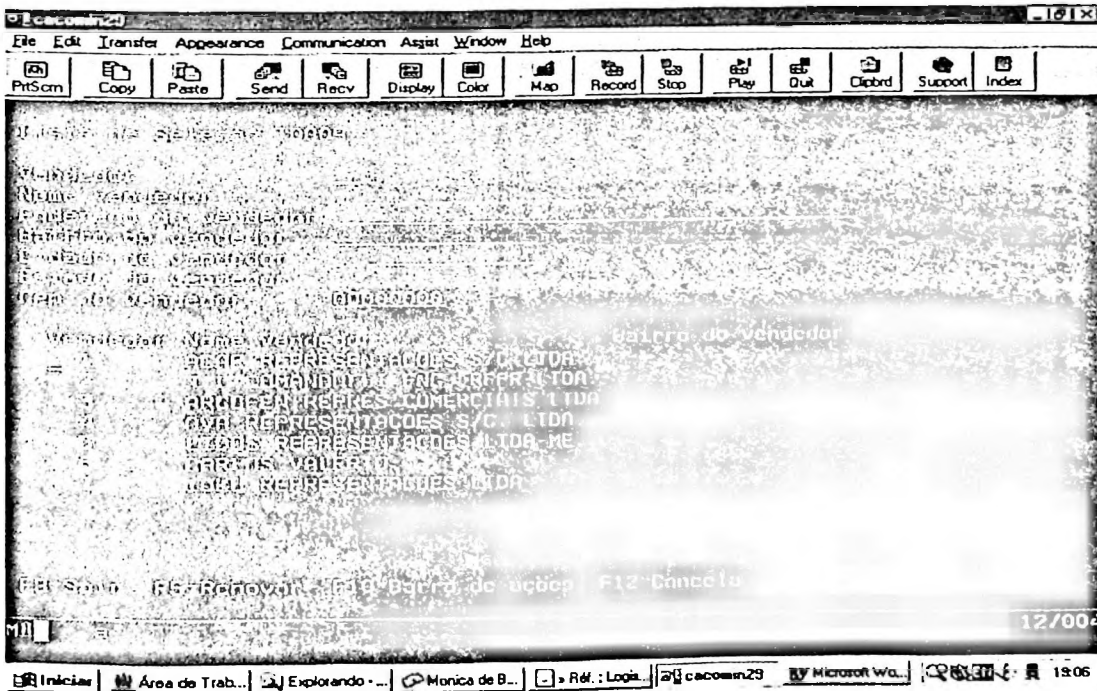
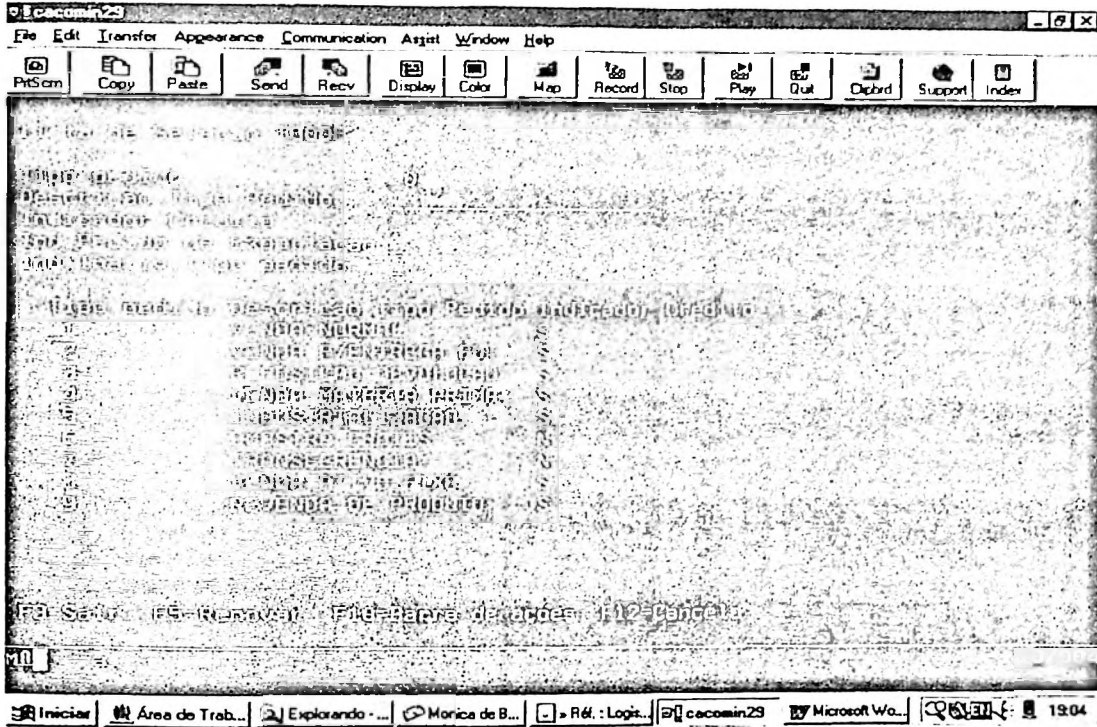
F2=Out. Material F3=Salvar F4=Promo F5=Renovar F24=Feita teclas Modifica

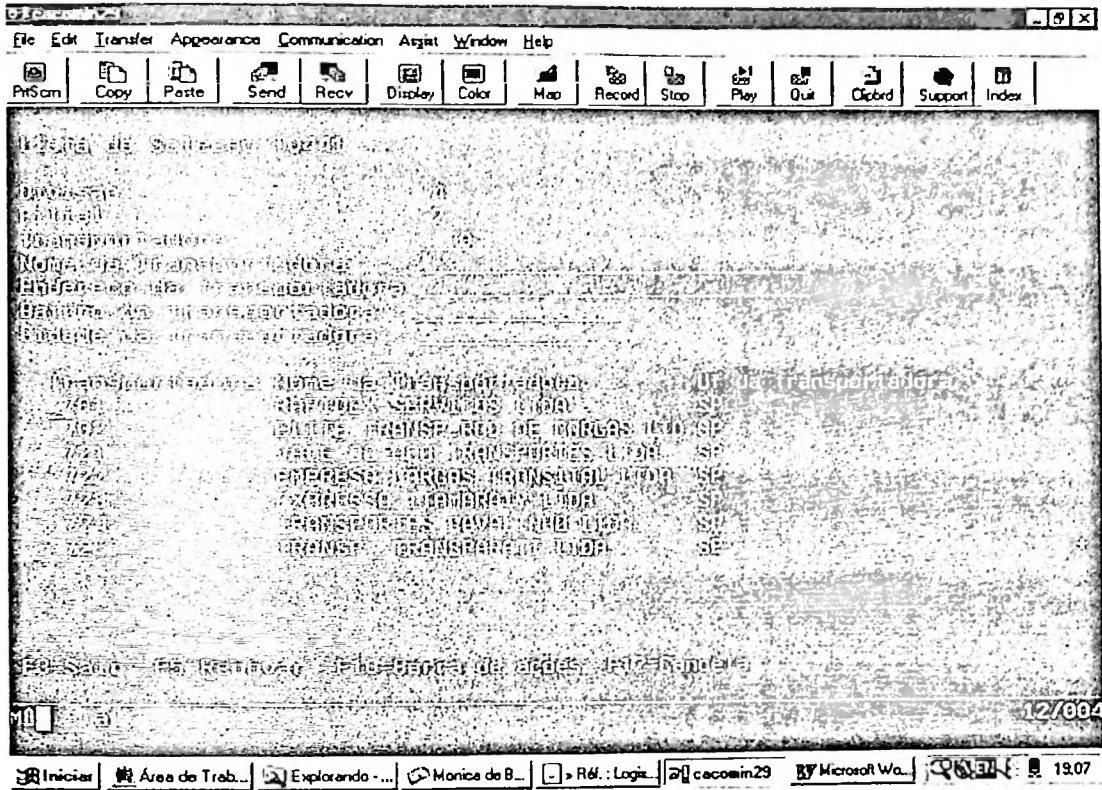
11/016

Iniciar Área de Trab... Explorando - ... Monica de B... Rêf. : Logis... cacomin29 Microsoft Wo... 19:23









ANEXO C - PEDIDO DE VENDA

ATOPIANA PEDIDO DE VENDA DATA: 31/01/02
 XXX PED007C *** (2a.VIA) **** HORA: 08:22:29
 DEVISAO COM EXTER FILIAL INDIANOP. 32-1.6.

PEDIDO NUMERO : 33720 DATA EMISSAO : 31/01/02 DATA ENTREGA : 31/01/02
 TIPO PEDIDO : 9 REVENDA DE PRODUTO MOEDA : RS

COD. CLIENTE : 25051 RAZAO SOC : SPRINGER CARRIER S/A
 CGC : 10.948.651/0039-34 INSCRICAO : 114823706115

END. FATURAM : AL. BARAO DE LIMEIRA, 643 BAIRRO : CAMPOS ELISIOS
 CIDADE : SAO PAULO ESTADO : SP CEP : 01202001

END. COBRANCA : RUA BERTO CIRIO, 521 BAIRRO : SAO LUIZ
 CIDADE : CANOAS ESTADO : RS CEP : 92421013

COND. PGTO: 14 28 / 35 / 42 DIAS DA DATA PED. COT: REPRES: 102
 00/00/00 00/00/00 00/00/00 00/00/00 ENC. FINAN: 0,00

PROD. EMB DESCRICAO	QT. EMB	PESO VOL	VAL. UNIT	ACOM
501632 FORANE 11	2	70,0000		0,00

VALOR TOTAL MERCADORIAS R\$ EMBAL. INCLUSAS : 0
 VF R TOTAL IPI R\$ 0,00
 VALOR TOTAL FRETE COD 0 R\$ 0,00 EMBAL. DEVOLVER : 0

VALOR TOTAL P/NF R\$ VALOR UNIT EMB : 0,00

COD. TRANSP : 11 ACIMEX ASSES. TRANSPORTES LTDA. CHAPA:
 ENDERECO : RUA VER. ALFREDO DAS NEVES, 2621 CIDADE : SANTOS EST : SP

REDESPACHO : 0

COD. FRETE : 0 CIF - FRETE PAGO PRIO REMETENTE

END. ENTREGA : AL. BARAO DE LIMEIRA, 643 CIDADE : SAO PAULO EST : SP
 CEP : 01202001 CGC : 10.948.651/0039-34 INSCR : 114823706115

DATA ENTREGA: 31/01/02

OBS

GERENCIA : 8 PRODUTOS QUIMICOS-COM. INTERNAC
 ALTERACAO : 31/01/02 HORA : 08:21:59

PLACA: _____ TRANSP.: _____ PESO: _____ CERTIF.: _____
 LACRES: _____
 LOTES: _____ IT.: _____ IT.: _____ IT.: _____ IT.: _____
 N.F.: _____ DATA: _____/_____/_____

OK

ANEXO D - LIBERAÇÃO DO PEDIDO

LIBERAÇÃO DE PEDIDO PARA PAVEMENTO

ADOPÇÃO : 070 CREG20

DATA : 31/01/02
HORA : 08:40:39

DIVISÃO 4 COM EXTER FILIAL 2 DATA SOLICITADA 05/07/02

PREMIO CLIENTE RAZAO SOCIAL PED CLIENTE TOTAL PEDIDO

31716 23051 SPRINGER CARRIER S/A. COMBRANCA : CAMONS / NS 1371,3000

TIPO PEDIDO : REVENDA DE PRODUTO

GGF : 10.548.651/0036-91 INSCRICAO : 85-466.267

GERENCIA : 8 PRODUTOR QUIMICOS COM INTERNAC

REPRESENTANTE : 102 CARLOS L NETO

RESERVACAO

CLIENTE DESDE : 11/01/96

DATA ULTIMA COMPRA : 10/01/02

VALOR ULTIMA COMPRA : 2546,32

VENCTO MAIS AMIGO : 31/01/02

ME DIA DE ATRASO : 0

DUPLICATAS A VENCER : 506307,46

DUPLICATAS VENCIDAS : 6,00

DUPLICATAS JURIDICO : 6,00

NOTAS DE DEBITO : 6,00

CONDICOES DE PAGAMENTO : 15 / 28 / 35 / 43 DIAS JA DATA

00/00/00 00/00/00 00/00/00 00/00/00 00/00/00

VALOR DO PEDIDO (OU SALDO) R\$ 9.129,61 / R\$ 9.129,61

DATA ENTREGA PREVISTA : 10/01/02

LIMITE DE CREDITO DO CLIENTE EM R\$ FINANCIADO COMERCIAL

RESTRICOES DE CREDITO

JUNO NEGOCIADO JUL/01 TX. 0,5% A.M.

N.D. CANCELADA AGO/99 = US 75,03

TIPO DE BLOQUEIO : PEDIDO NOVO, ROLETA JA EMITIDA

LIBERACAO VALIDA ATÉ : / /

Handwritten signature

ANEXO E – CARTA DE AGRADECIMENTO À ATOFINA BRASIL

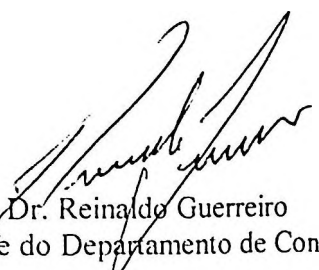
São Paulo, 30 de abril de 2003.

À
Atofina Brasil Ltda
Gerente de Logística: Mônica Cappelli
Assistente de Logística: Milton Leite
Analista de Crédito: Cláudio de Araújo Lima


Prezados Senhores:

Em nome do Departamento de Contabilidade e Atuária da FEA/USP, sirvo-me da presente para expressar nossos agradecimentos pelo apoio que essa empresa prestou à realização da pesquisa, conduzida de novembro de 2001 a fevereiro de 2003, intitulada “Considerações sobre o papel de estabelecimento de limites de crédito, como parte do processamento de pedidos: análise do caso Atofina Brasil”, de autoria da aluna Angélica do Espírito Santo e orientada pelo Prof. Dr. Masayuki Nakagawa.

Atenciosamente,



Prof. Dr. Reinaldo Guerreiro
Chefe do Departamento de Contabilidade e Atuária



Angélica do Espírito Santo
Aluna de mestrado em Contabilidade e Controladoria

ANEXO F – CARTA DE AGRADECIMENTO À RODHIA

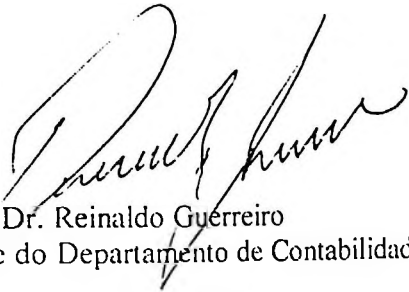
São Paulo, 30 de abril de 2003.

À
Rodhia – Poliamida América do Sul
Gerente Financeiro – Fios Têxteis
Rogério Neri Menezes


Prezado Senhor:

Em nome do Departamento de Contabilidade e Atuária da FEA/USP, sirvo-me da presente para expressar nossos agradecimentos pelo apoio que essa empresa prestou à realização da pesquisa, conduzida de novembro de 2001 a fevereiro de 2003, intitulada “Considerações sobre o papel de estabelecimento de limites de crédito, como parte do processamento de pedidos: análise do caso Atofina Brasil”, de autoria da aluna Angélica do Espírito Santo e orientada pelo Prof. Dr. Masayuki Nakagawa.

Atenciosamente,



Prof. Dr. Reinaldo Guerreiro
Chefe do Departamento de Contabilidade e Atuária



Angélica do Espírito Santo
Aluna de mestrado em Contabilidade e Controladoria