

# LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO SOBRE O MÉTODO CINCO C'S DE CRÉDITO

**VIEIRA, Érika G.**

Associação Cultural e Educacional de Itapeva  
Discente da Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva

**DEUS, Cristian F. de**

Associação Cultural e Educacional de Itapeva  
Docente da Faculdade de Ciências Sociais e Agrárias de Itapeva

## RESUMO

É bastante comum às instituições do mercado financeiro, ao realizar suas análises, utilizarem as diretrizes tradicionais e subjetivas conhecidas como Os 5 C's do Crédito, sendo eles, caráter, capacidade, condições, capital e colateral. Que podem ser considerados um guia para a concessão de crédito e sendo muitas vezes considerado o ponto de partida para as ações creditícias.

**Palavras-chave:** análise, 5 C's, crédito

## ABSTRACT

It is quite common for financial market institutions, when conducting their analyzes, to use as traditional and subjective guidelines known as The 5 C's of Credit, being, character, capacity, conditions, capital and collateral. That can be a recommendation for a credit grant and is often considered the starting point for the credit actions.

**Key-words:** analysis, 5 C's, credit

## 1. Introdução

Em meio à crise econômica que o Brasil se depara, a procura por crédito é cada vez maior. Deste modo, existe aquela velha insegurança na hora de ceder,

pois do mesmo modo que a procura aumenta, o risco de crédito também aumenta, com isso é necessário um enfoque maior na análise e políticas de crédito. Observando este cenário, surge à problemática em questão, qual seria o perfil de cliente ideal para a concessão de crédito?

Deste modo este trabalho vem apresentar o método citado pelos autores Ross, Westerfield e Jaffe (1995) chamados de os 5 C's do Crédito, que são uma análise tradicional, mas que pode explorar grande parte dos aspectos financeiros ligados ao mercado de crédito.

A hipótese levantada é, para que o cliente possa ser considerado um bom pagador, ele necessariamente tem que ser aprovado em todos ou na maior parte dos requisitos apontados pelo método 5 c's de crédito.

A abordagem deste artigo é do tipo qualitativo, quanto a sua natureza será aplicada, pois tem finalidade prática e é motivada pela necessidade de descrever o método. Será construído de forma descritiva, para o conhecimento dos aspectos da análise, com pesquisa bibliográfica voltada ao assunto, a partir de material publicado em livros, revistas, jornais e *internet*.

## 1. Conceito

O crédito é uma das principais ferramentas no meio econômico, e está presente em todo o mercado financeiro, pois é de seu mérito o incentivo de investimentos para pessoas físicas e jurídicas, para Sales, (2006, p.15) “o crédito pode ser entendido como parte integrante do processo de negócio de uma empresa, indústria ou banco, à medida que assume papel de facilitador de venda”.

Os autores Paiva, Martins, Cruz (2015) dizem que na economia moderna, o crédito significa o direito a receber um valor em uma data futura advinda da venda de mercadorias a prazo ou de empréstimos em espécie para a realização de um desejo ou suplemento de uma necessidade.

Sendo assim, “o crédito é um dos maiores propulsores para o crescimento econômico, uma vez que permite agilidade nas transações comerciais e expansão da economia por meio da intermediação financeira e do fornecimento de liquidez aos agentes econômicos”. (PAIVA, MARTINS, CRUZ, 2015, p.54).

Uma forma de controle de crédito é a política de crédito, também chamada de “Padrões de Crédito”, baseiam-se em fatores que diminuam os riscos de perdas de uma empresa. Bem, Santos e Comitre (2007) dizem que pode ser considerado um guia para a decisão de crédito, porém não é a decisão; rege a concessão de crédito, entretanto não concede o crédito.

Ross, Westerfield e Jaffe (1995, p.581) apontam que muitas empresas utilizam as diretrizes tradicionais e subjetivas conhecidas como os 5 C’s do crédito, sendo eles, caráter, capacidade, condições, capital e colateral, que serão explicados logo mais.

O “C” de caráter indica à índole, ética, senso moral e à personalidade da pessoa humana. No aspecto financeiro, caráter está na intenção que o devedor tem de pagar suas dívidas, implica na determinação do cliente em honrar seus compromissos. (GITMAN, 2002, p.696). “Consultar as empresas onde o cliente tenha comprado a prazo e os bancos com quais se relaciona é uma prática fundamental para mensurar o caráter do cliente”. (RODRIGUES, p.27, 2011)

É usada uma análise história do cliente, que leva em consideração a idoneidade, o compromisso em honrar dívidas, a pontualidade. Por tanto analisa-se o comportamento do cliente no mercado de crédito, o credor utiliza-se de consultas a órgãos de proteção ao crédito, como o Serasa, SPC, CADIN, antes de conceder linhas de crédito.( SEBRAE, 2017)

O “C” de capacidade compreende na possibilidade, competências e habilidades do solicitante do crédito têm de honrar seus compromissos.

“Considera-se que a capacidade visa identificar se o cliente tem condições para cumprir com suas obrigações diante do crédito solicitado”. (ROSS, WESTERFIELD E JAFFE, p.581,1995).

Segundo o SEBRAE (2015), são analisadas as demonstrações financeiras, com particular ênfase na liquidez, nos fluxos e projeções de caixa para pessoas jurídicas. Já para analisar a capacidade das pessoas físicas, são analisados dados pessoais, como nível do cargo e estabilidade no emprego, o nível de escolaridade, o estado civil, se possui dependentes.

O “C” de condições, para Gitman (2002, p.697) é necessário examinar “as condições econômicas e empresariais vigentes, bem como as circunstâncias particulares que possam afetar qualquer das partes envolvidas na negociação.” Em outras palavras, Rodrigues (2011, p.27), afirma que é buscar saber se o cliente do crédito não está inserido em nicho de mercado que esteja passando por dificuldades, onde possa haver risco de aumentar a inadimplência.

Figueira (2001, p.19) aponta as variáveis que afetam a atuação da empresa, mas que não podem ser por ela controladas.

Na análise do cliente devem ser observados os seguintes aspectos: ramo de atividade em que a empresa atua consumo dos principais produtos da empresa (volume, qualidade, moda, sazonalidade, essencialidade e região de atuação), conjuntura econômica e política do país, conjuntura internacional, concorrência, fornecedores e eventos naturais.

O “C” de capital, segundo Rodrigues (2011, p.28) “Analisar o capital do cliente consiste em sabermos o quanto da renda deste, já esta reservada a outras dívidas e qual será o efeito sobre a mesma do crédito que ele está solicitando a empresa.” Já Ross, Westerfield e Jaffe (p.581,1995) são mais exatos apontando que capital é a reserva financeira do cliente. As comprovações de renda por meio de Decore, contracheques devem estar de acordo com a Declaração de Imposto de Renda do cliente, dessa forma pode-se confrontar o mês a mês com o rendimento anual, visando sempre à veracidade das informações prestadas. (OLIVEIRA, 2010, p.22)

O “C” de colateral, o autor Gitman (2002, p.696) fala que colateral é “o montante de ativos colocados à disposição pelo solicitante para garantir o crédito”.

Deste modo, é a capacidade que o devedor possui em oferecer garantias para que se constitua uma segurança adicional à operação.

Em outras palavras o SEBRAE (2017) explica que quanto maior for o montante e qualidade dos ativos disponibilizados, maior se torna a possibilidade de a instituição financeira reaver os recursos emprestados, caso o proponente do crédito não honre suas obrigações. Todas as formas de garantia, sejam elas pessoais ou reais, devem ser levadas em consideração na análise deste item.

## 2. Conclusão

Os resultados obtidos com o levantamento bibliográfico são que, o método 5 c's de crédito, formula um determinado perfil de cliente creditício, onde análise é dividida em cinco grandes grupos e destes a identificação dos aspectos de risco intrínseco e extrínseco. O risco jamais é nulo em qualquer operação financeira, mas o método auxilia na avaliação de um perfil com menor risco, no caso de inadimplência.

As informações necessárias para a análise são fornecidas pelo próprio cliente e também por órgãos de proteção ao crédito, então para que o método resulte num processo eficaz de avaliação, é de essencial importância que as informações passadas sejam verídicas.

Como o método 5 c's de crédito abrange grande partes de requisitos na avaliação do cliente, a hipótese formulada a princípio está correta, pois um cliente ideal é aquele que possui um histórico de bom pagador, e a busca por crédito, como citado no referencial é para suprir uma necessidade seja ela de quitação de dívidas ou de investimento e expansão de negócio. Dívidas? Sim, de forma alguma elas são sinônimo de inadimplência. Contudo é necessário ter consciência que um "c" influencia o outro, mas não quer dizer que eles têm o mesmo peso na avaliação, sendo assim, o perfil ideal é aquele que maior se encaixa no método.

### 3. Referências Bibliográficas

BEM, Juliana Brugnola de, Santos Kelly Cristina Barbosa dos, Comitre Mariana Galiano. **Um estudo sobre os impactos causados pela Inadimplência e os reflexos na saúde financeira das Empresas.** Faculdade de ciências econômicas e administrativas de Presidente Prudente. 2007.

FIGUEIRA, Paulo Humberto. **Gestão Do Risco De Crédito:** Análise dos impactos da Resolução 2682, do Conselho Monetário Nacional, Na Transparência Do Risco da Carteira de empréstimos dos bancos comerciais brasileiros. 2001. 167f. Vitória-ES Dissertação (Mestrado Executivo em Administração)- Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2001.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios da administração financeira-** 7ª edição- edição 2002- tradução de Principles of Managerial Finance - 841 f. São Paulo.

OLIVEIRA, Natália Cristina de. **Métodos utilizados para análise de crédito de Pessoa física nas instituições financeiras e sua Relação com o índice de inadimplência.** PUC-MG- Belo horizonte. 2010.

PAIVA, Benedito Geovani Martins de; Carvalho Fábio Luiz de. Rezende Juarez Monteiro de. (organizadores) **Administração Financeira:** Do controle à Decisão, Gestão Financeira e Gestão Educacional / - 1a Ed. – Minas Gerais: Brasil Editora, 2015.

RODRIGUES, Chrystian Marcelo. **Análise de Crédito e risco –** Curitiba: Idpex, 2011.( Série Gestão Financeira).

ROSS, Stephen A, Westerfield Randolph W, Jaffe Jeffrey F. **Corporate Finance;** tradução Antonio Zaroto Sanvincente. Administração financeira – São Paulo : Atlas, 698 f, 1995.

Sales, Bruno Flora. **Desenvolvimento de metodologia de rating baseado no modelo ordered probit.** (Mestrado Profissionalizante em Finanças e Economia Empresarial) FGV / EPGE – RJ. 44f. Rio de Janeiro 2006.

SEBRAE: Entenda o que são os C's do Crédito, veja como as instituições fazem esta classificação.

Disponível em: <<http://www.sebraepr.com.br/PortalSebrae/sebraeaz/Os-Cs-do-cr%C3%A9dito>>

Acesso em 23 de setembro de 2017.