

CONTAS A PAGAR E A RECEBER PARA PEQUENAS EMPRESAS





© 2020. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – Sebrae/BA
Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

INFORMAÇÕES E CONTATO

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – Sebrae/BA
Unidade de Gestão do Portfólio – UGEP
Rua Arthur de Azevedo Machado, 1225 – Civil Towers – Torre Cirrus –
Costa Azul - CEP: 41760-000 – Salvador/BA.
Telefone: 0800 570 0800

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL

Carlos de Souza Andrade

DIRETOR SUPERINTENDENTE

Jorge Khoury

DIRETOR TÉCNICO

Franklin Santana Santos

DIRETOR ADMINISTRATIVO E FINANCEIRO

José Cabral Ferreira

UNIDADE DE GESTÃO DO PORTFÓLIO - UGEP

Norma Lúcia Oliveira da Silva – Gerente
Leandro de Oliveira Barreto – Gerente Adjunto
Viviane Canna Brasil Sousa – Analista

PROJETO GRÁFICO, EDITORAÇÃO E REVISÃO ORTOGRÁFICA

Agência RedaWeb

SUMÁRIO

1 Entenda como reconhecer o valor das despesas rotineiras _____	1
2 Definição de contas a pagar e a receber _____	1
3 Identificando prioridades nas contas ____	4
4 Principais erros no contas a pagar e a receber das pequenas empresas ____	6
5 Quando o pagamento a vista é a melhor opção _____	7
6 Cálculo do prazo médio para pagamento dos fornecedores _____	9
7 Reconhecimento do valor das despesas rotineiras _____	9
8 Como identificar as despesas fixas e as principais da sua empresa _____	11
9 Atrasos da carteira de clientes: o que fazer? _____	12
10 Como realizar vendas a prazo _____	14
11 Mobile banking e Mobile payment ____	17
12 Conclusão _____	18

1 | ENTENDA COMO RECONHECER O VALOR DAS DESPESAS ROTINEIRAS

Contas a pagar são basicamente as obrigações financeiras que a empresa assume com seus fornecedores, é um tipo de conta onde ficam registrados os compromissos financeiros a serem liquidados, como fornecedores ou impostos.

Contas a receber é o tipo de conta onde são registradas as entradas (aumentos) e as baixas (reduções) das vendas de uma empresa. Uma boa gestão financeira deve prever a melhor margem de lucratividade, equilibrando os gastos e avaliando o saldo atual de contas a pagar e a receber.

Neste ebook, você vai aprender como fazer um controle eficiente de contas a pagar e contas a receber, identificando quais as prioridades para estes controles e os principais erros de gestão. Entenda como reconhecer o valor das despesas rotineiras, mínimas e necessárias para que o seu negócio funcione sem problemas e aprenda a calcular o prazo médio para pagamento dos fornecedores.



2 | DEFINIÇÃO DE CONTAS A PAGAR E A RECEBER

Nenhuma empresa sobrevive sem uma boa gestão financeira. Uma pequena empresa, em especial, deve se atentar ainda mais para esse tipo de questão administrativa, já que ela pode ser o fiel da balança entre a sobrevivência e a morte no mercado.

Em meio a todos os pontos de atenção desse setor, está o famoso fluxo de caixa, que é o controle entre as contas a receber e as contas a pagar. Embora essa possa parecer uma tarefa difícil, em vista dos atrasos, vendas a prazo e negociações de pagamento em diferentes datas com os fornecedores, a chave para o sucesso está no conhecimento e na organização.

Assim, visando manter a saúde financeira da organização, a conta é simples: manter o lucro alto e os vencimentos das contas a pagar sempre como prioridade. Assim, a empresa não corre o risco de pagar em juros algo que já



está capitalizada para quitar normalmente e faz sua movimentação visando o rendimento dos empreendedores.

Para isso, é preciso estabelecer um controle de contas a receber, paralelo ao controle de contas a pagar. Isso significa acompanhar as receitas da empresa, elencando o que há para receber do cliente e os repasses a fornecedores, equipe e tributos.

As contas a receber são uma espécie de compromisso entre cliente e empresa que pode colocar uma empresa em risco, caso não seja cumprido. Portanto, faz parte dessa seara da administração financeira ter políticas claras de venda a prazo e educação de clientes visando a adimplência. O regime de competência, que é o que foi vendido em um determinado período de tempo, deve estar em consonância ao regime de caixa, que são os pagamentos que entraram no mesmo período, para que a conta feche.

De modo geral, as contas a receber e a pagar são uma demanda financeira de qualquer empresa, mas seus cuidados podem se potencializar a partir do aceite da organização a boletos, cheques, cartões de pagamento, crediários e carnês. Todas essas facilidades aos clientes devem ser gerenciadas de perto pela equipe financeira de uma empresa, para que a tentativa de atração de lucro não acabe virando prejuízo.

A maior importância do controle de contas a receber é, em resumo, conhecer como funciona o fluxo da sua empresa, baseando-se no conhecimento dos clientes que pagam em dia e na análise de inadimplência, além de melhorar a programação de cobranças e se antecipar a momentos de crise.

Para fazer um excelente controle de contas a receber, anote essas dicas:

- ✓ Registre todas as contas que a empresa tem a receber, inclusive as parceladas.
- ✓ Separe cada uma delas por tipo de recebimento, data-limite e causa.
- ✓ Estabeleça uma ordem cronológica de recebimentos, indo do mais recente ao mais tardio.
- ✓ Faça o acompanhamento mensal desse controle.

Em casos de inadimplência, corra atrás do prejuízo – literalmente – através de um sistema eficiente de cobranças. Repita esses passos para suas contas a pagar, se colocando, agora, no papel de cliente.

Análises importantes para o controle de contas

Além de controlar as contas a pagar, é preciso adotar iniciativas que te ajudem a comprovar que sua empresa opera com um caixa sustentável.

A primeira delas é a medição da liquidez a curto prazo: ela terá dinheiro para operar nas próximas duas semanas? A análise vai permitir um panorama de controle que vá além do que você vive hoje, mas ainda não seja considerado um cenário longe no futuro.

Faça as contas para descobrir, também, se as contas a receber são o suficiente para pagar as dívidas que você tem durante o mesmo período de tempo em que aguarda por elas. Para a saúde financeira, o que se vende tem que dar conta de quitar compromissos e gerar lucros.



Por fim, analise sua situação a médio prazo, pegando um período de tempo maior – doze meses, por exemplo. É indispensável verificar se as entradas e saídas previstas condizem com a realidade do fluxo de caixa. Caso as contas a pagar sejam maiores do que as projeções de recebimento para o período, a empresa deve encontrar meios de buscar a sustentabilidade.

Para facilitar o controle de contas a pagar e a receber, não subestime nenhum registro, fazendo a documentação de tudo o que entra e sai, e tenha uma precificação adequada aos produtos e serviços que comercializa. Não adianta vender muito se você vende abaixo da sua margem.

Além disso, não tenha medo da indisposição ao cobrar os inadimplentes. Empresas que visam ao lucro têm todo o direito de esperar compromisso de seus clientes e/ou fornecedores, e quem não paga em dia é quem deve se sentir indisposto a se colocar nessa posição. Para evitar a inadimplência, estimule o pagamento antecipado com benefícios, como descontos progressivos ou sistemas de fidelização.

3 | IDENTIFICANDO PRIORIDADES NAS CONTAS

Todos nós, em algum grau, decidimos diariamente a partir de nossas prioridades. Cada escolha pessoal é um reflexo disso. Com a empresa não é diferente: as decisões financeiras de um gestor estarão sempre ligadas às prioridades de suas contas. Um exemplo prático é o refinanciamento para pagar uma dívida na tentativa de diminuir a carga de juros da primeira aquisição, se a prioridade for evitar os juros compostos.

A identificação de prioridades nas contas de cada empresa está intimamente ligada ao seu planejamento estratégico, principalmente porque, na área de finanças, as coisas mais importantes a se fazer podem conflitar entre si. Esse documento deve ser baseado em uma premissa básica do mundo dos negócios: existe diferença entre as tarefas urgentes e as importantes.

Tarefas urgentes são aquelas que precisam ser realizadas imediatamente para que não gerem consequências ainda mais graves se não forem feitas. Pagar uma conta que está para vencer é uma tarefa urgente, pois o prazo é limite para a não-



cobrança de juros. Não é como se ela fosse esperar o empreendedor ter tempo de cuidar dela; se não for paga em dia, uma conta vai ficar ainda maior.

Tarefas importantes são as que não podem deixar de ser feitas, mas não precisam ser feitas agora. Um exemplo de tarefa importante nas finanças é optar pela compra de um novo sistema de gestão para substituir o antigo. Se o sistema custa mil reais e você deve novecentos a um fornecedor, e precisa pagar essa conta e substituir o sistema, o pagamento é urgente e precisa ser priorizado. O sistema, que é importante, pode entrar na próxima conta.

Esse mesmo exemplo também pode ser verdadeiro em seu contrário: compra-se primeiro o sistema, que vai organizar as contas, e depois paga-se a conta, renegociando os juros com o fornecedor. A importância de definir as tarefas urgentes e importantes é justamente entender quais são os objetivos da empresa e quais prioridades lhes cabem melhor, já que cada organização vai saber quais são as suas de maneira mais efetiva.

Ao definir os objetivos, componha a lista de acordo com suas metas acionáveis, que são as que podem ser alcançadas de fato, e específicos, que estão quantificáveis e são rastreados com facilidade.

A identificação de prioridades em uma conta passa pelo estabelecimento de prazos de conclusão de cada um dos itens, privilegiando sempre os que vão terminar mais perto do período de análise. Os prazos estipulados para pagamentos e recebimentos devem respeitar características e especificidades da empresa, estando sempre alinhados à expectativa de crescimento que ela projeta.



4 | PRINCIPAIS ERROS NO CONTAS A PAGAR E A RECEBER DAS PEQUENAS EMPRESAS

Quando uma empresa está focada em colocar suas contas em dia, precisa levar em consideração que, ao mesmo tempo que o estabelecimento de um bom sistema de controle de contas é indispensável, a atenção aos detalhes vai fazer toda a diferença.

Existe um ditado que diz que não tropeçamos em montanhas, e sim em pedrinhas, e essa máxima vale para as organizações de fins lucrativos. Uma montanha – ou seja, uma anomalia grave nas contas – será fácil de enxergar e, portanto, de desviar. São as pedrinhas, os pequenos erros na gestão de contas a pagar e a receber, que podem botar a perder todo o esforço da organização das finanças.

Para evitar que as pedras no caminho façam com que seu controle de contas seja falho, evite os erros a seguir:



Não ter controle

Essa é a pedra com potencial para virar montanha. Se você não controla suas contas a partir do momento em que começa a lidar com elas, a cada novo mês sem controle especificado essa consequência vai se acumular. Estamos falando, aqui, sobre fazer um controle criterioso, com planejamento financeiro correto, entendimento do fluxo de caixa e análise de indicadores de inadimplência – dos clientes e da própria empresa.

Desconhecer prazos e atrasar pagamentos

Quantas vezes você, pessoa física, deixou de pagar uma conta porque se esqueceu – ou não sabia – de sua data de vencimento? Esse erro é inaceitável nas contas da empresa, pois cada pagamento além da data-limite vai incidir em juros e prejudicar as margens de lucro pelas vendas. Além disso, a organização pode perder a chance de conseguir descontos a partir do pagamento em dia, o que seria mais uma forma de aumentar seus ganhos.

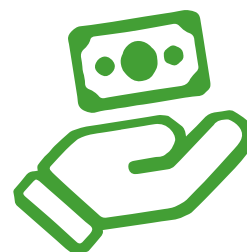
Misturar conta empresarial com pessoal

Micro e pequenas empresas estão muito propensas a esse erro, principalmente se forem empresas de uma só pessoa. Usar o caixa da empresa para pagar dívidas pessoais ou usar o dinheiro pessoal para suprir o fluxo de caixa do estabelecimento são formas fáceis de confundir as contas e acabar perdendo dinheiro no resultado final. O melhor a se fazer, sempre, é ter uma conta para a empresa e uma conta para a pessoa física, de preferência em instituições bancárias diferentes, para não correr nenhum risco de errar.

Desconsiderar pequenos gastos

O colaborador precisa comprar duas garrafas de água no expediente e tira esse valor do caixa. São apenas quatro reais. Um valor tão pequeno não precisa ser lançado como despesa, certo? Errado. Cada gasto pequeno é uma pedrinha, e daquele tipo bem escorregadio e perigoso. Tendemos a achar que fechar o caixa com pequenas diferenças não é o grande problema, mas, no montante final do mês, você pode notar perdas exorbitantes. Em resumo, para não cometer o erro, considere todo gasto, por menor que ele seja.

5 | QUANDO O PAGAMENTO A VISTA É A MELHOR OPÇÃO



Existem duas facilidades que uma empresa pode dar a seus clientes no ato da compra: descontos no pagamento à vista ou possibilidade de parcelamento no cartão. Quando essas duas opções são apresentadas, o cliente escolhe qual é a melhor para seu momento. De modo geral, a empresa pode agir da mesma forma.

O pagamento à vista é a melhor opção de recebimento da empresa quando seu fluxo de caixa está baixo ou a empresa está descapitalizada para pagamentos imediatos. Assim, vale tudo para chamar a atenção do consumidor: liquidações, descontos agressivos e progressivos, benefícios mediante pagamento em dinheiro.

Além de gerar liquidez imediata, o pagamento à vista é menos complicado para o controle de contas, já que entra na coluna dos imediatamente recebidos, enquanto os pagamentos no cartão entram nos controles de vendas a prazo e, portanto, nas contas a receber.

Da mesma forma que essa análise deve ser feita com o dinheiro que entra na empresa, também precisa ser considerada sobre o dinheiro que sai. Assim, se a organização precisa pagar um fornecedor, é hora de entender se o pagamento à vista deixará a empresa sem fluxo de caixa ou se o pagamento a prazo vai ter juros muito altos.

Nesse caso, voltamos à discussão sobre urgências e prioridades. Se o pagamento de um fornecedor for prioritário e ele dá um desconto significativo para a quitação à vista, talvez seja essa a oportunidade de saldar a dívida de maneira sustentável. Mas só se o dinheiro no caixa for o suficiente, já que pegar um empréstimo apenas para conseguir um desconto à vista não é a saída mais indicada.

Caso a empresa fique totalmente descapitalizada se for pagar uma dívida à vista, mas a negociação com o fornecedor tirou dela a obrigatoriedade dos juros, ou os concedeu na menor taxa possível, pode ser essa a melhor forma de quitação.

Quem vai definir quando o pagamento à vista é a melhor opção é a gestão financeira e seus indicadores. Isso vale para a disponibilidade de ceder bons descontos aos clientes que paguem à vista por mercadorias e serviços.

Principais vantagens do pagamento à vista:

- ✓ Poder de compra real.
- ✓ Base de negociação com fornecedores e clientes.
- ✓ Inexistência da possibilidade de juros.
- ✓ Maior organização em contas a receber.

6 | CÁLCULO DO PRAZO MÉDIO PARA PAGAMENTO DOS FORNECEDORES

O cálculo de pagamento de fornecedores passa, a princípio, pelo número de dias que a empresa leva para pagar seus fornecedores. Essa variável se chama Definição. A fórmula para o cálculo leva em consideração o prazo médio de pagamento aos fornecedores médios e compras x 360, onde são considerados fornecedores médios todas as dívidas, circulantes e não circulantes, e compras a média de compra do período. 360 é o índice anual da fórmula.

A unidade de medida para o cálculo do prazo é em dias, a partir do valor a pagar para cada fornecedor, número obtido do balanço patrimonial. Já as compras devem ser calculadas a partir dos itens de demonstração financeira.

Assim, a fórmula final para o cálculo de prazo de pagamentos a fornecedores é:

$$\text{PMP} = \text{Fornecedores} \times 360 / \text{Compras}$$



7 | RECONHECIMENTO DO VALOR DAS DESPESAS ROTINEIRAS

O processo de reconhecimento das despesas é outro ponto importante do planejamento financeiro. A empresa precisa saber quais são seus gastos de rotina para lidar com seus níveis mínimos e necessários.

Um exemplo de despesa rotineira e necessária é a conta de luz: se você não pagar, não terá energia elétrica, portanto não pode cortá-la do seu quadro de rotina. Mas pode torná-la mínima, a partir da adoção de políticas sustentáveis de uso dos recursos.

A análise das despesas passa por uma série de fatores que precisam ser levados em consideração antes da definição de suas prioridades. Para defini-las, é indispensável ao gestor:

- ✓ Saber seu saldo de caixa, através do controle de entradas e saídas.
- ✓ Entender o que tem no estoque, para saber quais despesas podem ser minimizadas ou serão potencializadas através dele.
- ✓ Ter controle das contas a pagar e contas a receber.
- ✓ Conhecer a fundo suas despesas fixas, que são as rotineiras, mínimas e necessárias para manter a empresa em operação.
- ✓ Calcular os preços de custo e venda de produtos e observar se o valor das despesas está embutido na precificação final.

A partir daí o empreendedor pode começar a perceber quais são suas despesas e porque elas são necessárias. Todo e qualquer item que deve ser pago pela empresa deve ser considerado despesa, desde o salário de um funcionário até o pagamento de um táxi para que ele possa prestar um serviço fora da organização.

Portanto, é necessário que o gestor saiba a origem e o valor de seus recebimentos e cruze esses dados com o valor e destino dos pagamentos para conseguir, afinal, um gráfico de suas despesas rotineiras, mínimas e necessárias, sem correr o risco de cortar uma delas que faz toda a diferença para o funcionamento do negócio.

Lembre-se de algumas despesas rotineiras obrigatórias que não podem faltar no seu plano financeiro: contas de luz, água, aluguéis, salários e pró-labore, fundo de reserva para demissões, fundo de reserva para pagamento de 13º salário e férias.



8 | COMO IDENTIFICAR AS **DESPESAS FIXAS** E AS PRINCIPAIS DA SUA EMPRESA

Existe uma diferença sutil entre custos e despesas fixas, e conhecê-la é a principal maneira de identificar as principais despesas de uma empresa.

Enquanto os custos são gastos ligados diretamente à produção ou prestação de serviços – como mão de obra, matéria-prima, equipamentos, maquinários e ferramentas, as despesas são gastos gerenciais necessários para manter a receita funcionando. Os custos vão ajudar a empresa a aumentar seus lucros, mas as despesas não ajudam a aumentar receitas.

As despesas fixas, portanto, são aqueles gastos que não vão impactar diretamente nos seus rendimentos finais, mas que, sem eles, a empresa não funcionaria.

São exemplos de despesas fixas:

- ✓ Aluguéis e condomínios.
- ✓ Contas fixas de luz, água, internet, telefone e outros tributos aplicáveis.
- ✓ Pró-labore dos sócios.
- ✓ Salários de funcionários com carteira assinada.



Portanto, o gerenciamento de pagamentos de salários e encargos trabalhistas entram como despesas fixas nas colunas de contas a pagar. Todos os gastos, incluindo os de demissão, devem estar provisionados pela empresa para serem disponibilizados no momento de necessidade sem que o fluxo de caixa seja interrompido.

Existem, também, as despesas variáveis – que, como o próprio nome diz, vão variar conforme demanda e só serão contabilizadas em caso de ocorrência, como salários e pagamentos de projetos terceirizados, consumos variados e impostos pela emissão de notas fiscais.

Para identificar as despesas fixas o empreendedor também tem que separar as extraordinárias, que variam em situações emergenciais e pouco prováveis no dia a dia das empresas, como multas e encargos por atrasos, avarias, acidentes, gastos com processos e manutenções imprevistas, por exemplo.

Dentre esses grupos, temos os investimentos, que podem ser classificados como despesas fixas ou variáveis, dependendo de seu objetivo e periodicidade. São exemplos de investimentos fixos o ato de guardar dinheiro regularmente para as reservas empresariais, contratar serviços regulares de marketing ou pagar periodicamente pela capacitação de colaboradores, através de bolsas de estudo de médio e longo prazo.

Os investimentos que entram como despesas variáveis ou extraordinárias, dependendo do contexto, são aqueles feitos em cursos livres para colaboradores e compra de materiais que permitem melhorias na infraestrutura da empresa, como uma máquina de café, por exemplo.

9 | ATRASOS DA CARTEIRA DE CLIENTES: O QUE FAZER?

Um dos piores cenários para qualquer empresa é conceder o benefício do crédito a um cliente e não ter retorno nesse compromisso. O risco é alto, principalmente quando a empresa que trabalha com o princípio do crédito não conhece os hábitos de consumo da pessoa na outra ponta, e não sabe, assim, se está à beira de enfrentar uma inadimplência.

Liberar crédito deve ser, portanto, uma decisão muito bem pensada pela empresa. Antes de tudo é indispensável que a saúde financeira esteja em dia, para que não se comprometam os alicerces do fluxo de caixa. Em seguida, a necessidade do empreendedor foca em desenvolver estratégias de coleta, armazenamento e análise de dados para entender quais são os clientes passíveis de crédito, em qual quantidade e por quanto tempo.

Os principais riscos de não seguir esse script são lidar com clientes desorganizados, que não vão tratar o pagamento à empresa como uma prioridade, o que leva,

gradativamente, ao aumento da inadimplência. Outro risco iminente é arcar com custos do processo de cobrança, que pode envolver empresas terceirizadas para os primeiros contatos e ir acabar na justiça, caso os cobradores não obtenham êxito.

Cuidado com as falsas garantias na concessão de crédito, pois alguns clientes podem sugerir meios fiadores que já estão comprometidos com outras dívidas.

Em linhas gerais, não se atentar para esse tipo de perfil pode culminar no estouro de uma crise econômica, que é quando a loja está em uma situação grave de inadimplência em suas contas a receber e não vai conseguir sair dessa situação porque os clientes, simplesmente, não tem como pagar. A falta de recebimento vira uma bola de neve que pode culminar em um lapso financeiro em todo o mercado ou, a níveis maiores, no país inteiro.

Para não correr os riscos de atraso na carteira de clientes, projete o recebimento futuro de todos eles no seu fluxo de caixa e, conforme as datas dos pagamentos forem chegando, deixe uma equipe de cobrança de sobreaviso. Assim como seu caixa tem um controle, os pagamentos também devem ter. Estabeleça um prazo máximo para buscar os clientes após o atraso e crie uma cadência de cobranças para que ele não se esqueça do compromisso que fez com seu estabelecimento.

Se você tiver informações para tomar decisões nessas searas, através de um controle de contas a pagar e a receber à altura de suas ambições de crescimento, a organização das cobranças ficará bem mais fácil. O fortalecimento dos controles também tende a gerar riscos menores de inadimplência.



Itens para checar no caso de atrasos de clientes

- ✓ Sistema de cobrança preciso, com datas para cobrar os clientes e um cronograma claro de ações para cobranças em atraso;
- ✓ Políticas de prazos de recebimento e alongamento para condições do cliente em pagar suas dívidas;
- ✓ Verificação da política de antecipação de recebíveis, para caso seja necessário antecipar um dinheiro que ainda não chegou em vista de pagar uma despesa fixa;
- ✓ Necessidade de empréstimos – sempre que possível, se esquivar dessa modalidade.



10 | COMO REALIZAR VENDAS A PRAZO

Para fazer uma boa venda a prazo, o empreendedor deve focar em indicadores que vão ser imprescindíveis ao bom resultado. O primeiro deles é fazer um cadastro do cliente, caso a compra seja feita no cheque ou crediário, e consultar seu nome nos cadastros positivos. Como muitas compras a prazo não são feitas no cartão, o lojista deve ter algum respaldo dos órgãos competentes de que pode confiar no compromisso do comprador.

Uma coisa que pode ajudar muito é o score de crédito, que pode ser acessado pelo CPF e mostra o histórico das captações de crédito de uma pessoa física. Quanto maior for o score, mais a pessoa pode ser confiada em suas compras a prazo. Para acessá-lo basta ter um sistema especializado em gestão de crediário.

Pedir garantias nunca é demais, e também não é ilegal. Dependendo do volume ou da compra a ser feita, o estabelecimento pode solicitar comprovante de renda e referências pessoais. Em alguns casos, fiadores são requeridos para que a compra a prazo seja liberada.

Do ponto de vista do caixa e do controle de contas, a empresa deve estabelecer o número máximo de parcelas de acordo com a conta que mais funciona para ela. As negociações podem estar abertas, mas é o lojista quem tem a palavra final, estabelecendo as regras do jogo. Antes de abrir a possibilidade do prazo, diga quais são as formas de pagamento que você aceita – se apenas cartões de débito, se débito e crédito, se cheque, se crediário – e se precisa de uma entrada em dinheiro ou no cartão de débito.

Caso os pagamentos das compras a prazo não sejam cumpridos pelos clientes, é hora de a política de crédito e cobrança da empresa entrar em ação. Ela pode ser executada pela própria empresa, que procura o cliente para saber se houve algum problema e tentar renegociar, emitindo boletos com novas datas de vencimento ou dividindo o saldo devedor em mais parcelas, ou por uma empresa de cobranças terceirizada.

O objetivo da política de cobrança é dar mais segurança financeira à empresa, garantindo que as contas a receber serão, de fato, recebidas. Contudo, ela não começa no ato da cobrança, e sim na definição de quem vai receber o crédito.

É preciso analisar informações, definir métodos de financiamento e vendas a prazo e analisar constantemente os resultados dessas facilidades no caixa e nos controles da empresa. Só quem tem a política de cobrança bem delineada desde o início, feita de forma responsável, consegue eficácia nas cobranças.

Como cobrar das pessoas não é a atividade mais feliz de uma empresa, todo cuidado é pouco – inclusive para não levar a inadimplência para o lado pessoal. É sempre bom adotar um tom conciliador, mostrando ao cliente que a empresa está à disposição para que juntos encontrem a melhor saída, e se fazendo entender, de maneira educada, pela periodicidade da cobrança.

Negociar é uma arte em todos os setores empresariais, mas, na cobrança, essa arte se destaca. Se o consumidor demonstra que não está em débito por má-fé, o papel da empresa – até para manter o cliente em tempos melhores ou ser indicado por ele para outros clientes – é compreender o motivo da inadimplência e propor novas soluções. Como, no Brasil, as dívidas expiram em cinco anos, o melhor a se fazer é favorecer a quitação, principalmente quando a outra alternativa é não ver o dinheiro de jeito nenhum.

Vale lembrar que, caso se sinta intimidado pela empresa, ou se esta cobrar juros abusivos pelos atrasos, o cliente pode acionar o Procon e abrir um processo administrativo, o que é desgastante para ambas as partes e mexe na imagem institucional da empresa.

Políticas de crédito

As políticas de crédito são formas de financiamento e vendas a prazo que são instrumentalizadas dentro da empresa como forma de atrair novos clientes, de acordo com seus objetivos estratégicos e financeiros. Existem cinco tipos específicos de políticas de crédito aos quais uma empresa pode ter acesso:

- ✓ Crédito liberal e cobranças rigorosas, com acesso ao crédito facilitado, mas cobranças agressivas.
- ✓ Crédito rigoroso e cobranças liberais, modalidade em que não há muita margem de crédito, mas as cobranças são negociadas com mais flexibilidade.
- ✓ Crédito rigoroso e cobranças rigorosas, com aprovação de crédito restrito e cobranças acompanhadas de perto pela empresa.
- ✓ Crédito liberal e cobranças liberais, comum em empresas que são mais tranquilas na questão da cobrança, principalmente se o objetivo é aumentar a base de clientes.
- ✓ Crédito moderado e cobranças moderadas, onde as pontas encontram um equilíbrio e servem a empresas que não tem muitos pedidos de crédito ou menos clientes.

Escolher qual dessas políticas atende melhor ao perfil da empresa e colocá-la em ação é o que torna a atitude eficiente. Como escolher? Através da análise dos perfis dos clientes e das necessidades da empresa. O cruzamento desses dois dados vai auxiliar o gestor a montar uma política de créditos que respeita as particularidades da organização e apresenta objetivos estratégicos bem definidos.

11 | MOBILE BANKING E MOBILE PAYMENT

Foi-se o tempo em que as lojas físicas eram o único lugar de compra e transação financeira dentro das áreas do comércio. A internet desempenha um papel protagonista nas rotinas de atacado e varejo, com milhares de pessoas fazendo suas compras pelo computador. As transações podem ocorrer de duas formas: pelo mobile banking ou payment.

O mobile banking é a agência digital do banco do cliente. No Brasil, todos os grandes bancos já tem sua versão em aplicativo, facilitando a vida do cliente e evitando que ele precise ir à agência para resolver algumas transações básicas, como transferências e pagamentos.

O recurso também serve para pessoas jurídicas, que podem acessar do computador, tablet ou smartphone o saldo da empresa e fazer, pela internet, todo o controle financeiro permitido dentro das possibilidades bancárias.

Já o mobile payment é o pagamento direto por compras a partir do smartphone. Pagar utilizando QR code, fazer uma transferência pelo celular ou emitir e quitar boletos pela tela do telefone são alguns exemplos de como utilizar o pagamento móvel no ambiente digital.

Algumas empresas, como o PayPal, disponibilizam sistemas inteiros de mobile payment, podendo servir tanto ao cliente final quanto à empresa, que tem mais facilidades para ofertar ao consumidor de seus produtos ou serviços.

Como é de praxe no meio digital, a segurança deve ser um item prioritário, e levada em consideração acima de todos os outros, quando o assunto é fazer ou receber transações e pagamentos via internet. É sugerido que a empresa que lide com essa oportunidade tenha um sistema de segurança ativo, tanto para os pagamentos em cartões quanto para smartphones, notebooks e outras plataformas.



Esse sistema vai muito além do antivírus e diz respeito a uma série de fatores que viabilizam que uma pessoa coloque seus dados de crédito em um site ou aplicativo e, do outro lado, uma empresa os receba e possa validar a compra, sem que sejam interceptados, no meio do caminho, por hackers e falsários.

Uma das normas do mercado de cartões é ter um sistema de compliance que permita a segurança das transações pelos meios digitais, de acordo com padrões e normas técnicas registrados para cada setor econômico. Vale lembrar que, em caso de fraude no cartão, a empresa que não optou pela segurança dos dados do seu cliente tem responsabilidade solidária na resolução desse problema.

12 | CONCLUSÃO

As contas a pagar e receber não são a única preocupação de um gestor financeiro, mas está entre as maiores. Isso ocorre porque, sem equilíbrio nessas duas colunas da administração, a empresa pode ficar sem controle. A descapitalização a curto prazo pode render prejuízos e muita dor de cabeça. E, a longo prazo, pode levar à falência.

Por isso, antes de abrir concessões de crédito e possibilidade de pagamentos a prazo, certifique-se que seu balanço financeiro está devidamente organizado para registrar as contas a receber, cobrá-las dentro da melhor política escolhida pela empresa e trazer liquidez às contas corporativas.

Se você tiver alguma dúvida sobre como proceder na política de crédito, na feitura das cobranças ou nos indicadores indispensáveis de contas a pagar e a receber, conte com o Sebrae.





A força do empreendedor brasileiro

www.sebraeatende.com.br
@sebraeatende | 0800 570 0800

