

**O ESPECIALISTA RESPONDE** | *Envie sua dúvida para o e-mail [negocios.estado@grupoestado.com.br](mailto:negocios.estado@grupoestado.com.br)***David Kallás** PROFESSOR DO INSTITUTO DE ENSINO E PESQUISA

## Como faço para diminuir a inadimplência entre meus clientes?

Vemos no Brasil a forte entrada das classes C e D no mercado de consumo. Cabe aos empreendedores captar ou não parte desse crescimento. Junto com a oportunidade,

entretanto, há o risco da inadimplência. Para os consumidores dessas classes, tão importante quanto o valor total é o valor da parcela, fazendo da gestão do crédito parte

fundamental da oferta. Dessa forma, há dois caminhos a seguir.

O primeiro é desenvolver estruturas internas. Para a concessão de crédito, as empresas eficientes se valem de técnicas estatísticas tão complexas quanto seus nomes, como análise discriminante e credit scoring (método que classifica candidatos à obtenção de um crédito em grupos de risco). Para isso, além de uma equipe de especialis-

tas, é necessário ter bases de dados confiáveis e abrangentes, sistemas poderosos e processos eficazes de concessão, controle e cobrança.

O segundo é deixar o processo a cargo das empresas de cartão de crédito e de débito, altamente especializadas. Ao aceitar pagar uma porcentagem do faturamento para as operadoras de cartões (normalmente entre 2,5% e 5%, dependendo do tipo de transação e do volu-



me transacionado), as empresas garantem o fim da inadimplência (todo o risco é assumido pelas ope-

radoras) e da necessidade de ter estruturas internas.

Cabe ao gestor ponderar se as taxas cobradas pelas operadoras são superiores ao volume total de inadimplência mais o custo de toda a estrutura de crédito que precisaria montar para gerenciar internamente o processo.

Para empresas menores, em geral, a melhor opção é optar pelas operadoras de cartões.