



**E-book: Tudo que Você Precisa Saber para
Montar sua Empresa de Cobrança**



SEJA BEM VINDO AO E-BOOK

TUDO QUE VOCÊ PRECISA SABER PARA MONTAR SUA EMPRESA DE COBRANÇA

Este e-book foi escrito pensando em empreendedores que estejam trabalhando para montar uma empresa de cobrança e que desejam se aprofundar no assunto. Mas, o e-book não se destina apenas aos empreendedores, mas a todos que trabalham com cobrança, tais como gerentes, coordenadores, líderes de equipes e consultores.

O e-book é composto por uma coletânea de posts publicados no blog Abra Sua Cobrança e organizados de forma que você possa entender todo o processo de montagem de uma empresa de cobrança, da abertura do CNPJ até o fechamento de contratos.

Esperamos que gostem da leitura e que ela ajude no sucesso da sua nova jornada. Boa leitura e boa sorte nos negócios.



RECADO DO NOSSO PATROCINADOR



O Recuperador é um CRM moderno para assessorias e equipes de cobrança. Ele é online, simples e robusto. Perfeito para home office. Ideal para cobrança de varejo (mercado) e aceita repasse automático.

O sistema é completo e permite a importação de clientes, dívidas, fechamento de acordos, envio de link de pagamento por e-mail e SMS, além de permitir a configuração de notificações automáticas para aviso de parcelas de acordo a vencer ou vencidas.

Além disso, o sistema é equipado com um portal de negociação, que permite que os devedores fechem acordos usando apenas o CPF/CNPJ e sem a necessidade de um contato telefônico com um consultor, economizando tempo e dinheiro. Assim, ele ajuda a encontrar os clientes onde eles estiverem via e-mail. Dessa forma, é possível configurar notificações automáticas recorrentes para os clientes escolhidos, incentivando a negociação online.

Segue o link do nosso canal do YouTube com vídeos explicativos e treinamentos:
https://www.youtube.com/channel/UCCF7yqa1QbaO_y6VASky9rg

Também, temos uma documentação online para facilitar o entendimento dos principais módulos: <http://wiki.recuperador.com.br>

Em caso de dúvidas, fique à vontade para nos chamar. Atendemos de segunda à sexta das 9h às 18h no horário de Brasília.

<https://www.recuperador.com.br>

contato@recuperador.com.br

WhatsApp: (14) 99102-6355

Telefone: (14) 4101-0947



Sumário

1. Inadimplência 2,5% mais alta afeta micro e pequenas empresas	5
2. Como abrir uma assessoria de cobrança?	7
3. A importância de um escritório de cobrança	9
4. Quem pode abrir uma empresa de cobrança?	10
5. CNPJ e CNAE para assessorias de cobrança	11
6. Como conquistar clientes para sua empresa de cobrança	13
7. Precificação para empresas de cobrança. Quanto cobrar pelo serviço de recuperação de crédito?	14
8. WhatsApp na cobrança de dívidas	16
9. Telefonia básica e comunicação para empresas de cobrança	17
10. O que é uma régua de cobrança?	19
11. Como definir metas e comissões dos consultores de cobrança?	20
12. Portal de negociação para cobranças	21
13. Pesquisa de satisfação NPS em cobranças	22
14. Cálculo de juros, multa, correção monetária, comissão e honorários para cobrança	24
15. Enriquecimento de dados para cobranças	27
16. Vantagens da blacklist de telefones para cobrança	28
17. Negativação no Serasa para empresas de cobrança	29
18. Fila de cobrança	30
19. Fechamento e repasse em empresas de cobrança	31
20. Fundamentos de cobrança: cadastros básicos e procedimentos para chegar a um acordo	33
21. Tipos de cobranças: extrajudiciais, pré-processuais e processuais	35
22. Notificação extrajudicial e protesto em cobranças	37
23. Termo de acordo para cobranças	39
24. Assinatura digital na cobrança de dívidas	40
25. A importância da comunicação com o credor	41
26. Acompanhe a lucratividade da sua empresa de cobrança	42
27. Crise também é oportunidade para cobrança	43
28. Securitização condominial em empresas de cobrança	44
29. A importância de um site para assessorias de cobrança	45
30. Investimento no trabalho home office na sua empresa de cobrança	46
31. Não reinvente a roda na sua empresa de cobrança	47
32. Juros futuros (financiamento) em cobrança de dívidas	48
33. Investimentos em infraestrutura e serviços para empresas de cobrança	49
34. Como realizar o treinamento da equipe de cobrança?	51
35. Modelo de apresentação da empresa de cobrança para captação de novos credores	52
36. Contrato para empresas de cobrança	54

Inadimplência 2,5% mais alta afeta micro e pequenas empresas

A inadimplência é um grande problema para diversos setores, inclusive para as micro e pequenas empresas. Juntamente com a alta na inflação e com a redução do auxílio emergencial, a falta de estrutura para cobrar os alunos contribui para agravar o problema.

De acordo com a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), feita pela CNC (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo), junho de 2021 foi o mês com o maior percentual de famílias endividadas no Brasil desde 2010.

A pesquisa também aponta que 69,7% das famílias brasileiras fecharam o primeiro semestre de 2021 endividadas. Isso corresponde a uma alta de 2,5% em relação ao mês de junho de 2020. Fatores como a inflação mais elevada e a redução do auxílio emergencial pesam no orçamento das famílias, de acordo com José Roberto Tadros, presidente da CNC.

Em se tratando de educação e processos financeiros, quem também sofre são as micro e pequenas empresas, além de profissionais liberais. Diferentemente de grandes empresas, estes negócios geralmente não possuem profissionais da área de finanças ou não tem contratos com assessorias de cobrança para negociar dívidas de clientes de forma eficaz, avalia Leonardo Assuane Duarte, especialista em tecnologia com 15 anos de atuação na área.

Muitas empresas não possuem sequer tempo para a atividade de cobrança, uma vez que vem trabalhando com equipes reduzidas e os gestores acabam sendo responsáveis pela operação do negócio como um todo. Imagine uma dentista tendo que ligar para seus pacientes para cobrar as mensalidades atrasadas. É bastante inconveniente para o profissional, pontua Leonardo.

Um CRM de cobrança é uma ótima ferramenta para ajudar na recuperação de crédito e redução da inadimplência em PMEs. CRM é uma sigla em inglês que significa gestão de relacionamento com clientes. "Um CRM é uma plataforma para automatizar a comunicação com os clientes e com isso, ajuda a melhorar o relacionamento com eles. Logo, um CRM de cobrança é uma plataforma de comunicação automatizada e com foco na negociação de dívidas, pois deve permitir cálculos de multa, juros, correções, parcelamentos, acordos e entre outras coisas", explica Leonardo.

De acordo com o guru de Marketing Kotler e Fox (1998), é sempre mais barato manter clientes do que conquistar novos clientes. Novos clientes custam até 7 vezes mais caro



do que manter um cliente. Portanto, faz muito sentido implementar uma ferramenta de CRM para melhorar o relacionamento da empresa com seus clientes, recuperar dívidas e possibilitar novas vendas, finaliza Leonardo.

Leonardo Assuane Duarte é especialista em TI e atua na área há 15 anos (nos últimos dez ajudando empresas a reduzir sua inadimplência), atua principalmente no desenvolvimento de softwares e gerência de times de tecnologia. Em 2019 fundou uma empresa que desenvolve um

CRM de cobrança voltado para micro e pequenas empresas, bem como para profissionais liberais, oferecendo ferramentas para gestão de carteiras de cobrança.

Saiba mais em: www.recuperador.com.br.

Fonte:

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-09/brasil-564-das-dividas-dos-inadimplentes-sao-pagas-em-ate-60-dias>

<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/07/01/percentual-de-familias-com-dividas-chega-a-70percent-e-brasil-atinge-o-maior-nivel-em-11-anos-aponta-cnc.ghtml>

https://pt.wikipedia.org/wiki/Gest%C3%A3o_de_relacionamento_com_o_cliente



Como abrir uma assessoria de cobrança?

A assessoria de cobrança é uma empresa que terceiriza serviços de cobrança para empresas em geral. Essas empresas que contratam serviços de cobrança das assessorias são chamadas de credores. A principal responsabilidade de uma assessoria de cobrança é **negociar dívidas** dos credores (clientes da assessoria), fechar acordos com os devedores e viabilizar o pagamento desses acordos.

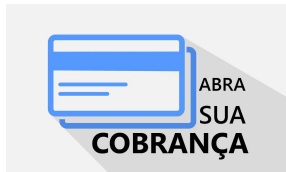
Existem dois tipos de cobrança bastante comuns no mercado: **cobrança bancária** e **cobrança de varejo**. O primeiro passo para montar uma assessoria de cobrança é justamente escolher o tipo de assessoria de cobrança que mais se adequa ao seu perfil empresarial. Vamos discutir rapidamente sobre esses dois tipos a seguir.

A **cobrança bancária** é aquela feita para credores do setor bancário na tentativa de recuperar crédito de empréstimos, financiamentos imobiliários, financiamentos de automóveis, dívidas de cartão de crédito e entre outras coisas. Essa cobrança normalmente é feita por assessorias de cobrança que passaram por um edital de seleção ou licitação do banco. Quando há bens em garantia na dívida, como por exemplo, o financiamento de um automóvel coloca o próprio automóvel como garantia, normalmente é mais fácil receber do devedor, pois ele teme a busca e apreensão do veículo. Consequentemente, essa modalidade pode gerar bons lucros.

Já a **cobrança de varejo** também é conhecida como **cobrança de mercado** e normalmente está associada a credores que não são bancos. Exemplo de credores do "varejo": escolas, faculdades, planos de saúde, provedores de internet, transportadoras etc. Normalmente, não temos um bem em garantia na cobrança de varejo, tornando-a mais desafiadora. Porém, não há licitações ou editais e um bom comercial pode ser o suficiente para conseguir carteiras de cobrança dessas empresas.

Diante disso, percebe-se que a maior lucratividade pode estar associada com uma cobrança bancária. Porém, não é tão simples conseguir carteiras de cobrança bancárias, pois os editais possuem vários requisitos de pessoal, infraestrutura, metas rigorosas e não há garantias de fornecimento de novas carteiras.

Por outro lado, é mais fácil fechar com carteiras de varejo, mesmo que a lucratividade não seja tão atrativa inicialmente. Fazendo um bom trabalho nos primeiros credores, você poderá ser indicado para outras empresas do mesmo segmento e se tornar referência em sua região. Além disso, nada impede que futuramente você participe de licitações e editais para cobrança bancária visando aumentar a lucratividade da sua empresa.



Então, pense bem no tipo de assessoria que você deseja montar. Isso é fundamental para a estratégia de abertura da sua empresa.

Nos próximos capítulos, discutiremos mais sobre assessorias de cobrança de varejo, uma vez que as cobranças bancárias dependem dos editais e licitações de cada instituição. Caso você esteja disposto a iniciar com a cobrança bancária, procure na internet por editais e licitações de cobrança, informe-se sobre os requisitos mínimos e faça um cálculo da quantidade mínima de cobradores, custo de computadores, licenças de software, telefonia, aluguel e despesas fixas em geral para ter uma ideia do seu investimento inicial e do seu custo mensal.



A importância de um escritório de cobrança

Os pequenos e médios empreendedores sabem que não tem tempo a perder. A busca pela competitividade exige máxima performance e eficiência na gestão do tempo e dos recursos financeiros.

Porém, muitas vezes estes empreendedores acabam perdendo muito tempo em tarefas que poderiam ser terceirizadas, gerando economia de tempo e maior lucratividade. Uma dessas atividades é a cobrança de dívidas.

Muitas empresas não possuem sequer tempo para a atividade de cobrança, uma vez que vêm trabalhando com equipes reduzidas e os gestores acabam sendo responsáveis pela operação do negócio como um todo. E isso pode ser bastante desgastante para um profissional. Por exemplo, pode ser bastante inconveniente para um psicólogo precisar ligar para seus pacientes para cobrar as consultas atrasadas e depois ter que atendê-los.

Por outro lado, uma assessoria de cobrança tem foco exclusivo na atividade de cobrança. Logo, espera-se que um consultor de uma assessoria de cobrança tenha maior expertise na atividade, mais incentivos, um melhor treinamento e mais motivação do que a equipe do financeiro do cliente. Isso aumenta muito a chance de fechamento de acordos e aumento da lucratividade.

Diante disso, percebe-se que as assessorias de cobrança têm um papel fundamental no aumento da competitividade e lucratividade de seus clientes. E, com o aumento da inadimplência devido à pandemia do Covid-19, surgem novas oportunidades de crescimento do setor de cobranças.

Quem pode abrir uma empresa de cobrança?

Não existe uma faculdade ou uma formação específica para abrir uma assessoria de cobrança. Ou seja, tecnicamente, qualquer pessoa pode empreender na área da cobrança. Mas, existem algumas profissões ou experiências profissionais que possuem mais afinidade com o setor de recuperação de crédito. Neste capítulo, vamos citar algumas profissões e suas respectivas relações com a área de cobrança.

1) **Direito:** boa parte dos gestores de empresas de cobrança são advogados, pois uma dívida pode ser cobrada extrajudicialmente e depois pode virar um processo na justiça. Assim, um profissional da área jurídica se beneficia por conseguir atuar nas duas etapas. Outros profissionais podem cobrar apenas dívidas extrajudiciais, uma vez que não possuem OAB para ajuizar um processo. Além disso, a formação em Direito permite que o profissional tenha mais desenvoltura em negociações e maior conhecimento das consequências do não pagamento das dívidas, que podem ser usados como argumentos com os devedores.

2) **Contabilidade e Finanças:** contadores e gestores financeiros são ótimos candidatos a empreender em cobrança, uma vez que conhecem a fundo as despesas, receitas, inadimplência e fluxo financeiro de empresas de diversos setores. Seus conhecimentos em finanças facilitam a negociação das dívidas em se tratando de cálculo de juros, multas, correções monetárias, honorários, parcelamentos e entre outras questões técnicas necessárias para chegar a acordo com o devedor. Esses profissionais também podem possuir contatos com empresas que já contrataram seus serviços e, com isso, fica mais fácil fazer uma abordagem comercial para oferecer um serviço de cobrança extrajudicial.

3) **Ex-funcionários de empresas de cobrança:** estes profissionais possuem conhecimento e experiência na área de cobrança, que são fundamentais na hora de fechar um contrato com um credor, no treinamento da equipe de cobrança e na gestão operacional do negócio.

Em resumo, não existe uma faculdade para se tornar um abrir uma empresa de cobrança, porém conhecimentos em **Finanças, Administração, Legislação básica e habilidades em negociação** são pilares para a operação de uma empresa de cobrança e tais conhecimentos são encontrados em diversas áreas. Procure estudar e se aperfeiçoar sempre. Lembre-se: não é possível saber tudo. Então, busque pessoas com conhecimentos complementares aos seus para serem sócios ou para trabalharem na sua empresa.

CNPJ e CNAE para assessorias de cobrança

Para iniciar uma assessoria de cobrança, é necessário abrir um CNPJ. E todo CNPJ precisa de um CNAE, que representa a atividade a ser exercida pela nova empresa.

Ao abrir um novo CNPJ, deve-se optar por um regime tributário. O mais comum é abrir uma empresa no Simples Nacional, uma vez que você pode economizar com impostos simplificados e com o custo da mensalidade da Contabilidade. Existem outros regimes tributários também, tais como o Lucro Presumido.

De acordo com a Wikipédia, "O SIMPLES (acrônimo de Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte) é o nome dado ao sistema de tributação simplificada criado em 1996 através de medida provisória e convertida na Lei nº 9.317/1996 pelo governo do Brasil cujo objetivo é facilitar o recolhimento de contribuições das microempresas e médias empresas. A empresa optante pelo Simples Nacional deve recolher o imposto conforme a Receita Bruta, variando as alíquotas de acordo com a atividade desempenhada".

Em se tratando do Simples Nacional, é possível atuar na área de cobrança, uma vez que ele contempla o **CNAE 8291-1/00 - Atividades de cobranças e informações cadastrais**. Este CNAE se enquadra na alíquota Anexo III: de 6% até 33%.

Além disso, é possível optar por ser MEI e mesmo assim exercer a atividade de cobrança usando o CNAE acima. Também de acordo com a Wikipédia, "O Microempreendedor Individual (MEI) é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário, para ser um microempreendedor individual, é necessário faturar até oitenta e um mil reais por ano e não ter participação em outra empresa como sócio ou titular, o MEI também pode ter um empregado contratado que receba um salário mínimo ou o piso da categoria. A formalização do MEI é gratuita e pode ser feita *online* através do Portal do Empreendedor ou visitando o escritório do Sebrae da cidade do empresário".

Além de economizar com contabilidade, o MEI pagará apenas um valor fixo por mês, independentemente do faturamento do mês. Na Wikipédia, temos que "O MEI é enquadrado no Simples Nacional e está isento dos tributos federais (Imposto de Renda, PIS, COFINS, IPI e CSLL) porém deve pagar mensalmente 5% sobre o valor do salário mínimo (INSS), acrescido de R\$ 5,00 (Prestadores de Serviço) ou R\$ 1,00 (Comércio e Indústria) por meio do carnê emitido através do Portal do Empreendedor. Esses valores são atualizados anualmente, de acordo com o salário mínimo".



Em resumo, se você for iniciar sua empresa sozinho, é possível começar como MEI e depois migrar para Microempresa optante pelo Simples Nacional. Se você tiver sócios, então deverá começar como uma Microempresa e poderá optar pelo Simples Nacional. Em todo caso, a melhor orientação é buscar ajuda de um profissional de Contabilidade para saber mais sobre os regimes tributários, seus custos e tomar a melhor decisão para a abertura da sua empresa.

Última dica: existem contabilidades online com preços bastante acessíveis.



Como conquistar clientes para sua empresa de cobrança

Nenhuma empresa sobrevive sem clientes! Logo, conquistar novos clientes é fundamental para viabilizar a operação da sua assessoria de cobrança. Mas, como conseguir novos clientes? Antes de falarmos especificamente sobre o processo de prospecção (negociação com possíveis clientes), iremos abordar um tópico muito importante: quais são os tipos de empresa que eu devo abordar para oferecer um serviço de cobrança?

Para isso, foque em setores que tradicionalmente possuem um alto volume de inadimplência, tais como escolas, faculdades, planos de saúde, provedores de internet, agências de viagens e transportadoras. Use o Google para localizar os sites e os contatos dos possíveis clientes, conhecidos como prospects, monte uma boa apresentação da sua empresa, envie e-mails, WhatsApp e entre em contato por telefone para agendar uma reunião.

Na reunião, foque nos benefícios da terceirização da cobrança, conforme já discutido neste blog no artigo sobre [A Importância de um escritório de cobrança](#). Lembre-se de reforçar que uma boa cobrança pode aumentar a lucratividade da empresa, economizar tempo da equipe do financeiro e obter melhores resultados devido a expertise na atividade.

Invista em um site para sua assessoria, juntamente com uma página nas redes sociais (Facebook, Instagram e LinkedIn). Isso é muito importante para passar mais credibilidade e transparência para seus prospects. Faça postagens nas redes sociais para demonstrar conhecimento e autoridade no assunto periodicamente. Sempre que possível, impulse suas postagens para atingir um público mais amplo. O Google Adwords (busca patrocinada no Google) oferece um bom custo-benefício e é muito utilizado na captação de clientes.

Se você tiver um caixa maior para investir em captação de clientes, pense na possibilidade de contratar uma agência de publicidade e propaganda ou de marketing digital. Há diversas empresas que terceirizam o setor comercial, que pode ser uma boa oportunidade, principalmente se a área comercial não for um ponto forte no seu time.

Precificação para empresas de cobrança. Quanto cobrar pelo serviço de recuperação de crédito?

Dar preço a produtos e serviços não é uma tarefa trivial. Existem diversas técnicas para chegar a um preço justo e/ou razoável. Algumas empresas fazem cálculos de custos e adicionam um percentual de lucratividade, outras se baseiam no preço cobrado pela concorrência e há quem defina um preço como meta de acordo com o volume vendido. Enfim, cada empresa adota uma forma de cálculo para o preço dos seus produtos ou serviços. Neste artigo, vamos apresentar as formas de precificação de serviços de cobrança mais comuns no mercado.

A forma de precificação mais comum no mercado de cobrança é uma **porcentagem sobre o valor total recebido de acordo com o tempo de atraso da dívida**. Exemplo: para dívidas com tempo de atraso até 180 dias, cobrar 14% sobre o valor total recebido como comissão. Já para dívidas com atraso entre 181 e 365 dias, cobrar 16% sobre o valor recebido e assim por diante. Neste formato, normalmente se cobra no **mínimo 10% e no máximo 20%**. No nosso exemplo, se um devedor pagar uma parcela de R\$ 1.000,00 cujo atraso é de 90 dias, então a comissão da assessoria será de 14%, equivalente a R\$ 140,00. O valor a ser repassado para o credor será de R\$ 1.000,00 menos R\$ 140,00, que é igual a R\$ 860,00.

Outra forma, não tão popular assim, é cobrar um **percentual sobre o valor do principal** (valor original da dívida) e **outro percentual sobre as correções** (juros, multa e correção monetária). Exemplo: cobrar 10% de comissão sobre o valor do principal e 100% sobre as correções. Dessa forma, o credor sempre receberá 90% do valor original e o restante ficará como comissão para a assessoria. Neste caso, se um devedor possuir uma dívida original de R\$ 1.000,00 e com juros e multa for para R\$ 1.100,00, então, a comissão da assessoria será de R\$ 200,00, sendo R\$ 100,00 referente à comissão sobre o valor do principal (10% sobre mil reais) e R\$ 100,00 de juros e multa (100% das correções). Já o credor receberá R\$ 900,00 (90% sobre o valor original de mil reais).

Existem empresas que cobram **honorários** semelhantes a um honorário advocatício, pois ele não é descontado do credor, mas sim, do devedor. Ou seja, ele aumenta o valor da dívida e esse valor a mais é retido para a assessoria. Imagine um honorário de assessoria de 17% sobre uma dívida de R\$ 1.000,00. Neste caso, o boleto será gerado no valor de R\$ 1.170,00, pois ele somará 17% (R\$ 170,00) no valor da dívida fazendo o devedor pagar um valor mais alto do que ele realmente devia. Note que isso precisa estar no contrato do devedor, pois esse tipo de cobrança pode ser ilegal se não tiver sido previamente acordada com o devedor.



Por falar em cobranças extras, algumas empresas cobram **taxas extras**, tais como um valor fixo por parcela ou um valor fixo por acordo. Neste caso, há quem desconte o valor do credor ou quem aumente o valor e cobre a mais do devedor. Caso sua empresa esteja pensando em cobrar um valor a mais do devedor como taxa de serviço, não esqueça de se certificar que isso foi previamente acordado com o devedor em contrato para não cair na ilegalidade.

Por fim, algumas poucas empresas cobram uma **mensalidade do credor** para garantir uma quantidade mínima de acionamentos (ligações). Por exemplo: cobra-se R\$ 200,00 mensais do credor para garantir pelo menos 600 acionamentos por mês. Esse tipo de cobrança é pouco comum, pois não há garantias para o credor que ele receberá dos devedores. Por isso, é mais difícil fechar contratos assim.

Neste capítulo apresentamos algumas formas de precificar o serviço de cobrança de dívidas. Independentemente da forma de precificação escolhida, é importante que o **preço do seu serviço seja coerente com o mercado** e que **permita lucratividade**, mesmo que seja a médio prazo, uma vez que isso pode ser decisivo para a sobrevivência da sua empresa.



WhatsApp na cobrança de dívidas

O WhatsApp é uma ferramenta incrível. Fácil de usar, prática e grátis. Então, por que não utilizar esse recurso na sua empresa de cobranças? Neste artigo, vamos explicar os prós e os contras do WhatsApp na cobrança, para você decidir se vale a pena ou não usar a ferramenta em sua operação.

Conforme já citado, o WhatsApp pode ser um grande aliado na comunicação com os devedores, uma vez que ele é bastante popular, grátis e permite anexar arquivos, imagens, vídeos, áudio e possui uma série de outros recursos. Além disso, as pessoas normalmente prestam mais atenção nas mensagens recebidas pelo WhatsApp do que em mensagens recebidas via SMS ou e-mail. Também, existem recursos no WhatsApp para verificar se a pessoa recebeu ou leu a mensagem, o que pode ajudar a identificar se a pessoa está ou não motivada a negociar. Se a pessoa visualizou a mensagem e ignorou ou bloqueou o número, então, sabemos que ela não está disposta a negociar.

Porém, o Facebook (empresa proprietária do WhatsApp) não permite o disparo automático de mensagens via WhatsApp e muito menos o envio de mensagens automáticas em massa. Apenas algumas empresas possuem autorização para automatizar envios mediante a uma aprovação prévia do conteúdo a ser enviado, bem como ao pagamento de taxas pelo envio. O destinatário somente receberá essa mensagem se possuir o contato da empresa (remetente) cadastrado em seu celular e tiver autorizado o recebimento. Ou seja, para ser legalizado, o WhatsApp deixa de ser grátis e de ser tão fácil quanto estamos acostumados.

Tome cuidado com empresas que falam que fazem disparos em massa via WhatsApp porque isso é ilegal e feito por meio de hacks. Além de questões legais e morais, o uso de hacks pode trazer consequências como o bloqueio dos números telefônicos utilizados e claro, pode abrir uma brecha de segurança para exposição dos seus dados, uma vez que você estará lidando com hackers.

Diante disso, pode-se concluir que o WhatsApp é uma ferramenta útil na cobrança, mas deve ser usado com cautela, evitando hacks que podem trazer prejuízos a sua operação. Portanto, sugere-se usar o próprio Web WhatsApp ou o aplicativo do WhatsApp para computador e mandar as mensagens pontualmente para cada devedor.

Dica: o [Recuperador CRM](#), sistema de gestão de cobranças que patrocina esse blog, permite que você clique no telefone de algum devedor para abrir automaticamente a tela do Web WhatsApp ou do aplicativo WhatsApp para computador posicionando no número do cliente. Isso é um facilitador legalizado pelo Facebook e ajuda a iniciar uma conversa sem ter que adicionar o contato do cliente no aparelho.

Telefonia básica e comunicação para empresas de cobrança

Quando falamos sobre empresas de cobrança, logo pensamos em cobrança por telefone. Porém, uma operação de cobrança não utiliza apenas ligações telefônicas para se comunicar com os devedores. Neste capítulo, abordaremos os principais recursos de telefonia e comunicação em geral disponíveis para operações de cobrança.

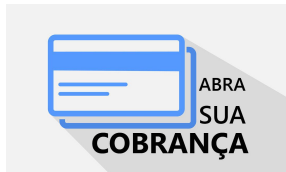
O primeiro recurso, e mais utilizado, é a **ligação por voz**. Ela pode ser discada **manualmente** pelo operador ou feita usando um **discador automático**. No formato manual, o consultor deverá discar manualmente o número do devedor, aguardar o devedor atender ou o sinal de ocupado e então prosseguir com o atendimento ou passar para o próximo número. Por outro lado, o discador automático faz a ligação automaticamente e, ao completar a ligação, ele abrirá uma janela no CRM de cobrança posicionando na tela de negociação daquele devedor, pois o discador saberá o CPF ou CNPJ do devedor que completou a ligação. A grande vantagem da ligação automatizada pelo discador é que o consultor não perderá tempo discando manualmente, além de não gastar tempo entre uma ligação e outra, pois o discador efetuará uma nova ligação assim que a ligação anterior for finalizada. Porém, a desvantagem disso é o custo mais alto em relação à ligação manual.

Já o segundo recurso de telefonia mais utilizado é o **SMS**. Apesar de ser considerado "fora de moda", é um recurso muito interessante para enviar mensagens rápidas, links de pagamento, lembretes de vencimento, agendamento de reuniões e entre outras coisas. Ele pode ser enviado individualmente ou em lote para um conjunto de devedores.

O terceiro recurso de comunicação mais utilizado é o **e-mail**. Ele tem as mesmas vantagens do SMS, porém, aceita um texto mais longo, permite anexar documentos e imagens, além de ser mais formal que um SMS. Portanto, é muito indicado para envio de contratos, termos de acordo e demais formalizações com o devedor.

A quarta maneira mais utilizada de comunicação com devedores é o **WhatsApp**. Ele é prático, grátis e possui recursos multimídia para interagir melhor com o devedor. Inclusive, fizemos um capítulo especialmente sobre ele [aqui](#) no e-book, uma vez que há muitas dúvidas sobre como utilizar esse recurso na cobrança, bem como o que é legal e o que é ilegal no uso do WhatsApp.

O quinto e último recurso de telefonia mais utilizado é a **mensagem de voz**. Trata-se de uma ligação gravada que é iniciada assim que o devedor atende à ligação e pode ser combinada com uma URA para aceitar comandos. Exemplo: disque um para gerar o boleto, disque dois para falar com um atendente etc. A vantagem da gravação é que ela



Abra Sua Cobrança **E-book oficial do blog**

Tudo Que Você Precisa Saber Para Montar Sua Empresa de Cobrança

funciona independentemente de um consultor. A desvantagem é que ela não capta a mesma atenção do devedor ao ser comparada com uma ligação feita por uma pessoa.

Finalizando, uma boa comunicação é fundamental para o sucesso de uma empresa de cobrança. E para tal, deve-se selecionar as melhores ferramentas de comunicação. Escolha suas ferramentas e estude-as bem. Para extrair o melhor de cada ferramenta, treine sua equipe em cada ferramenta escolhida.



O que é uma régua de cobrança?

Um dos conceitos mais utilizados na cobrança de dívidas é a régua de cobrança. Em resumo, a régua de cobrança é um conjunto de regras utilizadas para avisar os devedores sobre o vencimento de suas dívidas de forma gradual. Neste capítulo, falaremos um pouco mais sobre a régua de cobrança e apresentaremos um exemplo.

A régua de cobrança pode ser feita manualmente ou automaticamente utilizando algum software. O mais importante é definir as regras, bem como as mensagens a serem enviadas aos devedores. Segue um exemplo de régua de cobrança:

- Após 1 dia da data de cadastro da dívida, enviar uma mensagem para o devedor avisando que a dívida está com a assessoria e que é esperado um retorno no telefone 0800 ou no e-mail da empresa para negociação;
- Após 5 dias, apresentar as vantagens de ter o nome limpo e de possuir crédito;
- Após 10 dias, enviar uma mensagem para o devedor alertando sobre as consequências do não pagamento, incluindo eventual negativação;
- Após 15 dias, enviar uma notificação extrajudicial;
- Após 20 dias, lembrar o devedor que ele poderá ser protestado em cartório;
- Após 30 dias, informar o devedor que ele poderá ser acionado na justiça.

O exemplo acima é apenas uma ilustração de como funciona a régua de cobrança. Você deverá criar suas regras de acordo com a necessidade dos seus credores e de acordo com o perfil dos devedores.

É importante destacar que a mensagem a ser enviada para poderá utilizar múltiplos canais, tais como ligações, e-mail, SMS, WhatsApp, mensagens de voz e entre outras. A seleção do canal de comunicação é tão importante quanto a mensagem em si.

Procure elaborar mensagens formais, diretas, sem tons de ironia ou ameaçadores. O objetivo é sempre informar e não julgar, ofender ou ameaçar. Afinal de contas, o artigo 42 do Código de Defesa do Consumidor (CDC) adverte: "Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça".

Concluindo, a abordagem dos devedores depende diretamente da régua de cobrança definida. Ela deve ser elaborada com bastante coerência e de acordo com as necessidades dos credores. Se bem elaborada, pode trazer bons resultados para a operação. Porém, se elaborada de forma incorreta, pode gerar processos para a empresa de cobrança.



Como definir metas e comissões dos consultores de cobrança?

Metas claras e alcançáveis são importantes para direcionar os esforços da equipe, manter todos olhando para a mesma direção e buscando o mesmo objetivo. Já as comissões podem motivar o time para atingir as metas, pois recompensam financeiramente o esforço e o trabalho empenhados. Neste capítulo, apresentaremos estratégias para definir o valor da meta e das comissões em uma operação de cobrança.

A meta normalmente é associada com a demanda do seu credor. Então, depende de quanto o seu credor espera recuperar. Já a comissão é um complemento do salário fixo dos consultores e deverá ser paga somente se o consultor atingir a meta.

Conforme dito anteriormente, a meta normalmente depende do credor. Logo, se o credor forneceu uma base com R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) em dívidas e espera que a empresa consiga recuperar pelo menos 10%, então, a meta precisa ser pelo menos R\$ 100.000,00 para não prejudicar o relacionamento com o credor e não correr o risco de perder a carteira.

Porém, todos trabalham dessa forma. Algumas empresas de cobrança preferem estipular valores de acordo com o que a assessoria pretende recuperar por consultor, independentemente da expectativa do credor. Ou seja, uma abordagem baseada no lucro previsto por consultor. Essa estratégia é mais agressiva, uma vez que a meta obrigatoriamente precisa ser superior ao valor esperado pelo credor e não necessariamente bate com o perfil dos devedores da carteira. Por isso, deve ser implementada com cautela.

Já a comissão pode ser um percentual sobre a comissão recebida pela assessoria ou um valor fixo. Exemplo de comissão: 2% sobre o valor recebido como comissão da assessoria no mês pelo consultor ou R\$ 100,00 extra ao atingir a meta de recebimento de R\$ 60.000,00.

A comissão deve ser coerente com a expectativa do time, pois uma comissão muito pequena pode desmotivar ao invés de motivar. Além disso, ela deve ser compatível com os valores oferecidos pelos concorrentes em sua cidade.



Portal de negociação para cobranças

O portal de negociação é um recurso que permite que os devedores fechem acordos usando apenas o CPF/CNPJ e sem a necessidade de um contato telefônico com um consultor. Neste capítulo, serão abordados os prós e os contras da utilização de portais de negociação em empresas de cobrança.

Pode-se entender o portal de negociação como uma **ferramenta de automação de cobranças**. Por meio dele, é possível criar malas diretas e anúncios em redes sociais e feirões para divulgação do portal de negociação e oferecer descontos no fechamento de acordos via internet. Assim, a ferramenta permite atingir um grande público e fechar acordos de forma mais econômica, pois não há interação direta de consultores no fechamento desses acordos. Ou seja, o portal de negociação tende a **umentar a lucratividade** da empresa.

Mas, atenção: o **portal de negociação exige uma gestão específica** para passar maior segurança para os devedores e viabilizar o fechamento de acordos de devedores indecisos. O primeiro passo é utilizar um **meio de pagamento automático de confiança**, que exiba claramente os dados do credor e do devedor, preferencialmente com **logotipo, CNPJ e certificado de segurança**. Em segundo lugar, é importante realizar comunicações com os devedores utilizando um **e-mail com domínio próprio**, evitando e-mails grátis para passar maior credibilidade. E por fim, é fundamental ter um **consultor ou gestor monitorando os acessos** e acompanhando tentativas de acordos que não foram finalizadas ou boletos que não foram pagos. Com isso, o consultor ou o gestor poderá entrar em contato com o devedor e incentivar a finalização do acordo.

Por outro lado, um **portal de negociações de má qualidade** ou configurado de forma inadequada por **umentar os custos** da operação, **gerar insegurança** nos devedores, **reduzir as taxas de conversão na cobrança** telefônica e virar um meio para a prática de **fraudes**.

Finalizando, o portal de negociação é um recurso interessante, mas que deve ser utilizado com cautela. Procure por fornecedores de qualidade, com experiência e que estejam disponíveis para dar o suporte necessário para implantação segura da ferramenta em sua empresa, minimizando riscos.

Pesquisa de satisfação NPS em cobranças

O NPS é um formato de pesquisa amplamente utilizado para avaliar a satisfação dos clientes de forma simples e objetiva. Neste capítulo, será apresentado o NPS, bem como sua aplicação em empresas de cobrança.

De acordo com a Wikipedia, o **Net Promoter Score (NPS)** é uma métrica de lealdade do cliente criada por Fred Reichheld em 2003 através de uma publicação de um artigo chamado The One Number You Need to Grow na revista da Universidade Harvard, com o objetivo de medir o grau de lealdade dos clientes das empresas de qualquer segmento, trazendo reflexos da experiência e satisfação dos clientes. O indicador-chave de performance (KPI) é amplamente utilizado em virtude da sua simplicidade, confiabilidade e flexibilidade. O NPS revolucionou os modelos de pesquisa de satisfação de clientes, substituindo os métodos de pesquisa mais obsoletos, que, em sua maioria, tornam as pesquisas de pós-venda longas, cansativas e chatas para o cliente. NPS®, Net Promoter® e Net Promoter® Score são marcas registradas da Satmetrix Systems Inc., Bain & Company e Fred Reichheld.

O Net Promoter Score é calculado com base nas respostas a uma única pergunta: Qual é a probabilidade de que você recomendar a nossa empresa / produto / serviço a um amigo ou colega? A pontuação para esta resposta é mais frequentemente com base em uma escala de 0 a 10.

Aqueles que respondem com uma pontuação de 9 ou 10 são chamados de Promotores, e são considerados propensos a apresentar comportamentos de criação de valor, tais como a compra adicional, permanecer clientes por mais tempo, e fazer mais referências positivas para outros potenciais clientes. Aqueles que respondem com uma pontuação de 0 a 6 são rotulados de Detratores, e acredita-se ser menos propensos a apresentar comportamentos de criação de valor. Respostas de 7 ou 8 são rotuladas Passivas ou Neutras e seu comportamento cai no meio de promotores e detratores. O Net Promoter Score é calculado subtraindo a porcentagem de clientes Detratores da porcentagem de clientes Promotores. Clientes Passivos ou Neutros contam para o número total de entrevistados, mas não afetam diretamente o resultado líquido global.

A princípio, muita gente considera que pesquisas de satisfação não se aplicam à cobrança, pois os devedores tendem a ser detratores, uma vez que ninguém gosta de ser cobrado, certo? Não necessariamente. Quando uma cobrança é feita de forma coerente e respeitosa, o devedor pode se sentir grato por conseguir um bom desconto, quitar a dívida e limpar seu nome. Também, ele pode gostar de conseguir crédito novamente e fazer negócios com aquele credor mais uma vez.



Além disso, o credor tem muito interesse em saber a satisfação dos clientes com relação à empresa de cobrança. Afinal de contas, muitas empresas deixam de contratar assessorias de cobrança com medo delas não tratem bem os seus clientes e impedir novos negócios no futuro. Isso pode ser mitigado por empresas de cobrança que fazem pesquisa de satisfação e compartilham os resultados com os credores.

Portanto, pesquisas de satisfação podem ser um diferencial competitivo para assessorias de cobrança, permitindo a aquisição de novos clientes, aprimorando a equipe de cobrança e trazendo mais lucros para a empresa.

Cálculo de juros, multa, correção monetária, comissão e honorários para cobrança

Em uma operação de cobrança, a atualização de valores normalmente é feita automaticamente via software, porém é fundamental entender bem os cálculos para saber lidar com questionamentos dos clientes, bem como avaliar possíveis erros de cálculos e evitar problemas. Neste capítulo, explicaremos como calcular juros, multa, correção monetária, comissão e honorários em dívidas.

Para exemplificar os cálculos, utilizaremos um cenário de um devedor que possui uma **dívida (valor principal) de R\$ 1.000,00** vencida em 01/01/2021 e a data do acordo será 30/11/2021. Ou seja, uma dívida com **11 meses de atraso**.

Juros: o valor da remuneração pelo uso do dinheiro é chamado de juros. Ou seja, quando o devedor efetua uma compra e não paga na data prevista, ele está usando um dinheiro que não lhe pertence. Logo, isso precisa ser cobrado. Existem basicamente duas formas de cálculo de juros: **simples** ou **compostos**. Os juros simples são os mais utilizados na cobrança, até porque a legislação permite a cobrança de até 1% de juros ao mês quando a taxa de juros não tiver sido previamente acordada. Já os juros compostos, também chamados de juros sobre juros, são mais utilizados em operações financeiras, tais como cartão de crédito. Neste capítulo, abordaremos apenas o cálculo de juros simples, pois são mais comuns. Para saber mais sobre juros compostos, confira os seguinte [artigo](#).

Calculo dos juros simples de 1% ao mês: como no exemplo o devedor está em atraso há 11 meses e os juros são de 1% ao mês, teremos no total 11% de juros. Portanto, basta calcular 11% de R\$ 1.000,00 e teremos o valor de **R\$ 110,00**. Com isso, o valor da dívida com juros passa a ser **R\$ 1.110,00**.

Observações: note que neste exemplo, o cálculo foi fácil porque foram usados 11 meses redondos. Porém, se o devedor tivesse atrasado a dívida em 20 dias, como fazer o cálculo? Neste caso, deve-se calcular os juros diários pro-rata, que é 1% dividido por 30 dias e usar esse valor vezes 20 dias. Ou seja, os juros diários referentes a 1% ao mês é igual a 1/30 (um por cento dividido por trinta dias) que é igual a 0,033% ao dia. Então 20 dias de juros sobre 1% ao mês é o mesmo que aplicar (0,033 x 20), que é igual a 0,66%. Finalizando, 0,66% de R\$ 1.000,00 é igual a R\$ 6,60.

Correção monetária: o valor da remuneração pela correção do dinheiro após um período de tempo é chamado de correção monetária. O objetivo é atualizar o valor para que o credor não perca poder de compra devido à alta dos preços (inflação) no período. Existem diversas maneiras de calcular a correção monetária e ela precisa estar prevista em contrato. Essas maneiras de calcular a correção monetária são conhecidas como

tabelas ou índices. Os mais comuns são os índices dos tribunais de justiça de cada estado, IGMP, IPCA e entre outros. Cada índice é calculado de uma maneira, portanto, é necessário estudar o índice e fazer o cálculo utilizando o valor atualizado. Aqui, vamos utilizar como exemplo o índice do TJSP (Tribunal de Justiça do Estado de São Paulo).

Cálculo da correção monetária de acordo com o índice do TJSP: o primeiro passo é baixar a tabela do TJSP na internet e obter os valores do índice para o mês de vencimento da dívida (no nosso exemplo foi janeiro de 2021) e o valor do índice para a data do cálculo (no nosso exemplo foi novembro de 2021). A tabela pode ser baixada no link <https://www.tjsp.jus.br/Download/Tabelas/TabelaDebitosJudiciais.pdf>. Neste caso, o valor do índice de janeiro de 2021 foi 76,985382 e o valor do índice de novembro de 2021 foi 83,491295. Finalizando, o cálculo usando a tabela do TJSP é sempre o valor a ser atualizado, dividido pelo índice do vencimento, multiplicado pelo índice da data do cálculo. Assim, temos $(R\$ 1.000,00 / 76,985382) \times 83,491295$ é igual a **R\$ 1.084,51**.

Multa: o valor cobrado como punição pelo atraso do pagamento é chamado de multa. A legislação permite a cobrança de até 2% de multa quando a taxa de multa não tiver sido previamente acordada. Note que a multa pode ser cobrada sobre o valor atualizado pela tabela de correção monetária. Se não houver correção monetária no cálculo, deve-se aplicar a multa sobre o valor original da dívida.

Cálculo da multa de 2% sobre o valor corrigido: no nosso exemplo, o valor corrigido pela tabela do TJSP foi de **R\$ 1.084,51**. Com isso, podemos aplicar 2% de multa sobre esse valor, obtendo uma multa de **R\$ 21,69**.

Assim, já calculamos o valor de juros, multa e correção monetária. O valor original de R\$ 1.000,00 passou a ser o valor atualizado pela tabela do TJSP de **R\$ 1.084,51** com **R\$ 110,00 de juros e R\$ 21,69 de multa**. Somando-se os três valores, o **valor total** passou a ser **R\$ 1.224,20**. É esse valor R\$ 1.224,20 que será cobrado do devedor e que será usado como base de cálculo da comissão e honorários da assessoria, se aplicáveis.

Comissão (taxas administrativas e honorários): aqui no e-book, já foi publicado um capítulo explicando as formas mais comuns de remuneração pelo serviço de cobrança, conhecidos como taxa administrativa e honorários. Você pode conferir [aqui](#) mais detalhes sobre esses dois conceitos. Em resumo, a diferença é que a taxa administrativa é descontada do repasse do credor, enquanto que os honorários são cobrados do devedor, aumentando o valor da dívida. Como exemplo, vamos utilizar o cálculo de comissão de taxa administrativa de 10% sobre o valor recebido e honorários de 30%.

Cálculo da taxa administrativa de 10% sobre o valor recebido: uma vez que o valor total do acordo com juros, multa e correções foi de **R\$ 1.224,20** podemos facilmente calcular **10%** de comissão sobre esse valor, totalizando **R\$ 122,42** de taxa administrativa. Com isso, a assessoria ficará com esse valor de R\$ 122,42 e **repassará** o restante para o



credor, ou seja, R\$ 1.224,20 menos R\$ 122,42, que é igual a **R\$ 1.101,78**. Esse formato de cálculo de comissão é o mais utilizado e mais fácil de calcular.

Cálculo de honorários de 30% sobre o valor acordado: como valor total do acordo com juros, multa e correção monetária foi de **R\$ 1.224,20** podemos acrescentar 30% de honorários sobre esse valor, totalizando **R\$ 1.591,46**. Ou seja, perceba que o devedor pagará um valor superior ao valor com juros, multa e correção monetária. Com isso, a assessoria ficará com esse valor de 30% a mais (**R\$ 367,26**) e repassará o restante (R\$ 1.224,20) para o credor. Esse formato de cálculo de comissão é menos utilizado e se aplica mais a advogados. Antes de cobrar honorários e aumentar o valor da dívida do devedor, verifique se o credor possui autorização contratual para cobrar honorários.

Para finalizar esse capítulo, é importante chamar a atenção para o cálculo reverso dos honorários. Muita gente comete o erro de achar que se foi cobrado **30%** a mais de honorários de um acordo, então para saber o valor dos honorários é só tirar 30% de **R\$ 1.591,46**, certo? Errado!

Faça a conta e você perceberá que 30% de **R\$ 1.591,46** equivale a **R\$ 477,44** e não **R\$ 367,26** como era esperado. Isso acontece pelo fato de você ter adicionado (somado) 30% e não aplicado 30%. Para fazer a conta reversa, temos que subtrair o valor com juros, multa e correção monetária do valor com honorários. Logo, a conta correta seria **R\$ 1.591,46 menos R\$ 1.224,20**, que é igual a **R\$ 367,26**. E claro, a outra forma mais trabalhosa de identificar o valor dos honorários em um acordo é refazer o cálculo do início, ou seja, calcular novamente o valor dos juros, correção monetária, juros e sobre esse valor, calcular os 30% a mais.

Concluindo, os cálculos não são difíceis, são apenas trabalhosos. E para isso, existem diversas ferramentas que realizam essa atividade automaticamente, mas, conforme já discutido, é de suma importância saber fazer o cálculo manualmente em caso de questionamento por parte do credor ou do devedor.

Enriquecimento de dados para cobranças

O **enriquecimento de dados** é um procedimento usado para **localizar dados** pessoais de devedores **pessoa física** ou **jurídica** e é muito utilizado por empresas de cobrança. Neste capítulo, serão apresentados mais detalhes do enriquecimento de dados, bem como os prós e os contras desse recurso em uma operação de cobrança.

Conforme dito anteriormente, o enriquecimento de dados permite localizar telefones, e-mails, endereços, data de nascimento e entre outros dados de uma pessoa física ou jurídica de acordo com informações armazenadas na base de um determinado fornecedor de enriquecimento de dados. Os fornecedores de soluções de enriquecimento de dados possuem diversas fontes de informação e cruzam esses dados na tentativa de obter maior assertividade na localização das informações.

A grande vantagem do enriquecimento de dados é que ele permite localizar devedores cujos cadastros estão desatualizados, incompletos ou informados incorretamente, permitindo que a equipe entre em contato rapidamente com o devedor, sem ter que entrar em contato com o credor para pedir novas informações daquele devedor.

É possível realizar o enriquecimento de dados de um CPF ou CNPJ individualmente ou em lote. As grandes assessorias possuem um time de qualidade ou “control desk” que, dentre outras coisas, fica responsável por enriquecer dados de devedores antes de iniciar os acionamentos. As empresas menores normalmente passam essa atividade para o coordenador ou então permitem que o próprio consultor enriqueça os dados de um devedor individualmente, quando necessário.

Por outro lado, a desvantagem do enriquecimento de dados é que ele não é 100% garantido. Quem nunca recebeu uma ligação procurando por alguém que você nunca ouviu falar na vida! Isso provavelmente foi causado por uma informação incorreta no enriquecimento de dados. Ou seja, você corre o risco de pagar por uma informação incorreta e pode gastar tempo e minutos de ligação com um contato improdutivo por conta do enriquecimento de dados incorreto.

Portanto, recomenda-se testar a sua base antes de enriquecer. Tente acionar os devedores usando as informações que você tem primeiro, antes de localizar automaticamente os dados dos devedores. Use o enriquecimento como uma segunda alternativa e você provavelmente minimizará problemas, reduzirá os custos e aproveitará melhor o recurso.



Vantagens da blacklist de telefones para cobrança

O recurso de **blacklist de telefones** permite registrar números de **telefones a serem ignorados durante os acionamentos** (ligações). Porém, nem sempre as pequenas e médias assessorias de cobrança utilizam esse recurso. Neste capítulo, abordaremos algumas vantagens da utilização dessa ferramenta.

Muitas empresas não utilizam uma blacklist de telefones porque não possuem ferramentas adequadas para viabilizar essa tarefa ou simplesmente pelo fato que se gasta um pouco mais de tempo registrando os números a serem ignorados. Isso faz com que a empresa crie a cultura de acionar todos os telefones cadastrados.

No entanto, é importante ressaltar que uma blacklist pode trazer **economia de tempo e dinheiro** para a operação, uma vez que os telefones registrados na blacklist não serão acionados, economizando tempo dos consultores em ligações desnecessárias e reduzindo despesas com minutos de ligações. Além disso, os cadastros dos devedores ficarão mais limpos e mais precisos, algo fundamental para ajudar a aumentar a lucratividade da operação.

Assim, percebe-se que há vantagens significativas na utilização de uma blacklist e que tais vantagens podem superar eventuais desvantagens da utilização da ferramenta.



Negativação no Serasa para empresas de cobrança

Todo mundo conhece o Serasa, SPC e demais órgãos de proteção ao crédito, mas nem todo mundo sabe como eles funcionam e como podemos usá-los. Neste capítulo, falaremos um pouco mais sobre negativação para cobrança com ênfase no Serasa.

Órgãos de proteção ao crédito existem para registrar o nome de pessoas inadimplentes em um banco de dados centralizado e permite que os associados desse órgão consultem um CPF ou CNPJ para saber se ele já possui alguma restrição ou não, minimizando o risco de crédito.

Normalmente, é necessário ser um associado do órgão ou um cliente deste órgão para conseguir acesso às consultas pelo CPF ou CNPJ. Exemplo, lojistas filiados a CDL podem se cadastrar para usar o SPC. Clientes do Serasa podem usar a plataforma de negativação do Serasa e assim por diante. Além disso, cada pesquisa ou inclusão é tarifada e os órgãos permitem a compra de créditos (formato pré-pago) ou permitem pagamento posteriores (pós-pago).

O Serasa permite que empresas se cadastrem, paguem pelo acesso às consultas e negativem clientes em sua base de dados. Porém, nem toda empresa pode ser cliente Serasa. Todas as empresas que possuem um CNAE de cobrança em seu CNPJ não poderão ser clientes Serasa. Portanto, assessorias de cobrança não podem usar os serviços do Serasa para negativar devedores de seus credores. Somente o credor poderá se tornar cliente Serasa e ele sim poderá negativar os clientes dele.

Isso provavelmente acontece por questões legais, uma vez que o Serasa também oferece serviços de recuperação de crédito e seria incoerente oferecer um serviço e concorrer com seus próprios clientes.

Diante disso, é importante ter em mente que uma empresa de cobrança não poderá contar com recursos de negativação no Serasa para os devedores e que esta responsabilidade é melhor executada pelo próprio credor.



Fila de cobrança

Criar e gerenciar filas de cobrança é uma das atividades do time de qualidade ou “control desk” em grandes assessorias de cobrança. Nas empresas de cobranças médias ou pequenas, essa responsabilidade normalmente fica com os gestores. Independentemente de quem é dono dessa atividade, esta tarefa é importantíssima, pois influencia diretamente na performance da cobrança e, conseqüentemente, nos resultados financeiros da empresa. Neste capítulo, serão abordados os conceitos básicos de uma fila de cobrança, bem como algumas estratégias para elaboração de filas.

Uma fila de cobrança é um conjunto de devedores serem acionados em um determinado período. Ou seja, uma lista de CPFs ou CNPJs, bem como os nomes e os contatos desses devedores. A escolha desses devedores deve obedecer a um critério e uma seleção para otimizar o tempo dos consultores e obter o máximo de retorno nas ligações.

Sempre que houver um evento específico, deve-se criar uma fila que contemple esse evento. Exemplo: um credor está fazendo um feirão limpa nome com até 80% de desconto para dívidas atrasadas há 5 anos ou mais. Então, faz sentido criar uma campanha para entrar em contato com esses devedores e oferecer esse desconto. Para isso, cria-se uma fila de cobrança que inclua apenas devedores deste credor com atrasos superiores a 5 anos.

Em dias normais, pode ser interessante acionar os devedores que ainda não foram acionados, bem como reagendamentos de ligações. Também, sugere-se acionar devedores que possuam parcelas a vencer nos próximos dias e acionar os devedores que quebraram o acordo nos últimos dias.

Além de selecionar os devedores a serem acionados, a fila também permite ordenar esses contatos. Por exemplo, acionar os devedores em ordem decrescente de valor devido, para garantir que os devedores que devem os valores mais altos sejam acionados primeiro. Outro exemplo é acionar os devedores por ordem de vencimento decrescente, para entrar em contato com os devedores que possuam dívidas mais recentes primeiro.

Dessa forma, percebe-se que uma boa estratégia de elaboração de filas de cobrança pode aumentar a produtividade da equipe, gerar mais acordos e maior lucratividade para a empresa. Uma boa fila de cobrança também auxilia na redução de despesas com tempo ocioso e ligações improdutivas.



Fechamento e repasse em empresas de cobrança

Repasse é um procedimento feito pela assessoria de cobrança para **transferir o valor recuperado** dos devedores para um determinado credor **descontando da comissão** da assessoria pelo serviço de cobrança. Porém, nem todas as empresas trabalham dessa maneira e alguns credores exigem que o dinheiro recuperado caia na conta corrente dele. O **cálculo** dessa **comissão**, bem como os detalhes envolvidos nesse cálculo fazem parte do **fechamento**. Neste capítulo, serão abordados os conceitos de repasse e fechamento em assessorias de cobrança.

Em um **cenário ideal**, todo dinheiro recebido dos devedores deveria ser armazenado na **conta corrente neutra** e, ao registrar um pagamento, o dinheiro seria automaticamente repassado para a conta corrente do credor descontado da comissão da assessoria, que seria transferida para conta corrente da assessoria. Alguns CRMs de cobrança possuem esse tipo de recurso, como é o caso do [Recuperador CRM](#).

No entanto, nem todo mundo possui ferramentas para viabilizar esse tipo de operação. Logo, existem dois cenários mais comuns de gestão dos recebimentos: o **dinheiro cai na conta da assessoria** ou o **dinheiro cai na conta do credor**. Em ambos os casos, é necessário um fechamento mensal para apurar os pagamentos aprovados e suas respectivas comissões.

O **fechamento** deve gerar um **relatório (demonstrativo)** para exibir o nome do devedor que fez o pagamento, seu CPF ou CNPJ, a data do pagamento, o valor pago, o código do acordo ou da parcela do acordo, o valor da comissão e o valor do repasse. Também, é importante ter um totalizador de pagamentos, valor total pago, valor total de comissão e valor total do repasse.

Se o dinheiro caiu na **conta da assessoria**, ela deverá fazer o repasse (transferência) do valor que compete ao credor, ou seja, do valor total do repasse apurado no fechamento. Esse formato é bastante interessante para a assessoria, pois evita inadimplência do credor, uma vez que o dinheiro ficará na conta corrente da assessoria, assegurando a comissão.

Por outro lado, se o dinheiro caiu na **conta do credor**, a assessoria deverá gerar um boleto no valor total da comissão para que o credor pague pelo serviço de recuperação de crédito. Esse formato é mais favorável ao credor, pois lhe permite um melhor fluxo de caixa, além de eliminar a desconfiança de um possível golpe por parte da assessoria.



Abra Sua Cobrança E-book oficial do blog

Tudo Que Você Precisa Saber Para Montar Sua Empresa de Cobrança

Sendo assim, os dois formatos apresentam prós e contras. Por isso, é importante entender bem os cenários e conversar sobre isso com o credor e **formalizar no contrato de prestação de serviço** antes de iniciar a operação.

Este E-book é um oferecimento de [Recuperador CRM](#), sistema de gestão de cobranças CRM moderno para assessorias, equipes de cobrança e advogados.



Fundamentos de cobrança: cadastros básicos e procedimentos para chegar a um acordo

Neste capítulo, será apresentado o aspecto mais fundamental da cobrança, que é o fluxo para chegar a um acordo. Assim, apresentaremos o passo a passo até chegar a um acordo com o devedor.

Tudo começa com o **cadastro do devedor** na assessoria de cobrança. Esse cadastro é dividido em dois: cadastro da ficha do devedor e cadastro das dívidas deste devedor.

Dessa forma, o primeiro passo é cadastrar a **ficha do devedor**. Quanto mais informação sobre o devedor, melhor. Exemplo de informações necessárias para cadastrar a ficha do devedor: nome, CPF ou CNPJ, telefones, e-mails, endereço completo, data de nascimento e sexo em caso de pessoa física ou razão social em caso de pessoa jurídica. Nem sempre é possível obter todas essas informações, mas é necessário pelo menos o nome e do CPF ou CNPJ para viabilizar uma consulta em uma ferramenta de enriquecimento de dados para obter os demais dados. Aqui no e-book já falamos um pouco sobre [Enriquecimento de Dados](#), que é um recurso para localizar dados de um CPF ou CNPJ, como telefones, e-mails, endereços e entre outras coisas automaticamente.

O segundo passo é **cadastrar as dívidas** desse devedor. Uma dívida consiste em uma breve descrição (aluguel, mensalidade, plano de internet etc), bem como a data de vencimento original e o valor original. Outras informações são bem vindas também, tais como o código do contrato, quadra e lote em caso de condomínios, data de competência e entre outras coisas para ajudar o devedor a entender o que ele está sendo cobrado.

A partir disso, é possível iniciar os contatos com os devedores para cobrar as pendências. Esses contatos também são conhecidos como **acionamentos**. Todo acionamento deve ser registrado para documentação da atividade e facilitar a transparência com o credor e com os gestores da empresa de cobrança. O registro de um acionamento é conhecido como **follow-up, ocorrência ou histórico**. Deve-se informar o que aconteceu ou o que não aconteceu naquele contato. Exemplo: cliente não atendeu a ligação. Cliente sem interesse em negociar. Cliente pediu para reagendar o contato para às 17h. E assim por diante. Além disso, devemos registrar a data e hora do contato, o responsável pelo contato e o meio de comunicação utilizado (telefone, e-mail, WhatsApp, SMS etc).

Quando há interesse do devedor em negociar as dívidas, pode-se iniciar uma tentativa de **acordo**. O acordo é uma proposta para quitação dos débitos ou parte dos débitos com um credor. No acordo, é possível dar descontos nos juros, multa e correções monetárias, bem como dar desconto no valor original, também conhecido como valor



principal. É muito comum parcelar o acordo ou exigir um valor de entrada. Vale reforçar este padrão de negociação deve ser definido no contrato da empresa de cobrança com o credor e seguido fielmente pelos cobradores. Qualquer exceção deverá ser autorizada pelo credor para evitar problemas para a assessoria de cobrança.

Se o devedor aceitar a o formato de negociação proposto, é feito o **fechamento do acordo** e o envio da fatura para pagamento das parcelas acordadas. O acordo pode ser formalizado em um **termo de acordo**, que é um documento que lista as dívidas originais e o parcelamento acordado. Ele deverá ser assinado pelo devedor para valer como um termo de confissão de dívida.

A **quitação do acordo** será feita quando o devedor terminar de pagar todas as parcelas do acordo. Consequentemente, o credor fará a quitação das dívidas acordadas. Por outro lado, uma **quebra de acordo** acontece quando o devedor deixa de pagar uma ou mais parcelas.

Se um devedor quebrar um acordo, a assessoria precisará entrar em contato com ele para entender os motivos da quebra e eventualmente propor um **reparcelamento** (renegociação) deste acordo ou então **cancelar o acordo** e usar eventuais valores pagos como crédito para abatimento em um novo acordo futuro.

Com isso, encerra-se o resumo do **fluxo de cobrança**, desde o cadastro do credor até o fechamento do acordo. No final do mês, a assessoria deverá apurar os valores pagos, enviar um demonstrativo para o credor e repassar eventuais valores para o credor, retendo apenas a comissão pelo serviço de cobrança. Este procedimento final é conhecido como [fechamento](#) e já foi explicado aqui no e-book.

Tipos de cobranças: extrajudiciais, pré-processuais e processuais

Cobranças extrajudiciais são as cobranças mais realizadas no dia a dia de uma assessoria de cobrança. No entanto, existem outros tipos de cobrança, tais como a pré-processual e a processual. Neste capítulo, serão explicadas as diferenças entre elas de forma resumida.

As **cobranças extrajudiciais** são as **mais comuns**, pois não necessitam de um advogado ou de um órgão do Poder Judiciário. Elas acontecem antes de um eventual processo e podem ser realizadas por qualquer pessoa. A intenção é receber o valor devido com o **menor custo** possível e no menor tempo possível, pois não haverá despesas com honorários advocatícios ou custas de processo, além de não passarem pela demora do Poder Judiciário brasileiro. Por isso, a grande maioria das assessorias de cobrança trabalham apenas com cobranças extrajudiciais. Mesmo quando a assessoria trabalha com outros tipos de cobranças, a extrajudicial costuma ser o tipo predominante.

Normalmente, pensamos na **cobrança extrajudicial** realizada por **telefone, e-mail, WhatsApp ou SMS**. Mas, é possível utilizar algumas ferramentas para aumentar a performance da cobrança, tais como **negativação** no SPC/Serasa, envio de **notificação extrajudicial** ou **protesto em cartório**. Aqui no e-book, já falado sobre [negativação](#).

Já as cobranças **pré-processuais** são feitas por meio de conciliação ou mediação do **CEJUSC**, que são os Centros Judiciários de Solução de Conflitos e Cidadania. O CEJUSC atua em situações que ainda não foram ajuizadas, ou seja, que não geraram processos diante do Poder Judiciário. Dessa forma, a assessoria pode agendar uma **reunião de conciliação** com mediação do CEJUSC com o credor e o devedor para solução do conflito. Se houver acordo, o Juiz fará a homologação do acordo e ele terá eficácia de título executivo judicial. Perceba que neste caso, a dificuldade de receber é um pouco maior em comparação com a cobrança extrajudicial, pois envolve o CEJUSC, necessita de uma reunião de conciliação e pode gerar custos extras. Por outro lado, pode ser uma alternativa interessante quando se esgotarem as tentativas de recebimento por meio de uma cobrança extrajudicial.

Por fim, as **cobranças processuais** são aquelas em que a dívida é ajuizada, ou seja, necessita de um advogado para abrir um processo na justiça contra o devedor. Neste caso, há incidência de honorários advocatícios, deixando a dívida mais cara para o devedor. Também, é necessário pagar as custas processuais para abrir o processo na justiça, bem como o advogado precisará acompanhar o processo para não perder os prazos. E por falar em prazo, é o tipo de cobrança que mais demora em média, pois o



Abra Sua Cobrança **E-book oficial do blog**

Tudo Que Você Precisa Saber Para Montar Sua Empresa de Cobrança

Poder Judiciário está sobrecarregado de processos e o devedor pode recorrer, fazendo com que o processo demore ainda mais para chegar a uma sentença final.

Diante disso, é possível perceber que usualmente a dívida começa a ser cobrada extrajudicialmente. Quando a cobrança extrajudicial deixa de ser efetiva para um determinado devedor, ela pode ser migrada para uma cobrança pré-processual. Quando não é possível chegar a um acordo ou não é viável utilizar uma cobrança pré-processual, pode ser necessário entrar com um processo em uma cobrança processual.

Notificação extrajudicial e protesto em cobranças

Neste blog, já abordamos o tema de [negativação](#) de devedores no SPC/Serasa. Porém, muitas empresas usam o envio de notificações extrajudiciais e protesto em cartório como ferramentas complementares para a recuperação do crédito. Neste capítulo, serão abordados mais detalhes sobre notificação extrajudicial e o protesto em cartório para empresas de cobrança.

As **notificações extrajudiciais** são usadas para documentar a comunicação do inadimplemento. Em outras palavras, ela é usada para informar o devedor que ele possui uma dívida com o credor e que se espera o pagamento dentro de um determinado prazo. A grande vantagem da notificação extrajudicial é que ela poderá servir de prova para um eventual processo contra o devedor. Qualquer pessoa pode elaborar uma notificação extrajudicial, ou seja, não necessariamente precisa ser um advogado, apesar deste ser o profissional mais indicado. É necessário ter atenção ao texto da notificação, não esquecendo de usar um papel timbrado com os dados da empresa, nome completo do devedor, endereço do devedor e demais dados do devedor, tais como CPF ou CNPJ, telefone e um resumo das dívidas. Também, não esqueça de informar um prazo para pagamento. Por fim, deve-se assinar e realizar o envio. Para ilustrar, confira aqui um modelo de notificação extrajudicial no site [Modelo Inicial](#). O envio da notificação extrajudicial pode ser feito via cartório, em que o próprio cartório fará o envio da notificação em três tentativas. Também, é possível enviar a notificação pelos correios usando carta registrada para coletar a assinatura no recebimento ou pela internet usando o serviço da [Central RTDPJ Brasil](#).

Já o **protesto em cartório** tem por objetivo formalizar a inadimplência. O protesto pode ser entendido como uma prova insubstituível de que o devedor foi apresentado ao título devido e essa prova poderá ser utilizada futuramente em um processo. O procedimento começa com o cadastro do protesto em cartório e o cartório fará a intimação do devedor. O devedor, por sua vez, poderá pagar o título diretamente no cartório para evitar o registro do protesto ou então, o credor poderá desistir do registro. Mas, atenção, pois o pagamento ou a desistência deverá ocorrer em até três dias após o envio da intimação. Caso o devedor não efetue o pagamento e o credor não desista do protesto dentro do prazo de três dias, então, o protesto será registrado e não poderá mais ser pago no cartório. Com isso, o pagamento deverá ser feito diretamente para o credor, que deverá solicitar o cancelamento do protesto após o pagamento. O cancelamento do protesto envolverá custos, que deverão ser pagos pelo devedor ou pelo credor. Se o protesto for cancelado, o cartório enviará um pedido aos órgãos de proteção de crédito



para remoção do título do cadastro de inadimplentes. Por outro lado, se não houver cancelamento do protesto, o título permanecerá protestado por 5 anos.

Diante disso, pode-se notar que a forma mais prática e mais barata de provar uma inadimplência é por meio de notificações extrajudiciais enviadas pelos correios. Porém, o protesto em cartório pode ser complementar a uma notificação extrajudicial, pois além de servir como prova, mantém o registro da inadimplência de forma pública no cartório. Existem inclusive sites como o <https://protestosp.com.br/> que permitem a consulta de protestos por CPF ou CNPJ, expondo esses devedores e indicando risco de crédito. Isso pode incentivar devedor a quitar o débito para remover seu nome da lista.

Termo de acordo para cobranças

O objetivo de toda empresa de cobrança é recuperar valores devidos, ou seja, viabilizar o pagamento de dívidas. Para que isso possa acontecer, é necessário chegar a um acordo. O acordo nada mais é do que um meio para viabilizar a quitação da dívida, que pode incluir descontos, parcelamentos, valores de entrada e entre outras coisas. Assim, o acordo gerará uma ou mais parcelas a serem pagas para quitação do acordo e, conseqüentemente, quitação das dívidas originais.

Porém, esse acordo precisa ser formalizado em um documento (contrato) para ser usado como evidência de tentativa de negociação da dívida e também servir como uma confissão de dívida. A confissão de dívida pode ser utilizada como prova na abertura de um processo na justiça, caso não seja possível chegar a um acordo de forma extrajudicial.

Dessa forma, o termo de acordo é um contrato que formaliza o acordo. Este contrato deve ser redigido com muita atenção para evitar problemas legais e recomenda-se fortemente a participação de um advogado em sua elaboração. O site arbtrato.com.br apresenta um modelo de termo de acordo de forma bastante completa e didática para facilitar o entendimento dos dados necessários para a confecção do documento.

Em resumo, o termo de acordo possui dados pessoais do devedor e do credor, bem como o objeto do contrato, que é o reconhecimento de uma dívida, e o parcelamento acordado para quitação dessa dívida.

Por fim, deve-se assinar o contrato, coletar a assinatura do devedor e de duas testemunhas. Guarde esse documento de forma segura, de preferência, armazenando uma cópia digital em seu computador.

Com isso, percebe-se que o termo de acordo é essencial no processo de cobrança e não deve ser negligenciado, uma vez que ele poderá fazer muita falta em caso de um eventual processo no Poder Judiciário.

Assinatura digital na cobrança de dívidas

Aqui no e-book, já foi publicado um capítulo falando sobre [Termos de Acordo](#) e sua importância em uma operação de cobrança. Assim, foi apresentado o que é um termo de acordo, bem como a importância da coleta da assinatura do devedor para que o termo de acordo possa servir como prova de confissão de dívida em um eventual processo no Poder Judiciário.

No entanto, **coletar assinaturas não é fácil**, principalmente quando o devedor mora longe do escritório de cobrança e não pode ir até o escritório pessoalmente. Neste caso, o escritório de cobrança precisará **imprimir** o termo de acordo, **assinar** e **enviar** para o devedor por meio dos **correios**. O devedor, por sua vez, deverá assinar e enviar o documento assinado também via correios. Nem sempre o devedor terá disponibilidade ou interesse em fazer isso. Pode ser mais complicado ainda conseguir a assinatura se a responsabilidade por imprimir e **digitalizar** ficar com o devedor, pois isso envolve tempo e recursos do devedor.

Para facilitar um pouco essa atividade, existem fornecedores de **assinaturas digitais** com **validade jurídica**. Assim, é possível enviar um link por e-mail ou WhatsApp para o devedor com a versão digital do termo de acordo (PDF) e o devedor poderá ler e assinar virtualmente, sem ter que imprimir, digitalizar ou enviar via correio. Isso pode aumentar significativamente a quantidade de termos de acordo assinados.

Há diversos **fornecedores** de assinaturas digitais, sendo que o principal deles é a **DocuSign**, Inc, uma empresa americana com sede em San Francisco, Califórnia, que permite que as organizações gerenciem contratos eletrônicos. Como parte do DocuSign Agreement Cloud, a DocuSign oferece eSignature, uma forma de assinar eletronicamente em diferentes dispositivos.

Com isso, é possível **contratar** um **plano de assinaturas digitais** por meio do site da empresa: <https://www.docusign.com>. O plano escolhido poderá inclusive ser um plano de API, para permitir a integração com sistemas de terceiros, que é o caso do [Recuperador CRM](#). A integração com um sistema de terceiros é útil para automatizar a confecção do termo de acordo e a solicitação da assinatura, economizando tempo e aumentando a segurança do processo.

Por fim, pode-se **acompanhar** o status da assinatura diretamente pelo **portal** do **DocuSign**. Nele, é possível configurar lembretes de assinatura em documentos pendentes ou avisos após a coleta da assinatura. Com isso, é possível ter um melhor controle e mais gestão sobre as assinaturas dos termos de acordo.



A importância da comunicação com o credor

Em uma operação de cobrança, toda a atenção está voltada para o devedor. Ou seja, são criados mecanismos e ferramentas para facilitar e otimizar a comunicação com os devedores na tentativa de fechar mais acordos. Porém, é **importante** manter uma **boa comunicação** com o **credor** também, de preferência, usando ferramentas e processos tão robustos quanto os utilizados com os devedores.

Talvez a principal interação com o credor seja para **aprovar** algumas **propostas** que fogem do padrão de negociação previamente acordado com a empresa de cobrança. Exemplo: um devedor pediu um desconto um pouco superior ao valor máximo previamente autorizado pelo credor. Então, quando o acordo for interessante, pode ser necessário entrar em contato com o credor para explicar a situação e obter uma autorização para esse desconto.

Outra situação bastante corriqueira é a necessidade de **checar** algum **problema apontado** pelo **devedor**, como por exemplo, uma suposta cobrança indevida, erro de contrato, valores incorretos, serviços cancelados, devoluções, necessidade de reparos e entre outras coisas. Isso inclusive foge um pouco da alçada da cobrança e pode até virar um serviço extra para o credor. Exemplo: um credor que é uma imobiliária pode se beneficiar de saber que um determinado inquilino não pagou o aluguel porque a vaga de garagem dele foi ocupada por outro morador, que alega propriedade sobre ela. Então, uma boa cobrança pode identificar esse problema, ajudar a imobiliária na solução, recuperar o valor do aluguel e ainda melhorar o relacionamento daquele inquilino com a imobiliária.

Também, é muito comum entrar em contato com o credor para **obter dados atualizados** de um determinado devedor ou de um conjunto de devedores. Isso pode acontecer quando o CPF ou CNPJ estiver incorreto ou os telefones informados não puderem ser acionados.

Por fim, gestores da empresa de cobrança precisam entrar em contato com o credor pelo menos uma vez por mês para fazer uma **demonstração de resultados**, apresentando totais de acionamentos, acordos, valores recebidos, valor líquido recuperado e entre outras coisas.

Com isso, é possível notar o quão importante é ter uma boa comunicação com os credores. Ela precisa ser **clara, direta, objetiva** e sempre bem **documentada**. Prefira utilizar uma comunicação escrita via e-mail ou abertura de chamados e se possível, faça um reforço por ligação ou mensagem.



Acompanhe a lucratividade da sua empresa de cobrança

Nenhuma empresa vive sem lucratividade. Uma empresa pode até sobreviver um tempo sem lucratividade, utilizando recursos de investimentos para bancar a operação, mas em algum momento ela precisará ter lucro para continuar operando. Em resumo, lucro é a diferença entre as receitas e despesas. Se essa diferença for positiva, houve lucratividade. Se a diferença for negativa, houve prejuízo.

Em uma empresa de cobrança, as **receitas** são provenientes de **honorários** e **taxas administrativas**, que são a comissão da assessoria pela recuperação de crédito. Aqui no e-book, já foi discutido sobre como calcular a [comissão da assessoria](#). Se você ainda não está familiarizado com esse cálculo, recomenda-se fortemente a leitura do artigo.

Porém, uma empresa de cobrança pode ter outras fontes de **receitas**, tais como **honorários advocatícios**, quando a empresa também for um escritório jurídico. Além disso, algumas empresas de cobrança recebem mensalidades dos credores por serviços extras, tais como **higienização de dados**, **vendas** ou mensalidades por volume de **contatos efetuados**.

Por outro lado, existem **despesas fixas e variáveis** em uma empresa de cobrança. As despesas fixas são aquelas que não se alteram de acordo com os recebimentos, já as despesas variáveis aumentam de acordo com a quantidade de recebimentos no mês.

Como exemplo de **despesas fixas**, temos o aluguel, IPTU, conta de água, energia elétrica, internet, propaganda, salários e pró-labore. Note que essas despesas não serão alteradas se você receber mais ou menos dos devedores. Por isso, elas são chamadas de despesas fixas. Conforme dito, as **despesas variáveis** aumentarão de acordo com o volume de recebimentos. Como exemplo de despesas variáveis, é possível citar impostos, conta de telefone, e-mail e SMS. Ou seja, quanto mais acordos forem fechados, maior será a comissão da assessoria de cobrança e mais impostos ela pagará. O mesmo vale para os acionamentos por telefone, e-mail e envio de SMS. Em tese, quanto mais acionamentos, mais acordos. Logo, maiores serão essas despesas.

Diante disso, é importante sempre **contabilizar** todas as **receitas** e **despesas** do mês, bem como acompanhar estes indicadores mês a mês para saber se houve aumento de lucratividade, bem como identificar os meses em que há maior lucratividade e menor lucratividade no ano.



Crise também é oportunidade para cobrança

A situação financeira do Brasil e do mundo em 2022 não está fácil. Aqui no e-book, já foi apresentado um [artigo](#) falando do aumento do endividamento em mais de 2,5%. Isso afeta milhares de pessoas, incluindo pequenas e médias empresas, que são o foco desse site.

Por mais estranho que possa parecer, a crise também traz **oportunidades**. Nas crises, o dinheiro não some. Ele apenas muda de mãos. Portanto, cabe a nós identificarmos onde está o dinheiro, onde estão as oportunidades do momento. E como se sabe, a melhor forma de sair da crise é investindo e investindo de forma correta, inteligente e eficiente.

Os especialistas normalmente sugerem **redução de despesas, otimização de recursos e eficiência**. Por coincidência ou não, isso tem tudo a ver com a gestão da sua operação. Quanto melhor sua operação, mais chances seu negócio terá para sobreviver e para aproveitar as oportunidades que vão aparecer.

As pequenas e médias empresas precisarão de ajuda para cobrar clientes inadimplentes. Ou seja, temos uma grande oportunidade para assessorias de cobrança em uma crise. Quem souber lidar melhor com a **pressão financeira**, manter-se **motivado** e buscar **evoluir** sempre poderá colher bons frutos quando o mercado der sinais de recuperação.

Portanto, é importante ter paciência durante a **crise**. Ela faz parte do ambiente corporativo, mas ela **passa**. Procure investir em **treinamentos** em geral para você, empreendedor, e para sua equipe. **Invista** em **Marketing, sistemas e processos financeiros**. Com isso, sua empresa estará mais competitiva e melhor preparada para operar na recuperação do mercado.



Securitização condominial em empresas de cobrança

Securitização é um procedimento em que uma empresa **compra uma dívida** e realiza novas cobranças daquele produto ou serviço **com um deságio** (desconto). Logo, o risco de inadimplência fica todo com a empresa que comprou a dívida, trazendo mais tranquilidade para quem vendeu a dívida. Porém, quem vendeu a dívida entende que receberá um valor inferior ao total sem inadimplência justamente para tornar essa operação mais atrativa.

Um dos formatos mais populares de securitização é a **securitização condominial**. Nela, uma associação de moradores vende a dívida de cotas condominiais atrasadas para uma empresa (assessoria de cobrança ou advogado por exemplo) e essa empresa ficará responsável por cobrar essa dívida, bem como ficará responsável por gerar os boletos das novas cotas até o final do contrato.

Note que a **compra da dívida** é feita com **deságio**. Exemplo, os associados do condomínio possuíam uma dívida de R\$ 100.000,00. Para viabilizar o negócio, essa dívida foi vendida por R\$ 90.000,00 (deságio de 10%). Logo, a empresa de cobrança continuará cobrando os R\$ 100.000,00 e poderá ter uma receita de até R\$ 10.000,00 nessa operação, isso sem considerar a possibilidade de cobrança de juros, multa, correção monetária e eventuais honorários advocatícios.

O mesmo vale para as cobranças de **novas cotas** condominiais. Como exemplo, o valor de uma cota condominial é R\$ 200,00 e o condomínio tem 1.000 lotes. Então, o valor total mensal seria R\$ 200.000,00. Com um deságio de 10%, a empresa deverá repassar mensalmente R\$ 180.000,00 para o condomínio. O restante do valor recebido será a receita (remuneração) da empresa.

Diante disso, a securitização condominial veio para ficar e é uma ótima **oportunidade** de negócios, especialmente para **advogados e empresas de cobrança**, pois estes já possuem expertise em cobrança. Muitos condomínios optam pela securitização para evitar problemas de inadimplência, terceirizar a cobrança e melhorar o fluxo de caixa da associação para viabilizar obras, melhorias no espaço etc. Isso pode ser utilizado como argumento de venda na abordagem desses condomínios.



A importância de um site para assessorias de cobrança

Se sua empresa de cobrança não possui um **site**, saiba que você pode estar perdendo dinheiro! Um site é como uma **vitrine digital** para uma empresa na internet. Neste capítulo, será feito um resumo sobre a importância e as características de um site para empresas de cobrança.

Ter um site pode ser um **diferencial** na hora de **captar** novos **clientes** (credores), pois permite que sua empresa seja localizada no Google e em outros buscadores. Você pode conseguir links de outros sites parceiros, aumentando seu tráfego e gerando mais negócios. Possuir um site também é fundamental para o marketing digital da sua empresa, pois ele é o principal destino do clique em propagandas no Google, em redes sociais e por e-mail.

Por mais estranho que pareça, até para o **marketing tradicional (off-line)** é importante ter um site. Por exemplo, é comum divulgar o site da empresa no conteúdo de um panfleto, cartão de visita, publicidade em eventos, propaganda em rádio ou outdoors.

Além disso, um site pode passar mais **segurança** para credores e devedores, pois eles poderão saber mais sobre a empresa, consultar o telefone, endereço, CNPJ, verificar a idoneidade da empresa com mais facilidade e ler a política de privacidade da empresa. Inclusive, é importante destacar que muitos clientes não fazem negócios com empresas que não possuem um site justamente por não conseguirem checar essas informações.

Diante disso, não é um absurdo dizer que ter um site corporativo hoje em dia é praticamente tão importante quanto ter um CNPJ. O site deve ser **informativo, simples e intuitivo**. Inclua informações pertinentes sobre a empresa, produtos, serviços prestados, links para as redes sociais da empresa, bem como disponibilize ferramentas para os credores e devedores, quando disponíveis, como por exemplo um portal de negociação, uma área do credor e entre outras coisas.



Invista no trabalho home office na sua empresa de cobrança

O trabalho em formato **home office** deixou de ser uma tendência e passou a ser uma realidade durante a pandemia do Covid-19. Isso aconteceu porque muitas empresas foram forçadas a adotar o trabalho em casa e acabaram entendendo seus benefícios. Mais do que aprender na prática sobre as vantagens do trabalho remoto, muitas empresas também sentiram no bolso a **economia** que o home office pode proporcionar, uma vez que a empresa economiza com aluguel, energia elétrica, serviço de limpeza, estacionamento, segurança e uma série de outras despesas, podendo utilizar escritórios menores e mais baratos.

Além disso, o trabalho em casa pode **beneficiar** alguns **funcionários** que tenham perfil para isso. Isso pode ser uma grande vantagem para quem mora longe do trabalho e fica horas no trânsito, economizando tempo, ganhando mais segurança, evitando atrasos e uma série de outros problemas relacionados ao deslocamento. Tem gente que não gosta de escritórios lotados, muita gente, muito barulho. Essas pessoas também podem gostar do home office. Quem tem dificuldades para acordar, vai amar o trabalho em casa!

Porém, é importante dizer que o home office tem duas grandes **barreiras**: uma **cultural** e outra **técnica**.

Em relação à **cultura**, é necessário conscientizar toda a operação, desde a diretoria até os consultores, de que o trabalho home office possui certas particularidades e que a **comunicação** é o elemento chave para viabilizar a implantação desta cultura. Assim, a comunicação entre os membros da equipe deve ser próxima, clara e constante. Feedbacks precisam ser incentivados durante a comunicação, para que os envolvidos saibam se estão ou não entregando o resultado esperado. Preze por feedbacks construtivos, pois provavelmente todos estarão aprendendo juntos neste momento de mudanças, inclusive a própria liderança da empresa.

Já sobre a parte **técnica**, é necessário prover **ferramentas** para que os colaboradores possam executar o trabalho remoto com excelência. Tais ferramentas vão desde o sistema de gestão de cobrança até ferramentas de controle de ponto, telefonia, computadores, fones e entre outras coisas.

Portanto, **planeje** bem a operação de home office para que ela atinja os objetivos, melhore a produtividade do time, diminua a rotatividade de funcionários, aumente a satisfação dos colaboradores e clientes, bem como aumente os lucros da empresa.



Não reinvente a roda na sua empresa de cobrança

Foco é essencial para o sucesso de qualquer negócio. Porém, na tentativa de economizar, muitas empresas de cobrança iniciam projetos de desenvolvimento de ferramentas que já existem no mercado e acabam perdendo tempo e dinheiro. Neste capítulo, será abordado esse tema tão delicado na gestão de empresas de cobrança.

São vários os **produtos** e **serviços** normalmente **contratados** por uma empresa de cobrança. Eles vão desde o **sistema de gestão da cobrança**, também conhecido como CRM de cobrança até ferramentas de **telecomunicação**, tais como **discadores automáticos**, disparos de **SMS**, envio de **e-mails** em massa, **enriquecimento** de dados e entre outras coisas.

Tais produtos ou serviços **consomem** boa parte dos **custos** da empresa e usualmente são **alvos** de **redução de despesas**. Porém, quando a empresa vai bem e possui caixa para investir, às vezes ela acaba caindo na tentação de desenvolver algumas dessas ferramentas por conta própria, na tentativa de economizar com mensalidades e eventualmente comercializar o novo produto.

Contudo, isso é uma **armadilha**, pois o projeto normalmente **excede o valor previsto**, gera um **custo** de **manutenção** tão **alto** quanto a mensalidade de uma ferramenta padrão de mercado, compromete a concentração dos gestores e pode causar **queda de performance na cobrança**, gera **desgaste entre os sócios** e o pior de tudo, **não costuma atender a necessidade** da empresa, uma vez que o produto não alcança a robustez dos pares comercializados no mercado.

Além disso, o **produto desenvolvido não poderá ser comercializado facilmente**. Isso porque o novo produto entra em **contradição**. Explicando, a empresa que o desenvolveu o produto é uma assessoria de cobrança e os novos clientes também serão assessorias de cobrança. Tal situação não é bem vista no mercado, pois pode causar desconfiança e conflito de interesse entre as partes.

Portanto, ao invés de investir rios de dinheiro no desenvolvimento de uma ferramenta própria, porque não buscar um **fornecedor robusto, padrão de mercado e de baixo custo**? Para tal, deve-se investir tempo na análise dos fornecedores, produtos, solicitar demonstrações, buscar referências e testar bastante o produto ou serviço. Procure envolver outras pessoas no processo de compra para garantir que todos estão satisfeitos com o novo produto ou serviço.

Juros futuros (financiamento) em cobrança de dívidas

Um conceito importante na cobrança de dívidas é o de **juros futuros**. Muito comum em **cobranças escolares**, esse tipo de juros é aplicado no parcelamento do acordo e não no cálculo da correção (atualização) do valor devido. Neste capítulo, será explicado em detalhes esse conceito de juros futuros.

No mercado, o conceito de juros futuros tem **vários nomes**. Muita gente conhece os juros futuros como **juros de parcelamento** ou **juros de financiamento**. Esses juros servem para remunerar o credor pelo novo parcelamento de uma dívida, ou seja, é um juro cobrado pelas parcelas do acordo, a partir da data do primeiro vencimento do acordo até a data de vencimento da última parcela do acordo.

Exemplo: um cliente tem uma dívida atualizada e corrigida até a data de hoje no total de R\$ 400,00. Ou seja, os R\$ 400,00 consideram juros, multa e correção monetária até a data de hoje. Porém, o cliente deseja parcelar esses R\$ 400,00 em 4 parcelas mensais de R\$ 100,00. Perceba que neste caso, o valor das parcelas não sofrerá atualização por juros, ao menos que o credor deseje cobrar juros futuros.

Ilustraremos o comportamento dos juros futuros com um exemplo que realiza o cálculo de juros futuros para essa **dívida atualizada e corrigida de R\$ 400,00** a ser dívida em quatro parcelas mensais com primeiro vencimento hoje e **juros futuros de 1% ao mês**. O cálculo dos juros futuros será feito da seguinte forma:

R\$ 100,00 -> vencimento hoje sem juros;

R\$ 101,00 -> vencimento para 30 dias será acrescido de 1% de juros futuros;

R\$ 102,00 -> vencimento para 60 dias será acrescido de 2% de juros futuros;

R\$ 103,00 -> vencimento para 90 dias será acrescido de 3% de juros futuros;

O total **final** será **R\$ 406,00**, que é a soma das quatro parcelas atualizadas com juros futuros. Note que o credor normalmente dividirá o total em 4 parcelas iguais, para termos o mesmo valor em todas as parcelas. Dessa forma, teremos **4 parcelas de R\$ 401,50**.

Uma última dica é que o **percentual de juros da dívida não precisa ser igual ao percentual de juros futuros**. Em escolas e faculdades, é comum a cobrança de 1% de juros ao mês em caso de atraso e 1,5% de juros futuros ao mês no parcelamento do acordo. E claro, isso precisa estar no contrato do credor com o devedor para evitar problemas.

Investimentos em infraestrutura e serviços para empresas de cobrança

Montar uma empresa de cobrança exige **investimentos em infraestrutura e serviços** que vão desde o aluguel da sala até a contratação de pessoas. Neste capítulo, serão abordados os principais itens de infraestrutura e serviços para montar uma empresa de cobrança.

Antes de listarmos os principais itens a serem adquiridos ou alugados para iniciar uma operação de cobrança, precisamos ter atenção a dois pontos: qual será a **quantidade de pessoas** contratadas e se haverá possibilidade de **trabalho home office**. Isso é fundamental para o cálculo do investimento inicial.

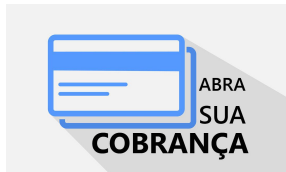
Se houver possibilidade de **trabalho remoto**, haverá uma **economia** significativa em alguns recursos, como por exemplo, gastos com **aluguel**, uma vez que a sala poderá ser menor e mais barata. Também, haverá **redução** na conta de **energia elétrica, água, internet, segurança, limpeza, material de escritório**, tais como canetas, papéis, marca texto, clips e entre outras coisas. Porém, muitas empresas que oferecem home office fornecem equipamentos para trabalho, tais como computador, fones, mesa, cadeira, telefonia e softwares. Além disso, é comum pagar uma pequena ajuda de custos para o funcionário a fim de contribuir com gastos de energia e internet.

Por outro lado, se a **equipe** for relativamente **grande**, haverá a necessidade de contratação de **outras áreas de apoio**, tais como coordenadores, qualidade, RH, departamento pessoal, contabilidade, financeiro, compras, comercial, secretaria, TI e entre outras áreas de suporte à empresa. Todos esses funcionários precisarão de equipamentos e conseqüentemente, será mais complexo do que a montagem de uma pequena equipe. Montar um time grande pode fazer sentido para empresas que estão começando com investimentos e com contratos já fechados com grandes empresas.

Diante disso, para a operação de uma pequena empresa de cobrança, devemos nos atentar para os seguintes itens:

- Aluguel;
- Manutenção predial (eletricista, chaveiro, encanador etc);
- Ar condicionado;
- Energia elétrica;
- Água;
- Internet;
- Café;
- Segurança eletrônica (alarmes, câmeras etc);

Este E-book é um oferecimento de [Recuperador CRM](#), sistema de gestão de cobranças CRM moderno para assessorias, equipes de cobrança e advogados.



- Segurança física (vigia, porteiro etc);
- Limpeza;
- Material de escritório (canetas, papéis, marca texto, lápis, borracha etc);
- Móvelia (mesas, cadeiras, gaveteiros, estantes, apoio para os pés etc);
- Impressoras;
- Computadores;
- Headsets;
- Telefonia (PABX, VoIP, SMS, celulares etc);
- Software de gestão de cobrança;
- Software de enriquecimento de dados (localização de telefones e e-mails pelo CPF ou CNPJ);
- E-mail corporativo;
- Site corporativo;
- Serviços de Contabilidade;

Como realizar o treinamento da equipe de cobrança?

Treinamento de equipes de **cobrança** é um assunto muito **polêmico**. Neste capítulo, será feita uma abordagem macro por esse tema tão controverso, procurando ressaltar as melhores práticas e particularidades do treinamento dos consultores de uma empresa de cobrança.

Primeiro, é importante destacar os motivos de polêmica no treinamento de consultores de cobrança. Tudo gira em torno do tipo de **abordagem** desejado. Esse tipo de abordagem normalmente pode ser categorizado em duas: agressiva ou branda. Logo, o treinamento do script de cobrança vai depender justamente do tipo de abordagem escolhida para sua carteira de cobrança.

A abordagem **agressiva** tenta forçar ao máximo o fechamento do acordo utilizando **argumentos fortes** como eventuais notificações extrajudiciais, negativas, protestos, processos na justiça ou até mesmo busca e apreensão. Esse tipo de abordagem funciona bem para credores com grandes volumes de clientes, principalmente da área financeira, tais como bancos e empresas de crédito e entre outras, pois o objetivo maior é recuperar os valores devidos.

Na abordagem agressiva, **não se deve confundir agressividade com falta de respeito** ou falta de educação. É preciso ter atenção especial para o **Código do Consumidor** para evitar problemas, uma vez que o artigo 42 é claro: "Na cobrança de débitos, o consumidor inadimplente não será exposto a ridículo nem será submetido a qualquer tipo de constrangimento ou ameaça". Portanto, utilize **argumentos fortes em tom informativo e não de ameaça**. A linha é bem tênue, mas é possível atingir esse objetivo com um bom treinamento e com o acompanhamento diário dos contatos.

Por outro lado, há quem prefira uma abordagem **branda**, menos contundente e que evite atritos com o devedor, utilizando argumentos como a vantagem da recuperação do crédito, benefícios em fazer negócios com aquele credor novamente, ressaltando a importância do cliente para o credor, oferecendo descontos e assim por diante. Esse tipo de abordagem é interessante para credores menores e que desejam **recuperar não só a dívida**, mas **recuperar o cliente**, para que ele volte a comprar com o credor.

Diante disso, observa-se que a **abordagem** deve ser **definida de acordo com o objetivo dos credores** da sua carteira de cobrança. Após definir a abordagem necessária, elabore scripts de contato sempre procurando respeitar a abordagem e nunca perder o foco dela. Lembre-se que um script não é imutável. Ele pode e deve ser aprimorado com o tempo, de acordo com o feedback dos devedores e dos consultores. Procure sempre escutar as ligações, ler o histórico de contatos e isso poderá conter informações valiosas para eventuais mudanças no script.

Modelo de apresentação da empresa de cobrança para captação de novos credores

Aqui no e-book já foi discutido [como conquistar clientes para sua assessoria de cobrança](#). Naquela ocasião, foi feito um breve resumo do tipo de credor a ser abordado, meios de comunicação utilizados, como se comportar na reunião e entre outras coisas. Neste capítulo, será apresentado um modelo de e-mail comercial, bem como um modelo de apresentação em PowerPoint para você poder usar como base e elaborar sua própria comunicação.

Começando pelo **e-mail de apresentação**, ele deve ser **curto, objetivo e direto**. Evite e-mails longos e repetitivos. Também, evite mandar o mesmo e-mail mais de uma vez. Caso você queira mandar um segundo e-mail, elabore um novo texto. Lembre-se que seu cliente recebe inúmeros e-mails por dia, então, elabore um texto compacto, que não o aborreça e não consuma seu tempo desnecessariamente. Logo, é importante evitar muitas cores e excesso de informalidade, pois seu cliente é um gestor de uma empresa e pode não gostar de brincadeiras.

Provavelmente, você enviará inúmeros e-mails e **somente uma pequena parte dos destinatários responderá** sua mensagem. Perceba que o cliente só vai abrir o e-mail se ele estiver procurando uma empresa de cobrança ou se estiver passando por algum problema de inadimplência e seu e-mail o faça refletir. Diante disso, é necessário ter **paciência** e **não desistir** de primeira. Isso é normal. **Persista** e **capriche** no **conteúdo** do seu e-mail. Invista um tempo para estudar escrita comercial (copywriting) para aprimorar cada vez mais suas mensagens.

Com relação à **apresentação** em PowerPoint, há quem envie juntamente com o primeiro e-mail ou envie apenas para quem responder o e-mail. Isso fica a critério da empresa e depende muito do volume de e-mails enviados. Se você enviar poucos e-mails, fará sentido anexar a apresentação no primeiro e-mail. Porém, se você enviar muitos e-mails e tiver um volume de respostas significativo, pode fazer sentido deixar o anexo para a resposta do e-mail.

No **conteúdo da apresentação**, procure destacar a importância de terceirizar a cobrança e os **benefícios** de contar com sua assessoria de cobrança. Reserve um slide para falar **sobre sua empresa**, localização, ano de fundação, expertise do **time de cobrança** e dos **sócios**. Também, apresentar uma **proposta financeira** na apresentação é fundamental para atrair o interesse do cliente. Exiba seu **modelo de precificação** de forma clara e evite letras minúsculas. Por fim, **agradeça a atenção do cliente** e informe os **dados de contato da empresa**, incluindo telefone, e-mail, WhatsApp, site e redes sociais.



Abra Sua Cobrança E-book oficial do blog

Tudo Que Você Precisa Saber Para Montar Sua Empresa de Cobrança

Seguem **anexos** um modelo de e-mail no Word e uma apresentação em PowerPoint para que você possa utilizar de exemplo em sua comunicação. Os exemplos utilizam dados fictícios com foco em recuperação de crédito na área de educação e exibem o logotipo do blog.

[E-mail de apresentação para credores](#)

[Layout de apresentação para credores](#)

Este E-book é um oferecimento de [Recuperador CRM](#), sistema de gestão de cobranças CRM moderno para assessorias, equipes de cobrança e advogados.



Contrato para empresas de cobrança

Aqui no e-book, já foi discutido sobre como [conquistar clientes para sua assessoria de cobrança](#) e também foram apresentados [modelos para e-mail e apresentação da empresa para credores](#). Neste capítulo, será abordado o contrato, ou seja, a **última etapa** de uma venda de serviços de cobrança terceirizada.

Antes de começar, é importante deixar uma coisa bem clara: sempre que você for preparar um documento jurídico, busque ajuda de um profissional da área. Neste caso, contrate um **advogado**. Isso é fundamental para evitar problemas. Por isso, **não vamos disponibilizar aqui um modelo** de contrato, mas sim, **dicas de situações para você considerar no seu contrato**.

Um contrato de prestação de serviços de cobrança precisa ter algumas informações específicas do negócio. A primeira delas é a **precificação do serviço**. Inclusive, aqui no e-book, já foi discutido sobre [precificação do serviço](#) e suas diversas formas de cobrança. Então, deixe bem claro no contrato como será definida a comissão da assessoria.

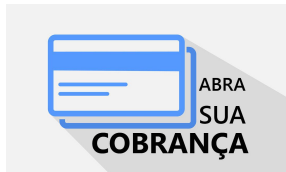
Outro ponto fundamental é como será feita a comissão da empresa de cobrança quando o **devedor acionado pagar diretamente para o credor**. Perceba que em alguns casos, a empresa de cobrança faz todo um esforço para que o devedor efetue o pagamento, mas este acaba por pagar diretamente para o credor. Neste caso, faz sentido que a assessoria de cobrança receba a comissão. E isso precisa estar descrito no contrato.

Também, é importante deixar formalizado o **formato de repasse** dos valores recebidos. O repasse será efetuado em uma data fixa ou será efetuado logo após a aprovação do pagamento da dívida? E se for ao contrário, o dinheiro cairá na conta do credor e o credor deverá repassar a comissão da assessoria após quantos dias? Será um dia fixo? Qual será o valor de multa e juros em caso de atraso no repasse?

Não deixe de considerar eventuais **taxas financeiras ou custos** envolvidos na operação de cobrança. Por exemplo, quem vai pagar a taxa do boleto, cartão de crédito ou Pix? Quem vai pagar pelo enriquecimento dos dados? Esse valor será descontado da comissão da assessoria ou do repasse do credor?

Documente o **horário de cobrança** em contrato. Os acionamentos serão feitos de segunda a sexta ou haverá expediente aos sábados? Está previsto algum **recesso** anual de final de ano ou **férias coletivas**? Se sim, não deixe de registrar isso no contrato.

Formalize a **quantidade de cobradores** envolvidos na operação de cobrança da carteira em questão, bem como a **quantidade mínima de acionamentos** por dia por cobrador.



Se for o caso, formalize o **script de cobrança** a ser utilizado pelos cobradores em um anexo do contrato.

Estabeleça e registre no contrato um **protocolo de prestação de contas** para o credor. Quais serão as informações a serem compartilhadas com o credor, em que formato e em qual periodicidade? Exemplo: serão compartilhados os acionamentos e o texto do contato com o devedor, os pagamentos registrados e acordos fechados diariamente por meio de um sistema de gestão de cobranças online.

Assim como em todo contrato, não esqueça de pensar em um formato de **rescisão**. Isso é especialmente importante para uma empresa de cobrança, pois ela precisa de uma garantia mínima de tempo para rodar aquela carteira de cobrança. Então, estabeleça um prazo mínimo de exclusividade da assessoria naquela carteira, evitando que o credor repasse essa carteira para outra assessoria em menos de 180 dias, por exemplo.

A última dica é, procure documentar em contrato tudo que você usar como **argumento de venda**. Assim, fica mais fácil elaborar o contrato de forma segura e abrangente. Com isso, percebe-se que um contrato bem escrito pode amenizar dores de cabeça e passar **mais segurança para a assessoria e para o credor**. Portanto, gaste um tempo pensando nas situações a serem incluídas e discuta todas elas com seu advogado.