

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CAMPUS PALMEIRA DAS MISSÕES
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DIURNO**

Juliane Araujo Nunes

**INADIMPLÊNCIA NO SERVIÇO MECÂNICO DE AUTOMÓVEIS: UM
ESTUDO DE CASO SOBRE AS SUAS CAUSAS NA MECÂNICA
AUTOMOTOR EM PALMEIRA DAS MISSÕES – RS**

Palmeira das Missões, RS
2021

Juliane Araujo Nunes

**INADIMPLÊNCIA NO SERVIÇO MECÂNICO DE AUTOMÓVEIS: UM ESTUDO
DE CASO SOBRE AS SUAS CAUSAS NA MECÂNICA AUTOMOTOR EM
PALMEIRA DAS MISSÕES – RS**

Relatório de Estágio apresentado ao Curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria - *Campus* Palmeira das Missões como requisito parcial para a obtenção do grau de **Bacharel em Administração.**

Orientador: Nelson Guilherme Machado Pinto

**Palmeira das Missões, RS
2021**

Juliane Araujo Nunes

**INADIMPLÊNCIA NO SERVIÇO MECÂNICO DE AUTOMÓVEIS: UM ESTUDO
DE CASO SOBRE AS SUAS CAUSAS NA MECÂNICA AUTOMOTOR EM
PALMEIRA DAS MISSÕES – RS**

Relatório de Estágio apresentado ao Curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria - *Campus* Palmeira das Missões como requisito parcial para a obtenção do grau de **Bacharel em Administração**.

Apresentado em 25 de janeiro de 2021:

Nelson Guilherme Machado Pinto, Dr. (UFSM)
(Presidente/Orientador)

Ms. Eluane Parizotto Seidler (UFSM)

Ms. Geferson Gustavo Wagner Mota da Silva (UFSM)

Palmeira das Missões, RS
2021

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, por sempre guiar meus passos e ouvir minhas orações.

Agradeço aos meu pais, Vilson Lara Nunes e Marcia Araujo Nunes por todo apoio, suporte e paciência, por me ensinarem a ser forte e a nunca desistir dos meus sonhos e objetivos. Sempre estiveram ao meu lado independente de minhas escolhas. Amo vocês incondicionalmente. Dedico principalmente a vocês essa grande conquista em minha vida!

À minha prima, Tairine Araujo por sempre acreditar que eu terminaria a graduação, sempre torcendo pelo meu sucesso.

Ao meu namorado, Alisson Michael que sempre esteve ao meu lado oferecendo apoio, agradeço pela paciência, e por sempre acreditar em mim e nunca deixar eu desistir de meus objetivos, Obrigada!

Ao meu orientador Nelson Guilherme Machado Pinto, obrigada por quase um ano cheio de ensinamentos, e conhecimentos compartilhados comigo. Obrigada pela paciência e dedicação para que eu pudesse chegar até aqui!

À empresa Mecânica AutoMotor, pela oportunidade em realizar o estágio para conclusão deste estudo, em especial ao proprietário Vanderlei Pinheiro Pereira, Obrigada!

E por fim, agradeço à Universidade Federal de Santa Maria, por proporcionar inúmeras oportunidades de crescimento pessoal, acadêmico e profissional durante todo o curso.

*“Você pode até perder a fé nos outros, mas
nunca em si mesmo.”*

Transformers.

RESUMO

INADIMPLÊNCIA NO SERVIÇO MECÂNICO DE AUTOMÓVEIS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS SUAS CAUSAS NA MECÂNICA AUTOMOTOR EM PALMEIRA DAS MISSÕES – RS

AUTOR: Juliane Araujo Nunes

ORIENTADOR: Nelson Guilherme Machado Pinto

Devido a globalização de mercados, promulgada pelos avanços das tecnologias de comunicação e informação, as finanças tiveram que se atualizar na medida em que possam acompanhar as novas tendências, visando não só a permanência em cenários cada vez mais competitivos, mas também, ampliar seus nichos de mercado, aos quais tendem a se tornarem cada vez mais internacionais. Os gestores precisam estar sempre atentos e em busca de estratégias para manter a empresa protegida dos riscos externos e reduzindo o máximo possível causas que possam deixar a saúde financeira da empresa em risco. Levando em consideração a economia atual do Brasil, que se encontra em uma crise econômica, promulgada pela contração do mercado comprador, ao qual teve que se readaptar ao contexto pandêmico, devido ao COVID 19, o que está preocupando os gestores, é o crescente número de inadimplência que ocorre por vários motivos, como desemprego e problemas financeiros. Diante disso, o principal objetivo desse estudo foi identificar os fatores causadores da inadimplência na empresa Mecânica AutoMotor, localizada na cidade de Palmeira das Missões-RS, e assim, foi-se possível trazer sugestões de melhorias futuras para a empresa através da ferramenta 5W2H. Os dados foram coletados através de uma entrevista estruturada e, após serem analisados, os resultados foram divididos em quatro categorias de análise: satisfação com o serviço, forma de pagamento, motivação para o não pagamento e plano de ação. Diante disso, foi possível traçar um plano de estratégias a fim de sugerir soluções de melhorias a empresa, como formalizar a seção de pagamentos, sem ser na base da confiança; implantar um sistema gerencial, dessa forma ter todos os dados importantes dos clientes da empresa; estabelecer um sistema de cobrança formal e com regras claras e simples, assim, poder minimizar o número de inadimplentes e contribuir significativamente com a saúde financeira da organização. Foi possível também identificar pontos positivos que os clientes prezam muito. Nesse contexto, um exemplo disto é a pontualidade da empresa em entregar o carro que estava em conserto, e o bom relacionamento com o proprietário e os empregados. Assim como positivos, também foi possível identificar pontos negativos, os quais a empresa necessita focar seus esforços para que haja melhorias. Diante disso, como limitações do estudo, se destaca o fato de não conseguir acesso a todos os inadimplentes da empresa. Para estudos futuros, sugere-se que se aplique esta pesquisa em outras empresas, para que possam se basear e identificar seus problemas e solucioná-los.

Palavras-chave: Inadimplência. Concessão de crédito. Gestão financeira.

ABSTRACT

DEFAULT IN THE AUTOMOTIVE MECHANICAL SERVICE: A CASE STUDY ON ITS CAUSES IN AUTOMOTIVE MECHANICS IN PALMEIRA DAS MISSÕES - RS

AUTHOR: Juliane Araujo Nunes

ADVISOR: Nelson Guilherme Machado Pinto

Due to the globalization of markets, promulgated by advances in communication and information technologies, finance had to update itself as they can keep up with new trends, aiming not only to remain in increasingly competitive scenarios, but also to expand their niches markets, which tend to become increasingly international. Managers must always be attentive and in search of strategies to keep the company protected from external risks and to reduce as much as possible causes that could put the company's financial health at risk. Taking into account the current economy of Brazil, which is in an economic crisis, promulgated by the contraction of the buyer market, which had to readjust to the pandemic context, due to COVID IX, which is worrying managers, is the growing number of default that occurs for several reasons, such as unemployment and financial problems. Therefore, the main objective of this study was to identify the factors causing default in the company Mecânica AutoMotor, located in the city of Palmeira da Missões-RS, and thus, it was possible to bring suggestions for future improvements for the company through the 5W2H tool. The data were collected through a structured interview and, after being analyzed, the results were divided into four categories of analysis: satisfaction with the service, form of payment, motivation for non-payment and action plan. In light of this, it was possible to draw up a strategy plan in order to suggest solutions for improvements to the company, such as formalizing the payments section, without being based on trust; implement a management system, thus having all the important data of the company's customers; establish a formal collection system with clear and simple rules, thus being able to minimize the number of defaulters and significantly contribute to the financial health of the organization. It was also possible to identify positive points that customers highly value. In this context, an example of this is the company's punctuality in delivering the car that was being repaired, and the good relationship with the owner and employees. As well as positives, it was also possible to identify negative points, which the company needs to focus its efforts to make improvements. Therefore, as limitations of the study, the fact of not getting access to all the defaulters of the company stands out. For future studies, it is suggested that this research be applied in other companies, so that they can base themselves and identify their problems and solve them.

Keywords: Default. Granting of credit. Financial management.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Os 5 C's do Crédito	14
Quadro 2 - Percepção do Perfil dos Inadimplentes	22
Quadro 3 - Cidade, profissão e renda dos inadimplentes	23
Quadro 4 - Percepção da Satisfação com o Serviço	23
Quadro 5 - Percepção da Satisfação com as Formas de Pagamento	24
Quadro 6 - Percepção das Motivações para a inadimplência	26
Quadro 7 - Planos de ação	27

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 OBJETIVOS	10
1.1.1 Objetivo Geral	10
1.1.2 Objetivos Específicos	10
1.2 JUSTIFICATIVA	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA	12
2.2 CRÉDITO	13
2.3 INADIMPLÊNCIA	15
3 METODOLOGIA	18
3.1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA	18
3.2 UNIVERSO DE ESTUDO E AMOSTRA	18
3.3 INSTRUMENTO E COLETA DE DADOS	19
3.4 TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS	19
3.5 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA	20
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	21
4.1 CARACTERIZAÇÃO DA SITUAÇÃO FINANCEIRA DA EMPRESA	21
4.2 ANÁLISE DOS INADIMPLENTES	21
4.2.1 Satisfação com o Serviço	22
4.2.2 Forma de Pagamento	24
4.2.3 Motivação para o Não Pagamento	25
4.3 PLANO DE AÇÃO	26
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
REFERÊNCIAS	28
APÊNDICE	28

1 INTRODUÇÃO

Devido a globalização das finanças, as empresas de todos os segmentos de atuação precisaram repensar sobre sua gestão financeira, assim, tendo a necessidade de modificar processos produtivos e, principalmente, administrativos (MORAES; OLIVEIRA, 2011). Segundo Assaf Neto (2017), a área financeira da empresa deve sempre estar evoluindo e se motivando de modo a atender à crescente mudança dos negócios e operações de mercado.

Um dos desafios enfrentados pela área de finanças é um sistema para a gestão desse novo cenário de mercado. A evolução desta área dentro da empresa exigiu que o administrador tivesse uma maior visualização de toda a empresa, assim, desenvolvendo estratégias de competitividade.

Uma das principais estratégias que as organizações utilizam para atrair atuais e novos clientes, é a concessão de crédito, que busca proporcionar mais agilidade e facilidade tanto aos clientes como para os empresários.

Desta forma, Amorim (2019) ressalta a importância de uma análise dos clientes antes de conceder o crédito para a realização das compras. De acordo com este mesmo autor esta análise é tão importante quanto a compra finalizada. Contudo, as pequenas empresas acabam cedendo recursos financeiros sem ter a garantia do retorno futuramente e um capital de giro consolidado para manter uma estrutura financeira, assim, acabam por comprometer a relação com fornecedores, risco de falência e, conseqüentemente, clientes inadimplentes.

Segundo Sehn e Carlini Junior (2007), um dos riscos da concessão de crédito e que toda empresa deve levar em consideração ao introduzir esta ferramenta, é a inadimplência, que seria o não pagamento ou não cumprimento de um acordo afirmado em contrato. Sendo mais específico, a inadimplência é o não cumprimento de uma obrigação com prazo estimado, isto é, o não pagamento das dívidas. Isto posto, os consumidores acabam ficando inadimplentes por sofrerem impactos constantes na sua renda e isso acaba determinando restrições financeiras, fazendo com que o consumidor perca o controle das dívidas e estando propício a ser inadimplente (ANDRADE et al., 2008).

Levando em consideração a economia atual do Brasil, que se encontra em uma crise econômica e sanitária, que acabou trazendo ainda mais medo às pessoas e instabilidade ao sistema econômico, atingindo de forma negativa a bolsa de valores, parando sistemas de produções, causando colapso no consumo (OCDE, 2020). Em virtude desse novo cenário, várias mudanças foram necessárias para as organizações, as mais marcantes foram: paralisação

dos negócios, prejuízos às instituições, cadeias de suprimentos nacionais e internacionais prejudicadas, e desemprego. (ZAHRA, 2020).

Inadimplência pode ocorrer por vários motivos. Um destes motivos seria por causas pessoais e/ou por problemas nos serviços/produtos oferecidos pela empresa (DAROS; PINTO, 2017). Outros exemplos causadores da inadimplência seria o não gerenciamento dos valores a receber, cobrança ineficaz, a falta de um cadastro de clientes da empresa, concessão de crédito mal elaborado. Ainda, por parte do cliente, a inadimplência se dá pelo motivo compras sem planejamento e realizadas por impulso, desemprego, problemas financeiros, doenças e má fé (OLIVEIRA, 2010).

Posto isto, esta pesquisa será aplicada na empresa Mecânica Automotor, onde atua no município de Palmeira das Missões-RS, realizando serviços de mecânica em geral. Diante do contexto apresentado, o problema de pesquisa do presente estudo visa responder “Quais as principais causas de inadimplência na empresa Mecânica Automotor, localizada no município de Palmeira das Missões – RS?”. Diante disto, este trabalho está organizado nas seguintes sessões, a iniciar por esta introdução. Logo após, estão os objetivos, justificativa do estudo, referencial teórico, metodologia e resultados.

1.1 OBJETIVOS

Os objetivos são responsáveis por delinear a pesquisa e a sua finalidade, partindo do objetivo geral e segmentando-se em objetivos específicos.

1.1.1 Objetivo Geral

Identificar os fatores causadores da inadimplência na empresa Mecânica Automotor.

1.1.2 Objetivos Específicos

- a) Analisar o sistema de cobrança e formas de pagamento da empresa;
- b) Identificar as causas que geram clientes inadimplentes;
- c) Analisar a satisfação com as formas de cobranças e pagamentos;
- d) Propor planos de ação para a melhoria na gestão de crédito e cobrança na empresa.

1.2 JUSTIFICATIVA

No Brasil, existem milhões de consumidores inadimplentes. Observando os índices econômicos observa-se que o cenário não é nada animador. Segundo a Serasa Experian (2019), em agosto de 2019 o número de inadimplentes no Brasil virou recorde. O número de 63,4 milhões, teve um aumento de 2,5% comparado com o ano de 2018. No total, 40,6% da população adulta brasileira possuía contas atrasadas e negativadas. Além disso, quem também sofre são os empreendedores de todo o país, devido a inadimplência de seus clientes. Ademais, agravando a situação, quando o cliente se vê com o nome “sujo”, cresce a dificuldade em obter crédito para o cumprimento das dívidas.

A inadimplência deixa a empresa completamente parada e dificulta seu crescimento. Um dos motivos causadores da inadimplência é a informalidade, por parte do cliente e pela própria empresa, que não utiliza de forma correta do sistema de crédito e de cobrança, ou muitas vezes em pequenos negócios acabam nem utilizando uma ferramenta eficaz, como por exemplo um software financeiro.

Empresas bem preparadas e atentas para as constantes mudanças do mercado financeiro devem ter o entendimento de que a inadimplência pode ser evitada, antes mesmo de a compra ser finalizada, através de ações preventivas, como a análise dos clientes, não efetuar o pagamento na base da confiança, e possuir um sistema efetivo de cobranças e pagamentos. Essas ações acabam sendo excelentes ferramentas para evitar a inadimplência crônica, assim, os recursos fundamentais serão menores comparado ao prejuízo de um alto índice causado por esse problema (SOUZA et al., 2009).

Posto isso, o presente estudo também irá auxiliar pequenas empresas a terem uma orientação sobre a importância de uma correta análise de concessão de crédito, onde serão analisados os perfis de possíveis compradores inadimplentes e como a empresa deve reagir a isto. O estudo também tem fundamental importância para a empresa Mecânica Automotor e seu setor financeiro, pois, identificou-se os inadimplentes e realizou-se uma análise dos motivos dos mesmos, podendo assim, buscar alternativas para melhorias futuras.

O estudo também visa contribuir para o âmbito acadêmico, tendo em vista que, busca apresentar um conteúdo relevante para a área de finanças comportamentais, e conhecimentos mais profundos sobre o tema apresentado. A partir disso, o estudo irá contribuir para pesquisas futuras na área.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

De acordo com Lemes Junior (2018), a administração financeira é a arte e ciência de administrar o dinheiro e também está relacionada com decisões de investimento, financiamento e a destinação do resultado. Aplica-se em todas as organizações, que são voltadas ou não ao lucro. A pessoa física ou jurídica que compreender as finanças, serão capazes de tomarem melhores decisões financeiras e também obterão benefícios por conseguir relacionar-se melhor com os administradores e, por consequência, com os processos da área financeira da empresa (GITMAN, 2010).

A administração financeira diante de um estudo teórico e prático, objetiva garantir um eficiente processo empresarial de captação e alocação de recursos de capital. Assim, envolvendo-se com problemáticas da escassez de recursos, realidade operacional e a prática de gerenciamento das empresas (ASSAF NETO, 2017).

Durante a crise de 1929, as finanças se davam por uma abordagem tradicional norteadas para aspectos externos das organizações. Em seguida, após a Grande Depressão, os gestores passaram a se concentrar no alcance da solvência e liquidez das empresas, cenário que resultou na crise econômica financeira do período. Durante essa época, era transmitida uma imagem de solidez financeira e o foco passou a ser o ambiente empresarial interno, especialmente a criação de processos mais rígidos de controle financeiros.

Este mesmo autor relata que mais tarde, durante as décadas de 1940/1950, o enfoque volta novamente ao ambiente externo, buscando estudar as finanças pela ótica do investidor. No decorrer da década de 1990, as finanças continuavam evoluindo e novos estudos começaram a surgir, como a gestão de risco. A evolução das finanças mostrou aos gestores a importância de uma correta tomada de decisão, com o intuito de preservar os interesses e patrimônios dos acionistas das organizações (BRITO, 2016).

Brito (2016), ressalta que o propósito da administração financeira seria criar valor operacional aos proprietários diante das decisões financeiras de seus gestores. Essas decisões podem ser julgadas e avaliadas por suas Demonstrações de Resultados do Exercício (DRE) e por seu balanço patrimonial. Todas as empresas precisam ter um gestor com a importante habilidade de tomar as decisões corretas e realizar uma análise de balanço, pois assim, será possível identificar a situação financeira, econômica e operacional da organização. Deste modo,

será possível identificar quais áreas da empresa precisarão de uma maior atenção (SCHUSTER; FRIEDRICH, 2017).

Com as empresas em constante evolução e buscando profissionais adequados para a área de finanças, surgem novas ferramentas, a fim de oferecer as empresas novas oportunidades para o aumento da lucratividade e diminuição de seus riscos. (MATIAS, 2019).

Segundo Camargos, Camargos e Araújo (2012), o aumento da concessão de crédito e a sua facilidade em ser cedido no contexto atual acaba tornando essencial o aperfeiçoamento de ferramentas mais elaboradas e seguras de análise dos riscos. A má administração do crédito por parte da empresa traz grandes riscos de clientes inadimplentes, afetando diretamente no crescimento ou não da empresa. Diante disso, é essencial que o gestor dê a devida importância a essa ferramenta e busque uma política de concessão de crédito segura e clara, pois, assim, somente resultados positivos acontecerão com a organização.

2.2 CRÉDITO

Quando a empresa vê a necessidade de novas formas de pagamento para atender as necessidades dos clientes, ela busca novas ferramentas. A mais comum é a implantação de um sistema de crédito, assim, impulsionando suas vendas, satisfazendo clientes e convertendo consumidores potenciais em clientes fiéis (BONETTI; SCHLICKMANN; BUSSOLO, 2017).

O significado da palavra crédito vem do latim *creditum* ou *credere*, que significa confiança, acreditar (BONETTI; SCHLICKMANN; BUSSOLO, 2017). De acordo com Santos (2000), vários autores têm seguido a mesma linha de raciocínio para conceituar essa palavra, ou seja, entende-se que crédito é a troca de um valor no presente por uma promessa de pagamento no futuro.

A definição da palavra crédito, sob a ótica empresarial, tem como significado a transferência de um bem ou um montante em dinheiro, por meio da promessa do recebimento do valor concedido no futuro. Assim, entende-se que o crédito está à disposição de pessoa jurídica ou física, podendo conseguir dinheiro, ou o produto/serviço diante do compromisso de pagamento em um determinado intervalo de tempo (GUIMARÃES; CHAVES NETO, 2002).

Com o objetivo de aumentar as vendas, algumas empresas não utilizam critérios nem regras para a concessão de crédito, assim, facilitando contas incobráveis. No entanto, se os gestores adotam uma política de crédito muito restrita e rigorosa terão um menor risco de não receber, no entanto, as receitas de vendas poderão reduzir. Neste caso, o ideal é um equilíbrio

entre a rigidez e flexibilidade para a concessão de crédito, obtendo aumento das vendas e um risco de inadimplência quase nulo (BONETTI; SCHLICKMANN; BUSSOLO, 2017).

Potrich et al. (2012) ressalta a importância do uso de uma política de concessão de créditos focada na análise do perfil do comprador, buscando definir um perfil de ilegitimidade para receber o pagamento no prazo. Para que o cliente seja autorizado, seu perfil deve ser adequado com exigências estabelecidas pela empresa.

O responsável por analisar o crédito da empresa deve estar ciente das informações a ele passadas e fazer uma detalhada avaliação do cliente. Diante disso, é essencial que a empresa imponha modelos de crédito e tenha regras e critérios, pois, isso simplificará a tomada de decisão e aperfeiçoamento desses processos na empresa (BONETTI; SCHLICKMANN; BUSSOLO, 2017).

De acordo com Assaf Neto (2017), na análise de risco da empresa são levados em consideração alguns critérios e métodos. Dentre os principais está o chamado 5 C's de crédito, pois são essenciais para analistas, a fim de, identificar a capacidade de pagamento do cliente/solicitante de um crédito. Esses são os critérios mais analisados para a concessão de crédito aos clientes, isto é, caráter, capacidade, capital, colateral e condições, conforme pode ser observado no Quadro 1.

Quadro 1 - Os 5 C's do Crédito

Caráter	Identifica a disposição do cliente em pagar corretamente seu crédito. Essa avaliação é efetuada mediante o conhecimento de certas características morais do devedor, tais como honestidade, integridade etc., e de seu histórico judicial e de pagamentos.
Capacidade	Procura medir o potencial de geração de recursos do cliente visando à liquidação do crédito conforme solicitado. Essa análise é feita, normalmente, mediante informações financeiras do cliente, padrões gerenciais, análise de seus demonstrativos financeiros etc.
Capital	Analisada de forma similar à anterior, está mais voltada para a mediação dos investimentos da firma cliente, dando atenção especial a seu patrimônio líquido e solidez econômica do devedor.
Colateral	Julgam os ativos que o cliente pode oferecer como forma de lastrear (garantir) seu crédito. Para o credor, quanto maiores as garantias, mais elevadas são as chances de recuperar o valor do crédito concedido, se eventualmente o devedor ficar inadimplente.
Condições	Envolve as influências do comportamento da conjuntura econômica sobre a capacidade de pagamento do cliente, assim como eventual interesse especial da empresa em vender determinado produto que mantém em quantidade em excesso estocada.

Fonte: Assaf Neto, 2017.

A análise de crédito é o processo de verificação/investigação da capacidade do cliente em pagar ou não o compromisso financeiro estabelecido com a empresa (SANTOS, 2003). Porém, muitas vezes, o cliente pode ter se encaixado na política de crédito e tido a permissão para a concessão, entretanto, muitos não cumprem com o acordo estabelecido. Isso pode se justificar pela falta de um método bem estruturado do processo de cobrança (TEIXEIRA; OLIVEIRA; CARVALHO NETO, 2009).

De acordo com Diniz (2016), a concessão de crédito aos clientes deve ocorrer de maneira satisfatória, deve ter uma análise de cobrança bem estruturada e eficiente, a fim de cumprir os propósitos do crédito. Diante disso, há formas de contribuir para menores consequências quanto a inadimplência que se refere a uma adequada política de cobrança, a qual baseia-se em procedimentos capazes de cobrar as duplicatas a receber. Em muitas empresas, segue um mesmo plano, primeiramente telefonemas, cartas, e, em último caso, protesto judicial (POTRICH et al., 2012).

Compreende-se que é obrigação do cliente pagar pelo produto ou serviço que recebeu/comprou, mesmo que, por muitas vezes haja muita insistência por parte da empresa para que ocorra os recebimentos e havendo sempre negociações. Diante disso, se torna essencial a análise de clientes antes da venda, uma estruturada política de crédito e cobrança, pois é uma ferramenta vital para garantir a saúde financeira da empresa, contribuindo, assim, para a redução da inadimplência (BONETTI; SCHLICKMANN; BUSSOLO, 2017).

2.3 INADIMPLÊNCIA

Segundo Sehn e Carlini Junior (2007), a inadimplência é o não pagamento ou não cumprimento de um acordo afirmado em contrato. “É a falta de pagamento; inadimplemento é o termo jurídico utilizado, em regra, para designar uma situação de não cumprimento de cláusula contratual; insolvência é a perda total de capacidade de pagamento” (TEIXEIRA; SILVA, 2001, p. 19).

A falta de pagamento de algumas obrigações pode gerar inúmeros problemas para a empresa, ocasionando um prejuízo para essas organizações. É necessário conhecer as razões que levam a inadimplência para poder evitá-la. Diante disso, a inadimplência é apontada como um dos maiores problemas enfrentados pelos gestores (GUIMARÃES; CHAVES NETO, 2002).

Andrade (2010) ressalta que a inadimplência se dá porque os clientes sofrem impactos frequentes na sua renda e isso acaba determinando os limites e restrições orçamentárias do

cliente, fazendo com que ele perca o controle das finanças e ficando favorável a ser inadimplente. A partir disso, é essencial conhecer o perfil dos clientes inadimplentes e os fatores que os levaram a estar nessa situação. Desta forma, a empresa terá como tomar medidas preventivas para evitar ou, ao menos, tentar reduzir o máximo possível os resultados negativos da inadimplência (PINTO; CORONEL, 2012).

Nenhuma empresa deseja ter clientes inadimplentes. Deste modo, conhecendo o perfil dos clientes atuais e entender as causas dos inadimplentes, são alguns exemplos para evitar que esse fenômeno ocorra. Aprovar o crédito a quem realmente tem as devidas condições financeiras para assumir o compromisso de um contrato revela-se como o modo mais eficaz para evitar a inadimplência, contudo, fazer isso não é uma tarefa fácil (SEHN; CARLINI JUNIOR, 2007).

A pessoa inadimplente pode ter várias justificativas para se encontrar nessa situação. Porém, trata-se de uma atitude individual dos consumidores, de deixarem de pagar pelos serviços e produtos prestados pela empresa (PINTO; CORONEL, 2012). Há alguns fatores que aumentam a inadimplência, como, por exemplo, não gerenciamento dos valores a receber, cobrança ineficiente, cadastros inadequados, dilatação do prazo e concessão de crédito mal elaborado (OLIVEIRA, 2010). Já por parte dos consumidores, algumas razões facultam o aumento da inadimplência, entre eles estão compras sem planejar e feitas por impulso, desemprego, doença, problemas familiares, falta de cobrança e má-fé (FERREIRA; ALVES; TÓFOLI, 2009).

Segundo a Serasa Experian (2019), em agosto de 2019 o número de inadimplentes no Brasil virou recorde. O número de 63,4 milhões, teve um aumento de 2,5% comparado ao ano de 2018. No total, 40,6% da população adulta brasileira possuía contas atrasadas e negativadas. Grande parte dos brasileiros inadimplentes estão entre 41 e 50 anos, de acordo com o levantamento feito pela Serasa Experian. Conforme a pesquisa, são 12,6 milhões de pessoas, ou seja, 20% do total das pessoas que deixaram de cumprir seus compromissos financeiros, segundo dados de junho de 2019. Em seguida aos adultos de 41 a 50 anos com contas atrasadas e negativadas estão os idosos (9,6 milhões), representando 15% do total de pessoas.

De acordo com o levantamento do CNDL/SPC Brasil (2020), quatro em cada 10 brasileiros estavam negativados em fevereiro de 2020. Essa estimativa reflete a 60,8 milhões de pessoas adultas no país. O segundo mês do ano teve um aumento de 1,23% na base de inadimplentes. De acordo com a pesquisa, cada negativado deve, em média, R\$ 3.257,80.

Diante da atual situação econômica do país, Andrade et al. (2008) afirmam que muitas pessoas acabam deixando de cumprir os seus compromissos financeiros, priorizando as suas

necessidades básicas. Essa situação passa a causar um aumento de inadimplência nas realidades locais.

3 METODOLOGIA

Referente à metodologia, define-se como a descrição dos métodos ou caminhos que são trilhados na procura do conhecimento (ANDRADE, 2010). Diante desse contexto é que foi traçada a presente seção, que segmenta os métodos utilizados no decorrer da pesquisa.

3.1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

Para a realização deste estudo, o método utilizado é definido como uma pesquisa descritiva, que de acordo com Gil (2017, p. 42) “tem como objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno. Podem ser elaboradas também com a finalidade de identificar possíveis relações entre variáveis”. Classifica-se como uma pesquisa qualitativa, pois, segundo Creswell (2010), qualitativo define-se como estratégias de investigação, métodos de coleta e análises de interpretação de dados.

Ainda, o trabalho pode ser considerado um estudo de caso, que, segundo Yin (2010), é aplicado para o entendimento de casos individuais, coletivos, em contexto corporativo, social ou político, buscando esclarecer de forma correta os acontecimentos sociais. No presente estudo o caso refere-se a Mecânica Automotor. Essa investigação se caracteriza como empírica e procura analisar fenômenos atuais e de circunstâncias reais.

Quanto à finalidade, caracteriza-se como uma pesquisa científica aplicada, que, segundo Almeida (2014), faz uso de conhecimentos que já foram estudados, tendo como objetivo de resolver problemas organizacionais ou do ser humano, para entender o mercado e buscar estratégias para solucionar problemas encontrados. Por fim, é uma pesquisa bibliográfica, que de acordo com Malheiros (2011), tem o intuito de identificar na literatura as contribuições científicas sobre o assunto definido.

3.2 UNIVERSO DE ESTUDO E AMOSTRA

A amostra se definiu por acessibilidade, caracteriza-se por ser uma amostra na qual o pesquisador seleciona os elementos que tem acesso, e que considera importantes para o estudo (GIL, 2008). Esse é um tipo de amostragem não probabilística, que não necessita que seja feita uma escolha de itens que representem estatisticamente a população em estudo, sendo isso a escolha de uma determinada amostra é impossível (HAIR JR. et al., 2005). O universo de estudo

da pesquisa serão todos os clientes caracterizados como inadimplentes na empresa Mecânica AutoMotor no primeiro semestre de 2020 e que possuem em seu cadastro com a empresa um telefone para contato. Assim, o universo de estudo é composto por 11 inadimplentes, de 120 clientes. Para o estudo, foram considerados 8 inadimplentes, tendo em vista que para alguns não se conseguiu acesso.

3.3 INSTRUMENTO E COLETA DE DADOS

Para a coleta dos dados necessários para alcançar os objetivos da pesquisa, foram realizadas entrevistas estruturada por telefone. Antes das entrevistas ocorrerem, foi realizada uma entrevista teste com o intuito de identificar possíveis alterações que ficaram incompreensíveis pelos respondentes. De acordo com Martins (2007), os instrumentos mais aplicados para a coleta dos dados são questionários e entrevistas.

A entrevista é um método bastante simples, onde são feitas perguntas abertas ou fechadas à amostra de pessoas desejadas, com o intuito de identificar o que estes pensam e fazem. Esse método pode ser realizado de diversas formas, pessoalmente, via e-mail ou outras ferramentas eficazes que existem na atualidade (COLLIS; HUSSEY, 2006).

No presente estudo a entrevista estruturada foi realizada por meio de questões semiabertas para verificar a inadimplência e com questões fechadas para identificar o perfil conforme Apêndice A. Todas foram elaboradas pela autora deste estudo, baseada no estudo anterior da literatura acadêmica de Sehn e Carlini Júnior (2007). As respostas dos clientes foram gravadas e transcritas fielmente pela entrevistadora. Inicialmente, foram identificados os clientes inadimplentes da empresa, e, por meio do cadastro da empresa, foram realizadas ligações para as entrevistas e coleta dos dados. Caso o cliente não pudesse via telefone, a entrevista foi agendada e realizada pessoalmente. Com o consentimento dos mesmos, a entrevista foi gravada para uma melhor transcrição das respostas e, após, a análise dos dados.

3.4 TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

O tratamento e análises dos dados do presente estudo foi realizado de acordo com as entrevistas feitas com os clientes inadimplentes da empresa Mecânica AutoMotor. Para facilitar a transcrição das respostas e análise dos mesmos, foi utilizado um editor de texto. Além disso, foi utilizada a técnica qualitativa de análise de conteúdo que, de acordo com Bardin (2009),

busca identificar o que está sendo dito por trás das palavras e obter outros pontos através da mensagem. Ademais, para trazer sugestões futuras para a empresa foi utilizada a técnica 5W2H.

A 5W2H é uma ferramenta de qualidade, que pode ser utilizada em qualquer empresa, com o objetivo de registrar de forma organizada e planejada como serão executadas as ações. Isto envolve perguntas como: O quê? Por quê? Onde? Quando? Quem? Como? Quanto custa? Perguntas as quais tem sua origem da língua inglesa que dão o nome ao ferramental (*What? Why? When? Where? Who? How e How much?*) (DERDERIAN, 2019).

3.5 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A empresa Mecânica AutoMotor está localizada na Rua Avenida Independência, nº 58, em Palmeira das Missões, norte do estado do Rio Grande do Sul, onde atua no setor mecânico e consertos em geral de automóveis. Seus serviços são oferecidos a toda a cidade onde está localizada e por toda a região.

A Mecânica AutoMotor presta serviços a pessoas físicas, empresas privadas e serviços públicos, para a prefeitura e Brigada Militar da cidade e de toda a região. Não possui filiais e nem estabelecimentos em outras cidades.

Fundada em 2008, pelo atual proprietário, hoje em dia se caracteriza por uma empresa familiar. Os 3 funcionários são da família, ou seja, pai, filho e sobrinho.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 CARACTERIZAÇÃO DA SITUAÇÃO FINANCEIRA DA EMPRESA

A empresa não possui software para auxiliar no cadastro dos clientes e nem nos pagamentos e cobranças efetivadas. Pagamentos não realizados à vista, são feitos por meio de promissórias, boletos, cheques e cartão de crédito. Além disso, existe uma relação entre empresa-cliente firmada na confiabilidade, onde o cliente apenas assina a ordem de serviço e combina os dias com o proprietário para efetuar o pagamento no futuro. Diante disso, esse seria um dos motivos que a empresa passou a adquirir clientes inadimplentes com uma maior frequência, afetando, assim, sua saúde financeira.

A empresa obtém no total de onze clientes inadimplentes, porém em virtude de a empresa não se ter mais contato com alguns, por questões judiciais em decorrência do não cumprimento das dívidas, não foi possível realizar a entrevista com três destes inadimplentes, sendo possível identificar alguns dos motivos pelo qual se encontram em situação de inadimplência com a empresa. O motivo mais abordado se deu pelo fato de o cliente não ter dinheiro para o pagamento da dívida, porém, esse mesmo cliente recomendaria o serviço da empresa para amigos e familiares.

Isto posto, sugere-se que a empresa modifique seu processo de pagamento, uma vez que a mesma é responsável por diminuir a inadimplência. Assim, na sessão seguinte os resultados obtidos por meio das entrevistas foram analisados e após foi construído um plano de ação com sugestões de melhorias para a empresa implementar, de forma a solucionar os problemas identificados com a entrevista e que motivam a inadimplência.

4.2 ANÁLISE DOS INADIMPLENTES

Conforme a pesquisa foi se aprofundando, foi possível identificar alguns fatores que levaram a empresa Mecânica AutoMotor a ter um aumento em clientes inadimplentes. Após as respostas obtidas, estas foram estudadas por meio de análise de conteúdo com a criação de três categorias: satisfação com o serviço, forma de pagamento e motivação para o não pagamento.

4.2.1 Perfil dos Clientes Inadimplentes

Uma questão importante a ser analisada seria a questão sobre o perfil dos inadimplentes, pois percebe-se que diversos aspectos influenciam para que clientes se tornem mau pagadores. Potrich et al. (2012) ressalta a importância do uso de uma política de concessão de créditos focada na análise do perfil do comprador, buscando definir um perfil de ilegitimidade para receber o pagamento no prazo. Para que o cliente seja autorizado, seu perfil deve ser adequado com exigências estabelecidas pela empresa.

O responsável por analisar o crédito da empresa deve estar ciente das informações a ele passadas e fazer uma detalhada avaliação do cliente. Diante disso, é essencial que a empresa imponha modelos de crédito e tenha regras e critérios, pois, isso simplificará a tomada de decisão e aperfeiçoamento desses processos na empresa (BONETTI; SCHLICKMANN; BUSSOLO, 2017).

O perfil dos clientes quanto a essa categoria de análise pode ser observado por meio do Quadro 2.

Quadro 2 - Percepção do Perfil dos Inadimplentes

Entrevistados	Sexo	Idade
1	Masculino	65
2	Masculino	32
3	Masculino	55
4	Masculino	35
5	Masculino	48
6	Masculino	42
7	Masculino	40
8	Feminino	38

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Observa-se que os maiores números de clientes inadimplentes são do sexo masculino, e apenas um cliente é do sexo feminino. Percebe-se também que os clientes inadimplentes da empresa, possuem idades dos 32 aos 65 anos e que 3 clientes estão na faixa dos 30 anos, 3 clientes encontram-se na faixa dos 40 anos de idade, e por fim 2 clientes com mais de 50 anos de idade.

Deste modo, se faz necessário também analisar a cidade, profissão e renda dos clientes devedores da empresa. Para que tal aspecto contribua para a análise da inadimplência na empresa em estudo, o mesmo é abordado no Quadro 3, a seguir.

Quadro 3 - Cidade, profissão e renda dos inadimplentes

Cidade	Profissão	Renda
Palmeira das Missões	Empresário	Não obtivemos resposta
Palmeira das Missões	Pedreiro	De R\$ 937,00 á R\$ 2.811,00
Palmeira das Missões	Empresário	De R\$ 2.811,00 á R\$ 5.622,00
Palmeira das Missões	Padeiro	De R\$ 937,00 á R\$ 2.811,00
Palmeira das Missões	Gerente	De R\$ 2.811,00 á R\$ 5.622,00
Palmeira das Missões	Vendedor	De R\$ 2.811,00 á R\$ 5.622,00
Palmeira das Missões	Caminhoneiro	De R\$ 2.811,00 á R\$ 5.622,00
Palmeira das Missões	Professora	De R\$ 2.811,00 á R\$ 5.622,00

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Identifica-se na tabela acima, que os devedores da empresa possuem profissões variadas, e a maioria possui uma faixa mensal de renda de R\$ 2.811,00 reais a 5.622,00 reais. Apenas dois entrevistados estão na faixa de R\$ 937,00 reais a 2.811,00 reais e um deles não quis responder a está questão.

Diante disto, as pessoas com renda mensal mais baixa, são propensas a se tornarem devedores, como também aqueles que não possuem renda fixa. Percebe-se também que a maioria são de classes mais baixas (SILVA; VIEIRA; FAIA, 2012).

4.2.2 Satisfação com o Serviço

De acordo com as entrevistas, os clientes foram questionados se os serviços oferecidos pela empresa satisfizeram todas as suas necessidades e quanto a pontualidade na entrega do automóvel em conserto, uma vez que, um dos principais motivos para o não pagamento do conserto, seria pela não satisfação ou atraso no serviço prestado pela empresa. A avaliação do cliente quanto a qualidade dos serviços oferecidos pela empresa, é de extrema importância para que a mesma se torne competitiva (FREITAS, 2005).

A percepção dos clientes quanto a essa categoria de análise pode ser observada por meio do Quadro 4.

Quadro 4 - Percepção da Satisfação com o Serviço

Entrevistado	Sexo	Satisfação com os serviços oferecidos	Satisfação quanto a pontualidade
1	Masculino	Sim	Sim
2	Masculino	Sim	Sim
3	Masculino	Sim	Sim
4	Masculino	Não	Sim

(continua)

Quadro 4 - Percepção da Satisfação com o Serviço

(conclusão)

Entrevistado	Sexo	Satisfação com os serviços oferecidos	Satisfação quanto a pontualidade
5	Masculino	Não	Sim
6	Masculino	Sim	Sim
7	Masculino	Não	Sim
8	Feminino	Sim	Sim

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Diante disso, observa-se que 3 dos 8 entrevistados relatam que não se sentem satisfeitos com os serviços oferecidos pela empresa, porém todos se sentem satisfeitos com a pontualidade na entrega do conserto do seu automóvel. Dessa forma, o entrevistado 3 diz que *“É a melhor mecânica da cidade, nunca tive problemas com os consertos que realizei. Só estou inadimplente com eles, por questões pessoais e financeiras”*. Já o entrevistado 7 relata que *“Quando levei o carro para consertar falaram que era apenas uma coisa, quando fui fazer o pagamento falaram que tiveram que fazer mais consertos e não me consultaram, o valor deu muito mais e não tenho como pagar”*.

4.2.2 Forma de Pagamento

Outra questão importante a ser analisada são as formas de pagamentos que a empresa utiliza. Visto que quanto mais formas de pagamento a empresa tem, mais opções os clientes terão para a realização do pagamento de suas dívidas.

Quando a empresa vê a necessidade de novas formas de pagamento para atender as necessidades dos clientes, ela busca novas ferramentas. A mais comum é a implantação de um sistema de crédito, assim, impulsionando suas vendas, satisfazendo clientes e convertendo consumidores potenciais em clientes fiéis (BONETTI; SCHLICKMANN; BUSSOLO, 2017). Entretanto, ao conceder o crédito o empresário compromete o lucro e capital da empresa, pois o não recebimento do crédito cedido ocasionará em clientes devedores (CAMARGOS et al., 2010).

A percepção dos clientes quanto a esta categoria pode ser analisada no Quadro 5.

Quadro 5 - Percepção da Satisfação com as Formas de Pagamento

(continua)

Entrevistados	Satisfação com as formas de pagamentos	Gostaria de mais formas de pagamentos
1	Sim	Não

Quadro 5 – Percepção da Satisfação com as Formas de Pagamento

(conclusão)

Entrevistados	Satisfação com as formas de pagamentos	Gostaria de mais formas de pagamentos
2	Sim	Não
3	Sim	Não
4	Sim	Não
5	Sim	Não
6	Sim	Não
7	Sim	Não
8	Sim	Não

Fonte: Elaborada pela autora (2021).

A empresa utiliza as seguintes formas de pagamentos: cartão de crédito, dinheiro à vista, cheques e, em últimos casos, a forma de boleto para facilitar o pagamento a certos clientes. Porém, para alguns clientes, a empresa aceita o pagamento da dívida na base da confiança, onde ele efetua o pagamento em mãos e aos poucos, durante os meses. Desse modo, como consequência “ganhando” clientes inadimplentes, que é o caso desses 8 entrevistados, onde todos estão satisfeitos com as formas de pagamentos e também todos endividados com a mesma. O entrevistado 5 diz que “*A empresa sempre oferece várias formas de pagamentos para que possamos pagar a dívida*”.

4.2.3 Motivação para o Não Pagamento

Outra categoria importante a ser investigada é quais são os motivos pelos quais levam os clientes a se tornarem inadimplentes. Andrade (2010) ressalta que a inadimplência se dá porque os clientes sofrem impactos frequentes na sua renda e isso acaba determinando os limites e restrições orçamentárias do cliente, fazendo com que ele perca o controle das finanças e ficando favorável a ser inadimplente.

A partir disso, é essencial conhecer o perfil dos clientes inadimplentes e os fatores que os levaram a estar nessa situação. Desta forma, a empresa terá como tomar medidas preventivas para evitar ou, ao menos, tentar reduzir o máximo possível os resultados negativos da inadimplência (PINTO; CORONEL, 2012).

Na pesquisa realizada a maioria dos entrevistados apontaram causas como problemas financeiros, ou que não possui condições de pagar os serviços da mecânica, pelo motivo de o conserto realizado ter um valor alto. É possível analisar no Quadro 6 a percepção dos clientes quanto essa questão.

Quadro 6 - Percepção das Motivações para a inadimplência

Entrevistados	Problemas financeiros	O serviço foi concluído como esperado	Serviço prestado com valor alto
1	Sim	Sim	Sim
2	Sim	Sim	Não
3	Sim	Sim	Não
4	Não	Não	Não
5	Não	Não	Não
6	Sim	Sim	Não
7	Não	Não	Não
8	Sim	Sim	Sim

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Diante disso, pode-se observar que cinco dos oito entrevistados responderam que estão em dívida com a empresa Mecânica Automotor, pelo motivo de estarem com problemas financeiros. O entrevistado 3 relata que, *“O valor do conserto foi alto, porém condiz com o serviço que foi feito em meu carro, não paguei minha dívida porque estou com problemas financeiros, minha empresa não está tendo o lucro esperado”*.

Podemos observar também que outra questão citada como motivo para a inadimplência na empresa, seria se o serviço oferecido foi concluído como esperado pelo cliente. Sendo que três dos oito clientes inadimplentes responderam que não cumpriram o pagamento de suas contas na empresa, porque o conserto do automóvel não ficou como o esperado. O entrevistado 4, diz que *“O serviço não foi feito completamente, não irei pagar algo que não ficou bom”*. Ao questionar a empresa sobre a afirmação desse cliente a resposta a essa afirmativa feita pelo cliente por parte da empresa diz que, *“Eles falam que o conserto não ficou bom e que não irão pagar, mas saem dirigindo o carro...”*.

Quando perguntado se o serviço prestado pela empresa deu um valor alto, dois dos oito entrevistados responderam que sim e que esse seria o motivo de estarem em dívida com a empresa. O entrevistado 8, respondeu que *“O valor do conserto foi alto, no momento não consigo pagar”*.

4.3 PLANO DE AÇÃO

Baseando-se na análise dos resultados desta pesquisa, e também pela observação realizada no decorrer do período de estágio na empresa Mecânica Automotor, foi possível identificar alguns pontos negativos a serem melhorados, que na maior parte são os causadores da inadimplência. Diante disso, foi possível criar um plano de ação, com soluções para que

esses pontos sejam solucionados, a fim de que seja reduzido os níveis de inadimplência na empresa. Esses planos são citados de forma resumida no quadro seguinte.

Quadro 7 - Planos de ação

Fatores	Formas de Pagamentos	Sistema de Cadastro de Clientes	Processo de cobrança
O que? (What?)	Formalizar a seção de pagamentos, não aceitando mais nada na base da confiança	Implantar um sistema gerencial, onde se tenha todos os dados importantes dos clientes da empresa	Estabelecer um sistema de cobrança, formal e com regras claras e simples
Porque? (Why?)	Para evitar novos clientes inadimplentes	Para facilitar o contato com os clientes quando for necessário	Para ser acessível a cada cliente e facilitar o pagamento
Quando? (When?)	Imediatamente	Imediatamente	Imediatamente
Quem? (Who?)	Proprietários da empresa	Proprietários da empresa	Proprietários da empresa
Onde? (Where?)	Na empresa Mecânica AutoMotor	Na empresa Mecânica AutoMotor	Na empresa Mecânica AutoMotor
Como? (How?)	Delegando essa função para algum funcionário	Contratando uma empresa de consultoria em soluções digitais	Delegando essa função para algum funcionário
Quanto custa? (How much?)	Hora do serviço desse funcionário.	Valor da consultoria empresarial.	Hora do serviço desse funcionário.

Fonte: Elabora pela autora (2021).

O principal fator identificado como causador de inadimplentes é o fato de a empresa prestar o serviço antes de garantir o pagamento do mesmo, baseando-se na palavra e na confiança com o cliente que ele cumprirá o pagamento no futuro. Um método para implantar seria a cobrança de uma porcentagem do valor total antes do conserto ser realizado. O proprietário ficará encarregado de passar o orçamento e as novas normas de pagamento adiantado ao cliente.

Por fim, é sugerido que o proprietário insira um sistema gerencial para que seja efetuado o cadastro de todos os clientes, onde contenha sempre dados atualizados, com endereço para cobranças e entrega do carro, telefones para contatos, estado civil, números de identidade e Cadastro de Pessoa Física (CPF), entre outros dados importantes que a empresa ache necessário. Para que quando seja necessário, a empresa tenha facilidade de entrar em contato com o cliente. Outra sugestão imprescindível é que neste sistema haja a opção de atualizar com o valor total que o cliente está devendo para a empresa, que tenha a opção de dividir em parcelas e em qual valor o cliente deseja descontar em cada mês, e que cada operação fique gravada para que nada se perca, e tanto a empresa ou o cliente saiba como anda os valores pagos e os restos a pagar.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante o exposto, a pesquisa realizada na Mecânica AutoMotor buscou identificar os fatores causadores da inadimplência na empresa. Também trouxe informações imprescindíveis para a empresa, foi possível também identificar pontos positivos que os clientes prezam muito. Nesse contexto, um exemplo disto é a pontualidade da empresa em entregar o carro que estava em conserto, e o bom relacionamento com o proprietário e os empregados.

Assim como positivos, também foi possível identificar pontos negativos, os quais a empresa necessita focar seus esforços para que haja melhorias, e assim solucionar os problemas encontrados através da pesquisa. Dentre as questões negativas encontradas identificou-se algumas das principais causas da inadimplência dos clientes, que se deram por problemas financeiros pessoais, e assim não podendo sanar as dívidas com a empresa e a insatisfação com os serviços oferecidos. Como foi possível identificar os motivos causadores de inadimplentes na empresa, pode-se dizer que os objetivos do estudo foram concluídos com sucesso.

Todos os clientes mostraram estarem satisfeitos com as formas de pagamentos da empresa, porém estão inadimplentes, esse seria a principal questão a ser solucionada, garantir uma porcentagem do valor total cobrado antes do serviço ser efetuado, isso garantirá que caso o cliente não efetue o pagamento do serviço, a empresa não terá um prejuízo maior. Sugere-se também que a empresa implante o sistema de cadastros de clientes, para que sempre que for necessário a empresa consiga entrar em contato com o cliente, e que nesse sistema seja possível consultar os valores que cada cliente esteja devendo. Por fim, sugere-se que a empresa leve em consideração o plano de ação elaborado por esta autora, e ponha em prática as sugestões de melhorias citados no quadro.

Diante disso, como limitações do estudo, se destaca o fato de não conseguir acesso a todos os inadimplentes da empresa. Nessa questão houve um caso que o proprietário não autorizou entrar em contato com a cliente, pelo fato do não recebimento da dívida há anos, e já estar em processo judicial. Para estudos futuros, sugere-se que se aplique esta pesquisa em outras empresas, para que possam se basear, identificar seus problemas e solucioná-los.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. de S. **Elaboração de projeto, TCC, dissertação e tese: uma abordagem simples, prática e objetiva**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014.
- AMORIM, G. de. Concessão de crédito e receita financeira: uma ferramenta de análise econômico - gerencial. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (REGEPE)**, v. 8, n. 2, p. 410-424, maio/ago. 2019.
- ANDRADE, M. M. de. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- ANDRADE, S. F. C. de et al. A inadimplência nas instituições particulares de ensino na cidade de Franca. **FACEF Pesquisa - Desenvolvimento e Gestão**, v. 11, n. 1, 2008.
- ASSAF NETO, A. **Fundamentos de administração financeira**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 4. ed. Lisboa: Edições 70 LTDA, 2009.
- BONETTI, G.; SCHLICKMANN, F.; BUSSOLO, R. Política de crédito e cobrança de uma empresa catarinense do ramo alumínio. In: **I Congresso Sul Catarinense de Administração e Comércio Exterior**, UNESC, Criciúma, SC. Jun. 2017.
- BRITO, O. **Guia prático de economia e finanças**. São Paulo: Saraiva, 2016.
- CAMARGOS M. A.; CAMARGOS M. C. S.; ARAÚJO E. A. A inadimplência em um programa de crédito de uma instituição financeira pública de Minas Gerais: uma análise utilizando regressão logística. **Revista de Gestão (REGE)**, São Paulo, SP, v. 19, n. 3, p. 467-486, jul./set. 2012.
- CAMARGOS, M. A. et al. Fatores condicionantes de inadimplência em processos de concessão de crédito a micro e pequenas empresas do estado de Minas Gerais. **RAC**, Curitiba, v. 14, n. 2, art. 8, p. 333-352, mar./abr. 2010.
- CNDL/SPC BRASIL. **4 em cada 10 brasileiros estavam negativados em fevereiro, aponta levantamento CNDL/SPC Brasil**. Mar. 2020. Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/noticia/7274>>. Acesso em: 24 maio 2020.
- COLLIS J.; HUSSEY R. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2006.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- DAROS, M.; PINTO N. G. M. Inadimplência no serviço de internet: um estudo de caso sobre as suas causas em uma pequena empresa de telecomunicações de Palmeira das Missões – RS. **Revista de Administração do UNifatea**, v. 15, n. 15, p. 61-93, jul./dez. 2017.

_____. Inadimplência no Brasil: uma análise das evidências empíricas. **Revista de Administração IMED**, Passo Fundo, v. 7, n. 1, p. 7-228, jan./jun. 2017.

DERDERIAN, P. et al. Melhoria do desempenho de um grupo de concessionárias por meio de mudanças no atendimento ao cliente. **International Journal of Business Marketing**, v. 4, n. 1, p. 72-84, 2019.

DINIZ, P. C. O. C. **O processo de concessão de crédito pela empresa**: um estudo sobre o comportamento do tomador. 2015. Dissertação (Contabilidade Gerencial e Controladoria) – Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, 2016.

FERREIRA, J. A. L. A.; ALVES, R. F.; TÓFOLI, I. **Análise e decisão de crédito** – um fator potencial para redução da inadimplência. São Paulo, 2009.

FREITAS, A. L. P. A qualidade em serviços no contexto da competitividade. **Revista Produção**, v. 5, n. 1, 2005.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2017.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GITMAN L. J. **Princípios de administração financeira**. 12 ed. São Paulo: Pearson, 2010.

GUIMARÃES, I. A.; CHAVES NETO, A. Reconhecimento de Padrões: Metodologias estatísticas em crédito ao consumidor. **RAE-eletrônica**, v. 1, n. 2, p. 1-14, jul./dez. 2002.

HAIR JR. et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005. 471 p.

LEMES JUNIOR, A.B. **Fundamentos de finanças empresariais**: técnicas e práticas essenciais. 1 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2018.

MALHEIROS, B. T. **Metodologia da pesquisa em educação**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

MORAES, R. C. de.; OLIVEIRA, W. de. A importância da gestão financeira nas empresas. **Revista Científica do Centro Universitário de Araras**, v. 5, n. 1, p. 51-58, 2011.

MARTINS, G. de A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. São Paulo: Atlas, 2007.

MATIAS, A. B. **Finanças empresariais estratégicas**. 1 ed. São Paulo: Manole, 2019.

OCDE - Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico. **Coronavirus (Covid-19)**: SME policy responses. Disponível em: <<http://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policyresponses-04440101/>>. Acesso em:

OLIVEIRA, A. A. dos S. **Contabilidade**: gestão de crédito e cobrança em uma empresa de alimentos cearense. Artigo Científico para título de Bacharel em Administração de Empresas, Faculdade 7 de Setembro, Fortaleza, 2010.

PINTO, N. G. M.; CORONEL, D. A. Inadimplência no serviço de TV por assinatura: um estudo sobre as suas causas em uma empresa do setor da cidade de Santa Maria – RS. **SINERGIA**, Rio Grande, v. 16, n. 2, p. 41-51, 2012.

POTRICH, A. C. G. et al. Política de cobrança de contas a receber: um estudo de caso no comércio varejista de materiais de construção. **Sistemas e Gestão**, v. 7, n. 3, p. 392-401, 2012.

_____. Análise da concessão de crédito de uma empresa varejista de materiais de construção. *In: IX Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia* – SEGeT, Resende, RJ. 24-26 out. 2012.

RODRIGUES, R. M. **Pesquisa acadêmica**: como facilitar o processo de preparação de suas etapas. São Paulo: Atlas, 2007.

SANTOS, A. E. Considerações sobre a influência da análise das demonstrações no ciclo do pedido logístico: análise do caso Atofina Brasil. **Revista Contabilidade & Finanças - USP**, v. 14, n. 33, p. 101-113, 2003.

SANTOS, J. O. dos. **Análise de crédito**: empresas e pessoas físicas. São Paulo: Atlas, 2000.

SCHUSTER, W. E.; FRIEDRICH, M. P. A. A importância da consultoria empresarial na gestão financeira das micro e pequenas empresas. **Revista de Administração IMED**, Passo Fundo, v. 7, n. 2, p. 183-205, dez. 2017.

SEHN, C. F.; CARLINI JÚNIOR, R. J. Inadimplência no sistema financeiro de habitação: um estudo junto à Caixa Econômica Federal (CAIXA). **Revista de Administração Mackenzie (RAM)**, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 59-84, 2007.

SERASA EXPERIAN. **Um em cada cinco inadimplentes no Brasil tem entre 41 e 50 anos**. SP, ago. 2019. Disponível em: <<https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/um-em-cada-cinco-inadimplentes-no-brasil-tem-entre-41-e-50-anos-revela-serasa-experian>>. Acesso em: 24 maio 2020.

SOUZA, T. F. de S. et al. Estudo comparativo sobre as características dos alunos inadimplentes de duas universidades do interior do estado de São Paulo. **Egesta**, v. 5, n. 4, p. 1-24, out./dez. 2009.

TEIXEIRA, A. F.; SILVA, R. A. **Créditos de difícil recebimento**: crédito, cobrança, inadimplência e os seus tratamentos contábeis. 1. ed. Franca: Facef, p. 19-20, 2001.

TEIXEIRA, E. G.; OLIVEIRA, L. G.; CARVALHO NETO, S. Concessão de crédito ao consumidor. **Fórum de Administração**, v. 1, n. 1, p. 75- 86, 2009.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Zahra, S. A. International entrepreneurship in the post Covid world. **Journal of World Business**, 101143, 2020.

APÊNDICE

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DIURNO – 2020

Entrevista de pesquisa na empresa Mecânica AutoMotor

A presente pesquisa tem por finalidade avaliar a empresa mecânica Automotor, a fim de que seus serviços sejam melhorados para os seus clientes.

Perfil

Sexo: Feminino () Masculino ()

Idade:

Cidade:

Profissão:

Renda:

1. () Até 937,00 (1 Salario)
2. () De 937,00 a 2811,00
3. () De 2811,00 a 5622,00
4. () De 5622 a 8433
5. () Acima de 8433,00

Perguntas:

1) Os serviços oferecidos pela nossa empresa satisfazem todas as suas necessidades?

Sim () Não ()

2) Você se sente satisfeito quanto a pontualidade no serviço prestado pela empresa?

Sim () Não ()

3) Você se sente satisfeito quanto ao valor cobrado pela empresa na prestação de serviço?

Sim () Não ()

4) Você se sente satisfeito com as formas de pagamentos oferecidas pela empresa?

Sim () Não ()

5) Quando ocorre o atraso no pagamento de seus boletos e a nossa empresa gera uma cobrança, você se sente satisfeito quanto ao processo de cobrança?

Sim () Não ()

6) Você gostaria que a empresa tivesse mais formas de pagamentos?

Sim () Não () Se sim, quais?

7) Aponte um motivo que justifique o não pagamento de um referido boleto ou parcelas atrasadas.

8) Você recomendaria o nosso serviço para algum familiar ou amigos?

9) Você acha que os nossos serviços estão adequados ou necessitam de algum tipo de melhoria? Se sim, quais sugere?