

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

LISIANE GIOVANELLA DE OLIVEIRA

**CONCESSÃO DE CRÉDITO: UMA ANÁLISE DO PERFIL DOS
CLIENTES INADIMPLENTES DA EMPRESA X DO MUNICÍPIO DE
PALMEIRA DAS MISSÕES**

Palmeira das Missões, RS
2023

Lisiane Giovanna de Oliveira

**CONCESSÃO DE CRÉDITO: UMA ANÁLISE DO PERFIL DOS CLIENTES
INADIMPLENTES DA EMPRESA X DO MUNICÍPIO DE PALMEIRA DAS MISSÕES**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Administração da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), campus Palmeira das Missões, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. José de Pietro Neto

Palmeira das Missões, RS
2023

Lisiane Giovanna de Oliveira

**CONCESSÃO DE CRÉDITO: UMA ANÁLISE DO PERFIL DOS CLIENTES
INADIMPLENTES DA EMPRESA X DO MUNICÍPIO DE PALMEIRA DAS MISSÕES**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento de Administração da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM, RS), campus Palmeira das Missões, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Aprovado em 05 de dezembro de 2023.

**José de Pietro Neto, Dr. (UFSM)
(Presidente/Orientador)**

Andrei Giovani Maia, Dr. (UFSM)

Silvia Patrícia Cavaleiro de Andrade, Dra. (UFSM)

Palmeira das Missões, RS
2023

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus pelo dom da vida, por ter me proporcionado viver tudo isso com muita fé na realização desse sonho de graduação.

Aos meus amados pais que sempre me apoiaram e me ajudam em tudo, obrigada por cada oração, vocês são o meu exemplo e alicerce.

Ao meu esposo Will que sempre está ao meu lado ajudando e muitas vezes cuidando dos nossos filhos para a realização dos meus sonhos, obrigada.

Ao meu orientador, Dr. José de Pietro Neto por toda paciência e por todos os ensinamentos que contribuíram para a realização do meu trabalho.

A empresa analisada, em especial os proprietários Sueli e Diogo que permitiu-me realizar o estágio para conclusão desse trabalho, obrigada pelo apoio e incentivo.

As amigas que fiz ao longo da graduação em especial a Leticia e a Rosa por todos os momentos vividos durante todo o período de graduação.

A nossa amada Universidade Federal de Santa Maria - Campus Palmeira das Missões, por todo esse período vivido durante toda minha graduação, obrigada por apresentar meu esposo, e pelas amigas que levarei pra vida.

Ao Diretório Acadêmico, no qual fiz parte durante todo o período da graduação, pela experiência, pelos momentos compartilhados.

Aos professores que tive ao longo da graduação, obrigada por todo conhecimento e ensinamento que contribuíram para eu chegar até aqui.

Enfim, por todos que contribuíram de alguma forma para a realização desse sonho.

RESUMO

CONCESSÃO DE CRÉDITO: UMA ANÁLISE DO PERFIL DOS CLIENTES INADIMPLENTES DA EMPRESA X DO MUNICÍPIO DE PALMEIRA DAS MISSÕES

AUTORA: Lisiane Giovanella de Oliveira
ORIENTADOR: José de Pietro Neto

A concessão de crédito é uma das formas que as empresas encontraram para atingir suas metas, com a facilidade da concessão muitas pessoas acabam gastando os recursos acima da sua capacidade orçamentária e, após negativadas, passam a fazer parte do índice de clientes inadimplentes. A inadimplência é considerada como a falta de pagamento ou descumprimento de alguma obrigação, serviço ou bem adquirido, causando vários problemas na empresa e trazendo prejuízo. Com isso, o objetivo desse trabalho é analisar o perfil dos clientes inadimplentes na empresa X do município de Palmeira das Missões – RS. Para isso, foi desenvolvida uma pesquisa descritiva e quali-quantitativa, sendo um estudo de caso, onde a população são os 118 clientes que estão inadimplentes, sendo feita uma coleta por meio de amostra probabilística por conveniência, a partir de análise documental, utilizando estatística descritiva, com o uso da ferramenta Excel. Como resultado, foi possível perceber que a maioria dos clientes inadimplentes são mulheres, com idade entre 26 e 35 anos, sendo que o nível de risco de inadimplência da empresa pode ser considerado como alto. O período de vencimento constatado das dívidas foi de até 200 dias e as parcelas em aberto eram de 0 a 10. Também a maioria dos clientes possuía de 1 a 2 contratos abertos ou vencidos. Nesse contexto, a política de cobranças da empresa precisa de algumas melhorias, sendo sugerido a criação de um setor de cobranças ou a terceirização das dívidas, havendo uma proximidade maior com o cliente no momento da cobrança, além de oferecer vantagens para quem quitar suas dívidas em dia, o que trará maiores resultados positivos.

Palavras-chave: Concessão de crédito. Inadimplência. Riscos.

ABSTRACT

CREDIT GRANT: AN ANALYSIS OF THE PROFILE DEFAULT CUSTOMERS OF COMPANY X FROM THE MUNICIPALITY OF PALMEIRA DAS MISSÕES

AUTHOR: Lisiane Giovanella de Oliveira

ADVISOR: José de Pietro Neto

Granting credit is one of the ways that companies have found to achieve their goals. With the ease of granting, many people end up spending outside their budget and become part of the list of defaulting customers. Default is considered as the lack of payment or non-compliance with some obligation, service or acquired good, causing various problems in the company, causing losses. Therefore, the objective of this work is to analyze the profile of defaulting customers in company X in the municipality of Palmeira das Missões – RS. For this, descriptive and qualitative research was developed, being a case study, where the population is the 118 customers who are in default, being collected through a probabilistic sample for convenience, based on document analysis, using descriptive statistics, using the Excel tool. As a result, it was possible to notice that the majority of defaulting customers are women, aged between 26 and 35 years old, and the company's default risk level can be considered maximum. Also, the majority had 0 to 200 days until the value expired and the outstanding installments were 0 to 10. The majority also had 1 to 2 open or expired contracts. Furthermore, the company's collections policy needs some improvements, and it is suggested that a collections department be created, closer proximity to the customer at the time of collection, in addition to offering advantages for those who pay off their debts on time, which will bring greater results positive.

Keywords: Credit granting. Default. Risks.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Gênero dos clientes inadimplentes.....	20
Tabela 2 – Idade dos clientes inadimplentes	21
Tabela 3 – Nível de risco de inadimplência por perfil considerando mais de 90 dias de vencimento	22
Tabela 4 – Nível de risco de inadimplência por perfil considerando mais de 180 dias de vencimento	23
Tabela 5 – Dias vencidos de valores devidos dos clientes inadimplentes.....	25
Tabela 6 – Parcelas em aberto dos clientes inadimplentes	26
Tabela 7 – Parcelas pagas pelos clientes inadimplentes	27
Tabela 8 – Contratos abertos dos clientes inadimplentes	28
Tabela 9 – Contratos vencidos dos clientes inadimplentes.....	29

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS	9
1.2 PROBLEMÁTICA	10
1.3 OBJETIVOS	10
1.3.1 Objetivo Geral	10
1.3.2 Objetivos específicos	10
1.4 JUSTIFICATIVA	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA	12
2.2 CONCESSÃO DE CRÉDITO	13
2.3 INADIMPLÊNCIA	14
3 METODOLOGIA	17
3.1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA	17
3.2 UNIVERSO DE ESTUDO E AMOSTRA	17
3.3 INSTRUMENTO E PLANO DE COLETA DE DADOS	18
3.4 TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS	18
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	19
4.1 POLÍTICA DE CRÉDITO E COBRANÇA DA EMPRESA	19
4.2 PERFIL DOS CLIENTES INADIMPLENTES	19
4.3 ASPECTOS RELACIONADOS AO ENDIVIDAMENTO DOS CLIENTES	24
4.4 PLANO DE AÇÃO	29
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	32
REFERÊNCIAS	35

1 INTRODUÇÃO

1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A concessão de crédito é uma das formas adotadas pelas empresas para conquistar e fidelizar clientes com a finalidade de adquirir algum produto e alavancar suas vendas. Assim aumentam seu lucro, não esquecendo do cuidado para conceder um crédito e, futuramente, não correr o risco de tornar-se um cliente inadimplente, por isso todo o cuidado no momento da abertura do crediário, ao fazer uma análise do cadastro e de uma maneira completa seguindo as normas da empresa.

Dessa forma, o crédito é relacionado como a concessão de bens para outros, podendo ser de forma temporária, o valor concedido pode estar sujeito a cobrança de encargos e o mesmo pode ser ofertado de diversas formas para quem realmente necessita (CAMARGOS et al., 2010).

Na análise de crédito, há obrigação de analisar de forma criteriosa, identificando quais os riscos que podem ocorrer, pois, futuramente, esse cliente pode vir a tornar inadimplente. Segundo Daros e Pinto (2017), a ação de conceder crédito é considerada uma forma para que as empresas consigam realizar suas vendas e assim atrair clientes novos que sejam capazes de manter os consumidores atuais. O crédito também estimula o consumo influenciado e facilita os recursos a serem adquiridos.

A inadimplência é considerada como a falta de pagamento ou descumprimento de alguma obrigação, serviço ou bem adquirido, assim causando vários problemas na empresa, trazendo prejuízo para as mesmas, fator que implica diretamente na organização financeira da empresa. Ela existe a muito tempo e não é uma tarefa fácil, sendo que o que mais ocasiona o endividamento das pessoas é baixa renda familiar, sazonalidade de mercado, falta de planejamento financeiro e desemprego.

Um dos motivos para que ocorra a inadimplência é também a situação econômica, que traz grandes dificuldades para a população e dentre outros aspectos negativos. Dessa forma, muitas pessoas acabam deixando de honrar suas dívidas ou fazem escolhas na hora do pagamento, optando por aquelas que têm maior importância para as mesmas.

Com as alterações no cenário econômico, as organizações amplificaram a oferta ao crédito, pois precisam adaptar as novas condições de mercado, usando como método para expandir suas vendas de bens e serviços. Mas ao facilitar a concessão de crédito para aumentar às vendas, em compensação fica a dúvida se há o recebimento nas datas previstas, com isso as

empresas estão sendo afetadas pela inadimplência pelo não cumprimento de suas obrigações (DAROS; PINTO, 2017).

1.2 PROBLEMÁTICA

O índice de inadimplência ainda é uma das principais preocupações dentro da organização que concede crédito, fazendo com que as empresas sejam cada vez mais criteriosas em suas análises, para assim evitar problemas futuros tanto para empresa quanto para o cliente, sendo que inúmeras famílias ainda não conseguem cumprir com suas obrigações, caindo então no índice de pessoas endividadas.

Infelizmente, nota-se que o número de pessoas com dívidas voltou a aumentar, segundo a Confederação Nacional do Comércio (CNC, 2022). A Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic) nos últimos 10 anos, demonstrou um aumento de déficit dos indivíduos, sendo que em 2013 o número de famílias endividadas era de 62,5% e em 2022 passou a ser de 77,9%, isso faz com que as empresas passem por grande crise no período financeiro, dificultando assim fazer novos investimentos e também sem fluxo de giro de caixa, deixando de obter lucro para sua empresa.

Por meio do conteúdo deste trabalho tem-se por preocupação econômica averiguar o perfil e os motivos que geram a inadimplência constatada atualmente, ou seja, aqueles inadimplentes que deixaram de pagar suas dívidas em dia. Dessa forma, levando em conta tal perspectiva, o presente trabalho, tem como problema de pesquisa: Qual o perfil dos clientes inadimplentes da empresa X do município de Palmeira das Missões?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo Geral

Analisar o perfil dos clientes inadimplentes na empresa X do município de Palmeira das Missões – RS.

1.3.2 Objetivos específicos

Analisar a concessão de crédito da empresa;

Analisar o perfil dos clientes inadimplentes da empresa;

Verificar quais os recursos utilizados para fazer a cobrança;

Sugerir plano de ação na melhoria da cobrança dos clientes inadimplentes da empresa.

1.4 JUSTIFICATIVA

Neste trabalho busca-se identificar o perfil dos clientes inadimplentes, realizando a análise de como é concedido o crédito e quais os recursos utilizados para realizar a cobrança desses clientes que ficaram inadimplentes. É nesse contexto, que se observa a necessidade do estabelecimento de fazer uma análise criteriosa com todas as informações, no momento do crédito concedido.

Para Camargos et al. (2010), o crédito pode ser estabelecido como uma entrega temporária de recursos a terceiros, mediante a cobrança de juros pelo devedor e que pode ser concedido para várias finalidades. Ressaltam também que a concessão ao crédito está cada vez mais fácil, pois muitas empresas precisam atingir sua carteira de clientes, facilitando assim a liberação da compra, concedendo o crédito com grande facilidade, sem pensar que, futuramente, podem aumentar os níveis de inadimplência.

O saldo das operações de crédito do SFN alcançou R\$ 4 trilhões em novembro, crescendo 2% no mês, com aumentos de 2% nas carteiras de pessoas físicas e jurídicas que atingiram na ordem saldos de R\$ 2,2 trilhões e de R\$ 1,8 trilhão. Em doze meses, o crescimento da carteira total acelerou de 14,7% para 15,6%, resultado de expansões nos créditos às empresas (de 21,3% para 22,1%) e às famílias (de 9,9% para 10,9%) (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2020).

Assim, analisar um crédito é de grande importância, como papel fundamental da economia do país, tendo em vista das necessidades de investimentos, tanto para as empresas quanto para pessoa física. Com isso há a necessidade das boas práticas de gestão de crédito que visa minimizar o risco e ao mesmo tempo dar condições aos tomadores de créditos que sejam justas dentro de suas aquisições (FERREIRA et al., 2011).

Para Vigarani (2011) toda análise de crédito começa pelo cadastro do cliente registrando todas as informações sobre o cliente direta ou indiretamente da melhor forma possível. Ressalta ainda que as principais informações devem ser confirmadas perante comprovantes originais e atuais para o momento da liberação do crédito.

Por fim, este trabalho se justifica por verificar o perfil/motivos geradores da inadimplência da firma, sugerindo um ferramental de medidas administrativas aos proprietários fundamentado nos problemas evidenciados pela análises documentais realizadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

A Administração Financeira diz respeito a um âmbito que trata de conteúdos que abordam a melhoria do alcance e destinação de recursos monetários de uma empresa, onde abrange também adversidades como a carência de bens financeiros, a veracidade dos aspectos operacionais e a execução da administração dos recursos. Uma das ações que a Administração Financeira desempenha é potencializar o valor protocolado das unidades referente as ações efetivas, abrangendo perspectivas como os ativos e passivos das empresas, possuindo uma manifestação mais ampla (ASSAF NETO, 2010; ROSS et al., 2015).

Em vista disso, as finanças dizem respeito ao modo e a habilidade de gerenciar valores monetários, sendo relacionado tanto aos métodos, as entidades, comércios e dispositivos que implicam na movimentação de valores entre indivíduos, empresas e elementos governamentais (GITMAN, 2010). Logo, as finanças integram a rotina de fiscalização de recursos para obtenções, coordenando os mais diferentes âmbitos da empresa, onde informações financeiras servem de assistência para as decisões tomadas, sendo dependente de profissionais qualificados e empenhados com os propósitos da empresa (OLIVEIRA, 2016).

Isto posto, a Administração Financeira se atenta as incumbências do administrador financeiro, os quais tem de coordenar de modo ativo as questões financeiras de qualquer organização, executando diferentes funções. Além disso, todos os departamentos de uma empresa passam a relacionar-se com o setor financeiro, devido a diversidade das atividades que são desempenhadas, a fim de capacitar a tomada de decisões, favorecendo a eficiência, tendo associações com aspectos econômicos e contábeis (GITMAN, 2004).

Do mesmo modo, ainda há a preocupação dos responsáveis com o emprego dos recursos que a empresa realiza, os financiamentos executados, possuindo uma relação com operações de avaliação e estruturação financeira (GITMAN, 2004). Ainda, é fundamental que os administradores encarregados visualizem as demandas da empresa como um todo, evidenciando métodos que garantam a livre concorrência, a constância das atividades, além de promover progressos posteriores, onde as atenções não podem estar voltadas somente para o alcance e emprego de recursos financeiros quanto as funções desempenhadas (ASSAF NETO, 2010)

Assim, os mesmos precisam coordenar a utilização dos bens, tendo um equilíbrio entre os ganhos e as despesas, a fim de alcançar as metas determinadas, possuindo cada vez mais

responsabilidades, conjecturando desafios significativos (ASSAF NETO, 2010). Dessa maneira, a Administração Financeira tem potencial para determinar o êxito e vantagem competitiva sobre seus concorrentes, transformando a empresa em um espaço mais apto e consolidado, assegurando sua continuidade no mercado, apesar das modificações que ocorrem (OLIVEIRA, 2016).

Por conseguinte, as decisões que são tomadas na perspectiva financeira são procedimentos constantes e indispensáveis (OLIVEIRA, 2016). Portanto, as deliberações que são levadas em consideração em uma empresa dizem respeito aquelas relacionadas aos resultados decorrentes ao montante arrecadado e despendido em relação ao valor da organização, e conseqüentemente a concessão de crédito da mesma (GITMAN, 2004).

2.2 CONCESSÃO DE CRÉDITO

O crédito ainda é uma das ferramentas mais importantes no qual é oferecido pelas empresas no momento da compra, analisado pelo setor financeiro, que pode ser concedido ou negado avaliando se o cliente é bom ou mau pagador, dependendo de suas informações. Ele que determina o poder de decisão na hora da compra financiada, onde muitas vezes o crédito é negado, pois o score daquele cliente está baixo e acaba por perder a venda (CAMARGOS, et al. 2012).

Entretanto, talvez aquele cliente passasse por um período difícil em sua vida financeira, mas que na realidade sempre foi um bom cliente, com isso a empresa deixa de vender e assim reduzindo seu faturamento (CAMARGOS, et al. 2012).

O *credit scoring* (pontuação de crédito) é o modelo utilizado para avaliar o crédito no momento da liberação, e isso depende muito da pontuação do cliente com base no seu perfil, sendo que esse modelo foi desenvolvido para avaliar os dados cadastrais, dados financeiros, patrimoniais e a idoneidade dos clientes (LOPES et al.; 2017). O crédito possui um elemento indispensável no desenvolvimento econômico e ocupa um papel fundamental no mundo capitalista, pois dá oportunidade de o empresário adquirir mais bens para seu patrimônio (MACIEL; MACIEL, 2017).

No momento que uma empresa vende a prazo para um cliente, ela se torna a concessora de crédito, ou cliente fornecedor quando tomadora de empréstimos e compra a prazo de um fornecedor. Cada empresa faz a troca de produtos em estoque para, futuramente, receber através das vendas a sua remuneração, com isso as empresas assumem esse risco de conceder o crédito sem saber se o pagamento será concretizado ou não (HERLING et al., 2013).

A concessão de crédito é uma das principais fontes de retorno financeiro para a empresa e junto com ela há os riscos. Assim as empresas são obrigadas a escolher ferramentas mais eficientes para a análise e controle de riscos associados a estes credores (POTRICH et al., 2012).

As empresas usam vários mecanismos e procedimentos para avaliar um crédito concedido, conquistando uma vasta cartela de clientes que tenham condições de comprar a prazo. A confiança do cliente não é suficiente para aprovação do crédito, a insegurança quanto o recebimento do débito não dando à certeza a quitação da dívida, pois o crédito possui uma importância da promessa de pagamento (ANDRADE et al., 2008; RIBEIRO et al., 2012).

Para Maia (2007), o crédito favorece as compras, facilitando os termos de fluxo de caixa do comprador, visando maiores vendas para atingir suas metas, por isso nessas circunstâncias os vendedores necessitam oferecer o crédito para a pessoa que está comprando, para obter maior lucratividade em seu comércio. Ainda, o autor salienta que para liberação de crédito existem só dois elementos: tempo e informação, e que a análise de crédito nada mais é do que prever qual a capacidade de um devedor em honrar suas dívidas.

Toda operação que envolve crédito está presente o risco da inadimplência, porém esse risco pode ser amenizado com um criterioso cumprimento das exigências de tudo o que envolve a liberação de crédito (MACIEL; MACIEL, 2017). O risco do crédito se dá pela incerteza de um retorno perante um investimento e que também pode causar prejuízos, levando em conta fatores internos e externos da empresa com tendência de prejudicar o pagamento do crédito concedido (LOPES et al.; 2017).

2.3 INADIMPLÊNCIA

A inadimplência é considerada como a falta de pagamento ou descumprimento de alguma obrigação, serviço ou bem adquirido, assim causando vários problemas na empresa trazendo prejuízo para as mesmas, fator que implica diretamente na organização financeira da empresa. Sabe-se que ela existe há muito tempo e não é uma tarefa fácil, onde o que mais ocasiona o endividamento das pessoas é baixa renda familiar, sazonalidade de mercado, falta de planejamento financeiro e desemprego. (CAMARGOS, et al. 2012).

Segundo o Serasa, o número de pessoas inadimplentes que era de 59,3 milhões em janeiro de 2018, passou para 70,1 milhões de inadimplentes em janeiro de 2023, o que demonstra ser um número que ainda não tinha sido observado, sendo um índice muito elevado de quem está com dívidas e não consegue quitá-las. Da mesma forma, esses dados demonstram que o valor médio do valor devido é de R\$4.612,30 sendo um valor maior do que o observado

em 2018, onde havia um valor médio devido de R\$3.926,40, o que representa um aumento de 19% em relação a quantia em aberto (SERASA, 2023).

Nota-se que o índice de inadimplência dos indivíduos que não quitam suas dívidas por mais de 90 dias, teve uma oscilação nos últimos 10 anos, sendo que, segundo dados do Banco Central divulgados no ano de 2023, em 2013 a parcela dessas pessoas era de 3,54% e em 2023 representava 3,18%. Também se destaca que durante esse período o menor índice foi em 2021, com 2,15% e o maior foi em 2017 com 3,73% de endividados, o que retrata que houveram oscilações durante os anos, sendo que algumas vezes o índice baixou, mas, mesmo assim, na maioria dos períodos havia um nível mais elevado de indivíduos inadimplentes (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2023).

Um dos fatores que mais leva a inadimplência é o alto índice de desemprego no país, pois sem trabalho os indivíduos deixam de honrar com suas dívidas, e o mau pagador pode ter vários perfis, identificado como mau pagador verdadeiro, pois a pessoa já possui a intenção de negar a dívida, se recusando a quitar o débito e sem pressa de fazer o pagamento. Já o pagador ocasional é aquele que por algum motivo pessoal não tem condições de honrar com suas dívidas, mas também não nega ao credor. E também existe o devedor crônico que é aquele não se importa em pagar juros, pagando sempre com atrasos (HERLING et al., 2013).

Pessoas endividadas sempre buscam qualidade de vida assumem o compromisso como devedor, mas não fazem um bom planejamento, talvez por falta de conhecimento suficiente para fazer da forma correta e acabam fazendo da maneira que lhe convém, assim não terão sucesso (ANDRADE et al., 2008; RIBEIRO et al., 2012).

A inadimplência pode ser causada por vários fatores como golpe, desemprego, e entre outras situações financeiras. Com isso, as empresas ficam limitadas em fazer novos investimentos, deixando assim de aumentar seus lucros. Com isso, as organizações têm sido bastante afetadas pela inadimplência que tem efeito cascata na economia, pois o não recebimento limita a sua capacidade financeira de repor os seus estoques. Assim, acontece que as empresas deixam de honrar com seus fornecedores, causando um grande transtorno entre as mesmas (PREISLER, 2003).

Entretanto, segundo Schuh (2017), o comprometimento da renda nem sempre deve ser visto como aspecto negativo, pois pode ser benéfico tanto para os tomadores, quanto para economia, expandindo a capacidade de consumo das famílias e ampliando as possibilidades de crescimento do produto. Assim, o crédito que é concedido aos clientes pode ser considerado como uma tática aderida pelas empresas, para que elas consigam ampliar suas vendas e

conquistar novos clientes, sendo possibilitado maiores vantagens aos mesmos no momento em que passam a adquirir algo que a empresa oferece (GERING; PINTO; VIEIRA, 2021).

3 METODOLOGIA

3.1 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

A presente pesquisa pode ser classificada como uma pesquisa descritiva, a qual tem o propósito de identificar quais são as particularidades, o perfil e as especificidades dos indivíduos, conjunto de pessoas, da sociedade, objetos ou acontecimentos que necessitam que sejam realizadas investigações sobre o que ocorre (SAMPIERI; CALLADO; LUCIO, 2013). Os autores também destacam que a pesquisa descritiva tem como intenção exclusivamente determinar e recolher informações relacionadas às definições ou variáveis a quem estão associadas, não apontando como as mesmas estão conectadas, portanto, esse estudo é descritivo, pois teve como finalidade descrever o perfil dos clientes inadimplentes.

Da mesma forma, a pesquisa pode ser definida como um estudo de caso, sendo que este pode ser definido como uma investigação de um fenômeno contemporâneo, o qual é realizado em profundidade, na situação real em que se encontra (YIN, 2015). Assim, dispõe-se de inúmeras fontes de indicativos, onde as informações precisam convergir para um mesmo propósito, reconhecendo a realidade daquilo que está sendo verificado (YIN, 2015).

Ainda, o estudo pode ser caracterizado como quali-quantitativo, sendo que são analisados dados, geralmente numéricos, como um modo de medir ou determinar as informações que são exploradas (HAIR JR. *et al.*, 2005). Como destaca Gabriel (2014, p. 351), na pesquisa quantitativa “os delineamentos de pesquisa maximizam a objetividade com o emprego de números, estatística, estrutura e controle experimental”.

3.2 UNIVERSO DE ESTUDO E AMOSTRA

O universo de pesquisa do presente estudo diz respeito aos clientes que possuem crédito e estão inadimplentes na empresa em estudo, ou seja, quem realizou compras com o crédito ofertado pela empresa e não conseguiu quitar tais valores. Já a amostra do presente estudo se trata dos 118 clientes que possuem o crédito e estão inadimplentes, sendo que as informações a respeito da inadimplência de tais clientes são analisadas de diferentes formas.

Para isso, é utilizada uma amostragem não probabilística por conveniência, sendo que nesse tipo de amostragem, são selecionados os participantes que estão dispostos e disponíveis em participar da pesquisa. Assim, são escolhidas as pessoas que possam participar da pesquisa,

para que elas possam fornecer os dados que são de extrema importância para o estudo, sendo que os mesmos contribuem para o que está sendo analisado (HAIR JR. *et al.*, 2005).

3.3 INSTRUMENTO E PLANO DE COLETA DE DADOS

Diante da coleta de dados para o presente estudo, destaca-se que as informações foram coletadas a partir do sistema que a empresa possui, que contém todas as informações sobre os clientes, suas compras e também sobre a inadimplência. Portanto, foram coletados dados secundários, os quais já estavam disponíveis no sistema da empresa, sendo tais dados analisados e descritos no trabalho.

Portanto, foi realizada uma análise documental, a qual tem como base a análise de documentos, sendo feita a consulta e a verificação dos dados que estão disponíveis nesses registros (MARCONI; LAKATOS, 2020). Assim, essa análise documental tem como intenção observar o que está ocorrendo na empresa, de acordo com as informações que ela já possui sobre seus clientes.

3.4 TRATAMENTO E ANÁLISE DOS DADOS

Para a realização do tratamento e análise dos dados, foi utilizada a técnica da estatística descritiva. Ela tem como principal finalidade o fato de condensar inúmeros dados que são originados da mesma fonte de informações, proporcionando uma visão mais ampla da variação dos dados, podendo ser apresentados por meio de tabelas, gráficos e modelos descritivos (GUEDES *et al.* 2005).

Também, para auxiliar no tratamento e análise dos dados, foi utilizada a Ferramenta Excel. A utilização dessa ferramenta visou facilitar o entendimento e o correto tratamento e análise dos dados.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 POLÍTICA DE CRÉDITO E COBRANÇA DA EMPRESA

A empresa possui crediário próprio para os indivíduos que desejam utilizá-lo, sendo necessário apresentar os seguintes documentos: Carteira de identidade, CPF e comprovante de residência, além de fornecer um contato de telefone para receber recado. Após isso, o sistema faz toda a análise de crédito e fornece o limite em valores para o cliente realizar suas compras, onde na primeira compra sempre é solicitado uma entrada de um determinado valor, de acordo com o que foi adquirido.

Chama atenção, na política adotada, que não há análise de capacidade de crédito para a concessão do crédito, por exemplo, seria possível a exigência de um extrato bancário para conferência da possibilidade de crédito dos clientes, tal estratégia, contribuiria na diminuição da inadimplência pela transparência na capacidade de pagamento.

O sistema utilizado realiza uma análise juntamente com instituições como SPC, Serasa, Boa Vista e também faz a consulta pelo Score inteligente, onde a cada R\$500,00 em compra é realizada uma nova consulta do cliente. A empresa possui, atualmente 1.700 clientes cadastrados, que realizam compras de diferentes formas, mas principalmente utilizam o crediário oferecido para que facilite a aquisição do que desejam.

A política de cobrança da empresa funciona da seguinte maneira: Com 5 dias de atraso o sistema envia um torpedo avisando que não foi identificado o pagamento, após isso, com 30 dias é feita uma cobrança via WhatsApp ou por meio de ligação, informando que o cliente pode ser negativado se não efetuar o pagamento. Se o pagamento não for feito, com 180 dias os valores são encaminhados para cobrança judicial e caso o cliente vá até a empresa para quitar sua dívida, devido ao fato de ter sido encaminhado por via judicial, o acerto deve ser feito no escritório de advocacia responsável, tendo que o cliente se deslocar até lá para acertar o valor devido.

4.2 PERFIL DOS CLIENTES INADIMPLENTES

Diversas são as questões que podem impactar para que um cliente esteja em inadimplência, além do fato de que existem propensões que levam a alguém não conseguir quitar as dívidas que assume, sendo observadas diferentes dificuldades que ocasionam o não pagamento de uma obrigação financeira assumida. Com isso, são observadas as variáveis

sociodemográficas que podem influenciar nesse sentido, como aspectos como gênero, idade, escolaridade, estado civil, entre outros, o que acaba impactando para que haja uma predisposição para ocorrer endividamento (VIEIRA; KREUTZ, 2018).

Assim, é visto que essas questões podem impactar para a análise de um cliente inadimplente, não sendo algo que sempre pode ocorrer, pois diferentes são os fatores que impactam nesse sentido. Para isso, neste estudo, algumas variáveis são analisadas, com a intenção de observar o que pode estar relacionado com a inadimplência da empresa em estudo, levando em conta condições que podem explicar os motivos dos clientes não conseguirem quitar suas dívidas.

É neste contexto que a análise de perfil se mostra adequada, por extrair e segmentar informações sobre o contexto de variáveis pessoais.

A análise inicial trata de uma avaliação sobre o perfil dos clientes da empresa, diante daquelas informações que a empresa coleta no momento de realizar a abertura do crediário. Assim, foi analisado, primeiramente, o gênero dos clientes inadimplentes, sendo demonstrado as quantidades na Tabela 1.

Tabela 1 – Gênero dos clientes inadimplentes

Gênero	Nº de clientes	%
Feminino	93	78,81
Masculino	25	21,19
Total	118	100

Fonte: Elaborado pela autora.

Ao observar os dados apresentados, nota-se que o maior número de clientes inadimplentes da empresa é do gênero feminino, sendo 93 mulheres, representando 78,81% do total. O número de inadimplentes do gênero feminino é de 25 homens, o que representa apenas 21,19% dos clientes que possuem dívidas com a empresa.

Isso se justifica, pois as mulheres são responsáveis por compras que possuem valores menores, quando comparado com a aquisição de demais bens, sendo que elas possuem o compromisso em adquirir roupas, itens para a casa, compras que demonstram a responsabilidade e o cuidado que as mulheres precisam ter, além de que são as principais compradoras da empresa em questão.

Diferentemente, os homens geralmente realizam compras de maior valor, possuindo apenas uma única dívida, diferente das mulheres que precisam assumir muitas dívidas de

pequeno valor, o que acaba prejudicando os seus recursos financeiros e que pode acabar ocasionando um acúmulo de valores a serem quitados (TRINDADE; RIGHI; VIEIRA, 2012).

Ainda, um estudo realizado pela CNC (Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo) no início de 2023, demonstrou que 30,3% de indivíduos que estavam com dívidas atrasadas, eram do gênero feminino. Essas dívidas também são, muitas das vezes, de curto prazo, reforçando o fato de que a mulher possui diferentes responsabilidades e obrigações, principalmente em relação a seu lar (CNC, 2023).

Além disso, também é necessário que seja analisado outros fatores que podem influenciar na inadimplência dos clientes, como a sua idade, o que pode estar relacionado com a propensão em ser inadimplentes. Para isso, na Tabela 2, são apresentadas as idades dos clientes que estão inadimplentes na empresa estudada.

Tabela 2 – Idade dos clientes inadimplentes

Idade	Quantidade	%
18 a 25 anos	23	19,49
26 a 35 anos	41	34,75
36 a 45 anos	26	22,03
46 a 55 anos	17	14,41
Acima de 55 anos	11	9,32
Total	118	100

Fonte: Elaborada pela autora.

De acordo com o que é apresentado na Tabela 2, é observado que o maior número de clientes inadimplentes tem de 26 a 35 anos, sendo 41 indivíduos, o que representa 34,75% do total de inadimplentes, sendo que destes, 26 são do gênero feminino e 15 do gênero masculino. Também é destacado que o menor número de inadimplentes está na faixa etária acima de 55 anos, sendo apenas 11 clientes, o que é 9,32% do total de clientes que estão inadimplentes na empresa.

Isso também foi percebido na pesquisa divulgada pela Agência Brasil que em 2022 o maior número de inadimplentes era da faixa etária entre 26 e 40 anos, sendo uma parcela considerável daqueles indivíduos que se encontram endividados (AGÊNCIA BRASIL, 2022). É notável que os indivíduos nessa faixa de idade possuem muitas responsabilidades, possuem muitas contas a pagar, dentre elas, fixas e variáveis, além do fato da maioria das pessoas ter

obrigações e gastos com suas famílias, o que pode levar com que os gastos sejam maiores que os ganhos.

Além disso, o fato dos indivíduos que possuem mais de 55 anos serem o menor número de inadimplentes é porque nessa faixa de idade os indivíduos possuem uma propensão maior a terem um autocontrole diante dos seus gastos, o que acaba minimizando os riscos de não conseguirem pagar suas dívidas (NUNES; SILVA; COSTA, 2017).

Também pode-se destacar o fato de que nessa idade já há uma estabilidade muito maior, não havendo tantos gastos, tantas responsabilidades, deveres e obrigações a serem cumpridas, o que pode favorecer para que consigam quitar suas dívidas, estando com os pagamentos em dia. Ainda, considerando que na análise evolutiva da vida, eles tiveram mais possibilidade de acumular bens e moedas em relação aos mais novos.

Seguindo, a empresa também possui alguns dados que dizem respeito à taxa de inadimplência para cada crédito que é liberado, o qual é definido em volume financeiro, levando em consideração determinado nível de risco. Assim, na Tabela 3, são apresentados esses dados de acordo com o perfil dos clientes inadimplentes que possuem mais de 90 dias de vencimento.

Tabela 3 – Nível de risco de inadimplência por perfil considerando mais de 90 dias de vencimento

Nível de risco de inadimplência por perfil (Mais de 90 dias vencido)	%
Muito baixo	0,00
Baixo	2,44
Médio	0,80
Alto	5,51
Máximo	6,46
Indefinido*	5,43
Total	5,42

*Quando a venda não é analisada

Fonte: Elaborada pela autora

Observa-se que o maior nível de risco de inadimplência, encontra-se no máximo, com 6,46%, sendo considerado o período de mais de 90 dias de vencimento. Em contrapartida, o menor nível de risco de inadimplência é o muito baixo, com 0%, o que demonstra que sempre haverá um risco considerável diante da inadimplência dos clientes da empresa.

Destaca-se, ainda, que a porcentagem total do nível de risco de inadimplência dos clientes com mais de 90 dias de atraso é de 5,42%, sendo um número considerável. Dessa porcentagem, os devedores com mais de 90 dias de atraso, são representados por 78 mulheres e 21 homens.

Para uma empresa, o ideal é sempre controlar a inadimplência que possui, reduzindo a quantidade de clientes que não pagam suas dívidas no menor índice possível. Isso demonstra que as chances que tem da empresa não receber uma quantidade monetária considerável é alta, o que pode trazer prejuízos e danos, pois gastos foram feitos na compra dos produtos e o retorno com a venda destes não foi obtido, gerando um déficit no rendimento.

Do mesmo modo, são apresentados dados do nível de risco de inadimplência por perfil, levando em consideração mais de 180 dias de vencimento, levando em consideração, novamente, o volume financeiro da empresa. Tais dados estão expostos na Tabela 4.

Tabela 4 – Nível de risco de inadimplência por perfil considerando mais de 180 dias de vencimento

Nível de risco de inadimplência por perfil (Mais de 180 dias vencido)	%
Muito baixo	0,00
Baixo	2,61
Médio	0,90
Alto	4,26
Máximo	6,29
Indefinido*	4,83
Total	4,87

*Quando a venda não é analisada

Fonte: Elaborada pela autora

Assim como no nível de risco de inadimplência por perfil considerando mais de 90 dias de atraso, quando é mais de 180 dias de vencimento, o maior número está no nível máximo de inadimplência, o que é 6,29%. O menor número também é do risco muito baixo, com 0%. Desses, 69 são mulheres e 17 são homens.

Esses resultados mostram que a inadimplência na empresa tem uma influência considerável na sua questão financeira, no que realmente a empresa recebe de volta ao crédito que ela oferece, em relação as vendas que ela realiza. Então, é observado que muitos clientes

estão endividados com a empresa e o risco de eles não quitarem mais as dívidas que fizeram é considerável, estando muitas questões envolvidas com esse acontecimento.

4.3 ASPECTOS RELACIONADOS AO ENDIVIDAMENTO DOS CLIENTES

Para que uma empresa consiga dar um bom andamento em suas atividades, ela depende de seus clientes, que os mesmos adquiram aquilo que a empresa está oferecendo, para que consiga os recursos necessários para manter seu funcionamento, mas também necessita que aquilo que foi adquirido seja pago por parte do comprador. Nem sempre isso acontece, principalmente, quando são realizadas compras a prazo principalmente por meio de crediário que a empresa oferece, em resultado a diferentes questões que estão relacionadas àquele cliente.

É notável que a inadimplência traz muitos resultados negativos para uma empresa, destacando o fato de que ela diminui os resultados, dificulta a realização de pagamento a fornecedores. Também compromete a compra de novos materiais, a empresa fica sem capital de giro, não consegue também cumprir com suas obrigações, o que pode gerar em uma diminuição da oferta de crédito para os clientes, ainda mais relacionado ao parcelamento de valores a pagar (RENNER; PAVAN; DALBOSCO, 2022).

Segundo os autores, é evidenciado que há um prejuízo para a saúde financeira daquela organização, dificultando sua estimativa de faturamento, o que acaba impactando na capacidade em pagar os valores devidos.

Destaca-se ainda, que quanto mais tempo um cliente deve a uma empresa, maior será o prejuízo que ela terá, pois precisará procurar outras alternativas para que consiga dar andamento em suas atividades e um valor que antes poderia ser baixo, quando somado a outras parcelas acumuladas, acaba virando um malefício maior ainda. Com base nisso, é importante observar quantos dias os clientes da empresa em estudo estão com dívidas em aberto, assim, os números são apresentados na Tabela 5.

Tabela 5 – Dias vencidos de valores devidos dos clientes inadimplentes

Dias vencidos	Quantidade	%
De 0 a 200 dias	34	28,81
De 201 a 400 dias	21	17,80
De 401 a 600 dias	12	10,17
De 601 a 800 dias	11	9,32
De 801 a 1.000 dias	11	9,32
Mais de 1.001 dias	29	24,58
Total	118	100

Fonte: Elaborada pela autora.

O menor número de clientes que devem é de 11 indivíduos que devem de 601 a 800 dias, igual ao número de clientes que devem de 801 a 1.000 dias, representando 9,32% do total. Ainda, seguido a esse número, 12 clientes devem de 401 a 600 dias, o que diz respeito a 10,17%.

É observado também que o maior número de clientes devedores se encontra em atraso de 0 a 200 dias, o que representa 28,81% do total, sendo uma parcela significativa de dias devidos. Também é destacado a quantidade de clientes que devem a mais de 1.001 dias, sendo 29 compradores, o que representa 24,58%, ou seja, são clientes que estão com suas contas em atraso com a empresa a mais de 2 anos, um período bem amplo.

Geralmente nesses casos, onde os clientes devem em um prazo bem estendido, a probabilidade de os mesmos quitarem suas dívidas é reduzida, sendo que muitas vezes as empresas buscam fazer acordos com esses clientes, para recuperar pelo menos uma parte do valor que os clientes estão devendo. Essa questão acaba resultando em perdas para a empresa, sendo que ela não consegue investir, o que também complica o progresso dos negócios (VALENTIM *et al.*, 2022).

Desse número de dias que os clientes inadimplentes devem, também acaba resultando em uma quantidade de parcelas de valores devidos que totalizam o valor total da dívida que foi assumida. Para isso, é demonstrado na Tabela 6, a quantidade de parcelas em aberto dos clientes inadimplentes da empresa analisada.

Tabela 6 – Parcelas em aberto dos clientes inadimplentes

Parcelas em aberto	Quantidade	%
De 0 a 10 parcelas	73	61,86
De 11 a 20 parcelas	22	18,64
De 21 a 30 parcelas	11	9,32
De 31 a 40 parcelas	6	5,09
De 41 a 50 parcelas	1	0,85
Mais de 51 parcelas	5	4,24
Total	118	100

Fonte: Elaborada pela autora.

De acordo com os dados expostos na Tabela 6, percebe-se que a maioria dos clientes inadimplentes possui de 0 a 10 parcelas em aberto na empresa, sendo um total de 73 indivíduos, o que representa 61,86% sendo mais da metade do total de devedores. Também é destacado que apenas 1 cliente deve de 41 a 50 parcelas, além de 5 clientes que devem mais de 51 parcelas, sendo um número muito alto de parcelas, e mesmo sendo um número baixo de clientes, ainda é uma quantidade significativa em razão ao total de parcelas que são devidas.

Apesar de parecer um número baixo, dever de 0 a 10 parcelas, se multiplicado pelo número de devedores dessas parcelas, a representativa idade é muito grande, ainda mais se for avaliar a quantidade em valor monetário que isso pode representar. Como traz Valentim *et al.* (2022), muitas vezes as empresas não refletem corretamente sobre os padrões para liberar crédito aos indivíduos, sendo que o descuido com algumas questões podem levar para resultados desagradáveis, como os resultados que estão sendo apresentados diante da análise da inadimplência da empresa em estudo.

Ainda, algumas das parcelas que os clientes inadimplentes estavam devendo também foram quitadas, onde o número de parcelas em aberto nem sempre demonstra ser o total de parcelas que o cliente fez ao adquirir o que desejava. Esse número de parcelas pagas pelos clientes é exposto na Tabela 7.

Tabela 7 – Parcelas pagas pelos clientes inadimplentes

Parcelas pagas	Quantidade	%
De 0 a 10 parcelas	50	42,37
De 11 a 20 parcelas	16	13,56
De 21 a 30 parcelas	15	12,71
De 31 a 40 parcelas	8	6,78
De 41 a 50 parcelas	6	5,09
Mais de 51 parcelas	23	19,49
Total	118	100

Fonte: Elaborada pela autora.

Observa-se que o maior número de parcelas pagas seriam de 0 a 10, de um total de 50 indivíduos, o que representa 42,37% do total, importante destacar também que 23 clientes já pagaram mais de 51 parcelas, sendo 19,49%, que já realizaram mais de uma compra na empresa, em relação ao número de parcelas. Isso demonstra que esses clientes podem já ter realizado compras e ter quitado os valores anteriormente, mas que ao comprarem em um outro momento, acabaram não conseguindo honrar com o valor assumido.

Além disso, o menor número de clientes, 6 indivíduos, pagaram de 41 a 50 parcelas, apenas 5,09% do total analisado. Estes resultados demonstram que o crédito acabou sendo uma alternativa significativa para que os indivíduos consigam adquirir o que necessitam, desejam, sendo algo importante para as empresas também, principalmente no que diz respeito aos pagamentos de curto prazo que são oferecidos. Entretanto, muita atenção deve haver para que não seja concedido crédito de forma inadequada, podendo gerar inadimplência (VALENTIM *et al.*, 2022).

Isso é reforçado por Sehn e Carlini Junior (p. 64, 2007) onde destacam que “Deve-se ter cuidado, ao conceder um crédito, de não se deixar levar por pressões internas e externas. Metas são estipuladas e devem ser cumpridas, mas não sob intenso risco e sem tomar as devidas informações e precauções sobre o cliente”. Portanto, é necessário levar em consideração muitas questões para que o cliente consiga assumir a responsabilidade de quitar o valor daquilo que está sendo adquirido.

Para que um cliente se torne inadimplente, é necessário que a empresa forneça crédito a ele, que seja oferecido uma demonstração de confiança para que o mesmo consiga adquirir aquilo que deseja, a partir do momento em que o mesmo depende de um aval da empresa para que obtenha o que pretende. Para isso, muitas vezes é oferecido um crediário próprio que a

empresa possui a fim de financiar a compra realizada pelo cliente, com a intenção de que o mesmo pague de forma parcelada pelo valor total.

A empresa em estudo também oferece essa modalidade de crediário próprio, sendo que os clientes realizam a abertura de um cadastro, que gera o convênio a eles, mas muitas vezes acaba ocorrendo a inadimplência, no momento em que o cliente não consegue quitar a dívida que contraiu. Na Tabela 8 é apresentado o número de clientes inadimplentes que possuem contratos abertos, ou seja, convênios concedidos aos mesmos.

Tabela 8 – Contratos abertos dos clientes inadimplentes

Contratos abertos	Quantidade	%
De 1 a 2 contratos	71	60,17
De 3 a 4 contratos	23	19,49
De 5 a 6 contratos	12	10,17
De 7 a 8 contratos	4	3,39
De 9 a 10 contratos	2	1,69
11 ou mais contratos	6	5,09
Total	118	100

Fonte: Elaborada pela autora.

De acordo com as informações apresentadas na tabela, percebe-se que a maioria dos clientes inadimplentes possuem de 1 a 2 contratos abertos, sendo o total de 71 indivíduos, o que representa 60,17% do total. Ainda, o menor número de clientes inadimplentes com contratos abertos é representado por 2 indivíduos, que possuem de 9 a 10 contratos, o que é apenas 1,69%.

Isso demonstra que, pela maioria ter de 1 a 2 contratos abertos, nota-se que a empresa não forneceu novos convênios para esses clientes que já estavam devendo, ou esses clientes não retornaram à empresa para comprar novamente, pois não conseguiram pagar aquilo que já estavam devendo. Mas, ainda se notam falhas diante da política de crédito oferecido pela empresa em estudo, pois para muitos clientes foram ofertados mais convênios, mesmo correndo risco desses clientes não conseguirem pagar por aquilo que adquiriram, e isso é apresentado na Tabela 8 apresentada acima.

Isso demonstra uma certa contradição nos critérios que a empresa estabelece no momento de conceder crédito a um cliente, pois precisaria demonstrar o mesmo tratamento para todos. Assim, complementando a Tabela 8, são apresentados os dados relacionados com os contratos vencidos, ou seja, os convênios concedidos aos clientes, onde se encontram em dívida

com a empresa, pois não quitaram os valores em que combinaram no momento do acordo das parcelas do valor total.

Tabela 9 – Contratos vencidos dos clientes inadimplentes

Contratos vencidos	Quantidade	%
De 1 a 2 contratos	71	60,17
De 3 a 4 contratos	24	20,34
De 5 a 6 contratos	11	9,32
De 7 a 8 contratos	5	4,24
De 9 a 10 contratos	2	1,69
11 ou mais contratos	5	4,24
Total	118	100

Fonte: Elaborada pela autora.

Observa-se que a maioria dos clientes que estão devendo para a empresa, possuem de 1 a 2 contratos vencidos, sendo 71 indivíduos, o que representa 60,17%. Ainda, o menor número é representado por 2 clientes que possuem de 9 a 10 contratos vencidos, sendo 1,69% do total. Esses números são iguais aos contratos abertos aos clientes inadimplentes, sendo diferente apenas dos números de 7 a 8 contratos vencidos e de 11 ou mais contratos.

Com base nisso, é importante apontar que as empresas precisam aderir a questões mais exigentes antes de conceder crédito a alguém, pois quanto mais dívidas uma pessoa fizer, mais parcelas ela somar, quanto maior vai ser o valor total a ser pago no mês pelo indivíduo, maior será o seu grau de endividamento, podendo gerar a inadimplência.

A concessão de crédito pode ser considerada como uma ferramenta de crescimento, podendo expandir o poder de consumidores que sem isso não conseguiriam adquirir determinadas coisas, principalmente aqueles que não possuem muitos recursos financeiros, ao mesmo tempo, a forma que o crédito é ofertado, como ele é tratado, como ele está instituído na sociedade, ocasionou o crescimento do endividamento dos indivíduos (BORTOLUZZI *et al.*, 2015).

4.4 PLANO DE AÇÃO

Para que a empresa consiga manter todas as suas atividades, ela necessita que seus clientes paguem pelos valores das compras que realizam, mas nem sempre isso acontece e

alguns clientes acabam se tornando inadimplentes. Então, para diminuir os riscos que uma empresa tem com essa questão, também é necessário que algumas medidas sejam adotadas, para diminuir os prejuízos que podem ocorrer. Para isso, são propostas algumas ações que a empresa pode adotar, para que as consequências negativas não tenham um impacto tão grande, além da empresa poder diminuir o nível de inadimplência que possui.

As ações que a empresa pode adotar são as seguintes:

Estabelecer critérios mais rígidos no momento de cobrar um cliente: Como a empresa realiza a cobrança de maneira terceirizada, levando em conta somente algumas questões, como cobrança por mensagens de SMS, hoje em dia é mais difícil das pessoas notarem esse tipo de notificação, além de que a cobrança é feita apenas judicialmente, após um determinado período de atraso. Não se tem uma relação da empresa com o cliente, seria necessário que a empresa demonstre aos clientes que, realmente, o fato de não pagar aquilo que deve tem uma consequência negativa, onde as cobranças podem ser feitas por ligações pela própria empresa, para após isso realizar a cobrança de modo judicial. Isso demonstra uma maior proximidade da empresa, além de que pode ser mais efetivo, pois seria mais fácil a empresa conseguir contato telefônico com o cliente, onde uma data pode ser combinada para ser quitada a dívida, ou até mesmo pode ser sugerido um parcelamento, da forma o cliente conseguir pagar, mas que a empresa realmente consiga receber o valor do que foi vendido.

Estruturar um setor de cobrança na empresa: Ao estruturar um setor de cobranças na empresa, facilitaria para conseguir controlar a cobrança dos clientes, ajudando para que se consiga contato com todas as pessoas que estão devendo para a empresa, tendo um maior controle, aumentando as chances de que possa ser recebido os valores que estão em atraso. Também com esse setor de cobrança, alguns critérios de cobrança podem ser estabelecidos, conforme sugerido anteriormente, o que traz uma proximidade maior com o cliente, sendo que ele consegue perceber que aquilo está prejudicando a empresa e pode impactar nas suas compras futuras.

Ter um controle do que é pago e o que ainda está em atraso: A empresa precisa ter um controle, acompanhar quais valores já foram pagos pelos clientes, quais valores ainda estão em atraso, qual a quantidade total por cliente, como isso pode atrapalhar no andamento da empresa. Para isso, a empresa pode criar tabelas de controle, onde pode colocar as informações desses clientes em atraso, colocando os valores que estão em atraso, o valor total que cada um deve, tendo um controle maior, para não correr risco de vender para alguém que já está em atraso, podendo gerar um acúmulo de dívidas, também para facilitar no momento em que um cliente possa vir novamente para comprar na empresa, para que se saiba se aquele cliente ainda

deve, se já pagou o que adquiriu, para então definir se a empresa venderá novamente para esse indivíduo.

Definir informações mais precisas no momento de abrir um crediário: Apesar da empresa realizar uma consulta em outras bases de dados, para saber se o cliente já se encontra com dívidas ou não, mesmo assim, é necessário que ela leve em consideração se aquele cliente consiga pagar suas dívidas ou não, não abrindo brechas para nenhum indivíduo, se for conhecido ou não. Como não é exigido comprovante de renda, essa questão é algo a ser adotado pela empresa, para verificar se o cliente pode ter alguma renda e seja capaz de pagar por aquilo que adquiriu. Além de que, como o próprio sistema oferece um limite de compras, é necessário que se analise se esse valor determinado, realmente, é o mais adequado, se corresponde com aquilo que ele possui de renda, onde a empresa pode observar sempre quais são os tipos de clientes que tem e como ela pode diminuir os riscos de ter clientes inadimplentes.

Oferecer vantagens para clientes que pagam os valores em dia: Para incentivar que os clientes paguem os valores que devem em dia, podem ser oferecidas vantagens, como oferecer desconto se o valor for pago antes da data de vencimento, ou se a pessoa quitou todos os valores em dia, oferecer um desconto para a próxima compra que ela fizer. Isso desperta um interesse no cliente para que ele sempre pague em dia, sabendo que isso vai ter uma recompensa depois, o que faz com que o mesmo queira continuar consumindo na empresa, o que também é uma vantagem para a empresa.

Todas essas ações são importantes para que a empresa consiga melhorar os métodos de cobrança que realiza, para que diminua os inadimplentes que possui, para que se tenha uma probabilidade maior de receber os valores que os clientes devem e como a empresa é pequena, sendo os gestores os principais responsáveis por todas as ações realizadas, todas essas ações são responsabilidade deles. Cabe aos gestores da empresa dar andamento nessas ações, para melhorar a área financeira da empresa, sendo que isso tudo pode beneficiar ainda mais a empresa e as atividades que ela realiza, podendo prosperar ainda mais e atrair novos clientes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As questões financeiras de uma empresa são de muita importância, é a partir das vendas que uma empresa realiza, dos produtos ou serviços que oferecem que elas conseguem dar andamento das suas atividades, conseguem lucrar, comprar de fornecedores, investir em outras oportunidades e atrair novos clientes. Mas nem sempre funciona dessa forma, existem diferentes adversidades que podem acontecer e atrapalhar o desempenho da empresa, sendo que a inadimplência é um dos fatores principais nesse sentido, pois a empresa não consegue arrecadar a quantidade que gasta, o que acaba gerando um prejuízo.

A partir disso, neste estudo buscou-se identificar como a inadimplência acaba influenciando na empresa, como são tratadas as questões que envolvem o endividamento dos clientes, o que diz respeito ao nível de endividamento deles, seu perfil, por qual período a dívida está em aberto, tudo isso para verificar se as atividades que são desenvolvidas pela empresa estão sendo eficientes ou não. Ainda, foi identificado como funciona a questão do setor de cobranças, levando em conta como é a ação de entrar em contato com o cliente devedor, se essa ação traz algum resultado para a empresa ou não.

Portanto, de acordo com os dados analisados, levando em consideração 118 clientes que estavam em atraso com a empresa, percebe-se que a maioria são do gênero feminino e possuem de 26 a 35 anos, o que demonstra que as mulheres jovens adultas são as que mais tem influência para a inadimplência da empresa. Tal dado é coerente com o encontrado em Daros e Pinto (2017).

Isso pode ser reforçado pela questão de as mulheres possuírem diferentes responsabilidades, dentre elas adquirir o que a família precisa, sendo que nessa idade também a maioria já possui família e responsabilidades com a casa, onde nem sempre o que ganham de salário em seus trabalhos é o suficiente para suprir todas as contas que são feitas.

Nota-se ainda que o risco de inadimplência, de acordo com o valor monetário que é devido, é de uma porcentagem considerada como máxima, na maior parte das vezes, o que demonstra que o volume de valor que é devido para a empresa pode comprometer algumas questões e afeta o bom andamento das atividades. Quanto maiores eram os dias que as contas dos clientes estavam em atraso, maior era o nível de risco da inadimplência, pois os valores só iam se acumulando e aumentando, o que acaba dificultando na hora do cliente conseguir quitar a dívida que contraiu.

Também foi observado que o número de dias que os clientes estavam em atraso com os valores devidos era significativo, coerente com o resultado encontrado em Andrade et al.,

(2008), sendo que a maioria devia de 0 a 200 dias, mas também tendo um destaque importante aqueles que deviam mais de 1.001 dias, que foi uma parcela bem importante. Isso mostra que as dívidas que foram feitas não foram quitadas por um período muito grande e a probabilidade de essas dívidas serem quitadas pode ser bem pequena, se levar em consideração o número de dias que o valor está em aberto, o que prejudica muito a empresa, pois é um valor que ela precisa conseguir de outra forma, para suprir o que precisa.

Ainda, em relação ao número de parcelas que esses clientes inadimplentes deviam, na sua maioria era de 0 a 10 parcelas, o que pode ser considerado algo preocupante, pois dependendo do valor da parcela, o número de vezes que foi parcelado, o valor devido pode ser bem alto. Também, considerando o número de parcelas que esses clientes já pagaram, a maioria também já pagou de 0 a 10 parcelas, que pode ter acontecido de um cliente comprar algo e não pagar nenhuma parcela, ou pagar somente algumas e não pagar o restante, ou, ainda, pagar as parcelas de uma compra, realizar outra compra e não quitar as parcelas dessa outra compra feita.

Além disso, quando observado o número de contratos que os clientes fizeram, a maioria adquiriu de 1 a 2 contratos, sendo que esse número de contratos também é a maioria de contratos vencidos. Isso demonstra que os clientes acabam não comprando muitas vezes na empresa, por meio do crediário, que logo acabam se tornando inadimplentes e não conseguem quitar o valor que assumiram como dívida.

Por fim, nota-se que a política de cobranças da empresa não leva em consideração uma preocupação em ter uma proximidade maior com o cliente, para lhe mostrar o quanto o valor que não é pago pode afetar a empresa. Nem considera a validade que um acordo pode ter nessa situação, sendo que logo é feita uma cobrança judicial se há um valor devido, onde as chances de conseguir negociar a dívida e fazer com que o cliente pague a dívida diminui.

Igualmente, é necessário que sempre seja entregue um comprovante de renda do cliente que deseja adquirir algo na empresa, para saber se o mesmo será capaz de pagar por aquilo que está comprando, além de controlar os valores que estão sendo devidos e quais clientes devem. Isso é algo que a empresa deve começar a fazer, pois quando a empresa não recebe, ela terá impactos negativos, que podem até levar a falência, o que é minimizado com uma política de crédito bem definida e um controle financeiro efetivo.

Para isso, se sugere que hajam algumas melhorias na empresa, principalmente na política de cobrança, para que haja um contato maior com o cliente, buscando a negociação com ele, além de sempre exigir que ele entregue um comprovante de sua renda para abrir o cadastro. Também é sugerido que haja um controle maior dos valores que estão em aberto pelos clientes e que para aqueles que compram e pagam os valores em dia, haja uma vantagem, para

que entendam que existem vantagem tanto para eles quanto para a empresa quando as dívidas são quitadas em dia, assim todos conseguem um resultado positivo.

Então, é destacado que o estudo possui algumas limitações, como o fato de conseguir apenas algumas informações com a empresa para que se conseguisse realizar a análise da inadimplência, não podendo ser analisado os motivos por trás dessa inadimplência ocorrer, devido o impedimento em se entrar em contato com os clientes devedores. Também não foi possível conseguir maiores informações, principalmente aquelas relacionadas aos valores monetários da empresa, os impactos negativos que se teve em números.

Portanto, como sugestões de estudos futuros, indica-se que sejam realizadas análises levando em consideração mais variáveis de perfil dos clientes inadimplentes, não apenas a idade e o gênero, também podendo ser investigado os motivos que levaram os clientes a não conseguirem quitar suas dívidas. Ainda, pode ser realizada uma análise que considere um período específico do ano, algo que possa demonstrar quando os clientes contraem maiores dívidas, além de serem analisadas informações financeiras, em valores monetários, que pode demonstrar o quanto a empresa está sofrendo com as parcelas em aberto de seus clientes.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Brasil volta a ter mais de 65 milhões de inadimplentes**, 2022.

Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2022-04/brasil-volta-ter-mais-de-65-milhoes-de-inadimplentes>. Acesso em: 07 nov. 2023

AGÊNCIA BRASIL. **Pesquisa da CNC revela que 30% das mulheres estão inadimplentes**, 2023. Disponível em:

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2023-03/pesquisa-da-cnc-revela-que-30-das-mulheres-estao-inadimplentes>. Acesso em: 07 nov. 2023.

ANDRADE, Simone Ferreira Capriccio de; RIUL, Patrícia Helena; OLIVEIRA, Maria Sueli de; CAVALCANTI, Melissa Franchini. A inadimplência nas instituições particulares de ensino na cidade de Franca. **FACEF Pesquisa - Desenvolvimento e Gestão**, v. 11, n. 1, p. 45-58, 2008. Disponível em: <http://periodicos.unifacef.com.br/facefpesquisa/article/view/112/176>. Acesso em: 05 abr. 2023.

ASSAF NETO, A. **Finanças corporativas e valor**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 726 p.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Estatísticas Monetárias e de crédito**, 2020. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/estatisticas/estatisticasmonetariascredito>. Acessado em: 25 jan. 2020.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Inadimplência da carteira de crédito – Total**, 2023.

Disponível em: <https://dadosabertos.bcb.gov.br/dataset/21082-inadimplencia-da-carteira-de-credito---total>. Acesso em: 10 set. 2023.

BORTOLUZZI, Daiane Antonini; BOLIGON, Juliana Andreia Rüdell; HOLLVEG, Scheila Daiana Severo; MEDEIROS, Flaviani Souto Bolzan. Aspectos do endividamento das famílias brasileiras no período de 2011-2014. **Perspectiva**, Erechim, v. 39, n. 146, p. 111-123, jun., 2015. Disponível em: https://www.uricer.edu.br/site/pdfs/perspectiva/146_513.pdf. Acesso em: 06 nov. 2023.

CAMARGOS, Marcos Antônio de; CAMARGOS, Mirela Castro Santos; ARAÚJO, Elisson Alberto. A inadimplência em um programa de crédito de uma instituição financeira pública de Minas Gerais: Uma análise utilizando regressão logística. **REGE- Revista de Gestão**, São Paulo, v. 19, n. 3, p. 467-486, jul./set., 2012. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/8637/a-inadimplencia-em-um-programa-de-credito-de-uma-instituicao-financiera-publica-de-minas-gerais--uma-analise-utilizando-regressao-logistica>. Acesso em: 10 abr. 2023.

CAMARGOS, Marcos Antônio de; CAMARGOS, Mirela Castro Santos; SILVA, Flávio Wagner; SANTOS, Fabiana Soares dos; RODRIGUES, Paulo Junio. Fatores Condicionantes de Inadimplência em Processos de Concessão de Crédito a Micro e Pequenas Empresas do Estado de Minas Gerais. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p. 333-352, mar./abr., 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rac/a/s3vfFSTMN8NWjHDL9BxjJNL/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 abr. 2023.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO. **Endividamento e inadimplência no Brasil**, 2022. Disponível em: <https://static.poder360.com.br/2023/01/cnc-endividamento.pdf>. Acesso em: 07 abr. 2023.

DAROS, Mariane; PINTO, Nelson Guilherme Machado. 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 – RAF**, v. 15, n. 15, p. 113-136, jul./dez., 2017.

FERREIRA, Marco Aurélio Marques; OLIVEIRA, Livia Maria de; SANTOS, Lucas Maia dos; ABRANTES, Luiz Antônio. Previsão de risco de crédito para definição do perfil de clientes de um banco de varejo. **Revista de Negócios: Inovação e Estratégia em Organizações**, v. 16, n. 2, p. 47-64, 2011. Disponível em: <https://proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/view/1648>. Acesso em: 15 set. 2023

GABRIEL, Marcelo L. D. Métodos Quantitativos em Ciências Sociais: Sugestões para Elaboração do Relatório de Pesquisa. **Desenvolvimento em Questão**, Ijuí, v. 12, n. 28, p. 348-369, out./dez., 2014. Disponível em: <https://www.revistas.unijui.edu.br/index.php/desenvolvimentoemquestao/article/view/2887>. Acesso em: 08 nov. 2023.

GERING, Silvia Maria Parmeggiani; PINTO, Nelson Guilherme Machado; VIEIRA, Kelmara Mendes. Causas e consequências da inadimplência: Uma análise sob diferentes dimensões. **Revista de Administração de Roraima**, v. 11, p. 1-20, 2021. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8630975>. Acesso em: 07 nov. 2023.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 10. ed. São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2004. 745 p.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice, 2010. 775 p.

GUEDES, Terezinha Aparecida; ACORSI, Clédina Regina Lonardan; MARTINS, Ana Beatriz Tozzo; JANEIRO, Vanderly. **Estatística descritiva**. Projeto de ensino – Aprender Fazendo Estatística, 2005. Disponível em: https://www.ime.usp.br/~rvicente/Guedes_etal_Estatistica_Descritiva.pdf. Acesso em: 08 nov. 2023.

HAIR JR., Joseph F.; BABIN, Barry; MONEY, Arthur H.; SAMOUEL, Phillip. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2005. 471 p.

HERLING, Luiz Henrique; MORITZ, Gilberto de Oliveira; SANTOS, Adalcio Machado dos; SOARES, Thiago Coelho; BACK, Rafael Bourdot. A inadimplência nas instituições de ensino superior: Um estudo de caso na instituição XZX. **Revista Gestão Universitária na América Latina – GUAL**, Florianópolis, v. 6, n. 2, p. 126142, abr./mai., 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/gual/article/view/1983-4535.2013v6n2p126>. Acesso em: 13 maio 2023.

LOPES, Marcela Galvão; CIRIBELI, João Paulo; MASSARDI, Wellington de Oliveira; MENDES, Wanderson de Almeida. Análise dos indicadores de inadimplência nas linhas de crédito para pessoa física: Um estudo utilizando modelo de regressão logística. **Revista do CEPE**, Santa Cruz do Sul, n. 46, p. 75-90, jul./dez., 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/321972418_Analise_dos_indicadores_de_inadimplencia_nas_linhas_de_credito_para_pessoa_fisica_um_estudo_utilizando_modelo_de_regressao_logistica. Acesso em: 15 maio 2023.

MACIEL, Anderson Alfaia; OLIVEIRA JÚNIOR, Manoel Carlos de; SANTIAGO, Sandro Breval. Análise do perfil dos clientes inadimplentes de uma empresa de factoring baseada na teoria da curva ABC. **Revista de Contabilidade Dom Alberto**, Santa Cruz do Sul, v. 3, n. 4, p. 119-143, 2018. Disponível em: <https://revista.domalberto.edu.br/revistadecontabilidadefda/article/view/96>. Acesso em: 18 maio 2023.

MACIEL, Hariane Matos; MACIEL, Wlisses Matos. Análise da inadimplência bancária: Um estudo de caso da região metropolitana de Fortaleza. **Revista Conexões – Ciência e Tecnologia**, Fortaleza, v. 11, n. 3, p. 12-23, nov., 2017. Disponível em: <https://conexoes.ifce.edu.br/index.php/conexoes/article/view/867>. Acesso em: 18 maio 2023.

MAIA, Andréa do Socorro Rosa Silva. **Inadimplência e recuperação de créditos**. 2007. 65 p. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Administração) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2020. 345 p.

NUNES, Fabiano Pamato; SILVA, Marcelo Sczymczak; COSTA, Alexandre Marino. A influência da educação financeira nas decisões de consumo e poupança: Suas relações com a adimplência e inadimplência. **Revista Eletrônica Ciências da Administração e Turismo**, v. 5, n. 2, p. 1-16, jul./dez., 2017. Disponível em: <http://incubadora.periodicos.ifsc.edu.br/index.php/ReCAT/article/view/356/1-16>. Acesso em: 07 nov. 2023.

OLIVEIRA, Ricardo da Cunha. Administração Financeira: uma análise conceitual. **Revista Estação Científica**, Juiz de Fora, n. 15, p. 1-13, jan./jun., 2016. Disponível em: <https://portal.estacio.br/media/6085/10-administra%C3%A7%C3%A3o-financeira-uma-an%C3%A1lise-conceitual.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2023.

POTRICH, Ani Caroline Grigion; FREITAS, Luiz Antônio Rossi de; GUSE, Jaqueline Carla; ROSSATO, Marivane Vestena; LINHARES, Tamara da Silva. Política de cobrança de contas a receber: Um estudo de caso no comércio varejista de materiais de construção. **Revista Eletrônica Sistemas e Gestão**, Rio de Janeiro, v. 7, n. 3, p. 392-401, 2012. Disponível em: <https://www.revistasg.uff.br/sg/article/view/V7N3A8>. Acesso em: 15 maio 2023.

PREISLER, Adriano Milton. **Análise de risco e crédito para micro e pequenas empresas – Uma proposta orientativa**. 2003. 191 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

RENNER, Cristiane G.; PAVAN, Daiane; DALBOSCO, Inocencia B. Gestão do risco da inadimplência aplicado a uma distribuidora de materiais de construção. *Anuário Pesquisa e Extensão ONUOES Chapecó*, p. 1-8, 2022. Disponível em: <https://periodicos.unoesc.edu.br/apeucco/article/view/32442/18328>. Acesso em: 08 nov. 2023.

RIBEIRO, Cristiane Freitas; ZANI, João; MACAGNAN, Clea Beatriz; ZANINI, Francisco Antonio Mesquita. Gestão de Universidade Privada: risco de inadimplência dos alunos. **RBGN – Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, São Paulo, v. 14, n. 42, p. 26-40, jan./mar., 2012. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbgn/a/WLrjMRYQqVyXfBMCZkGZsNH/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 nov. 2023.

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JAFFE, Jeffrey; LAMB, Roberto. **Administração Financeira**. 10 ed. Porto Alegre: AMGH, 2015.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, María del Pilar Baptista. **Metodologia de pesquisa**. 5. ed. Porto Alegre: Penso, 2013. 612 p.

SCHUH, Aline Beatriz. **Determinantes do crédito consignado e da inadimplência de pessoas físicas no Brasil (2004-2016): uma análise com variáveis macroeconômicas**. 2017. 100 p. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2017.

SEHN, Carlos Fernando; CARLINI JUNIOR, Reginaldo José. Inadimplência no sistema financeiro de habitação: Um estudo junto à Caixa Econômica Federal (Caixa). **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, v. 8, n. 2, p. 59-84, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/tW8TTtjhmNM8t4d959k6mbJ/?format=html#>. Acesso em: 08 nov. 2023.

SERASA. **Estudo inédito da Serasa revela que apesar da alta da inadimplência registrada nos últimos 5 anos, brasileiros estão controlando mais as finanças**, 2023. Disponível em: <https://www.serasa.com.br/imprensa/estudo-inedito-da-serasa-revela-que-apesar-da-alta-da-inadimplencia-registrada-nos-ultimos-5-anos-brasileiros-estao-controlando-mais-as-financas/>. Acesso em: 03 set. 2023.

TRINDADE, L. L.; RIGHI, M. B.; VIEIRA, K. M. De onde vem o endividamento feminino? Construção e validação de um Modelo PLS-PM. **REAd. Revista Eletrônica de Administração**, v. 18, n. 3, p. 718-746, 2012. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/read/article/view/35451/22988>. Acesso em: 07 nov. 2023.

VALENTIM, Maria Elizânia Chaves; MELO, Geison Calyo Varela de; BENTO, Francisca Joselânia da Silva; REGO FILHO, Francisco Souza, RÊGO, Sidnéia Maia de Oliveira; COSTA, Yascara Priscilla Dantas; MORAIS, Lucas Andrade de. Gestão financeira e inadimplência: uma análise do endividamento de clientes de uma empresa do Alto Oeste Potiguar. **Revista de Gestão e Secretariado**, São Paulo, v. 13, n. 3, p. 2009-2030, set./dez., 2022. Disponível em: <https://ojs.revistagesec.org.br/secretariado/article/view/1460/680>. Acesso em: 08 nov. 2023.

VIEIRA, K. M.; KREUTZ, R. R. Endividado ou poupador: Impacto das variáveis sociodemográficas e do gerenciamento financeiro. **Revista Pretexto**, Belo Horizonte, v. 19, n. 3, p. 81-98, jul./set., 2018. Disponível em: <http://revista.fumec.br/index.php/pretexto/article/view/5374>. Acesso em: 06 nov. 2023.

VIGARANI, Valdir de Mello Vigarani. **Quadro dos clientes inadimplentes**. 2011. 43 p. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Gestão Bancária) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2007.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: Planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015.