

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

Luiz Henrique Alves

**INADIMPLÊNCIA NO SETOR DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS
AUTOMOTIVOS: UM ESTUDO NA AUTOELÉTRICA JF LTDA
LOCALIZADA EM PALMEIRA DAS MISSÕES – RS**

Palmeira das Missões, RS, Brasil
2021

Luiz Henrique Alves

**INADIMPLÊNCIA NO SETOR DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS AUTOMOTIVOS:
UM ESTUDO NA AUTOELETRICA JF LTDA LOCALIZADA EM PALMEIRA DAS
MISSÕES – RS**

Relatório de Estágio apresentado ao Departamento de Administração Diurno da Universidade Federal de Santa Maria, campus Palmeira das Missões, como requisito parcial para a obtenção do grau de **Bacharel em Administração.**

Orientador: Prof. Dr. Nelson Guilherme Machado Pinto

Palmeira das Missões-RS
2021

Luiz Henrique Alves

**INADIMPLÊNCIA NO SETOR DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS AUTOMOTIVOS:
UM ESTUDO NA AUTOELETRICA JF LTDA LOCALIZADA EM PALMEIRA DAS
MISSÕES – RS**

Relatório de Estágio apresentado ao Departamento de Administração Diurno 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 ter me dado forças nos momentos difíceis para conseguir chegar até aqui.

A meus pais Airton e Dalva e minha irmã Raissa, por serem meu refúgio e sempre me ensinarem a ser forte, e também por enfrentarem todos os obstáculos junto comigo, sem vocês nada disso seria possível!

À minha noiva Cristiele pela parceria em todos os momentos, me ajudando e dando forças para alcançar meus objetivos, sempre torcendo pelo meu sucesso e nunca me deixando sozinho, te amo e sou grato por tudo!

Ao meu orientador Nelson Guilherme Machado Pinto, por toda paciência, dedicação e conhecimentos compartilhados, é um grande exemplo de profissional competente e dedicado à esta profissão.

À empresa Auto Elétrica JF pela oportunidade de realizar o estágio para conclusão deste trabalho, em especial ao proprietário Fabio pelo apoio e incentivo, tornando possível a realização deste sonho.

À Universidade Federal de Santa Maria por fornecer toda a estrutura e oportunidades durante o período de graduação.

RESUMO

INADIMPLÊNCIA NO SETOR DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS AUTOMOTIVOS: UM ESTUDO NA AUTOELETRICA JF LTDA LOCALIZADA EM PALMEIRA DAS MISSÕES – RS

AUTOR: Luiz Henrique Alves

ORIENTADOR: Nelson Guilherme Machado Pinto

Diante das atuais situações de crise econômica em que as empresas estão enfrentando, se torna necessário que as mesmas se atualizem para que consigam enfrentar momentos de instabilidade e de crises econômicas, pois o atual cenário mostra que é de suma importância se manter inteiramente informado em como se comporta a saúde financeira das organizações. Um dos pontos que traz muita dificuldade para as empresas é o fator de inadimplência. Desta forma, este trabalho tem como objetivo analisar e propor soluções para o melhoramento da inadimplência na empresa Auto Elétrica JF LTDA, localizada na cidade de Palmeira das Missões no estado do Rio Grande do Sul. A presente pesquisa trata-se de um estudo qualitativo onde foram realizadas ligações com questões de cunho aberto, e assim as respostas foram transcritas de maneira fiel, a fim de analisar dados reais da empresa buscando pontos para melhoramento da situação de inadimplência. É possível observar aspectos assertivos que são relatados pelos clientes, onde consideram que a empresa realiza com eficiência os seus serviços, desta maneira, recomendando os serviços da mesma para outras pessoas. O método de cobranças é considerado satisfatório e a empresa é compreensiva com os atrasos no pagamento. O que de certa forma pode estar acarretando em um possível problema no setor financeiro, já que apesar de ser compreensiva com seu cliente, acaba por prejudicar seu processo de cobrança, pois nem sempre consegue de fato solucionar a inadimplência do cliente. Através do questionário respondido pelos clientes inadimplentes na empresa, foi possível constatar que existem pontos negativos, que deixam os clientes insatisfeitos em relação a empresa. Pode-se dizer que é necessário adotar um sistema gerencial onde os clientes tenham uma ficha cadastral com todos os dados pertinentes, para que facilite o processo de cobrança, tornando-o mais eficaz. Implantar medidas para a melhoria do atendimento telefônico oferecido, fazendo com que seja mais eficiente para sanar as dúvidas obtidas pelos seus clientes. Assim como, evitar atrasos na entrega dos serviços, procurando efetuar sua entrega na data correta, conforme combinado com o cliente. Aderir o sistema das novas tecnologias como as redes sociais, divulgando seus serviços e facilitando a chegada de novos clientes. Como limitações do trabalho, a falta de contato com alguns clientes, a não disponibilidade de participação a pesquisa por parte de alguns clientes e o pequeno número de inadimplentes na empresa.

Palavras-chave: Inadimplência. Políticas de cobrança. Políticas de crédito.

ABSTRACT

INADIMPLANCE IN THE AUTOMOTIVE SERVICES SECTOR: A STUDY AT AUTOELETRICA JF LTDA LOCATED IN PALMEIRA DAS MISSÕES – RS.

AUTHOR: Luiz Henrique Alves

ADVISOR: Nelson Guilherme Machado Pinto

In view of the current economic crisis situations that companies are facing, it is necessary that they update themselves so that they can face moments of instability and economic crises, as the current scenario shows that it is extremely important to remain fully informed on how the financial health of organizations behaves. One of the points that brings a lot of difficulty for companies is the default factor. In this way, this work aims to analyze and propose solutions to improve defaults in the company Auto Elétrica JF LTDA, located in the city of Palmeira das Missões in the state of Rio Grande do Sul. The present research is a qualitative study where calls were made with open-ended questions, and so the answers were faithfully transcribed, in order to analyze real company data looking for points to improve the default situation. It is possible to observe assertive aspects that are reported by customers, where they consider that the company efficiently performs its services, in this way, recommending its services to other people. The collection method is considered satisfactory and the company is understanding of late payments. Which in a way may be leading to a possible problem in the financial sector, since despite being sympathetic to your client, it ends up damaging your collection process, as it is not always able to actually resolve the client's default. Through the questionnaire answered by defaulting customers in the company, it was found that there are negative points, which leave customers dissatisfied with the company. It can be said that it is necessary to adopt a management system where customers have a registration form with all relevant data, so that it facilitates the collection process, making it more effective. Implement measures to improve the telephone service offered, making it more efficient to resolve doubts obtained by its customers. As well as, avoid delays in the delivery of services, trying to deliver them on the correct date, as agreed with the customer. Adhere to the system of new technologies such as social networks, promoting its services and facilitating the arrival of new customers. As work limitations, the lack of contact with some customers, the lack of participation in research by some customers and the small number of defaulters in the company.

Keywords: Inadimplance. Billing policies. Credit policies.

LISTA FIGURA

Figura 1- Quantidade de inadimplentes x valor devido.....	25
Figura 2- Motivo da inadimplência	26

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Método dos cinco C's..... 16

LISTA DE TABELAS

Tabela 1-Quantidade de cheques e/ou recibos X ano.....	23
Tabela 2-Valore devido X quantidade de devedores.....	24
Tabela 3-Questionário respondido pelos clientes inadimplentes participantes da pesquisa. ...	27

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 PROBLEMA DA PESQUISA	12
1.2 OBJETIVOS	12
1.2.1 Objetivo Geral	12
1.2.2 Objetivos Específicos.....	12
1.3 JUSTIFICATIVA.....	13
2 REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA	14
2.2 CRÉDITO	15
2.3 INADIMPLÊNCIA	17
3 METODOLOGIA.....	19
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	19
3.2 COLETA DE DADOS	19
3.3 PERÍODO DE ANÁLISE	20
3.4 TRATAMENTO E ANÁLISE DE DOS DADOS	20
3.5 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA	20
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	22
4.1 ANÁLISE DA GESTÃO FINANCEIRA E POLÍTICA DE CRÉDITO E COBRANÇA DA EMPRESA	22
4.1.1 Gestão financeira.....	22
4.1.2 Política de crédito	22
4.1.3 Cobrança da empresa	23
4.2 CENÁRIO DE INADIMPLÊNCIA NA EMPRESA	24
4.2.1 Visão dos clientes.....	25
5 PLANO DE AÇÃO.....	28
5.1 INADIMPLENTES	28
5.2 ATENDIMENTO TELEFÔNICO	28
5.3 REDES SOCIAIS.....	28
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	29
REFERÊNCIAS	31

1 INTRODUÇÃO

Diante do cenário global de pandemia, promovido pelo Covid 19, muitos nichos de mercado apresentaram uma severa contração vinculada ao déficit de ações de compra. Assim, torna-se imprescindível que o meio empresarial venha em constante evolução e adote estratégias para conquistar novos clientes e fidelizar os seus antigos, fazendo com que a empresa tenha resultados positivos.

Uma das maneiras para que as empresas consigam adentrar e permanecer neste atual ambiente competitivo, é flexibilizando-se, concedendo créditos aos seus clientes e disponibilizando assim uma oportunidade a mais para seus compradores. O crédito é um instrumento da política financeira a ser utilizado por empresas e bancos comerciais na venda de seus produtos, como por exemplo, na concessão de empréstimos ou financiamentos (PEREIRA, 2000).

Em toda estratégia empresarial existe algum risco envolvido e na concessão de créditos este risco é ainda maior. As empresas que concedem crédito necessitam de instrumentos que possam, de maneira objetiva, classificar os potenciais tomadores de crédito, sendo esta pessoa física ou jurídica, demonstrando a possibilidade de inadimplência futura (BARTH, 2004).

Diante deste contexto, a inadimplência se apresenta como um dos grandes fatores do desequilíbrio financeiro, decorrente de fatores como a concessão de crédito. Alves e Camargo (2014, p.60), dizem que “A inadimplência pode ser considerada o principal problema do setor macrofinanceiro, pois uma gestão ineficiente da carteira de crédito aumenta os custos da transação e inviabiliza a sustentabilidade financeira e o crescimento da organização”.

Nesta perspectiva, Vianna e Ternoski (2016) afirmam que para qualquer contrato de crédito são estabelecidas regras quanto ao crédito requerido, isto é, ao assinar o devedor compromete-se a cumprir as mesmas. No entanto, o não cumprimento destas obrigações ou qualquer atraso, caracteriza-se como inadimplência. Sendo assim, entende-se que o descumprimento de uma obrigação financeira, pré-estabelecida, pode ser a definição do termo inadimplência.

Segundo Daros e Pinto (2017, p.115.), “os clientes que são considerados inadimplentes representam um problema para a empresa na gestão dos seus recursos financeiros e na disponibilização dos seus produtos e serviços”. Assim, o *status* de inadimplência caracteriza dificuldade não só para o cliente, mas também e, principalmente, para a empresa que tem a necessidade de manter seu capital.

1.1 PROBLEMA DA PESQUISA

Em toda e qualquer organização as dificuldades com clientes inadimplentes fazem com que as empresas careçam de algum tipo de ajuda ou auxílio. De qualquer forma, as empresas mais afetadas, quanto a concessão de crédito resultantes em inadimplência, são as pequenas empresas, pois de alguma maneira esse perfil de empresa ainda possui a falta de conhecimento sobre finanças, fazendo com que a própria organização tenha adversidade quanto as obrigações de seus clientes com a mesma.

Compreendendo a importância e a complexidade do tema, torna-se indispensável o estudo do mesmo em qualquer tipo de organização. O caminho para a solução desse fator negativo pode estar na análise das causas que levam clientes à inadimplência, assim como, à análise da concessão de crédito da empresa.

Desta forma, a pesquisa foi realizada em uma empresa do setor de serviços automobilísticos, buscando contribuir para o desenvolvimento e redução da situação dos inadimplentes na organização. Sendo assim, o problema de pesquisa que norteará o estudo consiste na seguinte questão: Qual o cenário de inadimplência na empresa Auto Elétrica JF LTDA de Palmeira das Missões – RS?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar o cenário de inadimplência na empresa Auto Elétrica JF LTDA de Palmeira das Missões- RS.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar a política de crédito praticada pela empresa;
- Identificar os fatores causadores de inadimplência na empresa;
- Propor ações no setor de cobrança, para a melhoria do cenário de inadimplência na empresa de acordo com os resultados obtidos.

1.3 JUSTIFICATIVA

Atualmente, é comum que haja necessidade de clientes em adquirir algum bem, e por meio das novas políticas de crédito isto se torna ainda mais fácil de se concretizar. Porém, esta facilidade em adquirir novos produtos e serviços, faz com que aconteçam ocorrências de pagadores que não cumprem suas obrigações. Para monitorar essas dificuldades, segundo Magro, Mondini e Hein (2015, p.55) “A expansão da concessão de crédito vem exigindo que as instituições financeiras adotem métodos que auxiliem na gestão dos riscos”.

Um dos fatores essenciais que envolve a importância de se especializar em funções empresariais é a necessidade de oferecer crédito ao cliente para o aumento das vendas. A análise destes que irão adquirir o crédito é tão importante e necessária quanto as próprias vendas (AMORIN, 2019). Torna-se essencial fazer os serviços de maneira qualificada para que os clientes fiquem satisfeitos, porém, é relevante que se analise o crédito para que depois não haja dificuldade em receber o compromisso.

Pinto e Rossato (2018, p 42) afirmam que, “para que a concessão de crédito aos consumidores ocorra de maneira satisfatória, deve ser estruturada uma análise de cobrança eficiente, a fim de atender os propósitos que conjecturam o crédito”. Por se tratar de um assunto muito debatido e de extrema necessidade das empresas, se torna importante entender os clientes e suas necessidades, pois a inadimplência é um tema que desfavorece a imagem do cliente e também acaba prejudicando as empresas que não tomam as medidas necessárias no momento de ceder o crédito.

O presente estudo, tem grande capacidade de auxílio para as empresas, não somente do ramo de serviços automotivos, mas também contribui para os demais setores, de maneira a apresentar bases para o conhecimento dos fatores que levam a inadimplência e possíveis pontos de melhoria para que a mesma não venha a ocorrer. A empresa Auto Elétrica JF LTDA, pode se beneficiar através desta pesquisa, pois, o objetivo do mesmo era contribuir na redução da situação de inadimplência dos clientes na empresa e fazer com que fosse corrigido o setor financeiro, obtendo base de conhecimento para a liberação de créditos aos clientes, assim possibilitando maior equilíbrio financeiro para a empresa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O desenvolvimento de teorias econômicas, durante décadas, havia respaldo apenas em modelos matemáticos consolidados, não levando em consideração aspectos comportamentais. Entretanto, devido a algumas limitações dos modelos neoclássicos existentes em justificar a dinâmica dos mercados mundiais, emerge um novo campo de estudo, intitulado como finanças comportamentais (ROSSATO; BESKOW; PINTO, 2019). O respaldo das finanças comportamentais reverencia que as pessoas, muitas vezes, agem irracionalmente, pois estão subordinadas às marcas de desapontamentos cognitivos. (AGUIAR, *et al.*, 2016). Os vícios do consumismo estão diretamente ligados ao materialismo (ROSSATO; BESKOW & PINTO, 2019).

A fim de explicar as finanças comportamentais existe a “teoria do prospecto” para saber como os agentes de investimento encaravam o risco na prática (TVERSKY; KAHNEMAN, 1979; FAVERY; KNUPP, 2018), que dizia que os indivíduos tomam decisões em fases distintas. Partindo disso, o assunto que ganha destaque sobre este assunto é o endividamento. O endividamento está ligado ao consumismo atrelado ao crédito (ROSSATO; BESKOW; PINTO, 2019). Diante desse contexto e dado o objetivo desse estudo, esse referencial teórico irá abordar os temas de administração financeira, crédito e inadimplência.

2.1 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

A administração financeira envolve tanto questões de ausência de capital, quanto questões da prática de ações e procedimentos administrativos, que compreendem os assuntos financeiros, bem como engloba assuntos dos ativos e passivos de balanços patrimoniais das organizações, possuindo assim uma descrição mais abrangente (ASSAF NETO, 2010). A administração financeira é subdividida em três áreas, orçamento de capital, estrutura de capital e administração de capital circulante (ROSS *et al.*, 2013, p. 05).

O orçamento de capital é uma espécie de antecipação daquilo que vai acontecer com as finanças da empresa (SALANEK FILHO, 2012). O termo capital diz respeito aos ativos permanentes, empregados, imóvel, instalações e equipamentos. A elaboração desse orçamento compõe todo o processo de ordenamento das premissas e informações que objetivam a tomada de decisão de investimento de longo prazo (KÜSTER; KÜSTER, 2013). Orçamento deve ser realista e equilibrado (SALANEK FILHO, 2012).

Para Nascimento (2006), o orçamento é uma ferramenta de formalização, que tem como objetivo reproduzir as metas da empresa através de formas contábeis. Mediante a isto, os relatórios mostram dados financeiros e quantitativos, que podem resultar em planos estratégicos e operacionais. A estrutura de capital é uma ponderação adequada entre o capital próprio, o qual provém da própria gestão e o capital de terceiros. O nível ótimo de WACC (custo médio ponderado do capital) será o menor possível (KON, 2018). Fundamentada nas contas do ativo e passivo, a administração de capital circulante gera atividades operacionais mantendo o fluxo de caixa estável, isso ocorre quando a administração está adequada do capital adquirido.

Os ativos circulantes representam as entradas no caixa e o passivo circulante as saídas de caixa no prazo de um ano o que possibilita a tomada de decisões relacionadas a investimentos de curto prazo, melhorando a organização da administração (ARAÚJO, 2013).

Percebeu-se que muitas companhias brasileiras cometem erros, visões confusas de seu próprio capital de giro, como a necessidade do capital pode mudar a curto prazo, estas acreditam no financiamento a curto prazo dos mesmos, se estas empresas se baseiam em países onde há renovação de financiamentos a curto prazo e mercado financeiro grande, com alta liquidez, como Estados unidos e Europa, estariam certas, porém no Brasil esta ideia se torna errônea (FLEURIET, 2016).

Desta forma, percebe-se que os avanços na área financeira proporcionaram ao administrador o dever de olhar a empresa como um todo, garantindo para a mesma um melhor desenvolvimento e permanência na área em que atua, pois, a administração requer um estudo desenvolvido em suas diversas áreas de atuação, sendo considerada mais ampla que as demais (ASSAF NETO, 2010). Isto posto, verifica-se que relevância de um administrador financeiro tem aumentado, devido a transformação do cenário econômico e regulamentar, tornando suas tarefas ainda mais difíceis (GITMAN, 2004).

A gestão de valores a receber está presente em todas as organizações que vendem um bem ou prestam um serviço à sociedade. Os valores são referentes a créditos concedidos aos clientes em troca de uma promessa de pagamento futuro. As empresas, em sua maioria, concedem o crédito como forma de alavancar suas vendas (ASSAF NETO; SILVA, 2002; VITAL, 2010).

2.2 CRÉDITO

O crédito é essencial para financiar atividades, por parte de empresas, do consumo e por parte de familiares. Exerce, assim, papel fundamental para o crescimento econômico quanto a flutuações a curto prazo (BERNANKE & GERTLER, 1989; BERNANKE; GERTLER & GILCHRIST, 1999). O crédito é um mecanismo da política financeira a ser utilizado por empresas e bancos comerciais na venda de seus produtos, como por exemplo, na concessão de empréstimos, financiamentos ou finanças (PEREIRA, 2000). O crédito refere-se à troca de um valor presente por uma promessa de pagamento futuro (SANTOS, 2011).

Deve-se sempre analisar a concessão de crédito por cliente, investigar sobre o mesmo, se terá capacidade de suprir as demandas associadas a essa transferência de recursos, a fim de evitar que haja problemas futuros (POTRICH *et al.*, 2012). Deste modo, é necessário que se utilize de técnicas para estabelecer quais são os clientes que são aptos a obter o crédito. Um tipo de técnica é avaliar o risco de conceder o crédito, comparar com o modelo de crédito da empresa e determinar as exigências para disponibilizar crédito aos interessados (GITMAN, 2004).

Para realizar esta análise, utiliza-se o método dos cinco C's do crédito, pois o mesmo investiga se é viável ou não conceder um valor monetário, que muitas vezes pode ser significante conforme pode ser verificado no Quadro 1.

Quadro 1- Método dos cinco C's.

Caráter	O histórico do cliente em termos de cumprimento de obrigações.
Capacidade	A capacidade de pagamento do crédito solicitado pelo cliente, avaliada com base em uma análise das demonstrações financeiras, com ênfase nos fluxos de caixa disponíveis para o pagamento de dívidas.
Capital	O volume de dívidas do cliente em comparação com seu capital próprio.
Colateral (garantia)	O volume de ativos que cliente tem à disposição para usar como garantia do crédito. Quanto maior o volume de ativos disponíveis, maior a disponibilidade de que uma empresa consiga recuperar fundos se o cliente não cumprir sua obrigação de pagamento.
Condições	As condições econômicas gerais e setoriais correntes e quaisquer condições especiais vinculadas a uma transação específica.

Fonte: GITMAN, 2004, p. 521.

Com a utilização do crédito ocorre o endividamento, que é um processo de acúmulo de dívidas, a pessoa compra e posterga o pagamento para datas futuras por não possuir recursos ou por não querer usar o dinheiro no momento da compra (MINELLA, *et al.*, 2017). A inadimplência vem como o não pagamento das contas nos prazos determinados (OLIVEIRA; SILVA; 2010) e não pode ser confundida com endividamento, pois a inadimplência é a quebra de uma cláusula contratual e o endividamento é a justificativa do adiamento do pagamento (FIORI, *et al.*, 2017).

2.3 INADIMPLÊNCIA

Segundo Berni (1999), inadimplência é quando o cliente não cumpre com suas obrigações, ou mesmo não consegue honrar com suas obrigações de acordo com o termo pactuado em um contrato. Há alguns tópicos que elevam a inadimplência como o não gerenciamento dos valores a receber, a cobrança ineficiente, os cadastros inadequados, a dilatação do prazo e concessão de crédito mal elaborado. E por parte do cliente, o que facilita o aumento da inadimplência são compras sem planejamento e realizadas por impulso, desemprego, problemas familiares, doença, falta de cobrança e má fé (OLIVEIRA; SILVA, 2010).

À vista disso, para diminuir o índice de clientes que não pagam suas despesas, as empresas adotam o procedimento de renegociação de dívidas, o que pode também tornar cíclico o endividamento (CAMPARA *et al.*, 2016). É relevante que haja mecanismos de prevenção nas empresas, identificando o que ocasiona para ter clientes inadimplentes, e quais as medidas que devem ser tomadas para evitar problemas causados pela inadimplência (HERLING *et al.*, 2013).

De suma importância, a política de cobrança na empresa contribui para que a mesma possa ter êxito em seu setor financeiro, atentando também para as possíveis perdas que a mesma possa vir a ter (POTRICH *et al.*, 2012). Logo, o propósito da política de cobrança é garantir que as arrecadações de dividendos aconteçam na data prevista e que esses recursos estejam disponíveis para que a empresa faça uso dos mesmos (LEMES JÚNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2002). É necessário que a política de cobrança esteja de acordo com as demais atividades da empresa (POTRICH *et al.* 2012).

Por isso, é indispensável que o cadastro dos clientes sempre esteja atualizado no sistema da empresa, para que se possa evitar adversidades, devendo sempre fazer uma análise cuidadosa dos mesmos (BONETTI; SCHLICKMANN; BUSSOLO, 2017). Por esse motivo, nota-se que muitas vezes uma boa política de cobrança pode não reduzir a inadimplência, mas garante que as perdas que a empresa possa vir a ter sejam insignificantes (FERLA; BRAIDO, 2015).

Possuir inadimplentes não é um desejo de nenhuma empresa. O que se deve fazer é conhecer o perfil de seus atuais clientes e entender as causas de inadimplência de alguns para evitar a causa. A maneira mais eficaz de evitar a inadimplência é autorizar o crédito somente aos clientes que irão conseguir assumir o compromisso, mesmo não sendo uma tarefa relativamente fácil (SEHN; CARLINI JUNIOR, 2007). Na perspectiva de Daros e Pinto

(2015), não cumprir com as obrigações pode apresentar problemas futuros para a empresa, conduzindo a organização ao prejuízo. É necessário entender sobre os fatores da inadimplência para poder evita-la com êxito e assim manter a empresa em condições positivas.

3 METODOLOGIA

Para que o trabalho atingisse os objetivos propostos no início do mesmo, foi apresentada a metodologia na seguinte sequência, classificação da pesquisa, coleta de dados, período de análise, tratamento e análise dos dados, e pôr fim a apresentação da empresa.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

O método escolhido para se chegar aos objetivos foi o descritivo, a fim de, descrever as características da empresa onde foi realizado este estágio. Para Selltiz *et al.* (1965), a pesquisa descritiva aborda de forma detalhista o fenômeno ou causa, resultando em exatidão. Uma de suas peculiaridades é o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados através de questionários e observação sistemática (GIL, 2008).

O procedimento técnico a ser utilizado é o estudo de caso. Estudo de caso é a pesquisa propriamente dita, através de análises exatas sobre os objetivos a serem alcançados. A finalidade é permitir um amplo e detalhado conhecimento (GIL, 2008).

Quanto à natureza da pesquisa, foi qualitativa. A pesquisa qualitativa busca o significado dos dados obtidos, através da percepção da causa dentro do contexto, através da explicação da origem, relações, mudanças para tentar prever consequências, porque o que importa mesmo é a qualidade dos dados através da exploração, aprofundamento e explicação da pesquisa (TRIVIÑOS, 1987). Para Bogdan e Biklen (2003), a pesquisa qualitativa abrange cinco características: ambiente natural, dados descritivos, preocupação com o processo, preocupação com o significado e processo de análise indutivo.

O procedimento técnico escolhido foi a pesquisa documental. A pesquisa documental é realizada através de pesquisa de dados técnicos e demais por meio de jornais, documentação da empresa, meios de comunicação, porém não é bibliográfica. Ela baseia-se em materiais que não receberam um tratamento científico (PRODANOV; FREITAS, 2013).

3.2 COLETA DE DADOS

Na coleta de dados foram encontrados 31 documentos inadimplentes de clientes, porém, a entrevista foi feita apenas para 11 clientes, por falta de contato e por indisponibilidade para a entrevista.

Para Morgan (1988), a entrevista é uma conversa com intenção de obter respostas a um objetivo. Foram realizadas perguntas orais para os clientes, e as mesmas gravadas pelo telefone celular para que sejam transcritas, responderam a perguntas pertinentes de forma aberta e estudadas através de uma análise de conteúdo.

Depois de analisado o conteúdo ele foi qualificado para identificar todas as causas que tornam os clientes inadimplentes (COLLIS; HUSSEY, 2005). Após o término é sugerido um plano de ação, alcançando, assim, um dos objetivos propostos por este estudo.

3.3 PERÍODO DE ANÁLISE

A análise dos dados foi realizada na empresa Auto Elétrica JF LTDA de Palmeira das Missões – RS, de janeiro de 2014 a dezembro de 2019.

3.4 TRATAMENTO E ANÁLISE DE DOS DADOS

Primeiramente foi realizado um pré-teste com dois clientes da empresa, com a intenção de certificar-se que o questionário está claro e de acordo com os objetivos propostos pela pesquisa. Após, os dados oficiais das entrevistas foram transcritos em um editor de texto de maneira fiel e sendo o questionário podendo ser visualizado no Apêndice A do trabalho.

3.5 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

A caminhada da empresa tem início em 2010, quando um motorista de ônibus resolve montar uma oficina de serviços automotivos, para trabalho junto ao seu filho. Além de toda experiência adquirida durante os anos, ambos investiram em variados cursos, máquinas e ferramentas de primeira linha para que os serviços sempre fossem feitos da melhor maneira e com a melhor qualidade. Desta maneira, a empresa se consolidou no mercado.

A Auto elétrica JF LTDA, é uma empresa localizada no município de Palmeira das Missões no estado do Rio grande do Sul que realiza serviços para melhora do funcionamento de veículos quanto a sua parte elétrica e mecânica, tanto para clientes do município como também para toda região.

Se trata de uma empresa familiar, fundada em 29 de julho de 2010, que tem como seu objetivo a prestação de serviços. Apesar de ser uma empresa com dez anos de experiência no

mercado, a empresa acaba por apresentar algumas deficiências no setor de cobranças, fazendo com que tivesse alguns pontos negativos como a inadimplência de alguns clientes.

A empresa conta com quatro profissionais capacitados, sendo eles dois mecânicos, um eletricitista e uma caixa que é responsável pelas atividades burocráticas. Acredita-se que a Auto elétrica JF LTDA, é uma das empresas mais requisitadas do ramo na cidade e região, fazendo com que possa prestar seus serviços sempre com excelência.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste tópico serão exibidos e analisados os resultados obtidos pelo presente estudo. Primeiramente, foram abordados a gestão financeira e política de crédito e cobrança da empresa, com o intuito de analisar o histórico do setor financeiro da empresa, como ela se organiza com relação as questões de crédito e cobrança aos clientes. Em seguida, são avaliados o cenário de inadimplência na empresa, buscando compreender pontos como, tempo de endividamento, quantidade de pessoas inadimplentes e a quantia que as mesmas devem para a empresa. Por fim, é apresentado o plano de ação, onde são propostas ações para o setor de cobrança, inadimplência e finanças, com intuito de melhorar o respectivo setor da empresa.

4.1 ANÁLISE DA GESTÃO FINANCEIRA E POLÍTICA DE CRÉDITO E COBRANÇA DA EMPRESA

A gestão financeira é o processo de aquisição de recursos financeiros que possibilitam à empresa atingir e manter o seu nível de atividade desejada (BITTENCOURT; PALMEIRA, 2012). Ela possui dois lados, a gestão operacional (controle monetário) e a gestão estratégica (informações obtidas na empresa) (MORAES; OLIVEIRA, 2011).

A partir desta sessão serão mostrados os resultados obtidos na pesquisa realizada na empresa, dados obtidos, a fim de, elaborar um plano de ação para solucionar a quantidade de inadimplência dos clientes.

4.1.1 Gestão financeira

Segundo dados obtidos na pesquisa, a empresa JF Auto elétrica é uma mecânica de pequeno porte, empresa familiar e toda a gestão financeira ocorre de forma muito simples. É tudo realizado sem muita burocracia. Os proprietários utilizam os blocos de notas e recibos simples, que são criados em gráficos. O sistema da mecânica é personalizado, onde há o registro das despesas e receitas.

4.1.2 Política de crédito

A política de crédito da empresa é realizada muitas vezes através de consulta do Cadastro de Pessoas Físicas (CPF) do cliente no Serasa/ SPC. Realizam a prestação de serviços

e anotam nos recibos o valor e especificam o serviço prestado, este que pode ser parcelado em até três vezes. As notas (recibos) são guardadas até o devido pagamento. Entretanto, há um número expressivo de inadimplentes da empresa.

Segundo dados da própria mecânica, até o final de 2020 existem 12 cheques sem fundo, e 19 prestações sem nenhum pagamento realizado. É importante ressaltar que há inadimplentes desde o início de 2012.

Tabela 1-Quantidade de cheques e/ou recibos por ano

QUANTIDADE	TIPO	ANO
4	Notas/cheques	2012
3	Notas/cheques	2013
4	Notas	2014
3	Notas	2015
2	Notas/cheques	2016
2	Notas/cheques	2017
3	Notas/cheques	2018
3	Notas	2019
7	Notas/cheques	2020

Fonte: Dados da pesquisa, 2021.

Na Tabela 1 foram apresentados a quantidade, a descrição das dívidas e o ano em que foram efetuadas. É possível analisar que no ano de 2020 a quantidade de inadimplentes é maior (7), e isto pode ser explicado por ter sido um ano atípico, com muitos desempregos, onde as pessoas não tiveram oportunidade de ter um correto planejamento financeiro em decorrência da situação de crise econômica ocasionada no país em decorrência da COVID-19. Apesar de a empresa Auto elétrica JF LTDA, ser uma pequena empresa, também foi atingida de alguma maneira.

No ano de 2012 foram 4 inadimplentes, incluindo notas e cheques. Em 2013 foram 3 dívidas ativas, entre notas e cheques. No ano de 2014 são 4 notas, e em 2015 são 3 notas, notando-se que em dois anos houve um possível rigor da empresa quanto ao recebimento de cheques. Nos anos de 2016, 2017 e 2018, respectivamente, foram 7 inadimplentes ao todo, incluindo notas e cheques. Em 2019 foram 3 notas em dívida ativa. Assim, pode ser analisado que a empresa é prejudicada por seus clientes inadimplentes, através de cheques e notas que ficam sem ser pagas mesmo que o serviço tenha sido realizado.

4.1.3 Cobrança da empresa

Como a empresa é associada ao Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) toda e qualquer falta de pagamento do cliente gera notificação. Quando o inadimplente dá um cheque sem fundo, há uma consulta e o cadastro no SPC para a devida cobrança, fato pouco suficiente, visto o cenário dos devedores de não realizar o pagamento. A quantidade de inadimplentes é grande comparado ao tamanho da mecânica devido ao processo simples de gestão financeira e política de crédito, fatores estes que deverão ser revistos pela família gestora em conjunto com o estudo deste trabalho.

4.2 CENÁRIO DE INADIMPLÊNCIA NA EMPRESA

Segundo material retido para o estudo (recibos, cheques e consultas no SPC) há 31 pessoas inadimplentes desde 2012 entre cheques sem fundo e recibos sem pagamento de nenhuma das prestações ou do pagamento à vista como é mostrado na tabela abaixo.

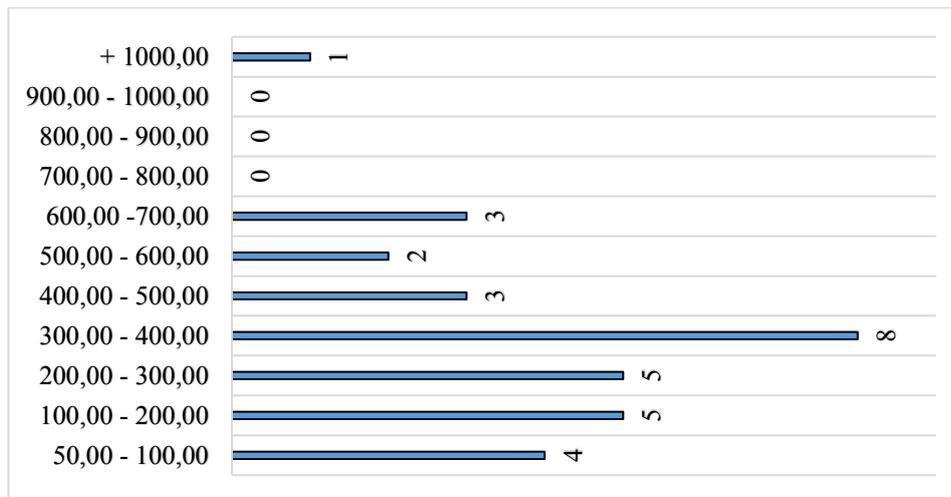
Tabela 2-Valore devido *versus* quantidade de devedores

Valor Devido (em R\$)	50 á 100	101 á 200	201 á 300	301 á 400	401 á 500	501 á 600	601 á 700	701 á 800	801 á 900	901 á 1000	+ 1000
Quant. Devedores	4	5	5	8	3	2	3	0	0	0	1

Fonte: Dados da pesquisa – Apêndice B, 2021.

Os valores devidos foram separados por grupos de R\$100,00 e como visto na Tabela 2 o número maior de inadimplentes se apresenta no grupo de R\$301,00 a R\$400,00. O valor é relativamente adequado aos serviços prestados. Seguindo essa ideia de grupos *versus* inadimplentes, as segundas maiores quantidades devidas são R\$101,00 a R\$200,00 com cinco inadimplentes, bem como, a quantidade de R\$201,00 – R\$300,00 com a mesma quantidade de devedores.

É válido ressaltar que há quatro inadimplentes devendo entre R\$50,00 a R\$100,00. O que se leva a discutir o motivo do não pagamento, pela falta de recebimento ou pela falta de planejamento financeiro. Segundo Capel e Martins (2012), para tomar decisões corretas é necessário que exista um planejamento financeiro bem elaborado, pois o processo de planejamento é a ferramenta para administrar as relações com o futuro. Visto que, ainda existem dividas de valores exorbitantes como o do grupo mais alto (+ R\$1000,00) que há um devedor. Para concluir tal raciocínio, é pertinente analisar a Figura 1.

Figura 1- Quantidade de inadimplentes *versus* valor devido

Fonte: Dados da pesquisa - Apêndice B, 2021.

Das contas mais antigas, há uma no valor de R\$ 280,00 de 11/09/2018, um cheque sem fundo de R\$ 145,00 para o dia 10/11/2012, outro cheque sem fundo no valor de R\$ 220,00 de 30/12/2013. Há muitos recibos sem data também, tornando possível que haja recibos mais antigos por falta de controle da empresa. Não há um padrão de valor devido que se deva comentar com maiores detalhes, o que há é o maior número de inadimplentes que devem até R\$400,00.

Sehn e Carlini Júnior (2007, p. 62) afirmam que “inadimplência é a falta de pagamento ou o não cumprimento de um contrato ou cláusula”. O cliente é considerado inadimplente pela empresa após a não realização do pagamento da dívida na data de vencimento da prestação requerida ou do acordo realizado.

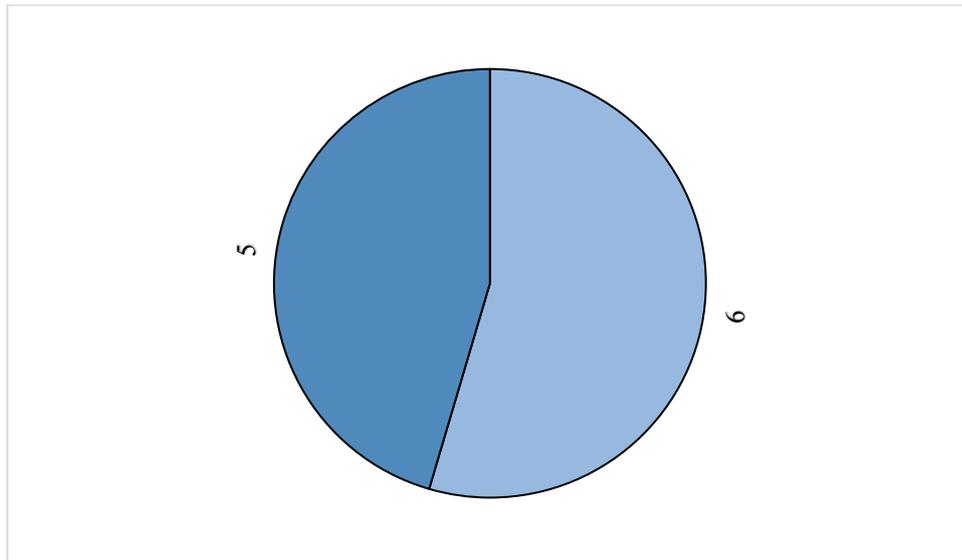
4.2.1 Visão dos clientes

No decorrer da pesquisa prática foram realizadas pesquisas diretas com os clientes da empresa. Ao todo foram 11 questionários preenchidos, com perguntas diversas sobre a satisfação em ser cliente da Auto elétrica JF LTDA. Houveram perguntas também sobre o motivo da inadimplência.

Segundo informações obtidas através das entrevistas foram que o atendimento pessoal é bom, entretanto, muitas vezes o atendimento telefônico deixa a desejar. Os motivos da inadimplência são salários atrasados e falta de dinheiro para pagar todas as contas devidas. Segundo Vieira (2014, p. 44) “A falta de planejamento financeiro influencia diretamente no descontrole das finanças pessoais, muitas vezes levando os indivíduos ao endividamento”.

Todos os clientes recomendariam o serviço da mecânica e sugerem que os gestores invistam mais nas redes sociais, a fim de, divulgar o trabalho. A seguir na Figura 2 são apresentados os principais motivos da inadimplência.

Figura 2- Motivo da inadimplência



Fonte: Dados da pesquisa – Apêndice A, 2021.

A Figura 2 demonstra que os inadimplentes são aqueles que ou receberam o salário atrasado ou não planejaram o suficiente suas contas para conseguir pagar corretamente ou porque não tiveram um planejamento bem feito e acabaram por pagar contas que surgiram no decorrer do tempo sem planejamento, chamadas urgências. Para Andrade *et al.* (2008) dentre os fatores adequados estão o baixo poder aquisitivo, situação econômica do país, falta da adaptação da realidade do mercado, entre outros motivos. Por isso a empresa deve estar atenta aos riscos, para se certificar de saber como agir e como reduzir os níveis da inadimplência entre seus clientes.

Segundo informações do SPC Brasil (2020), o nível de inadimplência no Brasil cresceu a partir de junho de 2020, observando-se como um possível fator é a pandemia do Coronavírus, onde muitas pessoas ficaram desempregadas ou perderam alguma renda extra. Fator este que se deve levar em consideração nas próximas ações de cobrança. A seguir na Tabela 3, são apresentados de maneira geral as perguntas e respostas do questionário feito para os onze clientes inadimplentes da empresa, e participantes da pesquisa.

Tabela 3- Questionário respondido pelos clientes inadimplentes participantes da pesquisa.

Nº	Perguntas	Respostas
1º	Tratou-se da satisfação dos clientes com a empresa.	Todas as respostas foram unânimes relatando o ótimo serviço prestado pela empresa.
2º	Tratou-se das dúvidas sanadas através do atendimento telefônico.	Alguns clientes reclamaram por não atenderem ao telefone, ou não conseguirem sanar as dúvidas através do mesmo.
3º	Questiona-se a pontualidade da entrega do trabalho.	As respostas apresentaram elevado número de reclamações com relação ao atraso dos serviços.
4º	Verificou-se a satisfação do valor cobrado pelos serviços prestados.	Onde a maioria concordou estar satisfeito.
5º	Tratou-se do nível de satisfação do processo de cobrança.	Onde a maioria dos respondentes classificou a empresa de maneira positiva, pontuando a mesma como compreensível no momento da cobrança.
6º	Verificou-se o motivo da inadimplência.	Os respondentes optaram por respostas relacionadas ao recebimento de salários atrasados ou pelo mal planejamento financeiro, que quando mal feito ou não feito acarretou no não pagamento correto dos compromissos.
7º	Questionou-se se haveria a recomendação dos serviços da empresa por parte do respondente para outras pessoas.	Em unanimidade os clientes recomendariam.
8º	Tratou-se sobre os serviços oferecidos pela empresa estarem adequados as inovações tecnológicas atuais.	Onde em grande maioria os clientes pontuaram o melhor uso e investimento nas redes sociais, que podem captar novos clientes, divulgar o catálogo de serviços e tornar a comunicação mais rápida e eficaz.

Fonte: Dados da pesquisa – Apêndice A, 2021.

O questionário consegue ressaltar que os clientes caracterizam que a empresa presta bons serviços, tem um preço aceitável, e também recomendariam a empresa para outras pessoas. Os pontos negativos foram que é necessário melhorar o atendimento telefônico, não atrasar a entrega dos serviços, e se adequar as novas tecnologias.

Desta maneira, no capítulo seguinte são apresentadas sugestões para um plano de ação que contribua para a melhora dos aspectos encontrados na pesquisa.

5 PLANO DE AÇÃO

5.1 INADIMPLENTES

Em um primeiro momento a decisão a tomar para iniciar as modificações e poder tornar mais eficaz os métodos de cobrança seria entrar em contato com os inadimplentes mais antigos e realizar as negociações da dívida da seguinte forma, entrada de R\$50,00 a R\$100,00 e o restante dividido em até cinco vezes sem juros do valor inicial. Com contrato assinado e lavrado em cartório, realizado no cartão de crédito ou boletos. Para os demais, implantar um sistema onde conste todas as informações pertinentes dos clientes, tornando-se um sistema mais burocrático para o melhor controle das obrigações de pagamento e tornar mais fácil o contato com o cliente. Tais atividades serão de obrigação dos proprietários da empresa.

5.2 ATENDIMENTO TELEFÔNICO

Realizar capacitação dentre os funcionários para que todas as ligações referentes às informações de serviços sejam passadas com o maior número de detalhes possíveis sobre os mesmos. Que a ligação seja feita com voz calma e com excelente dicção para o melhor entendimento do cliente. Realizar, também, uma conta no aplicativo *WhatsApp* com o próprio telefone da empresa, onde a mesma coloque o catálogo de serviços, pois há muito cliente que prefere mensagens do que falar por telefone. A pessoa responsável por responder estas mensagens deverá estar bem ciente da clareza das palavras e ter total domínio dos serviços prestados para evitar qualquer equívoco por parte dos clientes e prestadores do serviço.

5.3 REDES SOCIAIS

Um ponto importante e que nos dias atuais vem fazendo a diferença nas empresas são as redes sociais, e neste caso seria interessante contratar um profissional de social mídia ou algum dos familiares dos proprietários realizar um curso sobre marketing digital e criar uma conta tanto no *Instagram* como no *Facebook* para a divulgação dos serviços da Auto elétrica através de fotos e vídeo. Isso serve para colocar os detalhes de contato em lugar de fácil visualização e alimentar com frequência as redes.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo realizado na empresa Auto Elétrica JF LTDA, tem grande importância para que a própria empresa possa identificar e solucionar problemas significativos em relação a inadimplência de seus clientes. Através da pesquisa é notório pontos positivos e negativos, estes pontos negativos podem se tornar positivos e colocar a empresa um passo à frente se forem corrigidos de maneira eficiente.

A partir disso é possível observar aspectos assertivos que são relatados pelos clientes, onde consideram que a empresa realiza com eficiência os seus serviços, desta maneira, recomendando os serviços da mesma para outras pessoas. O método de cobranças é considerado satisfatório e a empresa é compreensiva com os atrasos no pagamento. O que de certa forma pode estar acarretando em um possível problema no setor financeiro, já que apesar de ser compreensiva com seu cliente, acaba por prejudicar seu processo de cobrança, pois nem sempre consegue de fato solucionar a inadimplência do cliente.

Através do questionário respondido pelos clientes inadimplentes na empresa, foi possível constatar que existem pontos negativos, que deixam os clientes insatisfeitos em relação a empresa. Pode-se dizer que é necessário adotar um sistema gerencial onde os clientes tenham uma ficha cadastral com todos os dados pertinentes, para que facilite o processo de cobrança, tornando-o mais eficaz. Implantar medidas para a melhoria do atendimento telefônico oferecido, fazendo com que seja mais eficiente para sanar as dúvidas obtidas pelos seus clientes. Assim como, evitar atrasos na entrega dos serviços, procurando efetuar sua entrega na data correta, conforme combinado com o cliente. Aderir o sistema das novas tecnologias como as redes sociais, divulgando seus serviços e facilitando a chegada de novos clientes.

A pesquisa pode identificar que os principais causadores de inadimplência na empresa, estão relacionados ao atraso dos salários ou falta de planejamento financeiro pela parte dos clientes. Ressaltando que no ano de 2020 houve o maior número de inadimplentes do período pesquisado na empresa, o que pode ter sido ocasionado pela atual crise econômica do país, decorrente de um dos principais pontos de preocupação atual, a COVID19. Desta forma, pode-se dizer que o objetivo principal do trabalho foi atingido.

Desta maneira, sugere-se que a empresa coloque em prática o plano de ação sugerido pela pesquisa o mais breve possível, com a finalidade de interromper e/ou diminuir o cenário de inadimplência da empresa.

A partir disso, como limitações do trabalho, destaca-se que os resultados deste estudo ficam restringidos apenas a um delimitado número de clientes, assim como a este contexto, por

ser um estudo de caso. Por isso fica como sugestão para pesquisas futuras que se aplique este estudo em outras empresas, para que se possa comparar os resultados em maior amplitude, contribuindo com outras empresas que estejam passando pelo mesmo cenário e para que tenham uma base de estudos e possíveis ações de melhorias para os mesmos problemas.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, E. S., ARAÚJO, L. M. G., CARMO, T. S., PRAZERES, R. V. D., & SOEIRO, T. M. A influência de gênero, idade, formação e experiência nas decisões de investimentos: uma análise do efeito confiança. **Revista Evidenciação Contábil e Finanças**, v.4, p. 44-55, 2016.
- ALVES, M.C; CAMARGO, M.A. Fatores condicionantes da inadimplência em operações de microcrédito. **Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS**. São Leopoldo, RS: UNISINOS: v.11, p.59-74, jan. /mar. 2014.
- AMORIM, G. Concessão de Crédito e Receita Financeira: Uma Ferramenta de Análise Econômico Gerencial. **REGEPE – Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**. São Paulo: v. 08, n. 2, p. 410-424, mai. /ago. 2019.
- ANDRADE, S. F. C.; RIUL, P. H.; OLIVEIRA, M. S.; CAVALCANTI, M. F. **A Inadimplência nas Instituições Particulares de Ensino na Cidade de Franca**. FACEF Pesquisa, v. 11, n. 1, p. 45-58, 2008.
- ARAÚJO, M. Administração de capital de giro. Site: **Administradores.com**. 2013. Disponível em: < <https://administradores.com.br/artigos/administracao-de-capital-de-giro>> Acessado em: 20 jun. 2020.
- ASSAF NETO, A. **Finanças corporativas e valor**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- ASSAF NETO, A.; SILVA, C. A. T. **Administração do capital de giro**. 3 ed. São Paulo: Atlas. 2002.
- BARTH, N.L. **Inadimplência: Construção de modelos de previsão**. São Paulo: Nobel, 2004. 112 p.
- BERNANKE, B. S.; GERTLER, M. Agency Costs, Net Worth, and Business Fluctuations. **The American Economic Review**. v. 79, n. 01, p. 14-31. 1989.
- _____; GILCHRIST, S. Chapter 21 – The financial accelerator in a quantitative business cycle framework. **Handbook of Macroeconomics**. v. 1, p. 1341-1393. 1999.
- BERNI, M. T. **Operação e concessão de crédito: os parâmetros para a decisão de crédito**. São Paulo: Atlas, 1999.
- BITTENCOURT, M.; PALMEIRA, E. M. Gestão Financeira. **Unipampa**. 2012.
- BOGDAN, R. S.; BIKEN, S. **Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e aos métodos**. 12.ed. Porto: 2003.
- 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. **Anais do I Congresso Sul Catarinense de Administração e Comércio Exterior**, Criciúma/SC: 2017. 15 p.

CAMPARA, J. P.; VIEIRA, K. M.; COSTA, V. M. F.; FRAGA, L. dos S. O dilema dos inadimplentes: Antecedentes e consequentes do “nome sujo”. **Remark – Revista brasileira de marketing**, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 71-85, jan. /mar. 2016.

CAPEL, H.; MARTINS, L. M. A importância do planejamento financeiro no sucesso das empresas. **Rev. Ciênc. Empres. UNIPAR**, Umuarama, v. 13, n. 1, p. 29-40, 2012.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração**. 2.ed. 349p. Porto Alegre: Bookman, 2005.

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 – RAF**, v. 15, n. 15, pp. 6-193, jul./dez. 2017.

DA SILVA, J. P. **Gestão e Análise de Risco de Crédito**. São Paulo: Ed. Atlas, 2014. 288 p.

DAL MAGRO, C. B.; MONDINI, V. E. D.; HEIN, N. Gestão dos Riscos de Inadimplência dos Tomadores de Crédito: Um Estudo em uma Cooperativa de Crédito. **Pensar Contábil**. Rio de Janeiro: v. XVII, n. 62, p. 55-63, jan./ abr. 2015.

FAVERI, D. B.; KNUPP, P. S. Finanças comportamentais: relação entre traços de personalidade e vieses comportamentais. **Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, São Leopoldo/RS: UNISINOS, v. 15, p. 18-30. 2018.

FERLA, M.; BRAIDO, G. M. Política de crédito e cobrança da empresa X: Proposição de melhorias visando ao seu aprimoramento. **Revista Destaques Acadêmicos**, Lajeado, v. 7, n. 1, p. 47-64. 2015.

FIORI, D. D., MAFRA, R. Z., FERNANDES, T. A., BARBOSA FILHO, J.; NASCIMENTO, L. R. C. O efeito da educação financeira sobre a relação entre inadimplência e trabalhadores na cidade de Manaus. **Sinergia**, v. 21, p. 31-45. 2017

FLEURIET, M. **A história do Modelo Fleuriet**. 2016. Disponível em: <<http://www.modelo-fleuriet.com/historia/>>. Acessado em: 20 mai. 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GITMAN, L. J. **Princípios de administração financeira**. 10. ed. São Paulo: Addison Wesley, 2004.

HERLING, L. H.; MORITZ, G. de O.; SANTOS, A. M. dos; SOARES, T. C.; BACK, R. B. A inadimplência nas instituições de ensino superior: Um estudo de caso na instituição XZX. **Revista Gestão Universitária na América Latina – GUAL**. Florianópolis/SC, v. 6, n. 2, p. 126-142, abr./mai. 2013.

KON, G. Análise da Estrutura de Capital de uma Empresa. **Site Liga de Mercado Financeira FEA-USP**. Disponível em <<https://www.ligafeausp.com/single-post/2018/06/07/An%C3%A1lise-da-estrutura-de-capital-de-uma-empresa>> Acessado em: 20 mai. 2020.

KÜSTER, E.; KÜSTER, F. C. **Projetos Empresariais – Elaboração e Análise de Viabilidade**. Curitiba/ PR: Editora Juruá. 164p. 2013.

LEMES JÚNIOR, A. B.; RIGO, C. M.; CHEROBIM, A. P. M. S. **Administração Financeira: Princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. Rio de Janeiro: Campus, 698 p. 2002.

LUCENA, W. G. L., SANTOS, J. M. A., ASSIS, J. T.; SANTOS, M. C. Fatores que influenciam o endividamento e a inadimplência no setor imobiliário da cidade de Toritama-PE à luz das finanças comportamentais. **Holos**, v. 6, p. 90-113. 2014.

MINELLA, J. M., BERTOSSO, H., PAULI, J., & CORTE, V. F. D. A influência do materialismo, educação financeira e valor atribuído ao dinheiro na propensão ao endividamento de jovens. **Revista Gestão & Planejamento**, v. 18, p. 182-201. 2017.

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

MORGAN, D. L. **Focus Group as qualitative research**. Newbury park, CA:Sage. 1988.

NASCIMENTO, A. R. do. Avaliação do orçamento como instrumento de controle de gestão: Um estudo de caso em uma indústria de fertilizantes. **Anais do XXII SIMPEP**. Bauru, 2006.

OLIVEIRA, N. C.; SILVA, J. R. **Métodos Utilizados para análise de Crédito de Pessoa Física nas Instituições Financeiras e sua Relação com o Índice de Inadimplência**. Monografia (Curso de Ciências Econômicas e Gerenciais) Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. PUC- MG: Belo Horizonte, 2010.

PEREIRA, José Silva. **Gestão e análise de risco de crédito**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2000. Disponível em: <file:///C:/Users/H/Downloads/Becker_Seibert_Wbatuba_Salla_2016_A-Inadimplencia-Empresarial-em_43029.pdf > Acesso em: 09 abr. 2020.

POTRICH, A. C. G.; FREITAS, L. A. R. de; GUSE, J. C.; ROSSATO, M. V.; LINHARES, T. da S. 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.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico**. Novo Hamburgo: Feevale, 2 ed. 2013.

ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JORDAN, B. D.; LAMB, R. Formas de Negociação de Negócios, p. 05. In: **Fundamentos de Administração Financeira**. Editora AMGH. 806 p. 2013.

ROSSATO, V. P.; PINTO, N. G. M. O Processo de Concessão de Crédito: Uma Análise numa Empresa de Calçados Infantis. **Revista Pensamento e Realidade**: Revista Eletrônica da PUC/SP, São Paulo: v. 33, n. 4, p. 37-56, out./ dez. 2018.

SALANEK FILHO, P. **Administração Financeira (Recurso Eletrônico)**. Curitiba: IFP. 2012. Disponível em: <<http://proedu.rnp.br/bitstream/handle/123456789/957/Administrcao%20Financeira.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acessado em: 20 mai. 2020.

SANTOS, J. O. **Análise de crédito**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

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

SELLTIZ, C.; WRIGHTSMAN, L. S.; COOK, S. W. **Métodos de pesquisa das relações sociais**. São Paulo: Herder. 1965.

SPC BRASIL. **Inadimplência de Pessoas Físicas** – dez/2019 a mar/2020. Disponível em: <www.spcbrasil.org.br > Análise-PF_dez_2019-1> acessado em 28/12/2020

TRIVIÑOS, A. N. S. Três enfoques na pesquisa em ciências sociais: o positivismo, a fenomenologia e o marxismo. In: _____. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1987. p. 31-79.

TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D. A judgment under uncertainty: heuristics and biases. **Science**, v. 185, p. 1124-1131. 1974.

VIANA, A. R., TERNOSKI, S. A Inadimplência de Crédito: O caso de uma unidade da Cresol do município de Cândido de Abreu / PR. **Publica Cresol**: Revista eletrônica da Cresol. Francisco Beltrão/PR: Cresol, 2016. Disponível em: <<http://publicacresol.infocos.org.br/upload/pesquisa/219.pdf>> Acesso em: 13 abr. 2020.

VIEIRA, J.F. A relação entre endividamento e falta de planejamento financeiro pessoal em um grupo de acadêmicos de sétima fase de uma universidade do município de Criciúma – sc. 2014. 51 f. Monografia (graduação em Administração) - Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2014. Disponível em: <<http://repositorio.unesc.net/bitstream/1/3238/1/JOANA%20FRANCISCO%20VIEIRA.pdf>>. Acesso: 26 dez. 2020.

VITAL, J. T. **Administração Financeira I**. Florianópolis/ SC: Departamento de Ciências da Administração - UFSC. 2010.

APÊNDICE A

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DIURNO - 2020

Questionário de pesquisa na empresa Auto elétrica JF LTDA.

A presente pesquisa tem por finalidade avaliar a empresa Auto elétrica JF LTDA, afim de que seus serviços sejam melhorados para seus clientes.

1. Os serviços oferecidos pela nossa empresa satisfazem todas as suas necessidades? Por que?
2. Quando você nos procura via telefone, suas questões ou dúvidas são sanadas? Justifique.
3. Você se sente satisfeito quanto a pontualidade no serviço prestado pela empresa?
4. Qual é a sua satisfação quanto ao valor cobrado pela empresa na prestação de serviço?
5. Quando ocorre o atraso no pagamento de sua conta e a nossa empresa gera uma cobrança, qual é a sua satisfação quanto ao processo de cobrança?
6. Aponte um motivo que justifique o não pagamento de uma dívida?
7. Você recomendaria o nosso serviço para outra pessoa?
8. Em virtude da inovação tecnológica existente, você acha que os nossos serviços estão adequados ou necessitam algum tipo de melhoria? Se sim, qual sugere?

APÊNDICE B

TABELA 1 – Clientes Devedores da Mecânica

DEVEDOR	R\$10,00 - R\$ 50,00	R\$51,00 - R\$ 100,00	R\$101,00 - R\$ 150,00	R\$151,00 - R\$ 200,00	R\$201,00 - R\$ 250,00	R\$251,00 - R\$ 300,00	R\$301,00 - R\$ 350,00	R\$351,00 - R\$ 400,00	R\$401,00 - R\$ 450,00	R\$451,00 - R\$ 500,00	R\$500,00 - R\$ 600,00	R\$600,00 - R\$ 700,00	R\$800,00 - R\$ 900,00	R\$900,00 - R\$ 1000,00	> R\$ 1000,00
DEVEDOR 1				X											
DEVEDOR 2				X											
DEVEDOR 3								X							
DEVEDOR 4							X								
DEVEDOR 5								X							
DEVEDOR 6	X														
DEVEDOR 7											X				
DEVEDOR 8									X						
DEVEDOR 9								X							
DEVEDOR 10				X											
DEVEDOR 11						X									
DEVEDOR 12															X
DEVEDOR 13												X			
DEVEDOR 14							X								
DEVEDOR 15						X									
DEVEDOR 15												X			
DEVEDOR 17	X														
DEVEDOR 18											X				
DEVEDOR 19						X									
DEVEDOR 20									X						
DEVEDOR 21	X														
DEVEDOR 22							X								
DEVEDOR 23	X														
DEVEDOR 24			X												
DEVEDOR 25					X										
DEVEDOR 26										X					
DEVEDOR 27								X							
DEVEDOR 28			X												
DEVEDOR 29								X							
DEVEDOR 30						X									
DEVEDOR 31												X			