

Inadimplência no setor Varejista: análise da política de cobranças em uma empresa de Palmeira das Missões-RS

Andressa Petry Müller

Nelson Guilherme Machado Pinto

RESUMO: O presente estudo analisou as ações tomadas pelo setor de cobranças de uma empresa localizada na cidade de Palmeira das Missões - RS, a fim de identificar as causas da incidência de clientes inadimplentes. Adotou como método o estudo de caso, por meio de análise documental e da aplicação de um questionário aos clientes inadimplentes. Os dados coletados foram analisados por meio da utilização de estatística descritiva. Os resultados mostraram que os fatores que mais contribuíram para a inadimplência foram doenças na família, perda de renda e o desemprego, causas essas que não podem ser controladas pela empresa, mas apontam para a implementação de melhorias na política de crédito e cobrança.

Palavras-Chave: Crédito. Inadimplência. Política de cobrança.

ABSTRACT: The present study analyzed the actions taken by the collection department of a company located in the city of Palmeira das Missões - RS, in order to identify the causes of defaulting clients. It adopted the case study method through documental analysis and the application of a questionnaire to the defaulting clients. The collected data were analyzed using descriptive statistics. The results showed that the factors that most contributed to the delinquency rates were family illness, loss of income and unemployment, causes that cannot be controlled by the company, but points to the implementation of improvements in credit and collection policy.

Keywords: Credit. Defaults. Collection Policy.

Recebido em: 23/09/2019

Aprovado em: 02/04/2020

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

Editora Científica: Maria Aparecida de Souza Melo

1 INTRODUÇÃO

O crédito é capaz de contribuir na determinação da saúde financeira de uma empresa, pois ele pode contribuir para o aumento das receitas com os índices maiores de compra, mas também pode ter o aspecto negativo relacionado, quando se é ofertado crédito e o cliente passa a não pagar o que deve. Na perspectiva dos clientes, o crédito é caracterizado como uma oportunidade, já que a partir dele é proporcionado uma maior disposição na aquisição de bens ou serviços, bem como há benefícios para a economia, pois retrata aspectos de desemprego, de crescimento ou recesso econômico, entre outros.

Assim, ele é classificado como a concessão de capital para outrem, de forma temporária, e sujeito a cobrança de encargos sobre o valor concedido, e pode ser disponibilizado de diversas formas àquele que estiver interessado (CAMARGOS *et al.*, 2010). A ação de conceder crédito é considerada uma alternativa para que as empresas consigam realizar suas vendas, atraiam novos clientes e sejam capazes de manter os consumidores atuais (DAROS; PINTO, 2017).

Além desses aspectos, o crédito também é considerado ferramenta importante para a expansão dos negócios, pois proporciona diversas vantagens tanto para os consumidores, quanto para o desenvolvimento econômico do país. Embora apresente diversos benefícios, o crédito também possui desvantagens que estão ligadas à sua facilidade de concessão, com seus clientes e a diversos outros fatores (DAROIT, 2011).

A atual expansão da concessão de crédito traz consigo a necessidade de ferramentas aptas e aprimoradas de análise de risco, pois como essa concessão passou a ser descomplicada, os riscos tendem a

aumentar (CAMARGOS; CAMARGOS; ARAÚJO, 2012). Há a dubiedade quanto ao recebimento do débito, pois não há a certeza da quitação da dívida, vez que o crédito possui a consequência da promessa de pagamento, de maneira que a imprecisão entre a aquisição e o pagamento da dívida faz, assim, com que apenas a confiança no cliente não seja suficiente para a aprovação do crédito (ANDRADE *et al.*, 2008; RIBEIRO *et al.*, 2012).

Galle, Pinto e Coronel (2018) apontam para um importante obstáculo que aparece para as empresas é a inadimplência, qual representa a falta de pagamento dos clientes para um serviço ou produto adquirido. A inadimplência pode ainda ser considerada, segundo Sehn e Carlini Junior (2007), como a falta de execução do que está previsto em um contrato ou uma cláusula e se refere ao não cumprimento de obrigações ou de prazos estipulados.

Um dos motivos para que ocorra a inadimplência é a crise econômica, que provoca dificuldades para a população e traz consigo o desemprego, o aumento de preços, a baixa renda salarial, dentre outros aspectos negativos. Assim, muitas pessoas deixam de honrar suas dívidas, ou fazem escolhas na hora do pagamento, optando por aquelas que têm maior relevância para elas (REBOUÇAS; ROCHA; COSTA, 2017).

A inadimplência também pode ser causada por outros aspectos, como a aprovação irregular de crédito, a ausência de adequação das empresas frente à atual demanda do mercado, as presentes leis do país, entre outros (ANDRADE *et al.*, 2008). Há ainda variados tipos de maus pagadores, que, se não são identificados pela empresa com antecedência à concessão do crédito, podem ocasionar agravos ao seu setor financeiro (CRESPI JÚNIOR; PERERA; KERR, 2017).

Portanto, nota-se que a inadimplência é algo complexo, sendo difícil identificar sua causa, o que resulta, muitas vezes, em malefícios e prejuízos para a empresa. Desse modo, as empresas devem buscar alternativas para lidar com esse problema, analisando o que pode ser feito para combater tal dificuldade que se mostra presente (ANDRADE *et al.*, 2008).

Verifica-se que a inadimplência traz diversos malefícios para a empresa em estudo, pois os clientes inadimplentes contribuem negativamente para a empresa, totalizando um déficit de R\$130.620,00. Nesse contexto, a empresa varejista, localizada em Palmeira das Missões é determinada como um destaque em vendas na sua região de atuação, onde muitos clientes saem de cidades vizinhas para realizar suas compras na referida empresa. Ainda, ela está inserida no mercado há 43 anos e conseguiu fidelizar clientes ao longo desses anos de atuação, sendo imprescindível observar quais as causas que decorrem para o alto nível de inadimplentes, mesmo com seu desempenho notável no mercado varejista.

Em vista disso, definiu-se o seguinte problema de pesquisa a ser respondido no presente estudo: Quais ações devem ser executadas pelo setor de cobranças de uma empresa varejista localizada em Palmeira das Missões – RS, em relação aos clientes inadimplentes?

Diante desse contexto, esta pesquisa aborda o ambiente de uma empresa de varejo de uma grande rede de venda de vestuário, localizada em Palmeira das Missões, município no noroeste do Rio Grande do Sul. Assim, o objetivo do trabalho consistiu em analisar as ações tomadas pelo setor de cobranças de uma empresa localizada na cidade de Palmeira das Missões – RS, a fim

de identificar as causas da incidência de clientes inadimplentes.

Estruturado em cinco seções, além desta introdução, são apresentados o referencial teórico, os procedimentos metodológicos utilizados, os resultados e, por último, as considerações finais do estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Administração de valores a receber/crédito

Há inúmeras interpretações para a palavra crédito e, em uma delas, entende-se que quando analisado sob a perspectiva empresarial, concedê-lo é ceder um montante financeiro ou alguma posse, para que se seja pago futuramente (GUIMARÃES; CHAVES NETO, 2002). Assim, entende-se que crédito constitui-se em adquirir algo, como dinheiro, bens ou serviços, por meio de acordo de ressarcimento por tal aquisição, em um intervalo de tempo estimado (GUIMARÃES; CHAVES NETO, 2002).

A frequência pela busca do crédito por parte, tanto das pessoas, quanto das organizações, é constante, pois ele é imprescindível para todos (MELCHIOR; MELLO, 2014). A procura do crédito é feita, por parte da população, para suprir demandas, como a compra de imóveis, carros e, até mesmo, aquisições mais simples, como alimentos e vestuário, bem como, serve para financiamentos de capital ou para adquirir imobilizados, no caso das organizações (MELCHIOR; MELLO, 2014).

Desse modo, é necessário que se utilizem de técnicas para estabelecer quais são os clientes que são aptos a obter o crédito (GITMAN, 2004). Para isso, utiliza-se a análise dos atributos do consumidor para avaliar o risco de conceder o crédito e

comparar com o modelo de crédito da empresa, com o objetivo de determinar as exigências para disponibilização do crédito aos interessados. Algo que pode ser utilizado para realizar tal análise é o método dos cinco C's do crédito que investiga se é viável ou

não conceder um valor monetário que, muitas vezes, pode ser significativo (GITMAN, 2004). Essa técnica pode ser melhor compreendida a partir da explicação contida no Quadro 1, a seguir.

Quadro 1 – Cinco C's do crédito

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 o 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).

Percebe-se, a partir do exposto no Quadro 1, que é necessário investigar diversos fatores para conceder crédito a um cliente e, diante disso, as empresas, ao adotar métodos de análise de concessão de crédito; evitam, muitas vezes, as perdas que podem ocorrer se um cliente não conseguir quitar a dívida. Assim, é necessário controlar esses riscos associados, cuja utilização desses mecanismos de controle torna-se indispensável (POTRICH *et al.*, 2012). Segundo Maciel e Maciel (2017, p. 14), “o crédito também faz com que as pessoas se tornem endividadas por não saberem controlar o dinheiro conseguido, por isso é fundamental uma boa análise de crédito”.

É possível perceber que em todas as questões que envolvem o crédito, há o risco de ocorrer inadimplência por parte dos clientes, pois mesmo com as análises realizadas, ainda existe uma parcela de credores que pode não conseguir quitar suas dívidas (MACIEL; MACIEL, 2017). E, com

as empresas concedendo cada vez mais crédito, como tem ocorrido nos últimos anos no Brasil, há a incidência de novos consumidores provenientes de classes baixas que podem oferecer riscos da não quitação dos valores adquiridos às empresas que os concederam, devido à renda desses novos entrantes ser menor (CRESPI JÚNIOR; PERERA; KERR, 2017).

2.2 Inadimplência e política de cobrança

Atualmente, há o crescimento da oferta de crédito e do estímulo para que as pessoas passem a consumir cada vez mais, devido ao fato de que há exigências desnecessárias que são feitas pela sociedade, que só contribuem para suprir os desejos de compra (LUCENA *et al.*, 2014). Diversas são as oportunidades apresentadas através das mídias e das propagandas para incentivar os consumidores a adquirirem serviços e produtos além das quantidades necessárias

(MACIEL; MACIEL, 2017). Além disso, os consumidores nem sempre estão instruídos suficientemente para utilizar tais oportunidades de forma adequada, o que pode levar ao não pagamento do que foi consumido e até gerar inadimplência (LUCENA *et al.*, 2014). É necessário compreender que a inadimplência provém do não cumprimento das obrigações financeiras assumidas pelo consumidor (MACIEL; MACIEL, 2017).

Segundo Trento (2009, p. 59), a inadimplência “decorre da concessão de crédito à pessoa insolvente e que já está sem disponibilidade financeira para fazer frente às suas dívidas vencidas, vincendas e futuras”. Além disso, a inadimplência ainda pode ocorrer devido às influências negativas que afetam a renda do consumidor, à elevada taxa de desemprego que o Brasil apresenta, ou devido ao alto nível de inflação (ANDRADE *et al.*, 2008; HERLING *et al.*, 2013).

Assim, decorre a existência de clientes bons e ruins, os quais podem ser bons ou mau pagadores, devido à influência que sofrem para que se tornem consumidores, o que pode prejudicar ou não as empresas financeiramente (CRESPI JÚNIOR; PERERA; KERR, 2017). À vista disso, para diminuir o índice de clientes que não pagam suas obrigações financeiras assumidas, as empresas adotam o procedimento de renegociação de dívidas, o que pode também tornar cíclico o endividamento (CAMPARA *et al.*, 2016).

Sabe-se que a quantidade de clientes inadimplentes afeta negativamente os recursos financeiros da empresa e traz consigo desvantagens como um todo. Por isso é imprescindível ter o controle desses clientes que não pagam suas dívidas para tornar a inadimplência mais admissível (NASCIMENTO; CORREA; SOUZA,

2016). Dessa forma, é relevante que haja mecanismos de prevenção da inadimplência nas empresas a fim de identificar o que ocasiona para ter clientes inadimplentes e quais as medidas que devem ser tomadas para evitar problemas por ela causados (HERLING *et al.*, 2013).

Desse modo, percebe-se a importância que a política de cobrança traz para a empresa e contribui para que a organização possa ter êxito em seu setor financeiro, com a finalidade de dar atenção, também, para as possíveis perdas que 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 desses bens (LEMES JÚNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2002).

Lemes Júnior, Rigo e Cherobim (2002) atestam que é essencial que os clientes realizem o pagamento de suas despesas na data acordada, mas tal fato nem sempre ocorre e faz com que a empresa tome outras medidas para conseguir receber tal montante. Assim, ela pode utilizar mecanismos como telefonemas avisando sobre o vencimento do prazo, carta ou e-mail, entrar em contato com o avalista ou garantidor, ou ainda encaminhar o caso ao cartório de protesto de título e informar para as agências de crédito sobre a inadimplência desse cliente, além de remeter o título aos advogados responsáveis pela empresa (LEMES JÚNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2002).

É necessário, também, que a política de cobrança esteja de acordo com as outras atividades da empresa e com as demais áreas que abrangem as suas ações, sempre com o propósito de prestar atenção aos clientes inadimplentes (POTRICH *et al.*, 2012). Assim, para que a solicitação de pagamento

seja eficiente, a empresa pode usar de artifícios de cobrança como a via bancária (efetuada através de redes bancárias); via carteira (quando é realizada a partir da área de cobrança da empresa na data estipulada); via carnês; via representante; ou através de mecanismos alternativos (LEMES JÚNIOR; RIGO; CHEROBIM, 2002).

Portanto, é indispensável que o cadastro dos clientes sempre esteja atualizado no sistema da empresa, para que se possam evitar adversidades e possibilite a realização de análise cuidadosa do crédito a ser concedido (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).

2.3 Evidências empíricas

Buscou-se identificar, na literatura revisada, estudos semelhantes que reforcem a importância desta pesquisa, cujos resultados com suas evidências empíricas, local de realização e respectivos autores encontram-se no Quadro 2. Tais resultados mostram que a inadimplência está associada a diversos fatores, inclusive àqueles relacionados à atividade econômica da organização objeto das análises.

Quadro 2 – Evidências empíricas de estudos sobre a temática em análise.

Local de realização da pesquisa	Principais contribuições do estudo	Autores
Terminal rodoviário	O impacto das opções de acesso ao crédito é possível preditor para o endividamento ou para a inadimplência, como também a ênfase dada ao materialismo, à renda do indivíduo e à maior quantidade de pessoas residentes na mesma casa. Aspectos que inibem a inadimplência ou o endividamento são o ato de poupar e o hábito do autocontrole.	Silva, Vieira e Faia (2012)
Empresa de materiais de construção	Há alguns meios de cobrança adotados pela empresa, como telefonemas, boletos bancários e notas emitidas pelo sistema, de maneira que tais meios podem ser melhorados e novos métodos de cobrança adotados.	Potrich <i>et al.</i> (2012)
Empresa de TV por assinatura	As principais causas para a ocorrência da inadimplência são as questões sociopolíticas, como o desemprego e a perda de renda. Também há a influência do descontrole financeiro ou do interesse na concorrência para que haja a incidência da inadimplência	Pinto e Coronel (2012)
Instituição financeira pública	Foram identificados cinco fatores condicionantes para a inadimplência: valor do financiamento; proporção dos bens do avalista em relação ao valor do financiamento; valor dos investimentos em ativos fixos; tempo de atividade da empresa e proporção do faturamento anual em relação ao valor do financiamento.	Camargos, Camargos e Araújo (2012)
Instituições de microfinanças, Banco do Empreendedor do Maranhão, Instituição Comunitária Blumenau Solidária	Maior escolaridade, menor inadimplência; a inadimplência tem maior probabilidade de acontecer com homens solteiros, negócios que possuem maior faturamento mensal, empresas com registro formal, maior prazo de financiamento, e quando for menor a dependência do empreendedor com o negócio.	Alves e Camargos (2014)

Local de realização da pesquisa	Principais contribuições do estudo	Autores
Pequena empresa varejista	Quanto à política de créditos observada, percebeu-se que a maioria das vendas realizadas era a prazo e os clientes são divididos em clientes bons, clientes medianos e clientes ruins. O índice de inadimplência é verificado e avaliado com frequência pela empresa.	Melchior e Mello (2014)
Clube de Dirigentes Lojistas (CDL)	A inadimplência pode surgir por diversos motivos, como o descontrole do consumo, o acúmulo das parcelas mensais e a falta de planejamento. Também há o empréstimo do nome e cobranças indevidas.	Campara <i>et al.</i> (2016)
Empresa do ramo de alumínio	O processo de crédito e de cobrança da empresa estudada era falho, faltavam regras claras ou padrões de concessão ou cobrança. A empresa desconhecia o limite de créditos e a real situação da inadimplência dos clientes e percebeu-se que havia grande índice de pagamentos em atraso ou fora da data estabelecida.	Bonetti, Schlickmann e Bussolo (2017)
Pequena empresa de telecomunicações	Observou-se que as causas para ocorrer a inadimplência são o descontrole financeiro, perda de renda, salários defasados, questões de cunho pessoal. Também, notou-se que os clientes estão satisfeitos com os serviços oferecidos pela empresa.	Daros e Pinto (2017)
Empresa de revenda de maquinário agrícola	Como fatores que causam a inadimplência, podem-se citar: a falta de planejamento nas contas pessoais; prioridades no orçamento; frustrações de safra; venda, por parte da empresa, para clientes já devedores; falta de processo de cobrança conciso, bem como falta de uso do cadastro dos clientes.	Galle, Pinto e Coronel (2018)

Fonte: Elaborado pelos autores.

Nota-se que as contribuições que os estudos já realizados trazem são as evidências dos meios de cobrança que podem ser adotados, os fatores que podem condicionar a inadimplência, os motivos de ocorrer a inadimplência e a classificação que os clientes inadimplentes recebem. Ainda, percebe-se que há os atos que podem contribuir para a diminuição da inadimplência, bem aqueles que estão sujeitos a tal ocorrência.

3 METODOLOGIA

O presente estudo caracteriza-se, quanto à natureza, como uma pesquisa aplicada e, quanto aos objetivos, como descritiva. Também, é definida, quanto aos seus procedimentos técnicos, como um

estudo de caso e, quanto à sua abordagem, como quantitativo (GIL, 2009).

O universo de pesquisa constituiu-se de 555 clientes que possuem crédito próprio na empresa objeto do estudo e que estavam inadimplentes por ocasião da realização da coleta dos dados, ocorrida no período de março a junho de 2019, a partir dos dados disponíveis no sistema da empresa analisada. A amostra foi constituída por 552 clientes que estavam inadimplentes no período de janeiro a março de 2019, os quais foram contatados através de ligações telefônicas. Além disso, quanto aos tipos de amostras, foram analisadas amostras não probabilísticas por conveniência (HAIR JR. *et al.*, 2005).

A empresa em estudo conta com 63 filiais em todas as regiões do Estado do Rio Grande do Sul, sendo conhecida por seus

produtos de qualidade, pelo atendimento adequado aos clientes e pelas facilidades na compra, uma vez que os clientes podem fazer uso do crediário próprio da empresa. A filial de Palmeira das Missões expandiu em seu tamanho desde sua inauguração em 08 de dezembro de 1975 e, atualmente, conta com 13 colaboradores que atendem o público da cidade e da região. Na loja analisada, há a exposição dos produtos, de vestuário e calçadista, o que facilita os clientes em suas escolhas na hora realizar a compra.

Trata-se de uma organização que se constitui em importante aspecto para o desenvolvimento da economia do município de Palmeira das Missões, devido ao seu alto volume de clientes, embora haja número elevado de inadimplentes, que no primeiro trimestre do ano de 2019 representaram um déficit de R\$130.620,00. Tal fato aponta para a necessidade de se investigar os motivos que têm gerado tal inadimplência pelos clientes, já que esses, quando efetuaram seus cadastros para utilizarem o crédito próprio que a empresa oferece, comprovaram renda e atenderam às exigências definidas pela organização para vender seus produtos por meio da concessão de crédito.

Para a realização da coleta de dados, foi elaborado um questionário, baseado nos estudos de Pinto e Coronel (2012) e Daros e Pinto (2017), composto por oito perguntas relativas aos motivos para ocorrer a inadimplência, englobando aspectos financeiros, familiares e questões relacionadas à empresa. As perguntas foram feitas de forma pessoal aos clientes, por meio de contatos telefônicos, visto que os dados dos clientes foram disponibilizados pela empresa, tendo-se o cuidado de prezar por questões éticas quanto a não revelar dados ou informações pessoais no conteúdo dos resultados a serem publicados.

Também foram realizadas pesquisa e análise documental a partir do sistema que a empresa possui. Conforme Gil (2009), a pesquisa documental oferece uma base abundante de informações que não pode ser adaptada devido às suas respostas concretas. Já a análise documental, para Cechinel *et al.* (2016), é determinada pela consulta e investigação de registros documentais, as quais partem da verificação destes para, após, de fato, analisá-los.

No tratamento e análise dos dados, realizou-se a estatística descritiva, cuja finalidade é concentrar princípios que possuem a mesma estrutura, de maneira a possibilitar uma perspectiva vasta sobre os dados coletados. Os resultados dessa análise foram estruturados e descritos através de gráficos, tabelas e parâmetros descritivos (GUEDES *et al.*, 2005).

Ainda, foram utilizadas as ferramentas disponíveis nos *softwares* Excel e SPSS para o tratamento dos dados coletados, cujos resultados são descritos no item seguinte.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Perfil dos clientes inadimplentes

Para identificar os fatores que causam a inadimplência, bem como o perfil dos clientes inadimplentes da loja analisada, o estudo dividiu o número de devedores no primeiro trimestre do ano de 2019. Na Tabela 1 é apresentado o total de clientes inadimplentes no primeiro trimestre de 2019.

A Tabela 1 mostra que os clientes inadimplentes no período analisado somaram 552 devedores, quantitativo esse bastante expressivo, com destaque para o mês de fevereiro que somou 214 clientes (38,77%). A análise da inadimplência sobre as vendas da empresa representou 27,30% (déficit de

R\$76.310,00) em janeiro; de 11,30% (déficit de R\$ 31.749,00) em fevereiro e de 7,20% em março (déficit de R\$ 22.561,00).

Assim, tendo conhecimento do total de clientes inadimplentes que a empresa

possui, é necessário que eles sejam identificados e distinguidos por meio de alguns fatores. Dessa forma, a Tabela 2 expõe o perfil desses clientes inadimplentes.

Tabela 1 – Total de clientes inadimplentes no primeiro trimestre de 2019.

Clientes inadimplentes		
Mês	Quantidade	%
Janeiro	181	32,79
Fevereiro	214	38,77
Março	157	28,44
Total	552	100,00

Fonte: Elaborada pelos autores.

Tabela 2 – Perfil dos clientes inadimplentes.

	Janeiro		Fevereiro		Março	
	Nº de clientes	%	Nº de clientes	%	Nº de clientes	%
Gênero						
Feminino	137	75,69	165	77,10	110	70,10
Idade	Quantidade	%	Quantidade	%	Quantidade	%
18 a 25 anos	51	28,18	34	15,89	29	18,47
26 a 35 anos	38	20,99	51	23,83	30	19,11
36 a 45 anos	43	23,76	51	23,83	40	25,48
Endereço	Quantidade	%	Quantidade	%	Quantidade	%
Outros	87	48,07	105	49,06	67	42,68
Centro	40	22,10	45	21,03	39	24,84
Cidade	Quantidade	%	Quantidade	%	Quantidade	%
Palmeira das Missões	162	89,50	188	87,85	141	89,81
São Pedro das Missões	3	1,66	5	2,34	3	1,91
Outros	16	8,84	21	9,81	13	8,28
Profissão	Quantidade	%	Quantidade	%	Quantidade	%
Outros	64	35,36	82	38,32	66	42,04
Aposentado/Pensionista	31	17,13	29	13,55	27	17,20
Renda	Quantidade	%	Quantidade	%	Quantidade	%
Até 1 salário mínimo	2	1,11	3	1,4	1	0,64
De 1 a 2 salários mínimos	146	80,66	167	78,04	124	78,98
De 2 a 3 salários mínimos	19	10,50	28	13,08	16	10,19
Mais de 3 salários mínimos	14	7,74	16	7,48	16	10,19

Fonte: Elaborada pelos autores.

Sobre o perfil dos clientes inadimplentes (Tabela 2), percebe-se que a maioria é do gênero feminino, cujos índices são mais elevados durante o período analisado, com uma variação de mais de

70% em cada mês do trimestre. Em relação à idade, a maioria, no mês de janeiro, foi daqueles que possuem de 18 a 25 anos (28,18%); em fevereiro houve participação percentual igualitária para os clientes na

faixa etária de 26 a 35 anos e de 36 a 45 anos (23,83%); e, no mês de março, a faixa etária que teve maior ocorrência foi de 36 a 45 anos (25,48%). Quanto ao endereço de moradia, nota-se que o bairro que obteve maior índice de inadimplentes nos três meses analisados foi o Centro, representando 22,10% em janeiro, 21,03% em fevereiro e 24,84% em março. Em relação ao item nomeado 'Outros' alcançar taxa elevada, isso se deve ao fato de que nesse aspecto foram reunidos os bairros que apresentaram percentuais de participação muito baixos, mostrando-se, de certo modo, irrelevantes em relação à quantidade total dos meses analisados. Além disso, quanto às cidades que os clientes residem, observa-se que o maior número de clientes inadimplentes reside em Palmeira das Missões com 89,50% dos participantes em janeiro, 87,85% em fevereiro e 89,81% em março, resultado esse que deve ter ocorrido em função da maior parte dos clientes da empresa ser residente na cidade de atuação da empresa, atendendo às demandas locais. Ademais, em relação à profissão dos clientes analisados, identifica-se que os aposentados/pensionistas são os com as maiores taxas de inadimplências (17,13% em janeiro; 13,55% em fevereiro e 17,20% em março). Sobre a renda, percebe-se que a maioria possui a faixa mensal de renda de 1 a 2 salários mínimos, considerado o valor do salário mínimo em R\$998,00.

Desse modo, a realidade local se mostra benéfica, devido ao município de Palmeira das Missões apresentar como total de habitantes o total de 33.303 pessoas, com o PIB *per capita* em R\$ 38.863, 08 e o seu Índice de desenvolvimento humano municipal em 0,737 (IBGE, 2019). Ainda, em relação às características da empresa em estudo, esta é reconhecida por atuar como uma rede de *fast fashion*, que comercializa roupas, calçados e acessórios de moda, mais voltada aos clientes pertencentes a classe C,

que dispôs de uma maior ampliação e modernização da rede de lojas.

O fato de a mulher possuir predisposição em contrair dívidas encontra-se associado às diversas incumbências que ela assume na família, como ficar responsável por adquirir os alimentos e roupas, bem como contribuir com os gastos de seu cotidiano (TRINDADE; RIGHI; VIEIRA, 2012). Percebe-se que as pessoas que possuem renda mais baixa tendem a ser mais propensas a se tornarem inadimplentes, bem como aquelas pessoas que incorrem em redução da sua renda, ou os indivíduos que já possuem renda fixa a um determinado período (SILVA; VIEIRA; FAIA, 2012).

Nota-se, também, que a maioria dos inadimplentes pertence às classes mais baixas de renda, bem como baixo nível de instrução, o que dificulta um melhor planejamento financeiro para realização de compras por parte desses clientes (SPC, 2017). Da mesma forma, há tendência de que a localização geográfica da maioria dos inadimplentes encontra-se na região central da cidade (DAROS; PINTO, 2017).

Isso posto, necessário se faz compreender o papel das empresas frente aos clientes inadimplentes e identificar as ações que elas realizam com o objetivo de diminuir os impactos financeiros deles advindos.

4.2 Questões ligadas ao serviço

A empresa em estudo realiza as cobranças aos clientes inadimplentes por meio de ligações telefônicas, a partir das quais são informados sobre o valor de seus débitos e o tempo de atraso, bem como é solicitado o agendamento para a quitação do débito com a empresa. A Tabela 3 mostra o resultado dos contatos telefônicos realizados no primeiro trimestre do ano de 2019 com respectivos agendamentos.

Tabela 3 – Número de ligações realizadas para agendar pagamento, ligações que geraram agendamento ou foram sem sucesso e número de clientes que realizaram agendamento, mas não efetuaram o pagamento.

Mês	Ligações para agendamento		%			
Janeiro		127		33,87		
Fevereiro		134		35,73		
Março		114		30,40		
	Janeiro		Fevereiro		Março	
Situação	Quantidade	%	Quantidade	%	Quantidade	%
Agendados	127	49,80	134	43,79	114	32,11
Sem contato	128	50,20	172	56,21	241	67,89
Mês	Nº de clientes que agendaram e não pagaram		%			
Janeiro		19		27,14		
Fevereiro		18		25,71		
Março		33		47,14		
Total		70		100		

Fonte: Elaborada pelos autores.

Observa-se (Tabela 3) que das 375 ligações realizadas, obteve-se êxito em 81,33%, vez que 70 (18,67%) foram o número de clientes que agendaram o pagamento, mas não o efetivaram. Esses resultados demonstram que os agendamentos são

eficientes, mas o método de cobrança não tem sido tão eficaz.

Do mesmo modo, analisou-se o número de dias que o cliente leva para realizar o pagamento e o valor devido, cujos dados são demonstrados na Tabela 4.

Tabela 4 – Diferença dos dias em que foi agendado o pagamento e o dia que foi realizado, e quais os valores devidos no primeiro trimestre do ano de 2019.

Janeiro		
Diferença de dias	Quantidade	%
De -26 a -1	43	33,86
De 0 a 25	50	39,37
Fevereiro		
Diferença de dias	Quantidade	%
De -26 a -1	47	35,07
De 0 a 25	56	41,79
Março		
Diferença de dias	Quantidade	%
De -26 a -1	40	35,09
De 0 a 25	41	35,96
Janeiro		
Valor devido	Quantidade	%
De R\$10,00 a R\$30,99	34	26,77
De R\$31,00 a R\$60,99	52	40,94
Fevereiro		
Valor devido	Quantidade	%
De R\$10,00 a R\$30,99	35	26,12
De R\$31,00 a R\$60,99	58	43,28
Março		
Valor devido	Quantidade	%
De R\$10,00 a R\$30,99	33	28,95
De R\$31,00 a R\$60,99	54	47,37

Fonte: Elaborada pelos autores.

Nota-se (Tabela 4) que a maioria dos clientes paga com certo tempo de atraso, em relação à data agendada, de maneira que quitam suas dívidas entre 0 a 25 dias após a data efetivamente agendada para pagamento. Também, percebe-se que há clientes que pagaram antecipadamente suas dívidas, com antecedência que variou de 26 a 1 dia antes do vencimento do prazo que foi estipulado para realizar o pagamento, o que demonstra, de certa forma, sucesso na política de cobrança da empresa. Ainda, quando analisado o valor que os clientes deviam, observa-se que não são valores altos, pois eles variaram de R\$ 10,00 a R\$ 60,99 e não houve tendência de que a inadimplência esteja, nesse caso, relacionada ao valor devido. Percebe-se que há várias causas para que os inadimplentes não consigam quitar suas dívidas, as quais podem ser consideradas como acontecimentos que impactam negativamente em suas finanças e, conseqüentemente, no fato da não quitação das dívidas assumidas.

Quando se trata dos serviços oferecidos por uma empresa, é crucial que, atrelado a essas ofertas, haja a gestão efetiva das cobranças para possibilitar à organização a manutenção de contatos com os clientes

que estão inadimplentes, a fim de que eles passem a priorizar a quitação de suas dívidas. Para Potrich *et al.* (2012), a exigência que a empresa faz para que o cliente em atraso passe a pagar o que deve é fundamental para o bom andamento dos seus recursos financeiros e tem se tornado, cada vez mais, um procedimento de gestão significativo. Ressalta-se que a empresa deve ter cuidado ao realizar as cobranças, pois segundo a Lei nº 8.078, art. 42, o cliente deve ser respeitado; não podendo ser satirizado, coagido ou intimidado (BRASIL, 1990). A cobrança deve ser efetuada sem que o cliente se sinta ofendido ou deixe de consumir os produtos ou serviços que a empresa oferece.

4.3 Fatores atrelados à inadimplência

Buscou-se investigar os fatores que impactam a inadimplência na empresa em estudo e identificou-se que, dos 552 clientes inadimplentes identificados, somente 64 (11,59%) responderam aos questionamentos. A Tabela 5 mostra os motivos apontados pelos clientes a partir das alternativas de respostas oferecidas.

Tabela 5 – Motivos para que ocorra a inadimplência

Motivos da inadimplência	Quantidade de inquiridos	%
Planejamento financeiro das despesas	47	73,44
Alguém da família ficou doente	43	67,19
Houve uma perda de renda	36	56,25
Ficou desempregado ou alguém da família ficou	25	39,06
Separação conjugal	9	14,06
Interesse na concorrência	2	3,13
Houve alguma insatisfação	1	1,56
Atendimento ou o produto não atendeu as expectativas	1	1,56

Fonte: Elaborada pelos autores.

Observa-se (Tabela 5) que a maioria dos clientes inadimplentes realiza

planejamento financeiro de suas despesas (73,44%), entretanto, tal planejamento não

tem sido realizado da forma correta, o que leva à inadimplência, o que demonstra tendência de descontrole financeiro por parte desses indivíduos. Ainda nessa análise, nota-se que o segundo maior fator de relevância se referiu ao fato de que alguém da família, ou o próprio cliente, ter ficado doente (67,19%). Da mesma forma, houve aqueles que afirmaram que tiveram perda de renda (56,25%) que os levou à inadimplência. Ainda, quando os clientes foram questionados sobre a possibilidade de ter ou não ocorrido desemprego deles ou de familiares, 39,06% dos participantes responderam afirmativamente e tal questionamento. Outros fatores questionados não tiveram grande influência para a inadimplência na amostra estudada.

Identifica-se que a inadimplência ocorre por vários motivos, muitas vezes, em virtude de que os indivíduos não realizam planejamento financeiro de seus gastos, agindo por impulso ou adquirindo produtos apenas pelo fato de estarem com descontos ou obter em promoções. Ainda, nota-se que muitos indivíduos realizam compras para satisfazer seus desejos pessoais de consumo, alegando se sentirem mais contentes com o ato da compra (SPC, 2014).

A inadimplência pode ocorrer, também, em face de acontecimentos que se sucedem na vida dos consumidores, sobre os quais eles não têm controle, o que pode impactar em seus recursos financeiros. Pode-se citar, como fatores atípicos aos consumidores, o desemprego, doença na família, separação conjugal, perda de renda, entre outros. Tudo isso acaba se tornando fator determinante para que ocorra o endividamento e o cliente se torne inadimplente (BCB, 2014).

Sobre tais influenciadores para a inadimplência, Vieira e Kreutz (2018) argumentam que há muitas pessoas que não

possuem o entendimento de suas finanças e que tais controles, por mais simples que sejam, colaboram para que elas consigam equilibrar/monitorar seus gastos, com resultados positivos sobre suas finanças. Sobre a perda de renda, Sehn e Carlini Junior (2007) apontam que esse é um dos principais fatores que podem causar a inadimplência, devido ao fato de que a remuneração recebida pelo colaborador não é suficiente para equiparar à variação dos preços de produtos e serviços ofertados pelo mercado. No que se refere ao desemprego, esse influencia de forma significativa sobre a inadimplência, pois o indivíduo perde a garantia de quitar as dívidas, o que o torna um endividado passivo ao enfrentar a adversidade financeira (LUCENA *et al.*, 2014). E, em relação à separação conjugal, trata-se de uma questão específica do indivíduo que deve ser por ele analisada para readequar-se financeiramente, de maneira que dê preferência ao que for mais significativo em termos econômicos e alcance o equilíbrio entre seus ganhos e gastos (PINTO; CORONEL, 2012).

Em suma, o número baixo de clientes, em relação ao número total de inadimplentes que responderam aos questionamentos deste estudo, deve-se ao fato de que muitos dos telefones de contato estão desatualizados, mesmo havendo ações da empresa para atualizar o cadastro dos clientes toda vez que eles efetuam alguma compra. Ainda, a empresa em estudo realiza o controle, em planilha específica, de clientes que não possuem parcelas a serem quitadas, além de fazer contatos com aqueles que deixam de realizar compras por certo período de tempo. Tais ações colaboram para a redução do número de inadimplência.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou analisar quais são as ações realizadas pelo setor de cobranças de uma empresa localizada na cidade de Palmeira das Missões – RS, bem como identificar as causas de incidência de clientes inadimplentes. Nota-se que o referido município é considerado de pequeno porte, por apresentar o número total de habitantes inferior a 50 mil habitantes, com um PIB *per capita* de R\$38.836,08, indicador esse considerado adequado ao seu tamanho. A economia local constitui-se, basicamente, pelas empresas do ramo varejista, como aquela que foi objeto deste estudo, que contam com 13 colaboradores e 63 filiais instaladas no Estado do Rio Grande do Sul. Tal empresa atua na rede *fast fashion*, voltada para clientes da classe C, o que representa um aspecto importante para a economia do município, pois contribui para que pessoas mais desprovidas financeiramente possam também consumir.

Observou-se que a empresa em análise não possui uma área destinada para a realização dos contatos com os clientes com o objetivo de fazer a cobrança dos inadimplentes, de maneira que as ligações de cobrança são realizadas pelos colaboradores que possuem outras funções, o que torna tal atividade um tanto quanto ineficiente. Isso acaba resultando para a incidência alta inadimplência de seus clientes.

Do mesmo modo, quanto aos serviços realizados, a empresa faz agendamentos para pagamento de parcelas em atraso, através de ligações telefônicas, mas nota-se que há um maior número de ligações sem sucesso, o que retrata, assim, o insucesso de tal ferramenta de cobrança. Embora haja ineficiência no contato de cobrança com os clientes, a maioria dos agendamentos mostra-se eficaz para que ocorra o pagamento de valores em atraso.

Também, constata-se que alguns clientes que realizaram o agendamento, não pagaram o que deviam, mesmo que eles representem uma minoria de clientes, mas tal fator deve ser considerado em face de que o não recebimento dos valores referentes às vendas é prejudicial à empresa.

Também, percebeu-se que a maioria dos clientes realiza o pagamento em até 25 dias após a data agendada, o que demonstra que a maior parte dos agendamentos realizados não é eficaz para induzir o cliente realizar o pagamento do valor devido no prazo estipulado. Dessa forma, para que a empresa consiga cobrar os clientes que estão com parcelas em atraso, de forma mais adequada, e melhore os resultados das ações de cobrança em termos de recebimento dos valores devidos dentro do prazo estipulado, é necessário que a empresa adote outros métodos de cobrança, além das adotadas atualmente.

Em vista disso, procurando saber quais seriam as causas para que os clientes se tornassem inadimplentes, encontrou-se, como principais fatores, a doença na família, perda de renda e o desemprego. Esses fatores afetam negativamente nos recursos financeiros dos consumidores e favorecem para que eles passem por dificuldades financeiras, pois tratam-se de imprevistos ocorridos em determinadas épocas, sobre os quais os indivíduos não têm controle.

Para que a empresa diminua seu índice de inadimplência e consiga obter ganhos financeiros, é necessária mudança na forma atual de cobrança adotada. Tais atitudes podem ser expressas através da estruturação de setor de cobranças da empresa; pela atualização do cadastro do cliente toda vez que ele comparecer na empresa; pelo tratamento igualitário na cobrança de todos os clientes; através da exigência de comprovações de renda para todos os clientes que gostariam de realizar

compras a prazo em seu nome; pelo impedimento de compras para os clientes que se encontram em atraso de seus pagamentos e, também, pela utilização de outros meios de cobrança aos clientes que não somente o contato telefônico. Também, através do monitoramento dos clientes inadimplentes e por meio da criação de um cartão de conferência de informações pelo cliente.

Como limitações deste estudo, citam-se o número da população e amostra, a questão da sazonalidade, pois se analisou apenas os três meses do ano; as dificuldades na realização da entrevista, vez que, na coleta de informações, alguns se negaram a responder aos questionamentos realizados. Também há a limitação em relação à amostra por acessibilidade, pois apenas foi possível contato com uma pequena parte de todos os clientes inadimplentes pelo fato de os números para contatos telefônicos não estarem disponíveis, ou as ligações realizadas caírem na caixa postal; além disso, houve clientes que não atenderam a ligação. Ainda, há limitação sobre os resultados e conclusões do estudo, que ficam restritos à sua realidade e à amostra e, por essa razão, não podem ser generalizáveis a outras organizações.

Como sugestão para trabalhos futuros, propõe-se que seja analisado um período maior de investigação, como análise em semestres ou anuais, além de contatar uma maior porcentagem de clientes inadimplentes, não apenas uma pequena parcela, o que poderia oferecer resultados de forma mais efetiva quanto à inadimplência. Também, sugere-se a realização de questionamentos sobre outros fatores que podem levar à inadimplência, de maneira a fazer uma conexão com a atual crise financeira que o país enfrenta e, ainda, investigar como se dá a política de créditos

que é ofertada, ou quais as questões pessoais que podem levar ou não os clientes ao pagamento das dívidas, de maneira a não limitar apenas ao que é expresso no presente estudo. Em suma, que seja realizado um estudo mais abrangente em relação à ocorrência da inadimplência que contemple diversos setores do mercado, não apenas o varejo, para avaliar especificidades a eles atreladas.

REFERÊNCIAS

ALVES, C. M.; CAMARGOS, M. A. Fatores condicionantes da inadimplência em operações de microcrédito. *Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS*, São Leopoldo, v. 11, n. 1, p. 59-74, jan./mar., 2014.

ANDRADE, S. F. C. de; RIUL, P. H.; OLIVEIRA, M. S. de; CAVALCANTI, M. F. A inadimplência nas instituições particulares de ensino na cidade de Franca. *FACEF Pesquisa - Desenvolvimento e Gestão*, v. 11, n. 1, p. 45-58, 2008.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. Pesquisa qualitativa sobre o processo de endividamento. *Banco Central do Brasil*, 2014. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/pec/appron/apres/Pesquisa_Endividamento.pdf>. Acesso em: 10 jun. 2019.

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, Criciúma/Santa Catarina. *Anais do I Congresso Sul Catarinense de*

Administração e Comércio Exterior, 2017, 15 p.

BRASIL. Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, que dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. *Planalto*, Casa Civil, Brasília, DF, 12 set. 1990.

CAMARGOS, M. A. de; CAMARGOS, M. C. S.; SILVA, F. W.; SANTOS, F. S. dos; RODRIGUES, P. J. 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.

CAMARGOS, M. A. de; CAMARGOS, M. C. S.; ARAÚJO, E. A. A inadimplência em um programa de crédito de uma instituição financeira pública de Minas Gerais: uma análise utilizando regressão logística. *REGE-Revista de Gestão*, São Paulo, v. 19, n. 3, p. 467-486, jul./set., 2012.

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.

CECHINEL, A.; FONTANA, S. A. P.; GIUSTINA, K. P. D.; PEREIRA, A. S.; PRADO, S. S. do. Estudo/análise documental: Uma revisão teórica e metodológica. *Revista do Programa de Pós-Graduação em Educação – UNESC*, Criciúma, v. 5, n. 1, jan./jun., 2016.

CRESPI JÚNIOR, H.; PERERA, L. C. J.; KERR, R. B. Gerenciamento do ponto de corte na concessão direto ao consumidor. *RAC – Revista de Administração*

Contemporânea, Rio de Janeiro, v. 21, n. 2, p. 269-285, mar./abr., 2017.

DAROIT, J. Um estudo sobre a análise da concessão de crédito à pessoa física em instituições financeiras. *Revista Destaques Acadêmicos*, v. 3, n. 1, p. 77-90, 2011.

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, p. 113-136, jul./dez., 2017.

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.

GALLE, V.; PINTO, N. G. M.; CORONEL, D. A. Causas da inadimplência em uma empresa de revenda máquinas agrícolas do noroeste gaúcho. *Revista SODEBRAS*, v. 13, n. 146, p. 41-46, fev., 2018.

GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 175 p.

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

GUEDES, T. A.; ACORSI, C. R. L.; MARTINS, A. B. T.; JANEIRO, V. *Estatística Descritiva*. Projeto de ensino – Aprender fazendo estatística. 2005. Disponível em: <http://www.each.usp.br/rvicente/Guedes_et_al_Estatistica_Descritiva>. Acesso em: 16 nov. 2018.

GUIMARÃES, I. A.; CHAVES NETO, A. Reconhecimento de padrões: Metodologias

- estatísticas em crédito ao consumidor. *RAE-Eletrônica*, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 1-14, jul./dez., 2002.
- HAIR JR., J. F.; BABIN, B.; MONEY, A. H.; SAMOUEL, P. *Fundamentos de métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre: Bookman, 2005. 471 p.
- 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, v. 6, n. 2, p. 126-142, abr./mai., 2013.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *Cidades e estados – Palmeira das Missões*, 2019. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/palmeira-das-missoes.html>>. Acesso em: 29 mar. 2020.
- LEMES JÚNIOR, A. B.; RIGO, C. M.; CHEROBIM, A. P. M. S. *Administração Financeira: Princípios, fundamentos e práticas brasileiras*. Rio de Janeiro: Campus, 2002. 698 p.
- LUCENA, W. G. L.; SANTOS, J. M. de A.; ASSIS, J. T. de; SANTOS, M. C. dos. Fatores que influenciam o endividamento e a inadimplência no setor imobiliário da cidade de Toritama-PE à luz das finanças comportamentais. *HOLOS*, Natal, v. 6, p. 90-113, 2014.
- MACIEL, H. M.; MACIEL, W. M. 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.
- MELCHIOR, E. E.; MELO, E. de. Análise da política de concessão de crédito e seus reflexos nos índices de inadimplência: Um estudo de caso na empresa Sagra Silveira e Cia LTDA. *Revista da faculdade Dom Alberto*, v.12, n. 1, 2014.
- NASCIMENTO, Z. M. M. do; CORREA, H. M.; SOUZA, P. O. de. Principais motivos de inadimplência nas pequenas empresas. *Nativa – Revista de ciências sociais do norte de Mato Grosso*, v. 5, n. 1, 2016.
- PINTO, N. G. M.; CORONEL, D. A. Inadimplência no serviço de TV por assinatura: Um estudo sobre as suas causas em uma empresa do setor da cidade de Santa Maria – RS. *Sinergia-Revista do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis (ICEAC)*, Rio Grande, v. 16, n. 2, p. 41-51, 2012.
- 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.
- REBOUÇAS, L. da S.; ROCHA, E. M. da; COSTA, W. P. L. B. da. Fatores influenciadores da inadimplência e seus impactos: um estudo nas instituições financeiras. *Revista Gestão e Conhecimento*, v. 11, n. 1, p. 1-23, jan./jun., 2017.
- RIBEIRO, C. F.; ZANI, J.; MACAGNAN, C. B.; ZANINI, F. A. M. 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.

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

SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO. 52% dos brasileiros fizeram alguma compra por impulso nos últimos três meses, revela SPC Brasil. *SPC Brasil*, 2014. Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/905>>. Acesso em 10 jun. 2019.

SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO. Pelo terceiro ano seguido, desemprego é a principal causa da inadimplência, mostra levantamento do SPC Brasil e CNDL. *CNDL/SPC Brasil*, 2017. Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas/pesquisa/3453>>. Acesso em: 31 mai. 2019.

SILVA, L. F. S. da; VIEIRA, V. A.; FAIA, V da S. Fatores determinantes do endividamento e da inadimplência associados à propensão de falência da pessoa física. *Revista Análise - Revista Acadêmica da FACE*, Porto Alegre, v. 23, n. 3, p. 207-221, set./dez., 2012.

TRENTO, A. J. *Crédito e cobrança para micro e pequenas empresas*. Guarapuava: Unicentro, 2009. 230 p.

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.

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.

SOBRE OS AUTORES

Andressa Petry Müller

Bacharel em Administração pela UFSM-Palmeira das Missões e Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Administração Pública pela UFSM. E-mail: andressa_miler@hotmail.com

Nelson Guilherme Machado Pinto

Professor Adjunto do Departamento de Administração UFSM, professor do Programa de Pós-Graduação em Organizações Públicas e de Pós-Graduação em Administração Pública da UFSM e Doutor em Administração pela UFSM. E-mail: nelguimachado@hotmail.com