

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO CONTÁBIL E FINANCEIRA – TURMA XVII

LUCAS ALFREDO GANSKE

**O PERFIL DE CLIENTES INADIMPLENTES: ESTUDO DE CASO EM
MICROEMPRESA DO RAMO DE CALÇADOS E CONFECÇÕES**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

PATO BRANCO

2020

LUCAS ALFREDO GANSKE

**O PERFIL DE CLIENTES INADIMPLENTES: ESTUDO DE CASO EM
MICROEMPRESA DO RAMO DE CALÇADOS E CONFECÇÕES**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Especialista na Pós Graduação em Gestão Contábil e Financeira, do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR – Câmpus de Pato Branco

Orientador: Prof. Dr. Eliandro Schvirck

PATO BRANCO

2020



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Departamento de Ciências Contábeis
Especialização em Gestão Contábil e Financeira



TERMO DE APROVAÇÃO

O PERFIL DE CLIENTES INADIMPLENTES: ESTUDO DE CASO EM MICROEMPRESA DO RAMO DE CALÇADOS E CONFECÇÕES

LUCAS ALFREDO GANSKE

Esta monografia foi apresentada às 11:30 hr do dia 14 de Março de 2020 como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista no Curso de Especialização em Gestão Contábil e Financeira do da Universidade Tecnológica Federal do Paraná – Câmpus de Pato Branco. O candidato foi arguido pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho _____

Prof. Dr. Eliandro Schvirck
UTFPR – Câmpus de Pato Branco
(orientador)

Prof Dr. Sandro Cesar Bortoluzzi
UTFPR – Câmpus de Pato Branco

Prof Dr. Luiz Fernande Casagrande
UTFPR – Câmpus de Pato Branco

Observação: O termo original encontra-se arquivado na coordenação do curso

Dedico este trabalho primeiramente
a Deus, por ser essencial em
minha vida, autor de meu destino,
meu guia, socorro presente na hora
da angústia, ao meu pai Osvino
Ganske, minha mãe Ilisete
Aparecida Miotto Ganske e aos
meus irmãos.

AGRADECIMENTOS

À Deus pelo dom da vida, pela fé e perseverança para vencer os obstáculos.

Aos meus pais, pela orientação, dedicação e incentivo nessa fase do curso de pós-graduação e durante toda minha vida.

RESUMO

LUCAS ALFREDO GANSKE. PERFIL DE INADINPLENTES EM MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. 2019. 33 Folhas. Trabalho de conclusão de curso da Especialização em Gestão Contábil e Financeira. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, 2019.

O presente estudo teve por objetivo caracterizar o perfil de clientes inadimplentes em uma microempresa do ramo de calçados e confecções. A pesquisa caracteriza-se como estudo de caso com abordagem qualitativa e quantitativa. Os dados foram coletados com base no controle de crédito e controle de contas a receber da empresa em estudo, usando base estatística descritiva. O perfil foi definido a partir dos dados cadastrais de clientes, pra distinguir possíveis características que diferenciem os clientes inadimplentes dos adimplentes. Foi descoberto que o perfil inadimplente da empresa é na maioria mulheres; viúvas com dois filhos e aposentadas com faixa salarial entre 1 a 2 salários mínimos. Com base nos achados do estudo, foi apresentado para a empresa o conceito dos 5Cs para que a administração, ao utilizar esses conceitos, busque mitigar o problema de inadimplência.

Palavras-chave: Análise de Crédito, Inadimplência, Gestão de contas a receber, Perfil de Inadimplente.

ABSTRACT

LUCAS ALFREDO GANSKE. PROFILE OF DEFAULT IN MICRO AND SMALL BUSINESS. 2019. 33 Folhas. Trabalho de conclusão de curso da Especialização em Gestão Contábil e Financeira. Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Pato Branco, 2019.

This study aimed to characterize the profile of defaulting customers in a microenterprise in the footwear and apparel industry. The research is characterized as a case study with qualitative and quantitative approach. The data were collected based on credit control and control of accounts receivable of the company under study. The profile was defined based on customer registration data, to distinguish possible characteristics that differentiate defaulting customers from non-performing ones. It was found that the company's default profile is mostly women; widows with two children and retirees with salary ranges between 1 and 2 minimum wages. Based on the findings of the study, the concept of 5Cs was presented to the company so that the management, by using this concept, seeks to mitigate the problem of default.

Keywords: Credit Analysis, Delinquency, Accounts Receivable Management, Delinquent Profile.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Vendas a prazo da empresa	24
Tabela 2 – Inadimplência x Renda	25
Tabela 3 – Inadimplência x Emprego	26
Tabela 4 – Inadimplência x Estado Civil	26
Tabela 5 – Inadimplência x Dependentes	27
Tabela 6 – Inadimplência x Gênero	27
Tabela 7 – Inadimplência x Prazo	28

Sumário

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	Tema e Problema	11
1.2	Objetivos	11
1.2.1	Objetivo Geral:	11
1.2.2	Objetivos Específicos:	11
1.3	Justificativa.....	12 <u>14</u>
2	REFERENCIAL TEÓRICO	12 <u>13</u>
2.1	CONTROLE INTERNO	12 <u>13</u>
2.2	GESTÃO FINANCEIRA	13
2.2.2	Gestão de Contas a Receber	14
2.3	ANÁLISE DE CRÉDITO.....	15
2.3.1	Políticas de crédito	16
2.3.2	Concessão de crédito.....	17 <u>18</u>
2.3.3	Políticas de cobranças	18
2.3.4	Inadimplência	19
3	METODOLOGIA DA PESQUISA	21 <u>22</u>
4	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	22 <u>23</u>
4.1	Diagnóstico Empresarial	22 <u>23</u>
4.2	Perfil de Inadimplentes	24 <u>25</u>
4.2.1	Análise de Dados sobre Inadimplência	24 <u>25</u>
4.3	Análise de Crédito	27 <u>28</u>
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	29 <u>30</u>
	REFERÊNCIAS	30 <u>31</u>

1 INTRODUÇÃO

A gestão de contas a receber e análise de crédito é ferramenta indispensável nas empresas, pois parte relevante das vendas realizadas tem impacto significativo nessas variáveis. Um dos principais problemas encontrados na gestão de contas a receber é a inadimplência. Segundo um estudo desenvolvido pela área de *Decision Analytics* da Serasa Experian, em junho de 2018, o número de consumidores inadimplentes no país era de 61,8 milhões, o maior desde o início da série, realizado em 2016”, isso mostra que no Brasil o índice de inadimplência é crescente no decorrer dos anos. (Serasa Experian), Com a crescente inadimplência fica cada vez mais essencial buscar um perfil de cliente inadimplente.

A existência de contas a receber implica na concessão de crédito ao cliente, que, para Braga (2008, p.113), significa que a empresa entrega mercadorias ou presta serviço e o cliente assume o compromisso de pagar o valor correspondente em uma data futura. Desta forma, entende-se que o cliente tem a obrigação de pagar para a empresa na data que foi acordado.

Ao conceder crédito, a empresa assume o risco da inadimplência e, para minimizar esse risco, a empresa deve colocar em prática uma eficiente análise de crédito. Hoji (2004, p.126) explica que antes de se efetivar uma venda a prazo para um novo cliente, deve ser realizada uma análise minuciosa e criteriosa do mesmo, procurando evitar que esse crédito concedido se torne um valor não recebível, pois com a análise de crédito a empresa espera diminuir o risco da inadimplência, aumentando a confiança na hora de conceder crédito aos clientes.

O planejamento correto das contas a receber de acordo com Mccullers e Daniker (1978) *apud* Rodrigues 2015, “produz informações que satisfazem as necessidades não somente do departamento de crédito, mas também os demais serão beneficiados com as informações geradas por um sistema de contas a receber”

1.1 TEMA E PROBLEMA

O presente estudo foi desenvolvido sobre a temática do perfis de clientes inadimplentes com a perspectiva de melhorar a gestão e análise de crédito da empresa em estudo. Nesse sentido a questão de pesquisa que orienta o desenvolvimento do estudo é: qual o perfil econômico e social dos clientes inadimplentes na empresa Ganske Calçados e Confecções LTDA?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral:

O estudo tem por objetivo principal identificar o perfil dos clientes inadimplentes na empresa em estudo, visando melhorar sua política de concessão de crédito.

1.2.2 Objetivos Específicos:

Como objetivos específicos, apresentam-se os seguintes:

- Identificar os níveis de inadimplência existentes na empresa,
- Diagnosticar a situação atual da empresa em relação à gestão de contas a receber e análise de crédito;
- Caracterizar o perfil dos clientes inadimplentes, usando informações do cadastro realizado na empresa.

1.3 JUSTIFICATIVA

O estudo foi desenvolvido com base em pesquisa bibliográfica e com a aplicação de um estudo de caso descritivo na empresa objeto, com o intuito de, ao atingir o objetivo principal do estudo, auxiliar a empresa no modelo de gestão de contas a receber, analisando e criando um perfil de clientes inadimplentes, para conseguir implantar também uma política de crédito com esse resultado, usando isso para ajudar a precaução de inadimplência e melhorar a concessão de crédito na empresa objeto, visto que é um assunto pouco abordado em estudos e artigos, assim contribuindo academicamente com esse assunto.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico apresenta o embasamento conceitual do estudo, os quais serão fundamentos para a análise dos resultados encontrados, versando, basicamente sobre controles internos, gestão de contas a receber e inadimplência.

2.1 CONTROLE INTERNO

O controle interno serve para a empresa mensurar o alcance de seus objetivos e metas, conseqüentemente podem gerar informações de qualidades para tomadas de decisões da empresa.

Segundo o CRC-SP/IBRACON (2000, P.61) é a viga mestra em que a administração se baseia para medir o alcance dos objetivos e metas, e ter a certeza que as diretrizes fornecidas pela empresa estão sendo regularmente seguidas.

Desta maneira, Attie (1992, p. 199, *apud* Uliano 2007 p.24) “esclarece que o controle interno compreende todos os meios planejados numa empresa

para dirigir, restringir, governar e conferir suas várias atividades com o propósito de cumprir seus objetivos”.

Depreende-se, portanto, que o controle interno auxilia à gestão ao prever alterações no patrimônio da empresa e se for algo prejudicial à sua saúde empresarial, possibilita criar métodos que possam ajudar a resolver os problemas da empresa.

2.2 GESTÃO FINANCEIRA

Para se ter uma gestão financeira eficiente é importante que a empresa possua eficientes controles internos para funcionar direito e ter todas as informações para prevenir desfalques.

Segundo Alves (2015) a importância do controle interno nesse departamento é observada ao se verificar as entradas e saídas de recursos financeiros, devendo constar todos os registros que serão informados à contabilidade.

Segundo Baradel, Martins e Oliveira (2010 p. 31) gestão financeira é maximizar os recursos e para isso é necessário o uso de ferramentas que proporcionem informações precisas e rápidas, uma vez que planejar e controlar são medidas indispensáveis para a sobrevivência da empresa.

Dentre as diversas ferramentas e técnicas de gestão financeira à disposição de administradores, destaca-se o planejamento financeiro, relacionado ao fluxo de caixa da empresa, com isso, o gestor pode estimar os valores de entradas e saídas e, quando necessário, planejar o destino de sobras de caixa ou como suprir eventuais faltas de saldo.

Segundo Ritta, Silva e Citadin (2017 p. 12) “É possível falar em dois tipos de fluxo de caixa, o realizado e o projetado. O realizado tem como finalidade mostrar as atividades operacionais, entrada e saída de recursos financeiros, durante o exercício financeiro da empresa.”

Para Santos (2001, p. 57, *apud* Ritta, Silva e Citadin 2017 p.4), a função do Fluxo de Caixa é "(1) planejar a contratação de empréstimos e financiamentos; (2) maximizar o rendimento das aplicações das sobras de

caixa; (3) avaliar o impacto financeiro de variações de custos; e (4) avaliar o impacto financeiro de aumento de vendas".

É importante que a empresa tenha um posicionamento sobre as datas de vencimentos de títulos pois, sem um controle pode acarretar diversos problemas a ela, e a seu cliente, com isso é essencial uma gestão de contas a receber tendo o fluxo de caixa como ferramenta de apoio.

2.2.2 Gestão de Contas a Receber

Contas a receber são créditos cedidos aos clientes pela empresa, para a compra de produtos e para que possam pagar em devida data acordada entre ambos.

Segundo Serrão (2001 p. 15) "dentro da sua evolução, as economias capitalistas criaram o crédito para viabilizar negócios que antes estavam restritos, expandindo o processo econômico, além de torná-lo mais eficiente."

Almeida (1996, *apud* Uliano 2007 p. 33) "descreve que as contas a receber devem ser registradas a partir da realização da entrega do bem ou quando houver a prestação efetiva do serviço pela empresa."

Segundo Assaf Neto e Lima (2009, *apud* Santos e Tonin 2015 p. 4) "as duplicatas a receber podem ser compreendidas como os resultados dos créditos concedidos aos clientes, onde busca-se identificar sua capacidade de pagamento e o limite de crédito que pode ser concedido."

No processo de gestão de contas a receber, a conta duplicatas a receber é o fator essencial, pois a eficiente gestão dessa conta, associada à análise para concessão de crédito, pode auxiliar de forma significativa a definição da capacidade de compra concedida ao cliente e o risco de crédito assumido pela empresa.

Segundo Santos e Tonin (2015 p. 4) "A principal função da gestão de contas a receber é estabelecer uma política de crédito na empresa, que esteja ajustada ao capital de giro e às necessidades do cliente."

Visto que a função da gestão de contas a receber seja, buscar políticas de concessão de crédito aos clientes, e conseqüentemente minimizar suas perdas de caixa, a análise e concessão de crédito tornam-se fatores essenciais ao processo de gestão de contas a receber.

2.3 ANÁLISE DE CRÉDITO

A análise de crédito feita nas empresas visa estabelecer qual é o limite a ser concedido aos clientes, pra que possam comprar seus produtos em determinada data estipulada no contrato feito entre ambos, assim é essencial para as contas a receber pois determina quem serão seus devedores.

De acordo com Schrickel (2000 *apud* Santos – 2013 p. 5) “crédito é quando empresta-se algo para terceiros temporariamente que pode ser dinheiro (empréstimo monetário) ou bens (empréstimo para uso, ou venda com pagamento parcelado, ou a prazo) com a expectativa que este valor retorne após o prazo estipulado. Este patrimônio cedido deve ser próprio, não é permitido ceder algo sem o consentimento do proprietário.”

O crédito é essencial para alavancagem financeira de uma empresa pois, quando realizado de forma eficiente possibilita maximizar ganhos, negociando com seus clientes uma forma melhor de pagamento podendo estimular compras em grande escala.

Pinto & Coronel (2012, *apud* Daros e Pinto 2017 p. 6) ao analisar as condições de mercado, seus clientes e os riscos inerentes a esses dois fatores, argumentam que é papel da empresa se posicionar a respeito das suas vendas a prazo, isto é, das questões referentes à concessão de crédito.

Um método eficiente em que a empresa pode estruturar a análise de crédito é utilizando o conceito dos Cinco Cs do crédito. Esse conceito consiste na utilização de cinco elementos com relação ao crédito: Caráter, Capacidade, Capital, Colateral e Condições.

Os cinco C's segundo Gitman (2010 *apud* Bonetti, Schlickmann e Bussolo 2017 p. 5): "a) Caráter: o histórico de cumprimento de obrigações pelo solicitante; b) Capacidade: a capacidade do solicitante de honrar o crédito pedido, analisando as demonstrações financeiras disponibilizadas; c) Capital: a relação entre a dívida e o patrimônio líquido do solicitante; d) Colateral: o valor dos ativos que o solicitante dispõe para dar garantia de crédito; e) Condições: as condições econômicas gerais e setoriais vinculadas."

Assim, para ter uma análise completa dos tomadores de crédito além do Cs citados acima, a empresa precisa de uma política de crédito para que possa ter algumas regras próprias para conceder crédito.

2.3.1 Políticas de crédito

Quando a empresa usa políticas de crédito tem que se atentar ao seu capital de giro, para que o mesmo não se comprometa em função de conceder crédito além de sua capacidade.

Segundo Oliveira (2013 *apud* Santos e Tonin 2015 p. 4). "Para que uma empresa possa implantar uma política de crédito que não comprometa o seu capital de giro, ela necessita dos elementos fundamentais que dão suporte à política: o desenvolvimento de fontes de informações e o processo de análise destas".

Para conceder o crédito a empresa precisa estabelecer de forma clara suas regras, pois a política de crédito tem por objetivo identificar quais clientes poderão receber o crédito, e quanto pode ser o crédito concedido a estes.

Segundo Sanvicente (2009, *apud* Santos 2013 p. 6) argumenta que primeiramente deve-se analisar o prazo geral do crédito de quanto tempo o cliente necessita para realizar os pagamentos. Em segundo lugar, é necessário analisar a aceitação ou não deste cliente, avaliar os riscos e o lucro que ele pode proporcionar.

Também para uma política de crédito ser eficiente precisa estar em consonância com as informações da empresa, como por exemplo suas vendas, se tiver um volume maior de vendas poderá conceder mais crédito, caso contrário poderá gerar maior inadimplência. O volume de vendas a prazo precisa ser condizente com a estrutura de capital de giro da empresa.

Segundo SANTOS, (2000, *apud* Bonetti, Schlickmann e Bussolo 2017 p. 4) alguns parâmetros que podem ser afetados pela política de crédito, são: volume de vendas, a necessidade dos gestores quanto ao capital de giro e disponibilidade de caixa para gerar lucro. O administrador decide quais elementos devem conter na política de crédito, a fim de os mesmos não afetarem de modo negativo na empresa.

A empresa com uma organizada e eficiente política de crédito tenderá a uma concessão de crédito dentro de certos níveis de segurança que minimizarão o risco de inadimplência e de falta de capital de giro na empresa.

2.3.2 Concessão de crédito

A concessão de créditos é uma variável dependente da política de crédito adotada pelas empresas, pois com base na política de crédito, a empresa decidirá para quem e com qual valor o crédito será concedido.

Para Minussi, Damacena e Ness (2001, *apud* Camargos *et al* 2010 p. 5),

a atividade de concessão de crédito é fortemente influenciada pelas condições macroeconômicas do país e pelas políticas governamentais, sendo, assim, caracterizada por movimentos cíclicos, flutuando entre um conservadorismo defensivo até uma agressividade responsável

Os créditos são repassados da empresa, pelo banco para o cliente, vale ressaltar que os créditos são fortemente influenciados pela situação econômica do país o que gera oscilação na acessibilidade dos clientes ao crédito ofertado.

De acordo com Assaf e Tibúrcio (2002, *apud* Potrich *et al*, 2012 p. 3) na concessão de crédito existem várias etapas a serem seguidas até ser efetivamente concedido determinado crédito.

Para ser eficiente na concessão do crédito deve se atentar ao ponto de limitar créditos, para melhor controle e conseguir efetuar a cobrança pois receber é tão importante quanto vender.

Segundo Braga (2008 *apud* Bonetti, Schlickmann e Bussolo 2017 p.6) conceder créditos aos clientes representa assumir custos e riscos que não existem nas vendas à vista, tais como: despesa com cobranças de duplicatas, riscos de perdas de créditos incobráveis, custo de recursos e despesas com a análise.

Assumindo riscos ao conceder créditos a empresa precisa contar com uma eficiente política de cobranças, para que esse risco de perdas de créditos seja o menor possível visto os atuais índices de inadimplência no país.

2.3.3 Políticas de cobranças

A política de cobrança é a ferramenta auxiliar ao processo de política de crédito, deve estar contida no contexto da concessão de crédito, visto que a ineficiência na concessão do crédito terá reflexos, posteriormente, na política de cobranças. A sinergia entre as duas áreas proporcionará maior equilíbrio nas contas da empresa.

Segundo Hoji, (2004. *apud* Bonetti, Schlickmann e Bussolo 2017 p. 6). a política de cobrança deve ser implantada e trabalhada junto com a política de crédito. Se há dúvidas em relação ao recebimento, o crédito não deve ser liberado. Na área comercial a principal função é vender, mas se é para vender e não receber melhor não vender, pois pode comprometer a situação econômico-financeira da empresa.

Segundo Gitman (2004, *apud* Santos e Tonin 2015 p. 8) alguns procedimentos de cobrança que as empresas adotam para facilitar a negociação e o recebimento, são: cartas, e-mail, telefonemas, visitas pessoais, agências de cobrança e protesto judicial.

A política de cobrança é o elemento final da política de crédito, pois busca assegurar que a empresa minimize perdas financeiras por meio de controles de contas a receber para que consiga gerir as contas em atraso e faça a cobrança corretamente.

Daros e Pinto (2017 p. 6) os profissionais ligados ao setor de cobrança devem estar sempre atentos aos sinais de mudança que o cliente transmitir. Na maioria dos casos o sucesso da política de cobrança é avaliado pelo número de inadimplentes, ou no número de pessoas que atrasaram o pagamento da obrigação, mas que através da cobrança o realizaram.

Com isso, a empresa tem que manter um bom controle nas cobranças, por exemplo; verificar como está a situação dos seus clientes a respeito de sua obrigação com a empresa, por que sem controle há risco de inadimplência pelo não acompanhamento da carteira de clientes.

2.3.4 Inadimplência

A inadimplência é um índice, relacionado às vendas a prazo, que a empresa calcula para saber o nível de endividamento que seus clientes possuem com ela.

Daros e Pinto (2017 p. 4) argumentam que o não pagamento de alguma obrigação pode ocasionar vários problemas para empresa, trazendo prejuízo para essas organizações. É preciso conhecer os fatores que levam à inadimplência para poder preveni-la.

Um dos fatores que contribuem para que o cliente não consiga pagar suas despesas, pode estar relacionado à falta de preparo para a gestão financeira, pois não sabendo como economizar acaba por assumir alto valor de endividamento e, com isso, pode entrar em situação de inadimplência.

Segundo Katona (1975, *apud* Malmann 2009 p. 4)

existem três razões que explicam por que uma pessoa pode gastar mais do que ganha: (i) baixa renda, de modo que nem sequer são cobertas despesas essenciais, (ii) alta renda, combinada com um forte desejo de gastar, e (iii) uma falta de vontade para economizar (independentemente da renda)."

De acordo com pesquisa feita pela CNDL/SPC Brasil (2018 p. 4) de cada dez consumidores inadimplentes, observa-se que quatro são homens (42,2%) e seis são mulheres (57,8%), além disso, seis em cada dez

inadimplentes possuem o segundo grau completo ou incompleto (59,4%), com predomínio bastante expressivo de consumidores pertencentes à classe C/D/E: 93,3%, contra apenas 6,7% na Classe A/B.

Na pesquisa realizada pelo Serasa Experian, o estudo mostra que a classe social mais atingida possui baixo poder aquisitivo, e recebe entre um a dois salários mínimos (39,1%). A grande maioria dos inadimplentes observados possui apenas uma dívida, correspondendo a 37,3% do total.

Estudo realizado em 2014, pelo SCPC, apontou que em relação ao estado civil, os indivíduos casados apresentaram maior nível de endividamento 46% dos respondentes, enquanto que os viúvos registraram o menor nível, apenas 2 %.

De acordo com Fiori *et al* (2018 p. 4)

O consumo de forma descontrolada pode levar ao endividamento, mas existem alguns fatores que conduzem ao consumismo além do necessário. Algumas das razões estão ligadas à forma como a família lida com o dinheiro e à maneira como essas atitudes são passadas aos filhos no decorrer da vida.

Uma preocupação do estudo do Fiori *et al* (2018) está relacionada à educação financeira, quando os hábitos consumistas e descontrolados, dos pais, podem ser repassados aos filhos que serão potenciais inadimplentes no futuro.

Conforme a pesquisa do Serasa Experian (2018) os idosos estão cada vez mais inadimplentes. Nos orçamentos dos idosos que operavam no vermelho, no sétimo mês do ano de 2018, aparecem as pendências com bancos e cartões (27,80%), telefonia (10,70%), financeiras e leasing (9,00%), varejo (7,40%) e serviços (6,00%). Já o perfil médio dos inadimplentes no Brasil apontam que, comparando com as dívidas em geral, esses percentuais podem ser considerados preocupantes, em especial, por serem idosos consequentemente, aposentados e com possibilidades de rendimento limitadas ao benefício previdenciário que recebem.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa foi realizada na empresa Ganske Calçados e Confecções LTDA, situada em Pato Branco, no bairro Planalto. Caracteriza-se como estudo de caso, usando o levantamento de dados da empresa como base para análise. O período do estudo foi entre janeiro a dezembro de 2018, com entrevista junto ao gerente administrativo e financeiro, responsável pelo setor financeiro, utilização de documentos gerenciais e contábeis disponibilizados pela empresa e também pela observação direta nos procedimentos adotados pela empresa.

A pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso usando o método quantitativo para subsidiar o desenvolvimento dos estudos e atividades que projetaram a elucidação dos fatos e ajudaram no andamento da pesquisa.

Método quantitativo é determinado em relação aos dados ou à proporção numérica, mas atribuição numérica não deve ser feita ao acaso porque a variação de uma propriedade não é quantificada cientificamente. A Quantificação científica envolve um sistema lógico que sustenta atribuição de números, cujos resultados sejam eficazes (FACHIN, 2005, p. 79).

Para elaborar o perfil dos clientes, levantou-se dados no cadastro de clientes os quais foram usados numa análise de proporção. As variáveis utilizadas para o perfil foram: idade dos clientes, se está inadimplente na empresa, renda mensal, situação de emprego, estado civil, número de dependentes e prazo de atraso.

A amostra é formada por 62 clientes que compram a prazo na empresa, para os quais foram levantadas as variáveis supra citadas, a partir do cadastro de clientes da empresa, destacando que no período do estudo não houve alterações no número de clientes.

Os dados de inadimplência foram apurados a partir do controle feito pela empresa com base no valor das vendas a prazo e no valor não recebido destas vendas.

A análise dos dados ocorreu com base na estatística descritiva com foco no valor médio da inadimplência e nas proporções de clientes que se enquadram na situação adimplente e inadimplente.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL

O diagnóstico prévio realizado na empresa Ganske e Calçados e Confecções LTDA apontou que é feita uma análise de crédito rudimentar, bem básica, a partir das informações dos clientes: como está a sua situação na praça, também usando um cadastramento de cada cliente; com base em seus documentos RG, CPF, estado civil, idade, renda, se está empregado, gênero, comprovante de residência e informação de seus dependentes, quantos eles possuem, a empresa atualmente não utiliza uma política de concessão de crédito, só tem o cadastro para seu controle interno.

No entanto, essas informações são só para controle interno da empresa e não são usadas para o análise e controle de crédito, algo que deve ser aprofundado, o controle de contas a receber é feito por um fichário e livro caixa que a empresa possui, escrevendo nele as entradas e saídas das compras realizadas na loja, não utilizando software para controle do mesmo.

O controle de cobranças é feito por meio de ligações aos clientes. Por ser uma loja familiar, com atuação local, é possível também ir ao endereço de residência dos clientes para realizar cobranças.

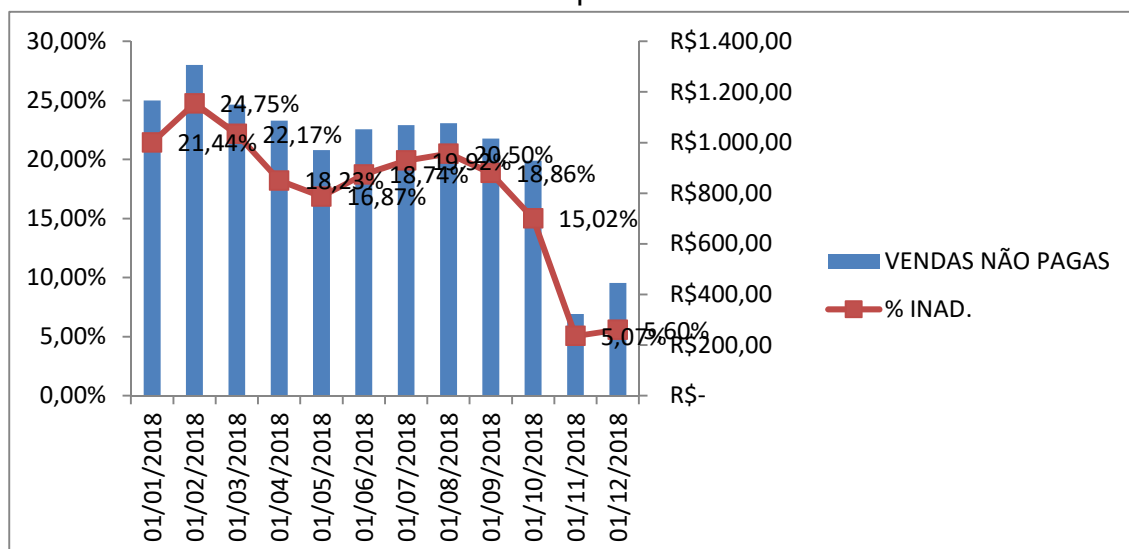
Ao levantar os dados sobre as vendas e recebimentos, apurou-se que a empresa registra em torno de 16% de inadimplência média no ano de 2018, conforme apresentado na Tabela 1. Os dados apresentados foram extraídos dos controles internos do livro caixa, redigido em forma de planilha e referem-se ao ano de 2018.

Tabela 1 – Vendas à prazo no ano (Valores em R\$)

Data	Venda a prazo	Valor recebido no mês	Valor não recebido	% Inadimplência
01/01/2018	5.438,93	4.272,59	1.166,34	21,44%
01/02/2018	5.278,49	3.971,85	1.306,64	24,75%
01/03/2018	5.187,47	4.037,38	1.150,09	22,17%
01/04/2018	5.965,41	4.878,12	1.087,29	18,23%
01/05/2018	5.751,92	4.781,63	970,29	16,87%
01/06/2018	5.614,56	4.562,51	1.052,05	18,74%
01/07/2018	5.367,98	4.298,93	1.069,05	19,92%
01/08/2018	5.249,87	4.173,49	1.076,38	20,50%
01/09/2018	5.384,34	4.368,91	1.015,43	18,86%
01/10/2018	6.186,27	5.257,12	929,15	15,02%
01/11/2018	6.368,94	6.045,78	323,16	5,07%
01/12/2018	7.963,48	7.517,57	445,91	5,60%
Total anual	69.757,66	58.165,88	11.591,78	16,62%

Fonte: Elaborado pelo autor

GRÁFICO 1 - Gráficos de Índice de Inadimplências mensais



Fonte: Elaborado pelo autor

A Tabela 1, apresenta os valores referentes ao campo de contas a receber da empresa, feito por um controle interno da mesma.

A empresa apresenta picos mostrados no Gráfico 1, o menor índice de inadimplência ocorreu em novembro com 5,07%, os meses de novembro e dezembro apresentam os menores índices de inadimplência, um fator que pode explicar esse índice é por causa do recebimento de 13º salário e férias. Isso contribui na expressiva diminuição da inadimplência nesses dois meses. No

restante do ano o índice de inadimplência fica entre 15% e 24 %, destacando que os maiores níveis estão concentrados nos três primeiros meses do ano, um possível fator para isso, pode estar relacionado às compras de final de ano, tal como natal o que gera maior endividamento aos clientes que compram a prazo.

Alguns dos fatores apontados por Malmann (*et al* 2009) para o endividamento estão relacionados a três razões: a baixa renda, a alta renda juntamente com a convulsividade de compras e a falta de vontade de economizar.

4.2 PERFIL DE INADIMPLENTES

O estudo busca identificar o perfil do cliente inadimplente na empresa em estudo, com base nos dados levantados no cadastro dos clientes apresenta-se os resultados dessa análise.

4.2.1 Análise de Dados sobre Inadimplência

Tabela 2 – Tabela Inadimplência x Renda

<i>Inadimplência X Renda</i>			
	<i>1 a 2 Sal. Mínimo</i>	<i>Acima de 2 Sal. Mínimo</i>	<i>Total</i>
<i>Inadimplente</i>	29	7	36
<i>Adimplente</i>	19	7	26
<i>Total</i>	48	14	62

Fonte: Dados da pesquisa

A Tabela 2 apresenta os dados comparando a inadimplência com a renda dos clientes. Os dados apontam para a maioria dos clientes na faixa entre 1 e 2 salários mínimos, representando 77,41%% da amostra estudada.

Do total da amostra pesquisada, 58% apresentam situação de inadimplência, destes, 80,55% concentram-se na faixa de renda entre 1 e 2 salários mínimos. O estudo corrobora os resultados da pesquisa Serasa Experian, que aponta para a classe que recebe entre 1 e 2 salários mínimos como a que possui mais inadimplência, com um índice de 39,10%.

Os achados ainda vão ao encontro de Katona (1975, *apud* Malmann 2009 p. 4), que aponta a baixa renda com um dos principais fatores da inadimplência.

Tabela 3 – Tabela Inadimplência x Emprego

<i>Inadimplência x Emprego</i>			
	<i>Empregado/Autônomo</i>	<i>Aposentado</i>	<i>Total</i>
<i>Inadimplente</i>	9	27	36
<i>Adimplente</i>	6	20	26
<i>Total</i>	15	47	62

Fonte: Dados da pesquisa

Pela Tabela 3 nota-se que 75% dos clientes inadimplentes são aposentados, assim tendo diversas variáveis que podem explicar a razão da inadimplência. Segundo Serasa Experian, 7,40% de varejo de 12,60% de todas as pessoas inadimplentes são idosos, em grande maioria, aposentados.

Tabela 4 – Tabela Inadimplência x Estado Civil

<i>Inadimplência x Estado Civil</i>					
	<i>Solteiro(a)</i>	<i>Casado(a)</i>	<i>Divorciado(a)</i>	<i>Viúvo(a)</i>	<i>Total</i>
<i>Inadimplente</i>	1	6	8	21	36
<i>Adimplente</i>	3	6	6	11	26
<i>Total</i>	4	12	14	32	62

Fonte: Dados da pesquisa

Analisando a Tabela 4 pelo estado civil dos clientes, observa-se que 58,33% dos clientes inadimplentes são viúvos, sendo dentro das quatro variáveis apresentadas, a que tem a maior parte dos clientes. Esse resultado diverge dos achados do estudo feito pela SCPC, em que os maiores índices de inadimplência ocorrem entre os indivíduos casados, entretanto, há que se destacar que no caso do presente estudo, há uma grande incidência de idosos na carteira de clientes.

Tabela 5 – Tabela Inadimplência x Dependentes

<i>Inadimplência x Dependente</i>							
	<i>0</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>Total</i>
<i>Inadimplente</i>	<i>4</i>	<i>8</i>	<i>16</i>	<i>5</i>	<i>3</i>	<i>0</i>	<i>36</i>
<i>Adimplente</i>	<i>7</i>	<i>7</i>	<i>7</i>	<i>3</i>	<i>1</i>	<i>1</i>	<i>26</i>
<i>Total</i>	<i>11</i>	<i>15</i>	<i>23</i>	<i>8</i>	<i>4</i>	<i>1</i>	<i>62</i>

Fonte: Dados da pesquisa

Com base na Tabela 5 nota-se que o número de dependentes dos clientes, está concentrado em dois, sendo 37% da amostra total e 44,44% entre os inadimplentes. Por outro lado, o estudo do Fiori (2018 p. 8) mostra que 55% dos entrevistados da sua pesquisa nem possuem dependentes, nota-se, portanto, que essa variável não pode ser generalizada como um fator de inadimplência, o estudo do Fiori foi feito no norte brasileiro.

Tabela 6– Tabela Inadimplência x Gênero

<i>Inadimplência x Gênero</i>			
	<i>Homem</i>	<i>Mulher</i>	<i>Total</i>
<i>Inadimplente</i>	<i>6</i>	<i>30</i>	<i>36</i>
<i>Adimplente</i>	<i>3</i>	<i>23</i>	<i>26</i>
<i>Total</i>	<i>9</i>	<i>53</i>	<i>62</i>

Fonte: Dados da pesquisa

A partir dos dados da Tabela 6, nota-se que 83,33% dos clientes inadimplentes são do gênero feminino. Percebe-se, ainda que do total de clientes 85,4% são do gênero feminino, o que por proporção acaba por afetar o número de inadimplentes. Os dados, no entanto, são convergentes ao estudo do SPC e CNDL, que aponta para maior índice de gênero feminino entre os inadimplentes, em que a cada 10 clientes inadimplentes, 6 são mulheres. O índice de inadimplência para o gênero feminino é de 57,80%.

Tabela 7 – Tabela Inadimplência x Prazo

<i>Inadimplentes x Prazo</i>			
	<i>Ate 30 Dias</i>	<i>Acima de 30 Dias</i>	<i>Total</i>
Inadimplentes	0	36	36
Adimplentes	26	0	26
Total	18	44	62

Fonte: Dados da pesquisa

Os dados da Tabela 7 buscaram caracterizar a inadimplência com base nos dias de atraso. Encontrou-se que dos 36 clientes com inadimplência, todos apresentaram atraso superior a 30 dias.

Conclui-se, portanto, que dessa análise resulta que o perfil de clientes inadimplentes, na empresa em estudo, são, na maioria do gênero feminino, viúvas com 2 filhos e aposentadas com 1 a 2 salários mínimos de renda. Com base nessas informações, a empresa pode buscar estabelecer um procedimento de análise e concessão de crédito mais rigoroso de forma e minimizar o risco de inadimplência.

4.3 ANÁLISE DE CRÉDITO

Considerando que a empresa não possui um procedimento organizado para a concessão e análise de crédito, sugere-se colocar em prática técnicas de análise com base no conceito dos 5 Cs de Crédito, adotando como sua política de concessão de crédito aos clientes.

A análise de crédito por meio dos 5 Cs do crédito são: caráter, capacidade, capital, colateral e condições, assim a empresa terá que ter informações do tomador do crédito como;

- Caráter está relacionado com as informações que possui do cliente sobre atrasos de pagamentos e sua situação com a empresa, também como está seu nome perante cartórios, e pendências em geral.

- Capacidade significa o quanto o cliente consegue pagar em determinada compra, coletando informações quanto à comprovação de renda, por meio da declaração de imposto de renda, quando existir, para calcular sua média salarial e assim, a empresa conseguir habilitar algum crédito a ele.
- Capital consiste em verificar como está a situação econômica dele, se tem casa própria e se possui alguns financiamentos e empréstimos no nome.
- Colateral, uma opção, seria solicitar um avalista, para a empresa não sair lesada e, por último,
- Condições seria verificar se o cliente está trabalhando regularmente, se não está em férias ou aviso prévio para com cliente assalariados e caso seja autônomos conferir se o tempo do serviço estará em dia com a conta a ser paga.

Conforme Santos (2013) destaca, uma empresa precisa de um cadastro único para minimizar a inadimplência, juntamente com uma boa análise de crédito que também pode ser feita pelo método 5 Cs de Crédito.

A cobrança da empresa é feita com ligações aos clientes, para que possam vir á empresa regularizar suas pendências podendo também utilizar procedimentos de cobranças extras, que são: protestos de cheques recebidos de clientes e promissória usada pela empresa, enviar e-mails aos clientes, continuar ligando a eles e, em últimos casos contratar uma agência de cobrança, pois como é uma pequena empresa os gastos podem ser superiores ao que irá receber de seus inadimplentes.

Em relação a métodos de cobranças citado por Gitman (2004) *apud* Santos e Tonin (2015), que é o envio de e-mail e o contato telefônico, a empresa atualmente usa só o contato telefônico, e agora visando usar o e-mail eletrônico para fazer cobranças, pedindo agora no cadastramento o e-mail do cliente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo feito na empresa Ganske Calçados e confecções LTDA, teve o intuito de auxiliar a empresa na gestão de contas a receber e nas análises de crédito, buscamos em uma análise de dados da empresa sobre o cadastramento dos seus clientes, definir um perfil de clientes inadimplentes chegando a conclusão de que são, na maioria, mulheres; viúvas com 2 filhos e aposentadas com 1 a 2 salários mínimos de renda.

Os resultados desse estudo, quanto ao perfil de inadimplentes, corrobora os resultados da pesquisa feita pela CNDL/SPC, visto que nela também há um grande índices de mulheres e com renda de 1 a 2 salários mínimos.

Buscando minimizar os riscos de inadimplência, sugere-se à empresa a utilização do conceito dos 5 Cs do crédito, para estruturar sua política de concessão de crédito aos clientes.

Uma variável que pode impactar a inadimplência é a questão de número de dependentes do cliente, portanto, a empresa precisa considerar essa informação de dependentes de cada clientes para conceder crédito, pois cada vez que aumenta dependentes conseqüentemente diminui seu poder de pagamento. Essa é uma variável a ser considerada na política de crédito, sendo que a análise de crédito da empresa anteriormente não usava uma política mais regrada, para que as vendas a prazo futuras da empresa tenha o retorno desejável, pois a inadimplência da empresa, considerando o volume de vendas, pode ser considerada alta, como visto nos gráficos e nas tabelas elaboradas com base no livro caixa da empresa, em determinadas épocas do ano.

REFERÊNCIAS

ALVES, ANDREANE MARIA VASCONCELO ALVES. **A IMPORTÂNCIA DO CONTROLE INTERNO NA GESTÃO EMPRESARIAL**: Um estudo de caso numa empresa do ramo de Supermercado 2015, Catalogação da Publicação na Fonte Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN Sistema de Bibliotecas – SISBI.

BARADEL, Simone Martins e Adriel Rodrigues Oliveira. **PLANEJAMENTO E CONTROLE FINANCEIRO: PESQUISA-AÇÃO EM UMA MICROEMPRESA VAREJISTA**, Revista de Negócios, ISSN 1980-4431, Blumenau, v15, n.4, p 78-96, Outubro 2010.

BECKER, Gisele Patricia Becker, Rosane Maria Seibert, Berenice Beatriz Rossner Wbatuba E Neusa Maria da Costa Gonçalves Salla, Pensar Contábil, Rio de Janeiro, v. 18, n. 66, p. 24-35, maio/ago. 2016. BONETTI, Gêssica Bonetti, Flávio Schlickmann e Rovânio Bussolo I **CONGRESSO SUL CATARINENSE ADMINISTRAÇÃO E COMERCIO EXTERIOR**, Criciúma, 2017.

CAMARGOS, Marcos Antônio de Camargos, Mirela Castro Santos Camargos, Flávio Wagner Silva, Fabiana Soares dos Santos e Fabiana Soares dos Santos. ANPAD, RAC, Curitiba, v. 14, n. 2, art. 8, pp. 333-352, Mar./Abr. 2010.

CNDL E SPC, 2018. <<https://www.spcbrasil.org.br> > 2018/08 > analise_perfil_inadimplente_2018>

CRCSP/IBRACON<<http://www.ibracon.com.br/ibracon/Portugues/downloadFile.php?parametro=Li4vLi4vaWJyYWNvbi91cGxvYWQvaW5zdGI0dWNpb25hbC8xMzM0NTk1NzA0YXVkaXRvcmlhX3JlZldHJvc19kZV91bWFfcHJvZmlzc2FvLnppcA> Acesso em 02/10/2019.

DADOS IDOSOS < <https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/idosos-estao-muito-mais-inadimplentes-com-contas-de-agua-luz-e-gas-do-que-o-restante-da-populacao-revela-serasa>> Acesso em 20/10/2019.

Dados de estado Civil < <http://g1.globo.com/economia/seu-dinheiro/noticia/2014/11/ranking-de-inadimplentes-tem-mais-casados-que-solteiros-mostra-scpc.html>> Acesso em 01/12/2019

DAROS E PINTO, Mariane Daros e Nelson Guilherme Machado Pinto. **Inadimplência no Brasil**: Uma Análise das Evidências Empíricas, Revista de Administração IMED, Passo Fundo, vol. 7, n. 1, p. 208-229, Jan.-Jun. 2017 - ISSN 2237-7956 [Recebido: Out. 17, 2016; Aprovado: Jun. 22, 2017] DOI: <http://dx.doi.org/10.18256/2237-7956/raimed.v7n1p208-229>.

FIORI, DIOGO DEL FIORI, ROSANA ZAU MAFRA, TATIANE AMENDOLA FERNANDES, JOSÉ BARBOSA FILHO, LUIZ ROBERTO COELHO NASCIMENTO. **O EFEITO DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA SOBRE A RELAÇÃO ENTRE ADIMPLÊNCIA E TRABALHADORES NA CIDADE DE MANAUS**. SINERGIA, Rio Grande, v. 21, n. 2, p. 31-45, jul./dez. 2017

MALLMANN, Estela Isabel et al. **FINANÇAS PESSOAIS**: Análise dos gastos e da propensão ao endividamento em Estudantes de Administração. In: XII SEMEAD, 2009, São Paulo. XII SEMEAD: Empreendedorismo e Inovação, 2009.

POTRICH, Ani Caroline Grigion PotrichI, Jaqueline Carla Guse, Tamara Da Silva Linhares, Luiz Antônio Rossi De Freitas, Marivane Vestena Rossato. **X SEG TEC SIMPOSIO DE EXELENCA EM GESTAO E TECNOLOGIA**, 2012.

SANTOS, Jairo Silva Dos Santos. **ANÁLISE DE CRÉDITO E GESTÃO DO CONTAS A RECEBER NA EMPRESA TNT MERCÚRIO**. Criciúma, 2013.

RITTA, Cristina Rui da Silva E Andréia Citadin. **AS CARACTERÍSTICAS DA GESTÃO DE TESOURARIA NAS ORGANIZAÇÕES DA REGIÃO CARBONÍFERA DESANTA CATARINA**, R. Eletr. do Alto Vale do Itajaí – REAVI, v. 5, n. 8, p. 01-13, dez., 2016

ISSN: 2316-4190, DOI: 10.5965/2316419005082016001
SANTOS, Elisângela Rodrigues da Silva Santos1 João Ricardo Tonin, Elisângela Rodrigues da Silva Santos1 João Ricardo Tonin, 2015. **III SEMINÁRIO EMPRESARIAL E III JORNADA DE TI** ISBN: 978-85-68323-04-5.

SERRÃO, Carlos Alberto Veronese. **UMA ANÁLISE DE GESTÃO DE CONTAS A RECEBER: ESTUDO DE CASO PARA A INDÚSTRIA DE CONFECÇÃO TRIUMPH**. 2001 <FGV EBAPE - Dissertações, Mestrado em Gestão Empresarial>

ULIANO, Andreza Campos Uliano. **CONTROLE INTERNO DE CONTAS A RECEBER: UM ESTUDO DE CASO EM UMA EMPRESA COMERCIAL DE PEQUENO PORTE**, 2007 <<https://repositorio.ufsc.br/handle/>>.

SERASA EXPERIAN, <<https://www.serasaexperian.com.br/sala-de-imprensa/inadimplencia-do-consumidor-bate-recorde-e-atinge-618-milhoes-revela-serasa> Acesso em 01/10/2019

SERASA EXPERIAN <<https://www.serasaexperian.com.br/amplie-seus-conhecimentos/indicadores-economicos> Acesso em 01/10/2019