

GESTÃO SUSTENTÁVEL DO CRÉDITO EM EMPRESAS DO SETOR VAREJISTA NO SEGMENTO DE AUTOPEÇAS

JAINÉ GALON PEREIRA

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA - UNIR

ANDREIA DUARTE ALEIXO

NILZA DUARTE ALEIXO DE OLIVEIRA

OZANA RODRIGUES BORITZA

ROGERIO SIMAO

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA - UNIR

Introdução

A análise de crédito é considerada um relevante instrumento gerencial que possui a finalidade de garantir a continuidade dos negócios com segurança e lucratividade. A oportunidade de compras a prazo aos consumidores é de suma importância para o fomento das vendas no Comércio varejista, no entanto, surgem proporcionalmente os riscos de inadimplência e prejuízos à organização devido ao aparecimento de maus pagadores e inadimplentes (Roveda, 2002). Muitas empresas concedem crédito sem se preocupar com os parâmetros necessários para a realização de uma venda segura.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Considerando o exposto, o presente artigo buscou responder ao seguinte questionamento: Quais são os fatores que devem ser considerados na avaliação de concessão de crédito ao consumidor, a fim de diminuir os riscos de não recebimento? O objetivo geral da presente pesquisa baseou-se em analisar os fatores que contribuem para a avaliação do risco de crédito ao consumidor, a fim de diminuir o risco do não recebimento dos créditos concedidos em empresas do segmento varejista de Autopeças no município de Cacoal/RO.

Fundamentação Teórica

As organizações para serem sustentáveis, precisam administrar seus recursos, de maneira eficiente, e ao mesmo tempo de forma competitiva em relação ao ambiente em que estão inseridas. E, um dos pilares da competitividade reside na capacidade da empresa ser vista como opção atrativa pelos consumidores. Assim, as organizações utilizam formas de atrair seu público-alvo, por meio do crédito, que é uma ferramenta capaz de ampliar as vendas e por outro lado exige maior atenção no gerenciamento das negociações feitas por seu intermédio (Tsuru, 2012).

Metodologia

Para a execução da presente pesquisa, foi utilizado o estudo exploratório-descritivo, pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo com abordagem qualitativa. A técnica adotada foi a um questionário com roteiro semiestruturado aplicada aos funcionários das empresas do segmento varejista de Autopeças no município de Cacoal/RO, que desempenham as seguintes funções: analistas, coordenadores de crédito e cobrança, encarregados financeiros e gerentes responsáveis pelo cadastro e controle de cobranças. A coleta de dados foi realizada no período de 9 de fevereiro a 16 de agosto de 2023.

Análise dos Resultados

Os resultados da pesquisa apontaram que todas as empresas do segmento varejista de autopeças no município de Cacoal, possuem similaridades nas práticas e ferramentas utilizadas na concessão do crédito ao tomador/consumidor. As empresas estão sempre procurando realizar investimentos neste setor, com a finalidade de melhorar as ferramentas e os critérios que são utilizados pelo setor de cobrança. E, por decorrência desses investimentos as empresas possuem diminuições expressivas em seus índices de inadimplência, crescimento de uma carteira de clientes financeiramente saudáveis.

Conclusão

Os resultados da pesquisa apontaram que todas as empresas, possuem consciência da importância da gestão do crédito no processo de tomada de decisão. As empresas sempre procuram realizar investimentos neste setor, com a finalidade de melhorar as ferramentas e os critérios que são utilizados pelo setor de cobrança. Por consequência, esses investimentos têm gerado diminuições expressivas em seus índices de inadimplência, crescimento de uma carteira de clientes financeiramente saudáveis e potencialização dos lucros, uma vez que os créditos são concedidos de forma bem mais consciente e fundamentada

Referências Bibliográficas

TSURU, Sérgio Kazuo; CENTA, Sérgio Alexandre. Crédito no varejo: Para pessoas físicas e jurídicas. Curitiba: InterSaberes, 2012. ROVEDA, Anadir. O Processo de Concessão de Crédito no Varejo de Eletroeletrônicos na cidade de Caxias do Sul. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre, 2002. SANDRONI, Paulo. Novíssimo Dicionário de Economia. São Paulo, Best Seller, 1999. LEWIS, E. An Introduction to Credit scoring. Fair Isaac: San Rafael, California. 1992. GITMAN, Lawrence J. Princípios da Administração Financeira. 12ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

Palavras Chave

Análise de crédito, Políticas de Crédito, Crédito

GESTÃO SUSTENTÁVEL DO CRÉDITO EM EMPRESAS DO SETOR VAREJISTA NO SEGMENTO DE AUTOPEÇAS

1 INTRODUÇÃO

A análise de crédito é considerada um relevante instrumento gerencial que possui a finalidade de garantir a continuidade dos negócios com segurança e lucratividade. A oportunidade de compras a prazo aos consumidores é de suma importância para o fomento das vendas no Comércio varejista, no entanto, surgem proporcionalmente os riscos de inadimplência e prejuízos à organização devido ao aparecimento de maus pagadores e inadimplentes (Roveda, 2002).

Muitas empresas concedem crédito sem se preocupar com os parâmetros necessários para a realização de uma venda segura, vislumbradas em conquistar seu espaço no mercado e garantir a liderança competitiva sobre seus concorrentes, não medem os riscos a que se submetem. No entanto, quando não se possui uma maneira eficiente de reconhecimento de potenciais clientes, é possível fazer grandes investimentos em tomadores que não trarão o retorno esperado para a organização. Portanto, possuir instrumentos que determinam os padrões norteadores de uma decisão como as políticas de crédito são fundamentais para uma escolha coerente aos riscos e com certa segurança de recebimento do valor confiado (Camilo, 2019; Rogers, 2011).

Assim, a análise de crédito é fundamental na tomada de decisão em um cenário de instabilidade e incertezas que subsidiam a escolha de liberação ou não do crédito ao cliente. Para o Conselho Monetário Nacional (CMN), através de sua Resolução CMN nº 3.721 de 30 de abril de 2009, o risco de crédito é a “possibilidade de ocorrência de perdas associadas ao não cumprimento pelo tomador ou contraparte de suas respectivas obrigações financeiras nos termos pactuados”, logo, a prevenção contra os riscos de recebimento se baseiam no processamento das informações consolidadas sobre o solicitante do crédito. A capacidade de gerir os riscos vinculados ao crédito é um fator determinante para a sobrevivência de uma organização em um mercado altamente sagaz e competitivo e com constantes oscilações macroeconômicas (Magalhães, 2017).

Considerando o exposto, o presente artigo buscou responder ao seguinte questionamento: Quais são os fatores que devem ser considerados na avaliação de concessão de crédito ao consumidor, a fim de diminuir os riscos de não recebimento?

O objetivo geral da presente pesquisa baseou-se em analisar os fatores que contribuem para a avaliação do risco de crédito ao consumidor, a fim de diminuir o risco do não recebimento dos créditos concedidos em empresas do segmento varejista de Autopeças no município de Cacoal/RO.

Para a execução da presente pesquisa, foi utilizado o estudo exploratório-descritivo, pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo com abordagem qualitativa. A técnica adotada foi a um questionário com roteiro semiestruturado aplicada aos funcionários das empresas do segmento varejista de Autopeças no município de Cacoal/RO, que desempenham as seguintes funções: analistas, coordenadores de crédito e cobrança, encarregados financeiros e gerentes responsáveis pelo cadastro e controle de cobranças. A coleta de dados foi realizada no período de 9 de fevereiro a 16 de agosto de 2023.

Os resultados da pesquisa apontaram que todas as empresas do segmento varejista de autopeças no município de Cacoal, possuem similaridades nas práticas e ferramentas utilizadas na concessão do crédito ao tomador/consumidor. As empresas estão sempre procurando realizar investimentos neste setor, com a finalidade de melhorar as ferramentas e os critérios que são utilizados pelo setor de cobrança. E, por decorrência desses investimentos as empresas

possuem diminuições expressivas em seus índices de inadimplência, crescimento de uma carteira de clientes financeiramente saudáveis, o que torna mais eficiente o processo de tomada de decisão.

2 GESTÃO SUSTENTÁVEL DO CRÉDITO NAS ORGANIZAÇÕES

As organizações são consideradas peças fundamentais para a sociedade, pois, é através delas que, diretamente ou indiretamente, são executadas a maior parte das atividades desenvolvidas na sociedade (Lacombe, 2009). As organizações para conseguirem executar suas funções diárias necessitam tomar decisões, ou seja, precisa de uma gestão que planeja, organiza, lidera, executa e controla fazendo com que a organização se torne eficaz. (Maximiano, 2011; Bateman; Snell,2006).

As organizações para serem sustentáveis, precisam administrar seus recursos, de maneira eficiente, e ao mesmo tempo de forma competitiva em relação ao ambiente em que estão inseridas. E, um dos pilares da competitividade reside na capacidade da empresa ser vista como opção atrativa pelos consumidores. Assim, as organizações utilizam formas de atrair seu público-alvo, por meio do crédito, que é uma ferramenta capaz de ampliar as vendas e por outro lado exige maior atenção no gerenciamento das negociações feitas por seu intermediário. Assim, as empresas que optam por oferecer crédito como facilitador de vendas precisam investir na gestão e controle, como forma de garantir a saúde financeira da organização (Tsuru, 2012).

Neste sentido, o crédito surge como um instrumento que é utilizado pelas organizações para que o cliente possa adquirir um bem ou serviço que será pago posteriormente em uma ou mais parcelas. No entanto, é preciso que as organizações tenham cuidado com os clientes a quem cedem o crédito pois esses poderão não ter condições de quitar suas obrigações no futuro.

O crédito é considerado como todo ato da vontade ou disposição de alguém de destacar ou ceder, temporariamente, parte do seu patrimônio a um terceiro, com a esperança de que esta parcela retorne a sua posse integralmente, após determinado período (Schrickel, 1997).

Ressalta-se que com a crescente demanda de clientes a procura dessa ferramenta, é fundamental o aperfeiçoamento da gestão das empresas com foco na concessão de crédito a seus clientes, pois quanto mais ágil e preditiva for a decisão de crédito e menor o custo, melhores resultados terão as empresas (Vale, 2012). Para Lemes Junior; Rigo e Cherobim (2010) “As políticas de crédito são base da eficiente administração de valores a receber, pois orientam a forma como o crédito é concedido, definindo padrões de crédito, prazos, riscos, garantias exigidas e diretrizes de crédito”.

Assim, com a intenção de aumentar o fluxo de vendas, algumas organizações não consideram critérios e nem padrões para a concessão de crédito, facilitando o surgimento de contas incobráveis. Se a empresa aderir uma política de crédito muito rigorosa, terá menor risco de não receber, no entanto, reduzirá sua receita de vendas. O correto é haver um equilíbrio entre a rigidez e a flexibilidade na concessão de crédito, para assim obter aumento nas vendas, com baixo risco de inadimplência (Bonetti; Schlickmann; Bussolo; 2017).

As Políticas de crédito são os princípios de conduta comercial e financeira que orientam a forma como é concedido o crédito. Uma organização, ao conceder um determinado valor a seus clientes, baseia a sua decisão em regras que lhe garantem manter a coerência ao nível do risco assumido, pois um dos principais objetivos de uma política de crédito é assegurar que os devedores paguem conforme foi acordado previamente (Batista, 1994).

Tsuru (2012) elenca alguns modelos de possíveis metodologias de políticas de crédito a serem adotadas pelas empresas e suas possíveis consequências:

- I. **Crédito Liberal / cobranças rigorosas:** Alavancagem dos lucros através de uma concessão de crédito sem parametrização de clientes qualificados e não qualificados, no entanto com cobranças mais rigorosas.
- II. **Crédito rigoroso / cobranças liberais:** Concessão de crédito para clientes qualificados e com baixo risco de inadimplência.
- III. **Crédito rigoroso / cobranças rigorosas:** Reduz os índices de inadimplência, porém não resultam em altas taxas de lucro.
- IV. **Crédito liberal / cobrança liberal:** Alto risco de inadimplência por parte dos tomadores devido a facilidade de compra e ineficácia dos procedimentos de cobrança.
- V. **Crédito moderado / cobranças moderadas:** Otimiza os resultados devido a maior flexibilidade na relação credor e devedor.

Leuter e Klefens (2015) afirmam que existem vários fatores intrínsecos a natureza operacional das políticas de crédito como as diretrizes de cunho financeiro e mercadológico que causam impactos diretos em fatores econômicos e financeiros da empresa credora, tornando-se fundamentais, entre eles pode-se destacar: Conciliação dos prazos de recebimento das vendas com o pagamento de fornecedores, critérios de avaliação das condições econômicas e determinação de limites de crédito aos consumidores, bem como as formas que serão efetuadas as cobranças dos inadimplentes.

Gerir o crédito, controlar as cobranças e ter uma política atuante são fatores indispensáveis para as organizações que queiram se manter sustentáveis e autônomas economicamente. Ter essas ferramentas a sua disposição previnem grandes erros e diminuem os riscos na gestão, enquanto por outro lado garantem a saúde financeira da empresa, estabilidade no mercado, o seu progresso e conseqüente a vantagem competitiva (Camilo, 2019).

2.1 Análise do crédito

A análise de crédito compreende a capacidade de tomar uma decisão através de um conjunto de fatores em um panorama de incertezas, mudanças contínuas e informações incompletas. Se os fatores analisados forem em sua maioria positivos em relação ao perfil do tomador, a tendência é a obtenção de um parecer favorável quanto a liberação de crédito. Portanto, esta habilidade requer competência de analisar logicamente as situações e chegar a uma conclusão clara e o mais longe possível de erros (Birolo; Cittadin; Rita, 2011; Schrickel, 1997).

A captação do máximo de informações ainda é o modo mais eficaz de se defender de uma decisão equivocada (Blatt, 1999). Não existe uma forma única de como a organização pode avaliar seus clientes, isso porque os procedimentos de análise devem se adequar ao perfil e realidade de cada empresa, nesse sentido a análise de crédito também tem o propósito de estabelecer procedimentos que identifiquem o grau de incertezas por meio de ferramentas racionais tanto de forma subjetiva quanto objetiva de acordo com destacadas abaixo (SOUZA, 2012):

I. Análise Subjetiva

O método de análise subjetiva envolve um parecer individual quanto à liberação ou recusa de crédito. A decisão baseia-se no conhecimento adquirido, disponibilidade de informações e sensibilidade de cada analista quanto ao risco do negócio e viabilidade da concessão (Santos, 2003).

Para Baraldi (1990), os dados que são necessários para esta análise são tipicamente conhecidos como 5 C's do crédito:

- a) **Caráter** - é o parâmetro mais decisivo e importante na liberação de crédito e refere-se à intenção de pagamento das obrigações. É o levantamento das boas e más qualidades do tomador através de experiências anteriores com outras empresas, bancos e fornecedores (Bem, Santos e Comitre, 2007).
- b) **Capacidade** - é o potencial do tomador em honrar e pagar seus compromissos dentro prazos e valores acordados. A forma como o cliente administra suas finanças pessoais através de indicadores vinculados aos rendimentos mensais *versus* o seu endividamento financeiro podem ser um bom parâmetro de mensuração de sua capacidade de pagamento (Silva, 2016; Magalhães, 2017).
- c) **Capital** - é a força financeira que o tomador tem refletida através de sua posição patrimonial, sendo uma análise dos bens e recursos disponíveis para acobertar os seus débitos (Gitman, 2010; Leuter e Klefens, 2015).
- d) **Colateral** - é uma espécie de segurança adicional à operação de crédito dada pelo tomador para aumentar o grau de confiabilidade da operação, são garantias patrimoniais complementares como por exemplo casas, automóveis e aplicações em valores mobiliários (Florzino, 2002; Leuter e Klefens, 2015).
- e) **Condições** - não é propriamente um controle sobre o cliente, mas uma avaliação de fatores em seu macroambiente que podem afetar a sua capacidade de pagamento como por exemplo o processo inflacionário, aumento nas taxas de desemprego, modelos de políticas adotadas pelo governo, dentre outros (Leuter e Klefens, 2015).

Na análise de cada item, é possível verificar a importância e interdependência uns com os outros, todos são essenciais como parâmetros de avaliação e direção na tomada de decisão, no entanto, a interpretação não deve ser feita de maneira individual e isolada, sob pena de não obter dados totalmente confiáveis, mas deve ser realizada uma análise em conjunto com todos os elementos a fim de aumentar o grau de confiabilidade. A exemplo, se o tomador possuir caráter, mas não possuir capital e capacidade, nada valerá a sua intenção de “querer pagar”. Por outro lado, poderia ter capacidade, condições, capital e garantias, mas se não tiver caráter, isto é, determinação em saldar suas dívidas de nada valerá os demais (Lança, 2014).

A fim de impedir a subjetividade pertencente a decisões de análise de crédito, muitas organizações utilizam-se ainda dos métodos estatísticos como o *Credit Scoring* e o *Behavioral Scoring* para os direcionarem matematicamente, onde as principais informações consideradas são, padrões comportamentais, residência, trabalho e estado civil (Lobato; Silva; Ribeiro, 2009)

II. Análise Objetiva

A análise objetiva, também conhecida como *Credit Scoring* é uma sistemática que atribui pontuações às variáveis da decisão de crédito através de cálculos estatísticos, segregando características relevantes e identificando fatores-chave para a decisão de aceitação ou não do crédito em análise (Lewis, 1992). Assim, a pontuação resultante pode ser utilizada para classificar os tomadores de crédito como adimplentes ou inadimplentes e desejáveis ou não (Saunders, 2000).

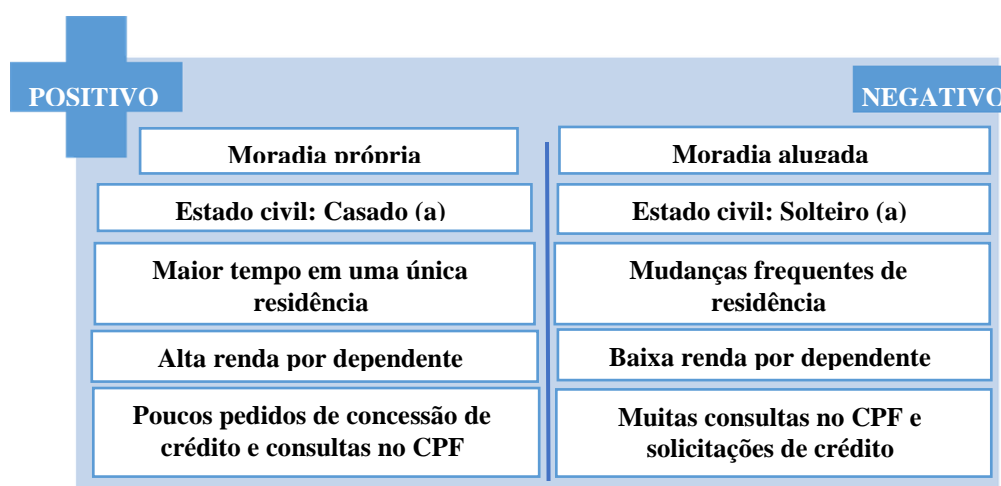
Segundo Saunders (2000), os modelos de análise objetiva são fragmentados em duas categorias: Modelos de aprovação de crédito (*Credit Scoring*) e modelos de escoragem comportamental, conhecido como *Behavioural Scoring*. A distinção entre ambos é que o primeiro é utilizado quando o cliente deseja iniciar um relacionamento de compras a prazo com a empresa pela primeira vez. Já segundo modelo, *Behavioural Scoring* é utilizado quando o cliente já possui um histórico de negociações com a organização, nesse caso, são observadas

informações como o histórico de pagamentos, atrasos de pagamento, volume de operações de crédito e tempo de relacionamento do cliente com a empresa para determinar se o limite do cliente deve ser aumentado, reduzido ou zerado (Reis, 2017).

Em síntese, “A teoria por trás destes sistemas está que o comportamento futuro do cliente irá ser igual a de clientes parecidos com ele que usaram o mesmo produto, ou no segundo caso que a experiência com o próprio poderá definir seu comportamento no futuro” (Carvalho, 1999, P. 9). Cada organização deve ter seu próprio modelo de *Credit Scoring*, uma vez que a formação do portfólio depende do produto, da área de atuação e do público-alvo, entre outras características, de cada empresa (Carvalho, 1999).

Assim, os dados apresentados na figura 1 são um exemplo de como as informações do cliente podem ser avaliados pelo método:

Figura 1: Variáveis do *Credit Scoring* e seu impacto nas pontuações



Fonte: Elaborado pela autora baseado em Caouette (2008).

Apesar de ser um método científico e estatístico, ainda existe possibilidades de conceder crédito a um mau pagador e recusar a um cliente em potencial. Nenhum sistema de gestão, por mais sofisticado que seja consegue levantar todos os dados relevantes para a classificação do devedor (Lobato; Silva; Ribeiro, 2009). Os modelos de *Credit Scoring* trazem benefícios significativos às organizações como por exemplo a consistência nos processos, facilidade de interpretações nos resultados, melhoria na organização das informações e redução do tempo gasto pelos analistas nas tomadas de decisões (Caouette, 2008).

Destaca-se ainda, que no Brasil, existem empresas especializadas em informação que possuem a finalidade de fornecer dados atualizados sobre os consumidores e quanto ao cumprimento de prazos de pagamento. Essas informações são obtidas por meio do cadastro realizado junto a empresa, potencializando ainda mais a tomada de decisão quanto a liberação do crédito ao consumidor final (Gitman, 2010).

De acordo com Mendes (2016), dentre os órgãos que fornecem essas informações, destacam-se:

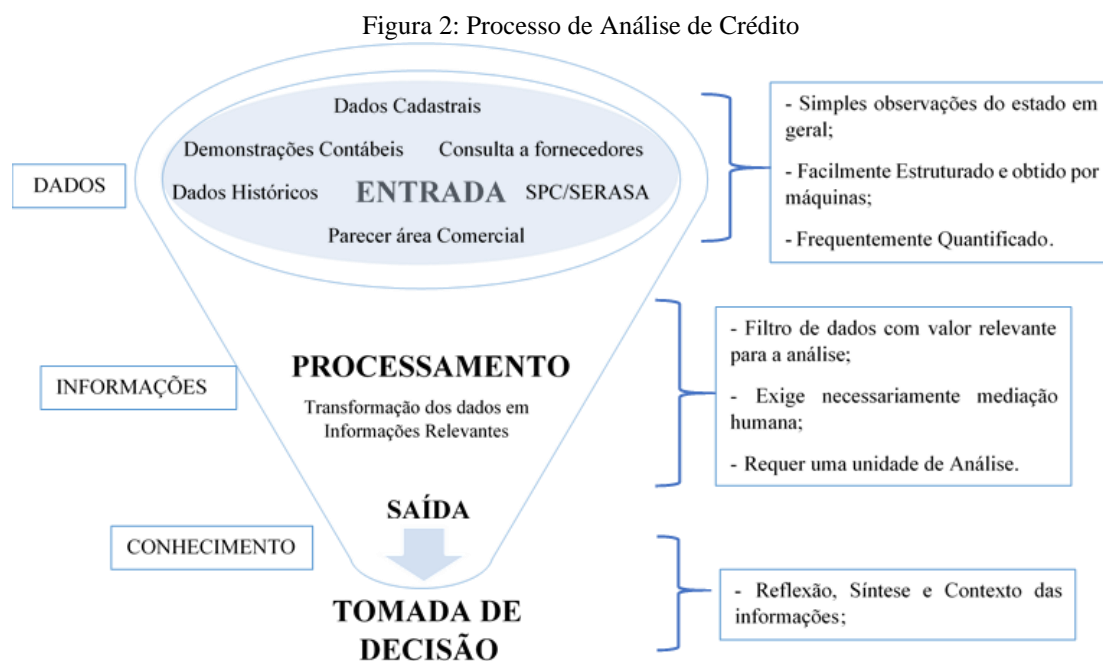
- a) **Serasa Experian:** Empresa brasileira de análises e informações para decisões de crédito. Com as consultas realizadas através dessa ferramenta é possível obter dados como registros das últimas consultas realizadas, débitos em atraso, cheques devolvidos, pontuação score, dados cadastrais em geral.
- b) **Serviço de Proteção ao Crédito (SPC BRASIL):** Instituído pelas Câmaras de Dirigentes Lojistas (CDLs), é considerado o maior banco de dados da América Latina, com mais de 1,2 milhões de associados em todo o Brasil, transmitem informações sobre a situação creditícia dos clientes.

Assim, as empresas contratam esses serviços com o intuito de agilizar a informação disponibilizada em tempo real, de forma precisa, consistente e de fácil acesso. Esses órgãos, promovem estímulos ao desenvolvimento de inovações na área de gestão do crédito e proporcionam uma maior agilidade na integração e comunicação com outros sistemas, auxiliando no processo de tomada de decisões (Moraes; Sales; Dacorso, 2014).

2.2 Tomada de decisão

A obtenção e tratamento de informações confiáveis constituem a base para uma análise e tomada de decisão de crédito segura. Uma tomada de decisão errada no momento da análise pode levar a organização a dois tipos de infortúnios, sendo o primeiro, a perda de um provável bom negócio caso a recusa for indevida ou a um prejuízo, se a concessão também tenha sido liberada de maneira equivocada (Silva, 2016; Maia, 2012). Perder dinheiro é um risco que toda organização corre ao prestar modelos de negociações a prazo, no entanto, esta perda jamais deve ocorrer por falta de informações ou informações que não foram devidamente ponderadas, embora previstas ou previsíveis, a esta perda Schrickel (1997) dá o nome de “perda mal perdida” uma vez que poderia ter sido evitada.

Para que o processo de tomada de decisão aconteça com sucesso, é preciso que seja feita a análise de dados e informações que embasam questionamentos e estabelecem questões alternativas reduzindo as incertezas (Oliveira, 2010). A figura 2 mostra como os dados são integrados no processo decisório e transformados em informações relevantes que impactam e definem no resultado.



Fonte: Elaborado pela autora baseado em Roveda (2002, p.36) e Davenport (1998, p. 18).

Os dados são registros estruturados das transações que ainda não foram processadas e podem ser encontrados por qualquer tipo de fonte de maneira bruta e desorganizada. Nem todos os dados possuem utilidade para as organizações e por isso devem ser filtrados de acordo com o escopo definido. Já as informações são constatações sólidas extraídas através da seleção e processamento dos dados obtidos, otimizando os resultados, diminuindo as incertezas e aumentando a eficiência do processo (Boratti, 2002).

Para Sveiby (1998), são as informações estruturadas e consolidadas que possibilitam a criação de conhecimento para a tomada de decisão, sendo o resultado do processamento delas. Sob a Perspectiva de Choo (2003), a tomada de decisão é gerada por uma necessidade de escolha, uma decisão inteligente requer identificar alternativas e consequências de acordo com os objetivos estabelecidos na política de crédito. Para que seja bem-sucedida nesta missão a organização precisa estar em posse de todo o conhecimento que puder obter.

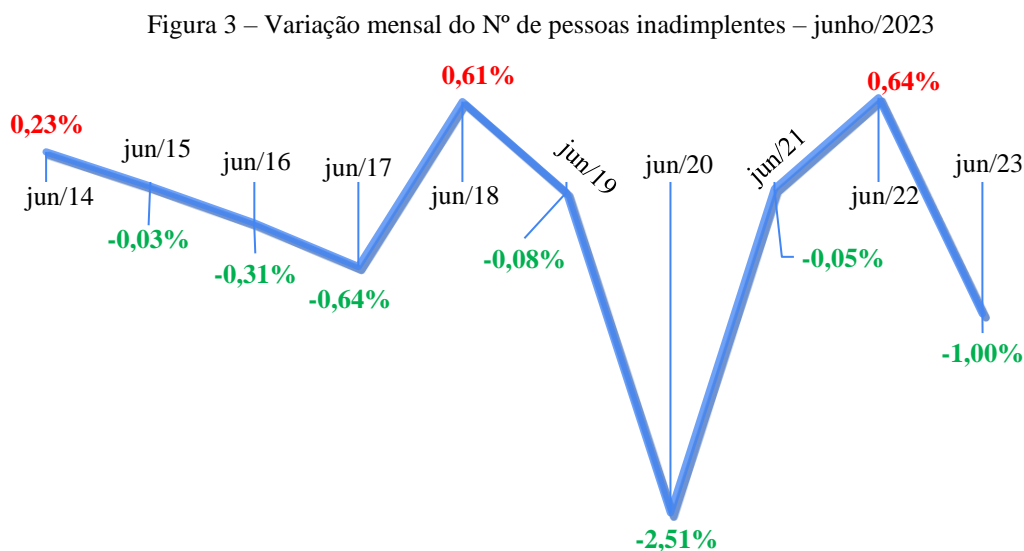
3 RISCOS DE INADIMPLÊNCIA

Os riscos permeiam toda a atividade humana e toda ação ou decisão trazem consigo a possibilidade de gerar diferentes consequências daquela que se espera. Blatt (1999) afirma que o risco na concessão do crédito ocorre quando o credor não recebe plenamente o valor combinado na data prevista e acaba sofrendo danos financeiros.

Assim, Sandroni (1999, p. 293) define o termo Inadimplência como “a falta de cumprimento das cláusulas contratuais em determinado prazo”. Dessa forma, a análise de crédito feita pelas organizações é um fator determinante para a diminuição dos riscos de inadimplência e controle dos índices de endividamento para toda a sociedade (Jeronimo; Prazeres, 2015).

De acordo com a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) no mês de junho de 2023, cada 10 (dez) brasileiros adultos, 4 (quatro) estão em estado de inadimplência e com seus nomes negativados, sendo equivalente a 66,65 milhões de pessoas. Apesar de ter ocorrido uma diminuição de -1,00% do índice de inadimplência na passagem do mês de maio para junho de 2023, cuja instituição acredita ter sido causada pelo alto valor da taxa Selic e redução dos pedidos de empréstimos, a inadimplência ainda é muito alta no país, logo, ainda é cedo para dar um diagnóstico com precisão. Portanto, é preciso acompanhar os próximos meses para ter-se convicção que esta variação positiva é uma tendência ou apenas um caso pontual.

A figura 3 representa um comparativo de variação mensal do mês de junho no decorrer dos últimos 10 (dez) anos em comparação com seus respectivos meses anteriores.



Fonte: Elaborado pela autora baseado no SPC Brasil (2023).

Ainda, segundo a pesquisa, no mês de junho de 2023, cada consumidor possuía dívidas que totalizavam em média R\$ 4.030,25 e desses, quase cinco em cada dez consumidores (45,70%) possuíam dívidas de até R\$ 1.000 e 40,49% possuíam dívidas entre R\$ 1.001,00 e

R\$ 7.500,00. Paralelamente, os indicadores de endividamento mostraram um crescimento de 17,16% em relação ao mesmo período de 2022.

Apesar de haver probabilidades de não recebimento, conhecer as possíveis causas de inadimplência podem auxiliar na busca por medidas proativas e melhorias para as concessões de crédito futuras e atualizações de suas políticas (Vieira, 2010). A figura 5, destaca alguns fatores que podem colaborar para o surgimento de uma situação inadimplente.

Figura 4 – Precusores da inadimplência

DENTRO DA EMPRESA	SITUAÇÃO DO CLIENTE
Informações desatualizadas	Compras realizadas por impulso
Vendas a prazo sem parametrização e alargamento dos prazos de pagamento	Desemprego
Cobrança Ineficiente	Doença / Problemas familiares
Negligência na Análise de Concessão	Má fé
Falta de limites de créditos equivalentes	Falta de cobrança

Fonte: Elaborado pela autora baseado em Vale (2012).

Quando há a preocupação da organização em se precaver dos danos da inadimplência ela pode se respaldar nos casos já existentes de sua carteira e nos fatores que levaram os seus clientes a essa situação para desenvolver políticas de crédito e cobrança a favor recuperação e prevenção contra futuros casos de incumprimento (Barth, 2004). Possuir uma política de cobrança ativa, realista e que se adequa as necessidades da empresa faz total diferença no processo de gestão do crédito e redução dos índices de inadimplência, uma vez que ela determina os passos que devem ser seguidos para garantir o recebimento das dívidas (Vale, 2012).

4 METODOLOGIA

Os procedimentos metodológicos utilizados para a realização da pesquisa, foram conforme os objetivos propostos e com a problemática. A metodologia utilizada foi de natureza aplicada, abordagem qualitativa, com estudo de campo.

A pesquisa se classificou como exploratória e descritiva. Exploratória, pois teve como propósito analisar os resultados relacionados a identificação das dificuldades no processo de análise de crédito e os benefícios que uma boa gestão traz a organização através da coleta de dados por meio de questionário e entrevistas. E descritiva, porque descreveu os perfis sociais, culturais e econômicos dos tomadores de crédito, bem como os resultados alcançados a partir da identificação dos principais pontos de observância.

Quanto aos procedimentos, a pesquisa se classificou como bibliográfica e pesquisa de campo com abordagem qualitativa. A pesquisa qualitativa busca interpretar e compreender detalhadamente as características situacionais dos fatores que contribuem para o processo decisório da concessão do crédito ao consumidor e dos fatores que contribuem para a prevenção da inadimplência (Creswell, 2021).

O público-alvo da pesquisa foram funcionários das empresas do segmento varejista de Autopeças no município de Cacoal/RO, que desempenham as seguintes funções: analistas, coordenadores de crédito e cobrança, encarregados financeiros e gerentes responsáveis pelo cadastro e cobranças.

Para conhecer o universo da pesquisa, foi realizado um levantamento das empresas do segmento que possuem o CNAE 4530-7/03 ativo no município de Cacoal/RO, junto a JUCER (Junta Comercial do Estado de Rondônia) e por meio do site do Observatório de Desenvolvimento Regional, com os seguintes critérios: 1) **Ramo e divisão de atividades:** Comércio; reparação de veículos automotores e motocicletas e 2) **Porte da empresa quanto ao seu faturamento anual:** Empresas de médio e grande porte.

Após o levantamento, identificou-se um quantitativo de 19 empresas que possuíam na descrição de suas atividades o CNAE 4530-7/03, referente ao segmento varejista de Autopeças. No entanto, algumas dessas organizações não comercializavam de fato autopeças e por isso, optou-se pelo critério de selecionar apenas aquelas que estão diretamente ligadas a atividade de varejo de Autopeças no município de Cacoal, sendo estas, de fato, a amostra da pesquisa.

A amostra da pesquisa foram 15 (quinze) empresas do segmento varejista de Autopeças no município de Cacoal/RO. Destas, apenas 9 (nove) responderam ao questionário, 5 (cinco) se recusaram a responder e 1 (uma) empresa alegou não efetuar nenhum tipo de venda à prazo (vendem apenas à vista ou cartão de crédito).

A coleta de dados foi realizada no período de 9 de fevereiro a 16 de agosto de 2023. O instrumento utilizado durante a coleta de dados foi um questionário com roteiro semiestruturado, constituído a partir dos objetivos propostos e em conformidade com o referencial teórico pesquisado.

E, para o tratamento dos dados, foi adotado a análise de conteúdo, possuindo como objetivo minimizar as incertezas e enriquecer a leitura dos dados coletados através de seu tratamento e interpretação. Foram empregados recursos gráficos para a apresentação das informações finais a partir da utilização de programas editores de texto e planilhas para captação dos dados (Mozzato, Grzybovski, 2011).

5 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção serão apresentados os resultados e a análise da pesquisa a partir dos dados obtidos por meio das entrevistas.

Quanto a análise de crédito, questionou-se aos entrevistados sobre as políticas de crédito da empresa. Assim, 100% das empresas entrevistadas informaram possuir uma política de crédito e 77,7% afirmaram que essas políticas internas das empresas são responsáveis pela diminuição dos índices de inadimplência. O propósito das políticas de crédito são a redução dos riscos e perdas, a aplicação de regras, limites e diretrizes, para a concessão do crédito e consequentemente para o controle dos riscos de inadimplência. Essas políticas vão desde a ação de solicitar a comprovação de identidade, renda e endereço do consumidor, confirmar os números de telefones cadastrados, consultas aos órgãos de Proteção ao crédito até ao estabelecimento de limites que serão liberados. Todos estes fatores estão diretamente ligados ao objetivo central da organização que é reduzir os riscos de inadimplência e possuir liquidez e capital de giro para efetuar suas transações.

Quando questionados sobre as políticas de crédito e cobrança da organização, 88,9% informaram que são de forma criteriosa tanto na liberação do crédito, quanto na cobrança. Para 55,6% dos entrevistados o histórico e relacionamento do cliente no mercado (Caráter) são considerados fator determinante e para 44,4% a capacidade de pagamento é considerada o principal diferencial. Para Gonçalves (2005) os riscos na concessão do crédito não podem ser totalmente extintos, a questão é procurar identificá-los e administrá-lo. Com a identificação e administração dos riscos de crédito, as empresas podem amenizar perdas futuras e gerar maior riqueza pela redução de perdas financeiras.

Ressalta-se que as empresas de autopeças sempre procuram realizar as pesquisas quanto a idoneidade do cliente em órgãos específicos, tais como: SERASA e o SPC. Outro fator,

relatado durante as entrevistas, é que uma das maiores dificuldades encontradas durante a análise de crédito está relacionada em levantar as informações comerciais em outras empresas que são indicadas pelos próprios clientes na abertura do crédito, devido a Lei Geral de Proteção e Dados (LGPD) e a escassez de comprovação de seu patrimônio através de documentos.

Para Stelzer, Gonçalves, Baptista *et. al* (2019, p. 11) “A LGPD não torna impossível gerir dados, tampouco oferece riscos à inovação, pelo contrário, ela promove e determina mecanismos de controle e proteção do núcleo duro dos direitos fundamentais dos indivíduos”. Quando aplicadas à proteção ao crédito, as regras de proteção aos dados pessoais se fazem necessárias para evitar os excessos na coleta e desvios de finalidade que podem acontecer durante o processo. Dessa forma, a correta aplicação dos métodos de análise de crédito associada a LGPD podem levar a organização a um crescimento de mercado de forma mais sustentável (Sebben, 2020).

Vale lembrar, que ferramentas como o SPC, Serasa e Cadastro Positivo são regulamentadas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC), haja vista que, são entidades prestadoras de serviços de proteção ao crédito e são consideradas como entidades de caráter público (Lei 8.078 de 11/09/1990). Portanto, ainda que essas bases de dados sejam legais, a partir da entrada em vigor da LGPD, as organizações possuem o dever de cuidado sobre como utilizar esses dados e devem manter registros que comprovem o cumprimento da LGPD durante todo o tratamento (Zuffo, 2021)

No que se refere as definições dos limites de crédito, os gestores consideram a correlação entre a capacidade de pagamento e o comportamento do consumidor são determinantes no valor a ser liberado. Para 55,5% dos entrevistados, o capital patrimonial do cliente, ou seja, quanto maior a comprovação de bens e capital, maior será o limite de crédito disponibilizado pela empresa. Destaca-se ainda, que além de utilizar o SPC e SERASA, algumas empresas utilizam outras ferramentas internas desenvolvidas pelas próprias empresas com o intuito de tornar ainda mais criteriosa a concessão do limite de crédito ao consumidor final.

Com relação ao público-alvo das empresas do setor de autopeças, 66,7% concedem crédito a clientes de natureza Física e Jurídica e 33,3% possuem uma política de conceder crédito apenas a Pessoas Jurídicas. De acordo com os entrevistados, as empresas que optaram por extinguir ou restringir parcialmente as vendas a prazo para Pessoas Físicas, se justificam pelo fato de que o número de inadimplência e dificuldade de recebimento destas é muito superior quando colocado em contraste com pessoas jurídicas. O principal ramo de atividade dessas empresas são: Transportes, oficinas mecânicas, agropecuária, dentre outros. A preferência pela natureza jurídica, ocorre devido as empresas necessitarem de ter o cadastro sempre regularizado, uma vez, que possuem uma demanda de compra diária nas autopeças maior que a Pessoa Física.

Segundo pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas e o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC, 2019), 46% dos inadimplentes sabem pouco ou nada a respeito de suas contas básicas, não possuem organização financeira gerando um descontrole e desequilíbrio entre suas receitas e despesas. Dessa forma, fica evidente que muitos brasileiros usam o crédito de maneira indevida, tornando uma ferramenta que poderia ampliar sua capacidade de consumo e de pagamento de forma responsável em um instrumento de autodestruição financeira quando utilizado de maneira irresponsável e desorganizada.

Também foi questionado sobre a frequência que os clientes procuram a empresa para realizar compras a prazo, evidenciou-se que 55,6%, dos clientes procuram as empresas diariamente para realizar compras a prazo, o que indica que as empresas precisam estar preparadas para conceder o crédito de forma segura e sustentável. De acordo com o órgão de Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), em 2022, houve um aceleramento no endividamento médio das famílias brasileiras no pós-pandemia e reproduziu

de diferentes formas o comportamento dos consumidores (Confederação Nacional do Comércio, 2023).

Referente a inadimplência e os potenciais riscos de perdas das organizações, verificou-se que 100% das empresas analisadas possuem ferramentas que possibilitam o acompanhamento da inadimplência, por meio de relatórios gerados diariamente e prospecção dos clientes com títulos vencidos. Quando a empresa identifica atrasos no pagamento por parte dos clientes, 88,9% das empresas iniciam os procedimentos de cobrança antes do 5º dia útil do vencimento e 11,1% iniciam as cobranças no período entre o 6º e 15º dia útil após o vencimento. Esse controle é realizado pelos próprios funcionários responsáveis pelo setor de cobrança.

Quanto aos controles de inadimplência foi considerada eficiente por 66,7% dos entrevistados e 33,3% acreditam ser boas práticas, porém ainda precisam ser aprimoradas. Diante da experiência dos profissionais entrevistados e convivência diária com os tomadores do crédito, o descontrole financeiro foi considerado a principal causa de atraso dos títulos, seguido dos aspectos macroeconômicos que não podem ser controlados pelos clientes, mas que acabam influenciando em sua fonte de renda e conseqüentemente pagamento dos valores em aberto.

Questionados sobre as principais causas que levam ao atraso e até mesmo a inadimplência pelos clientes/tomadores de crédito, para 55,6% das empresas entrevistadas apontaram ser causada pelo descontrole financeiro do cliente e 33,3% acredita estar relacionado aos aspectos políticos e econômicos (macroambiente) e seus reflexos.

Seja nas empresas ou na vida pessoal, é fundamental que os indivíduos tenham fundamentos de organização financeira para administrar seus recursos e a maneira como os distribui. Quando usado em uma situação de estabilidade financeira, o crédito atua como um financiador das atividades econômicas permitindo a acessibilidade a bens e serviços e suprindo as necessidades dos seus clientes (Frade; Magalhães, 2006).

Sobre as ferramentas utilizadas pelas empresas para reduzir seus índices de contas a receber atrasadas, as organizações demonstraram semelhanças entre si. Antes de adotar quaisquer medidas, 100% das empresas realizam os procedimentos de cobranças e orientam os clientes sobre os riscos do não pagamento preventivamente. Essas ações são realizadas via e-mail, informando os clientes sobre o vencimento são realizadas também ligações telefônicas e encaminhadas mensagens via WhatsApp.

Entretanto, 88,9% das empresas entrevistadas realizam a inclusão do CPF ou CNPJ do cliente em órgãos de proteção ao crédito entre o 10º e 30º dias após o vencimento. A partir do atraso o cliente fica com o crédito restringido na empresa e após 90 dias de atraso e várias tentativas de cobrança/recebimento são encaminhados os títulos de cobrança para escritórios jurídicos para execução judicial.

A concessão de crédito suscita em uma promessa de pagamento futuro e a cobrança é o caminho a ser percorrido para que esta promessa seja cumprida, dessa forma é válido dizer que a cobrança é uma consequência da liberação do crédito. Portanto, esta, faz parte do ciclo de negócios das empresas e cada vez mais assume um papel reconhecido e relevante dentro das organizações e suas políticas devem andar em sintonia com as políticas de concessão de crédito, uma vez que boas cobranças começam com uma boa gestão de crédito (Blatt, 2005; Silva, 2008).

Neste sentido, para que as empresas se mantenham sustentáveis e financeiramente estáveis e lucrativas, é crucial uma gestão financeira estruturada e bem alinhada através dos indicadores financeiros para que, no momento da cobrança, as possibilidades de negociação sejam analisadas a fim de atender as necessidades do cliente para que ele consiga efetuar o pagamento de seus débitos, sem afetar negativamente o resultado financeiro da empresa (Braga, 2019).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve por objetivo analisar os fatores que contribuem para a avaliação do risco de crédito ao consumidor, a fim de diminuir o risco do não recebimento dos créditos concedidos em empresas do segmento varejista de autopeças no município de Cacoal. A pesquisa evidenciou que as empresas do segmento varejista de autopeças no município de Cacoal, possuem similaridades nas práticas e critérios de concessão do crédito ao tomador/consumidor final, tanto na seleção, padrões e condições.

Para que a concessão do crédito ocorra de forma eficiente, o processo deve conter informações claras, confiáveis e precisas quanto ao perfil do tomador, capacidade de pagamento e histórico financeiro. As empresas, demonstraram ser criteriosas quanto a suas políticas de crédito e declararam que o principal fator avaliado por ambas é o caráter do consumidor, ou seja, seu histórico negativo ou positivo quanto as suas transações financeiras e comerciais, medido atualmente pelo famoso “Score de crédito” disponibilizado pelos órgãos de proteção e documentação apresentada pelos clientes.

Todas as empresas se utilizam de sistemas de informação que auxiliam no processo de tomada de decisão, algumas delas com o intuito de aprimorar ainda mais, desenvolveram ferramentas próprias que calculam as variáveis dos perfis de clientes, segmentam eles em grupos com características semelhantes e de maneira probabilística, representando o grau de risco que aquele tomador traz a organização e sugere ao analista a decisão de aprovar, recusar ou reavaliar as chances de liberação do crédito.

Assim, a pesquisa evidenciou que as empresas pesquisadas, utilizam tanto o julgamento humano (subjetividade) de seus analistas, quanto sistemas de pontuação do perfil do cliente para tomarem suas decisões, desta forma, as análises realizadas conseguem delimitar claramente os potenciais clientes a se tornarem inadimplentes ou não junto à organização.

Outro fator, refere-se aos procedimentos pós-concessão de crédito. As empresas também possuem uma política de cobrança estruturada e possuem prazos para iniciar a cobrança junto ao cliente. Algumas, enviam notificações aos seus clientes, informando sobre o vencimento, com o intuito de lembrá-los de seus compromissos.

Quanto ao processo de cobrança dos clientes inadimplentes, as empresas possuem alguns critérios que são dividido em fases, no sentido de receber deste cliente, antes de encaminharem notificações extrajudiciais, inclusão aos órgãos de Proteção ao Crédito e até mesmo o envio ao setor jurídico em casos extremos, onde a dívida já é considerada pela organização uma Provisão para Créditos de Liquidação Duvidosa (PCLD), sendo esta, a estimativa para possíveis perdas que poderão ocorrer do não recebimento de créditos oriundos de transações comerciais realizadas pela empresa.

Os resultados da pesquisa apontaram que todas as empresas, possuem consciência da importância da gestão do crédito no processo de tomada de decisão. As empresas sempre procuram realizar investimentos neste setor, com a finalidade de melhorar as ferramentas e os critérios que são utilizados pelo setor de cobrança. E, por consequência esses investimentos têm gerado diminuições expressivas em seus índices de inadimplência, crescimento de uma carteira de clientes financeiramente saudáveis e potencialização dos lucros, uma vez que os créditos são concedidos de forma bem mais consciente e fundamentada.

Portanto, conclui-se que os objetivos propostos foram alcançados, ficando evidente a importância da utilização de ferramentas que auxiliam na gestão da concessão do crédito, em conjunto com outras ações práticas instituídas por cada empresa, para que possam trazer benefícios significativos e contribuir para que essas empresas possam permanecer de forma sólida no mercado competitivo gerando um negócio economicamente viável e socialmente justo.

REFERÊNCIAS

BARALDI, M. R. **Manual de Política e Processo Decisório de Crédito**. São Paulo: IBCB, 2ª Edição, 1990.

BARTH, NELSON LERNER. **Inadimplência**: Construção de modelos de previsão. Editora Nobel, 2004

BATEMAN, Thomas S.; SNELL, Scott A. **Administração**: Novo cenário competitivo. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

BATISTA, Antônio M. Sarmiento. **A gestão do crédito como vantagem competitiva**. Dissertação (Mestrado em Gestão). Universidade Técnica de Lisboa. Lisboa, 1994.

BEM, J. B. de; SANTOS, K. C. B. dos; COMITRE, Mariana Galiano. **Um estudo sobre os impactos causados pela inadimplência e os reflexos na saúde financeira das empresas**. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Faculdade de Ciências Econômicas. Faculdades Integradas Antônio Eufrásio de Toledo. São Paulo, 2007.

BLATT, Adriano. **Avaliação de risco e decisão de crédito**: um enfoque prático. São Paulo: Nobel, 1999.

BIROLO, P. B.; CITTADIN, A.; RITTA, C.O. Análise de crédito por meio de modelos de previsão de insolvência: um estudo de caso na Empresa Cerâmica Alfa S.A. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, v. 10, n. 29, p. 27-39, 2011.

BLATT, Adriano. **Cobrança por Telefone e negociação com inadimplentes**. 2ª ed. São Paulo: Nobel, 2005. 127 p.

BONETTI, G.; SCHLICKMANN, F.; BUSSOLO, R. Política de crédito e cobrança de uma empresa catarinense do ramo alumínio. **I Congresso Sul Catarinense de Administração e Comércio Exterior**. Criciúma, 2017.

BORATTI, Ivo Joel. **Tomada de decisão em relação ao crédito em uma Instituição Financeira**: Um estudo de caso do Banco do Brasil. Dissertação apresentada à escola brasileira de administração pública para obtenção do grau de mestre. Rio de Janeiro, 2002.

BRAGA, Julia Ayres. **A importância da cobrança para o setor financeiro de uma empresa**. Trabalho de Conclusão de Curso de Administração. São Lourenço, 2019.

CAMILO, Maria F. A. P. R. **Avaliação de Procedimentos para Gestão de Créditos e Controle de Cobranças em Pequenas e Médias Empresas**. Dissertação (Mestrado em Gestão) – Universidade Aberta de Portugal, 2019.

CARVALHO, Pedro da Costa. **Credit Scoring**. Monografia de conclusão de curso pela Universidade Católica do Rio de Janeiro, 1999.

CAOUCETTE, John; ALTMAN, Edward; NARAYANAM, Paul. **Management Credit Risk: The great challenge for the global financial Market**. 2nd ed. Wiley Finance Series, 2008.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO (CNC). **Endividamento e inadimplência no Brasil**. Jan 2023. Disponível em: <<https://static.poder360.com.br/2023/01/cnc-endividamento.pdf>>. Acesso em: 16 abr. 2023.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE DIRIGENTES LOJISTAS. **Inadimplência cai e atinge 66,65 milhões de consumidores, aponta CNDL/SPC Brasil**. Disponível em: <<https://site.cndl.org.br/inadimplencia-cai-e-atinge-6665-milhoes-de-consumidores-aponta-cndlspc-brasil/>>. Acesso em: 16 ago. 2023.

CONSELHO MONETÁRIO NACIONAL. **Resolução CMN nº 3.721 de 30 de abril de 2009. Dispõe sobre a implementação de estrutura de gerenciamento do risco de crédito**. Banco Central Do Brasil: p. 6, 30 abr. 2009. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/res/2009/pdf/res_3721_v1_O.pdf>. Acesso em 10 dez. 2022.

CHOO, C. W. **A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões**. São Paulo: Senac, 2003.

CRESWELL, John, W. e J. David Creswell. **Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**. Disponível em: Minha Biblioteca, (5ª edição). Grupo A, 2021

DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação: Porque só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação**. Futura. São Paulo, 1998.

FLORZINO, Taiza Silveira. **Concessão de Crédito no Comércio Varejista**. Trabalho de Conclusão de Curso de Ciências Contábeis – Universidade Federal de Santa Catarina, 2002.

FRADE, C.; MAGALHÃES; S. **Direitos do consumidor endividado: superendividamento e crédito**. São Paulo: RT, 2006.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios da Administração Financeira**. 12ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

GONÇALVES, R. M. L. **Condicionantes do risco de liquidez em cooperativas de economia e crédito mútuo do estado de Minas Gerais**. Dissertação (Mestrado em Economia Aplicada) – Programa de Pós-graduação em Economia Aplicada, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa/MG, 2005.

JERONIMO, M. T.; PRAZERES, F. S. A Inadimplência e a Liberalidade das Linhas de Crédito: Um Estudo de Caso em uma Instituição Financeira. **Revista Eletrônica “Diálogos Acadêmicos”**. ISSN: 0486-6266, v. 08, nº 1, p. 04-29, JAN-JUL, 2015.

LACOMBE, Francisco J. M. **Teoria geral da administração**. São Paulo: Saraiva, 2009.

LANÇA, Luiz Carlos da Silva. **Os riscos empresariais e os seus reflexos na vida das organizações**. Artigo, 30/10/2014.

LEMES JÚNIOR, A. B.; RIGO, C. M.; CHEROBIM, A. P. M. S. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras: aplicações e casos nacionais**. 3.ed. - Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LEUTER Duarte; KLEFENS Paula. **Análise de Crédito e risco**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional S. A., 2015.

LEWIS, E. **An Introduction to Credit scoring**. Fair Isaac: San Rafael, California.1992.

LOBATO, F. T. R; SILVA, A.P; RIBEIRO, K.C.S. **O impacto da estratégia de crédito na liquidez e rentabilidade**: Uma análise das lojas de departamentos do setor de comércio Varejista. ISSN 1807-1821, UFSC, Florianópolis, ano 06, v.1, n°12, p. 11-34, jul./dez., 2009.

MAGALHÃES, Matheus Fraga. **Gestão da análise e concessão de crédito**: Proposta de política de crédito para a Cooperativa Alfa. Trabalho de conclusão de curso - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2017.

MAIA, Duane Cardoso. **A importância da Análise de Crédito no controle da Inadimplência**: Um estudo de caso em uma Distribuidora de Combustíveis brasileira. Trabalho de Conclusão de Curso – Centro Universitário Estadual da Zona Oeste - Rio de Janeiro, 2012.

MAXIMIANO, Antônio C. A. **Introdução à administração**. 8. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MENDES, Amanda T. D. A. **Análise de crédito como ferramenta de prevenção da inadimplência**: Um estudo de caso em uma empresa de grande porte. Trabalho de Conclusão de curso. Universidade do Extremo Sul Catarinense (UNESC). Criciúma, 2016.

MORAES, M.; SALES J. D. A.; DACORSO, A. Uma proposta de modelo conceitual para pesquisas em sistemas de informação e inovação em serviços. **Revista GEINTEC - Gestão, Inovação e Tecnologia**. v. 14, n. 1, p. 543-559, 2014.

MOZZATO Anelise Rebelato; GRZYBOVSKI Denize. **Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração**: Potencial e Desafios. RAC, Curitiba, v. 15. 2011.

OLIVEIRA, Joelma S.P. **Gestão Da Informação Como Suporte ao Processo de Tomada de Decisão em uma Instituição Pública de Ensino Superior – Um Estudo De Caso**. Dissertação de Pós-graduação em Ciência, Gestão e Tecnologia da informação. Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2010.

REIS, Érico D. S. **Pesquisa Bibliográfica Sobre Métodos De Análise De Inadimplência Empregados Pelas Organizações**. Monografia de Conclusão de Curso. Universidade Federal de Ouro Preto, 2017.

ROGERS, PABLO SILVA. **Psicologia do risco de crédito**: Análise da contribuição de variáveis psicológicas em modelos de Credit Scoring. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, 2011.

ROVEDA, Anadir. **O Processo de Concessão de Crédito no Varejo de Eletroeletrônicos na cidade de Caxias do Sul**. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre, 2002.

SANDRONI, Paulo. **Novíssimo Dicionário de Economia**. São Paulo, Best Seller, 1999.

SANTOS, J. O. dos. **Análise de crédito: empresas e pessoas físicas**. São Paulo: Atlas, 2003.

SAUNDERS, Anthony. **Medindo o Risco de Crédito – Novas Abordagens para o Value at Risk e Outros Paradigmas**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de crédito: Concessão e gerência de empréstimos**. São Paulo: Atlas, 1997.

SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO (SPC). **Origens Comportamentais da Inadimplência**. Disponível em: <<https://spcbrasil.org.br/wp-content/uploads/2019/09/SPC-Analise-38-2019-ORIGENS-COMPORTAMENTAIS-DA-INADIMPLENCIA-4.pdf>>. Acesso em: 24 abr. 2023.

SEBBEN, Naiara Ana. **O direito à proteção de dados pessoais e o mercado de crédito no Brasil: Análise à luz da lei N° 13.709/2018 (LGPD) e da lei complementar N° 166/2019**. Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Direito da Universidade de Marília, 2020.

SILVA, Juliana; SOUZA, Dércia; FAJAN, Fernanda. **Análise do endividamento e dos Fatores que influenciam o comportamento de alunos universitários**. XII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Rio de Janeiro, 2015.

SILVA, José Pereira da. **Gestão e Análise de Risco de Crédito**. São Paulo: Cengage Learning, 2016.

SILVA, Rubens Filinto. **Chega de Inadimplência – Cobrança e Recuperação de Valores**. 1. ed. São Paulo: Pilares, 2008.

SOUZA, L.S.D. **Análise e Avaliação do Riso de Crédito Bancário nas PME's: Utilização do modelo de rating**. Mindelo: ISCEE, 2012.

STELZER; GONÇALVES; BAPTISTA *et al.* **A Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais e os desafios das Instituições de Ensino Superior para a adequação**. XIX Colóquio Internacional de Gestão Universitária – ISBN: 978-85-68618-07-3, Florianópolis/SC, 2019.

SVEIBY, K. E. **A nova riqueza das organizações: Gerenciando e avaliando patrimônios do conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TSURU, Sérgio Kazuo; CENTA, Sérgio Alexandre. **Crédito no varejo: Para pessoas físicas e jurídicas**. Curitiba: InterSaber, 2012.

VALE, Célia Karina Gonçalves. **Gestão do crédito**. Dissertação - Mestrado em Sistemas e Tecnologias de Informação Para as Organizações. Instituto Politécnico de Viseu, 2012.

VIEIRA, Viviane Firmino. **Estratégias para Reduzir a Inadimplência nas Empresas**. Curso de finanças e gestão corporativa, Universidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro, 2010.

ZUFFO, Milena Maltese. **Como fica a análise de crédito com a entrada em vigor da LGPD**. Artigo ESTADÃO, 15 abr. 2021. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/politica/blog-do-fausto-macedo/como-fica-a-analise-de-credito-com-a-entrada-em-vigor-da-lgpd/>>. Acesso em: 15 abr. 2023.