

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

JULIANE GEREMIAS DA SILVA

**AS ETAPAS DA RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO EM UMA EMPRESA DE
CONFECÇÃO**

CRICIÚMA

2021

JULIANE GEREMIAS DA SILVA

**AS ETAPAS DA RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO EM UMA EMPRESA DE
CONFECÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de bacharel no curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador(a): Prof. Esp. Ademir Borges

CRICIÚMA

2021

JULIANE GEREMIAS DA SILVA

**AS ETAPAS DA RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO EM UMA EMPRESA DE
CONFECÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de bacharel, no Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Contabilidade Financeira.

Criciúma, 28 de junho de 2021.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ademir Borges – Especialista - (UNESC) – Orientador

Prof. Manoel Vilsonei Menegali - Especialista - (UNESC)

Prof. Milla Lúcia Ferreira Guimarães -Doutora - (UNESC)

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, pela força e coragem durante esta caminhada, ao meu pai, minha mãe, meus irmãos e meu namorado.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pela saúde e sabedoria que me permitiram finalizar este trabalho, pois sem Ele nada seria possível.

Aos meus pais, Aparecida e Volnei que nunca mediram esforços para me incentivar nos estudos, pois vem deles os motivos de todo meu amor e dedicação.

Aos meus irmãos, Renata e Thiago que sempre me fizeram acreditar que era possível. Essa conquista é de vocês também.

Ao meu namorado Luiz Gustavo, que foi meu maior parceiro durante esses anos, me ajudando, acalmando e incentivando. Obrigada por toda parceria.

Às amigadas que adquiri ao longo do curso, Lauren, Maria Julia, Tália e Vitoria, vocês fizeram esses anos se tornarem leves. Levarei essas amigadas por toda minha vida.

Às minhas colegas de trabalho, Cibele, Jéssica, Juliana e Samanta, que nunca deixaram de me ajudar e incentivar. O apoio de vocês foi fundamental.

Às minhas amigas Bruna, Camila e Laiana, que estiveram comigo desde o início dessa jornada.

Ao meu orientador, Ademir Borges, pelo conhecimento e auxílio prestado desde o início deste trabalho.

Ao corpo docente do curso de Ciências Contábeis UNESC, por todo o aprendizado e experiência compartilhados.

A todos, os meus agradecimentos!

“Na contabilidade da vida é melhor ser credor que devedor. Somos credores quando ajudamos as pessoas a se tornarem melhores e devedores quando as prejudicamos. Sejam conscientes de nossas ações para manter sempre o saldo positivo.”

Damião Maximino



AS ETAPAS DA RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO EM UMA EMPRESA DE CONFECÇÃO

Juliane Geremias da Silva ¹

Ademir Borges²

RESUMO: Este estudo tem como objetivo geral de pesquisa, entender as etapas que uma empresa no ramo de confecção utiliza para recuperar seu crédito, identificando suas principais características, por meio de um questionário aplicado em escritórios especializados no tema. O risco do crédito é algo inegável. A partir do momento que se acorda um pagamento futuro, há a possibilidade de o mesmo não ser efetivado, gerando a inadimplência. Por isso, um processo bem estruturado minimiza o risco e cria estratégias para recuperar essa perda. Os temas abordados são: crédito, análise de crédito, os c's do crédito, inadimplência, cobrança e recuperação de crédito, etapas que fazem parte da política de crédito e cobrança. Os principais autores citados para o embasamento da pesquisa, foram: Maia, Miranda, Schrickel e Silva. A metodologia utilizada foi qualitativa, descritiva e com estratégia de pesquisa documental. Na análise dos dados, foram compiladas as respostas de cinco empresas, evidenciando suas justificativas. Conclui-se que as empresas que não seguem uma política de crédito e cobrança, acabam maximizando o risco de elevar o índice de inadimplência, com baixa perspectiva de recuperação, prejudicando sua permanência no mercado.

PALAVRAS – CHAVE: Risco de crédito. Inadimplência. Crédito.

AREA TEMÁTICA: Contabilidade Financeira.

1 INTRODUÇÃO

A partir da entrega de um bem ou serviço com acordo de pagamento futuro, inicia-se uma relação de confiança entre as partes envolvidas no negócio. Nunes (2013) diz que para confiar na liberação do crédito é necessário o tempo e informação. Só se confia em pessoas que se conhecem e a convivência traz as informações que permitem firmar o conceito. Desse modo, entende-se que conceder crédito significa ter confiança nos interesses de quem está sendo beneficiado.

Analisar crédito é de grande responsabilidade dentro de uma organização. Conforme Provar (2000) um bom negócio com uma má análise de crédito, pode levar ao prejuízo tanto para quem fornece, quanto para quem recebe. Com isso, os estelionatários aproveitam esse momento frágil do mercado para a realização de golpes, aumentando a inadimplência e prejudicando a recuperação das empresas.

A futura pesquisa tem como foco estudar as etapas para a recuperação de crédito em uma empresa de confecção. Eifert (2003) diz que, conceder crédito corporativo no Brasil auxilia no desenvolvimento econômico e constitui a principal

¹ Acadêmico do curso de Ciências Contábeis da UNESC, Criciúma, Santa Catarina, Brasil.

² Especialista, UNESC, Criciúma, Santa Catarina, Brasil.



atividade bancária. Entende-se que além de auxiliar no desenvolvimento econômico do país, é necessário recuperar os créditos perdidos, buscando alternativas diferenciadas.

Segundo Schrickel (2000) com o principal objetivo de identificar e prever riscos, a concessão de crédito está ligada ao risco de receber ou não. Atualmente, as organizações começaram a se adaptar ao “novo normal”, e o que antes podia ser critério para impossibilitar a concessão do crédito, hoje começa a ser analisada de outra maneira, levando em consideração as dificuldades que as empresas estão enfrentando para se manterem ativas no mercado.

O apoio do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) e a Centralização de Serviços Bancários S.A (SERASA) auxilia no monitoramento e na recuperação dos créditos perdidos. Para ser contemplado com linhas de créditos, o CNPJ deve estar livre de restrições, fazendo com que o devedor procure o cedente e realize um acerto para essa liberação. Recentemente o Governo Federal trouxe benefícios e criou programas para auxiliar as micros, pequenas e medias empresas, e segundo o Banco Central (2020), o Programa Capital de Giro para Preservação de Empresas pode injetar até R\$120 bilhões de reais no mercado.

Com base nisso, surge então à necessidade da pesquisa com a seguinte questão: Quais as etapas de recuperação de crédito de uma empresa de confecção?

O objetivo geral da pesquisa é entender as etapas que uma empresa no ramo de confecção utiliza para recuperar seu crédito, evidenciando como ocorre a análise do crédito, a liberação do crédito e posteriormente a recuperação das vendas inadimplentes.

Para atender o objetivo geral tem-se os seguintes objetivos específicos: I) identificar quais as principais técnicas utilizadas para recuperação de crédito; II) identificar os fatores que dificultam a recuperação do crédito; III) propor sugestões a partir dos resultados obtidos na pesquisa.

Este estudo se justifica, pois pelo ponto de vista teórico existe a importância de uma análise crédito elaborada com critérios e um setor de crédito estruturado e alinhado com os demais setores, principalmente com os setores comerciais e de cobrança. Do ponto de vista social, este estudo auxiliará as empresas no ramo de confecções que não possuem uma política de concessão de crédito estruturada e alinhada com as demais áreas da empresa.

A estrutura desse estudo é dividida em introdução onde consta a formação do tema, seguida pela fundamentação teórica onde busca-se autores que já publicaram sobre o tema, a terceira seção os procedimentos metodológicos, a quarta seção onde são apresentadas as análises dos resultados obtidos no estudo, por fim, na quinta seção são apresentadas as considerações finais.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEORICA

2.1 FUNDAMENTOS DO CRÉDITO

Para Silva (2000, p. 63), “A palavra crédito tem vários significados. No sentido específico, crédito consiste na entrega de um valor presente mediante uma promessa de pagamento”. Quando é disponibilizada uma parte do patrimônio para um terceiro, existe uma promessa de pagamento do valor, isso é um contrato de confiança, pois se disponibiliza um crédito para pagamento futuro.



Segundo Silva (2003) através do crédito é possível fazer com que as empresas expandam seus negócios, facilita a execução de projetos e pode cumprir uma função social, ajudando nas construções, bens e alimentos. Sendo assim, a liberação de crédito dá oportunidade para adquirir quando não há disponibilidade de recursos próprios suficientes.

Conforme Resende (2008, p.5):

A análise e concessão de crédito recorrem ao uso de duas técnicas: a técnica subjetiva e técnica objetiva ou estatística. A primeira diz a respeito à técnica baseada no julgamento humano, nas relações, no conhecimento ou até mesmo em indicações de terceiros e a segunda é baseada em processos estatísticos, matemáticos onde a precisão da análise é ampla.

Segundo Serasa (2020) a automatização de processos, substitui as atividades manuais pela tecnologia, a fim de otimizar os processos e reduzir a incidência de erros e retrabalhos. Atualmente existem sistemas de análise de crédito que auxiliam nas tomadas de decisão e sugerem qual valor pode ser cedido para um cliente. Esses sistemas mostram o tempo de fundação, quadro societário, histórico de pagamentos internos/externos e as restrições. São através desses dados que as informações são processadas liberando um valor de crédito para cada cliente. Dessa forma, utilizam-se as ferramentas citadas por Resende, análise humana e estatística.

Pelo fornecimento do crédito em cima da confiança de recebimento futuro, as empresas passam pelo risco do crédito e acabam se deparando com a inadimplência. Segundo Jorion (2003 p.285) é possível “[...] definir o risco de crédito como risco de perda financeira, decorrente da incapacidade da contraparte de uma operação, honrar com os seus compromissos”. Sendo assim, é necessário medir o risco caso o tomador venha falhar com esse pagamento.

Conforme o Serasa (2020), diante da alta inadimplência e necessidade de se proteger dos riscos, ter segurança na oferta de crédito está entre as preocupações de muitas empresas. Os impactos no mercado, muitas vezes, são sentidos pelo ramo de confecção, pois não são considerados como essenciais. Diante disso, vem a necessidade de implementar ferramentas e políticas para proteger o crédito.

2.2 ANÁLISE DE CRÉDITO

Segundo Santos (2009) a análise subjetiva é adquirida durante a experiência do analista de crédito e na disponibilidade de informações que mostram se o cliente tem capacidade de honrar com seus pagamentos. É possível compreender que, analisar crédito em um mercado cheio de incertezas é um desafio. Muitas vezes as informações disponíveis são poucas, abrindo uma maior margem de riscos para a inadimplência.

Segundo Serasa (2020) com a Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018, Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD), as empresas precisam informar o consumidor sobre quais informações possuem sobre ele e como irá trabalhá-las. A lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018 visa proteger, não somente as pessoas físicas, mas também as jurídicas, fazendo com que a análise de crédito esteja cada vez mais segura, realizando auditoria de dados, revisando a segurança dos dados e os contratos vigentes.



Deps³ (2020) acredita que não existe índice de inadimplência zero, mas que é necessário se precaver e tomar decisões para prevenir e reduzir os fatores que as geram. Muitos clientes que ficam inadimplentes, ainda mantêm ou querem continuar com um relacionamento comercial ativo. Para que isso aconteça, o setor de crédito precisa buscar soluções de continuar fornecendo o produto, mas com a condição de liquidez dos débitos, sem aumentar o endividamento do cliente e o prejuízo da empresa.

Schrickekel (2000) diz ainda, que ao analisar o crédito de um cliente, pode ser levado em consideração quando os índices positivos forem maiores que os negativos, sendo favorável a concessão de crédito para o mesmo. Sendo assim, muitos clientes carregam nos históricos, problemas ou débitos com outras empresas e não são classificados como críticos, pois os motivos podem ser desde dificuldade no giro de uma marca até tratativas mal resolvidas.

Conforme Deps (2020) uma das alternativas para reduzir a inadimplência nas empresas, é desenvolver um meio de defesa e proteção, através de uma análise de crédito bem feita. É possível perceber, que a análise de crédito é a ferramenta principal para auxiliar na redução de inadimplência, pois quanto menos clientes críticos a empresa deixar entrar em sua carteira, mais saudável ela se torna.

2.2.1 Política de crédito

Conforme Miranda (2015) para garantir rentabilidade nos negócios, é necessário criar diretrizes para nortear o processo de liberação, a fim de diminuir os riscos com as vendas feitas a prazo. Assaf Neto e Silva (2002) complementa que a política pode ser um parâmetro nas vendas a prazo, pois através dela encontram-se informações para conceder, monitorar e cobrar o crédito. As orientações não garantem adimplência dos clientes, mas ajudam a minimizar prejuízos para a organização.

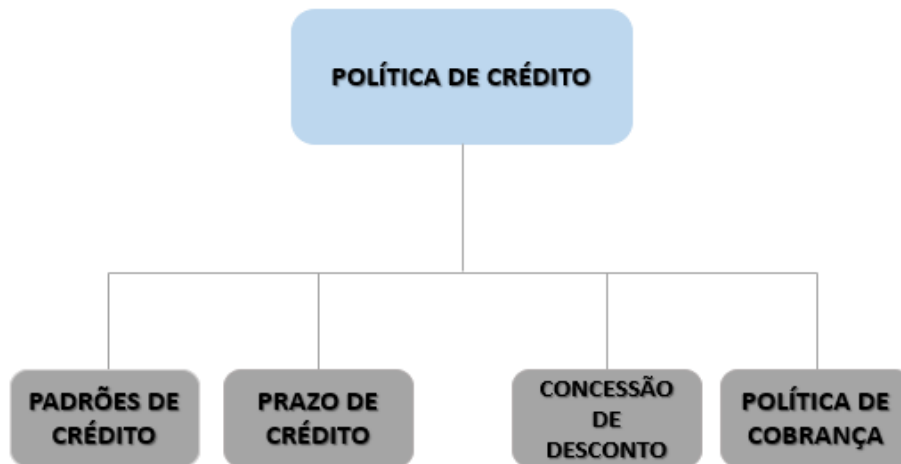
Segundo a análise de Hoji (2012) optar por uma política de crédito liberal alavanca o número de vendas, porém pode gerar problemas no contas a receber e um volume maior de inadimplência. Sendo assim, a política rígida é a ideal para seguir, garantindo mais segurança e certeza nas liberações.

O quadro a seguir demonstra os quatro principais elementos da política de crédito:

³ Deps – sistema de análise e gestão de crédito.



Figura 01 – Quatro principais elementos:



Fonte: Boa Vista (2019).

Segundo Serasa (2019) o reflexo da redução de inadimplência é uma política de crédito bem estruturada. É um dispositivo que permite redução de custos operacionais e mais segurança, deixando de ser subjetiva e passando a ser mais certa. Por isso, os quatro principais elementos da política de crédito auxiliam para as tomadas de decisões tanto no crédito como na cobrança.

2.3 OS C'S DO CRÉDITO

Conforme Silva (2000), “Os C’s do crédito são: (Caráter, Capacidade, Condições, Capital e Colateral), todos possuem as variáveis ligadas ao risco do consumidor, as quais poderão contribuir como apoio para classificação de risco”. Diante disso, pode-se analisar os conceitos que auxiliam na identificação do risco.

Segundo Schrickel (2000):

A habilidade é presumível, detectável, desde que eficazmente quantificável por meio da análise de crédito [...]. A habilidade de pagar é de suma importância, pois é ela que oferece elementos objetivos e quantificados de convencimento que ajudam a construir a decisão de emprestar. Mas não é tudo. É preciso ir mais fundo na questão de emprestar ou não. É preciso apelar para certa dose de subjetivismo, aquilo que se convencionou chamar de feeling. Seja o que for, é preciso avaliar a honesta intenção do devedor em pagar. (SCHRICKEL, 2000, p. 47)

O seguinte quadro mostra de forma resumida os C's e seus significados:

Quadro 01 – Os C's do Crédito

Caráter	Idoneidade atual e histórica do cliente na amortização de empréstimo
Capacidade	Habilidade do cliente na conversão de seus ativos em renda ou receita
Condições	Impacto dos fatores externos sobre a fonte primária de pagamento
Capital	Situação econômico-financeira
Colateral	Vinculação de bens patrimoniais ao contrato de empréstimos

Fonte: Santos (2000, p.45).



Conforme Érico (2017) as empresas costumam utilizar os C's como ferramenta primordial na análise de crédito, pois os fatores auxiliam nas decisões. Em uma análise de crédito estruturada é necessário verificar a capacidade creditícia de um cliente, ou seja, quando colocamos a disposição de uma pessoa um valor em dinheiro e para que isso aconteça, é utilizado as diretrizes dos C's do crédito.

2.3.1. Caráter, capacidade, condições, capital e colateral

Conforme Schrickel (2000) na concessão de crédito é essencial avaliar o caráter, que é o primeiro “C” e se volta diretamente à condição do pagamento de quem irá receber o crédito.

Segundo Sebrae (2018) o caráter é a reputação do tomador do crédito, avaliando a sua índole, sendo necessário passar uma boa impressão para quem está analisando. É possível compreender, que o caráter é o principal pilar para analisar o cliente. Nele pode-se avaliar a honestidade do comprador, consultando os antecedentes e o relacionamento comercial com outras empresas.

Segundo Marchetto (2012) o tomador de crédito pode ser honesto e ter vontade de pagar, porém não terá validade se ele não tiver capacidade de saldar seus compromissos, por motivos diversos. A intenção de honrar com seus compromissos não adianta, é necessário ter capacidade, que se define como a competência empresarial.

Ao realizar um pedido com seu fornecedor, é necessário medir a capacidade que a empresa tem de pagar determinado valor, caso contrário, isso dificultará a liberação do crédito. Conforme SEBRAE (2018) o analista precisa verificar o fluxo da empresa, o setor em que atua e se teria capacidade de pagar caso futuramente aconteça algum imprevisto.

Segundo Santos (2000, p. 47) a condição “está associada com a análise do impacto de fatores sistemáticos ou externos sobre a fonte primária de pagamento (renda ou receita).” Está ligada ao cenário econômico que a empresa atua, buscando entender, como esses fatos externos, impactam diretamente na sua geração de renda e dos seus clientes.

Moreira (2008, p. 133) afirma que:

Está vinculada a fatores externos, como o ambiente em que está inserido o candidato a obtenção do crédito, que poderá ser afetado por fatores macroeconômicos como o desempenho da economia que exercerá forte influência sobre o nível de atividade e de emprego.

Capital são os recursos disponíveis na empresa. Gitman (2001) diz que a posição patrimonial reflete no capital, que evidencia a força financeira que o solicitante tem. Esse indicador mede a situação econômica financeira do cliente, mostrando se o cliente possui recursos suficientes para sanar suas obrigações. O capital tem uma grande relação com a competência, pois segundo SEBRAE (2018) é importante verificar se caso a empresa fique sem capital, existe outra renda para cobrir a dívida deixada.

De acordo com Moreira (2008, p. 134) o colateral “está vinculado às garantias que o devedor disponibiliza para que seja viabilizada a operação pretendida.” O indicador colateral significa garantia, vinculando os bens patrimoniais ou um avalista



para obter o crédito solicitado, por isso, é importante analisar os patrimônios que o cliente possui quando feita a análise de crédito.

2.4. INADIMPLÊNCIA

De acordo com Peixoto (2009), ficar inadimplente é não liquidar algum produto ou serviço recebido, quando anteriormente as partes já tenham negociado uma data estipulada para o pagamento. Desse modo, ao liberar crédito para alguém, fica atrelado o risco de não receber o valor integral conforme o acordado, e quando ocorre a falta de cumprimento dessa obrigação, chama-se de inadimplência.

Segundo Resende (2008) existem alguns fatores que tornam os clientes inadimplentes, sendo eles:

Quadro 02 – Fatores para inadimplência

Dificuldade financeira pessoal, onde impossibilitam cumprir com as obrigações;
Desemprego;
Descontrole financeiro;
Compras para terceiros;
Atraso de salário;
Comprometimento da renda para outras despesas;
Redução da renda;
Doença;
Uso do dinheiro com outras compras;
Má fé.

Fonte: Adaptado de Resende, 2008.

Conforme Serasa (2020) a gestão da carteira de crédito é um instrumento eficaz para implementar políticas com esse objetivo. Por isso, a gestão de carteira, é uma ferramenta utilizada para a redução de inadimplência. Conhecer o cliente, saber o perfil de venda, alinhar prazos e seus históricos de pagamento, são estratégias que ajudam a reduzir o risco.

Segundo Maia (2012, p. 22) “as empresas precisam adotar as melhores práticas nos processos de concessão e gerenciamento do crédito, de forma a equilibrar os riscos assumidos com o retorno desejado”.

Quando inadimplente, o cliente poderá ser negativado ou protestado nos órgãos de restrições, podendo comprometer suas linhas de créditos em bancos ou liberação de pedidos em outras empresas, ficando sem capital de giro ou novas mercadorias no seu estabelecimento, prejudicando as vendas e gerando mais endividamento. Por isso, Miranda (2015) diz que a inadimplência não somente beneficia as empresas, como também cumpre um papel social, fazendo com que o capital retorne ao mercado, garantindo emprego para a população.

De acordo com SEBRAE (2004), é necessário entender a inadimplência, analisando-a e criando alternativas que evitem e controlem esse atraso. Com isso, deve-se analisar todo o histórico e cadastro do cliente, como:



Quadro 03 – Fatores de análise

Ano de abertura, pois normalmente as empresas que estão há pouco tempo no mercado, tendem a ter uma inadimplência maior;
Histórico de pagamento com os fornecedores, analisando qual a pontualidade nos pagamentos e qual a porcentagem de atraso;
Solicitar notas fiscais das últimas compras, a fim de verificar se o cliente tem potencial para comprar determinados valores;
Buscar referências comerciais, para mais informações do cliente.

Fonte: Adaptado de SEBRAE, 2004.

Segundo o estudo feito em 2019 da Demografia das Empresas, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 60% das empresas fecham após 5 anos de serem registradas e existem vários motivos para isso, porém a inadimplência é uma das principais causas. A inadimplência além de atrapalhar o fluxo do negócio, pode levar a falência.

Para uma empresa ficar inadimplente existem os riscos externos e internos. Muitas vezes o foco é voltado para o risco externo, mas é preciso analisar se não existe um profissional desqualificado analisando o crédito e aprovando pedidos com grandes riscos ou uma carteira com a concentração de clientes críticos para o mercado. Provar (2000) mostra que para ficar inadimplente existem vários fatores, mas que sem dúvidas a maior causa está voltada à economia e seu desempenho.

2.5 COBRANÇA

Para Júnior, Rigo e Cherobin (2005) cobrança é o recebimento dos valores das vendas à vista ou a prazo. Entende-se que a cobrança tem o intuito de recuperar os créditos perdidos através de ligações, WhatsApp, e-mails, notificações, sendo que podem ser feitas de forma amigáveis ou judiciais.

Conforme a Serasa (2020) atualmente a cobrança nos formatos não invasivos ganharam força, principalmente com as opções digitais, assim o cliente pode escolher o momento ideal para lidar com elas. As ferramentas digitais disponíveis nos dias de hoje, possibilitam uma agilidade maior na recuperação do crédito perdido.

Com o aumento da inadimplência, as empresas com o segmento de recuperação de crédito estão tomando um espaço no mercado cada vez maior, pois focadas 100% em receber os débitos de seus clientes, conseguem obter resultados satisfatórios, tanto com a cobrança amigável, extrajudicial e judicial. Segundo a Soliduz (2019), uma empresa terceirizada em cobrança, pode oferecer rapidez e agilidade nas cobranças, focada na recuperação através de uma régua de cobrança.

O quadro a seguir demonstra os tipos de cobranças utilizadas pelas empresas:



Quadro 04 – Tipos de cobrança

COBRANÇA ESCRITURAL	Cobrança realizada através dos bancos, que emitem o boleto e direcionam para o sacado.
COBRANÇA AMIGÁVEL	Preserva o relacionamento com o cliente.
COBRANÇA EXTRAJUDICIAL	Normalmente é realizada por assessorias de cobrança, onde as condições disponibilizadas praticam conceder descontos e parcelamentos.
COBRANÇA JUDICIAL	Quando se esgota as tentativas das cobranças anteriores é realizado o ajuizamento do caso.

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Uma das formas para reduzir a inadimplência é ter uma régua de cobrança estruturada e automatizada. A régua de cobrança possibilita criar formas diferenciadas para cada fase, definindo as abordagens utilizada em cada momento e levando em consideração o histórico do cliente, o período do atraso, o valor, entre outros fatores. Conforme o Deps (2020), acompanhar a reação dos clientes diante das estratégias utilizadas, é um ponto importante, pois assim é possível avaliar se a abordagem utilizada está sendo assertiva.

2.6 RECUPERAÇÃO DE CRÉDITO

Conforme a Serasa (2019) existe uma diferença entre cobrança e recuperação de crédito. O objetivo da cobrança é que a dívida seja paga, já a recuperação de crédito demonstra alternativas para quitar ou negociar, pensando no cadastro do cliente. Entende-se então, que recuperar crédito é ajudar o cliente a buscar formas para solucionar seus problemas financeiros, abrindo a possibilidade de pagar conforme suas disponibilidades.

Existem três tipos de clientes que podem ser encontrados na fase de recuperação:

Quadro 05 – Tipos de clientes

Adimplentes	Os que pagam antecipadamente ou em dia.
Inadimplentes	Os que pagam com atraso de até 30 dias.
Insolventes	Os que estão em fase de negociação ou que não pagaram.

Fonte: Senac.

Segundo o Senac, os devedores que mais preocupam as empresas são os insolventes, visto que os demais pagam suas contas. Nesses casos, é necessário aplicar a recuperação do crédito, para o efetivo recebimento das vendas liberadas no prazo, mostrando para o devedor a importância de regularizar seu cadastro.

2.7 PESQUISAS CORRELACIONADAS

No presente artigo, foram encontrados alguns estudos correlatos à temática de recuperação de crédito, mas sem relação direta, pois não são do segmento de confecção. Estes foram publicados entre os anos de 2011 e 2017.



Quadro 06 – Pesquisas correlacionada

Titulo	Ano de Publicação	Autores	Objetivo
Estudo dos fatores que influenciam os clientes do comércio de Balneário Arroio do Silva - SC a se tornarem inadimplentes	2011	Maiara Cemin	Pesquisar o perfil dos inadimplentes e também os números da inadimplência do comércio de Balneário Arroio do Silva, mostrando as causas e razões para que isso aconteça dentro do município.
A importância da análise de crédito no controle da inadimplência: Um estudo de caso em uma distribuidora de combustíveis brasileira	2012	Duane Cardoso Maia	Demonstrar a importância da realização de uma análise de crédito, para que o crédito concedido seja controlado quanto à inadimplência dos postos de combustíveis.
Gestão da análise e concessão de crédito: Proposta de política de crédito para a Cooperativa Alfa	2017	Matheus Fraga Magalhães	Avaliar o processo de concessão de crédito nesta Cooperativa, avaliar os principais pontos de melhoria, para, após esse mapeamento, ter subsídios e informações suficientes para formular uma proposta de política de crédito.
Recuperação de Crédito de Pessoas Jurídicas: uma Proposta de Reformulação de seus Meios mais Eficientes	2017	Manuela Brito Câmara e Lilia Maia de Moraes Sales	Analisar as formas de recuperação de crédito existentes no Estado Democrático Brasileiro, averiguar quais desses meios são mais eficazes e mais vantajosos para as sociedades empresárias e propõe uma reformulação na conduta adotada pelas pessoas jurídicas para retomarem os valores inadimplidos por seus compradores.

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

O estudo realizado por Cemin (2011) teve como objetivo pesquisar o perfil dos inadimplentes e também os números da inadimplência do comércio de Balneário Arroio do Silva, mostrando as causas e razões para que isso aconteça dentro do município. A fim de obter os resultados da pesquisa, foi aplicado um questionário com 50 associados, no qual o resultado apontou que o perfil problemático de clientes é do sexo feminino, a idade média entre 26 e 35 anos, o estado civil que possui a maior inadimplência são dos casados, o grau de escolaridade é ensino fundamental e a renda dos inadimplentes fica entre R\$ 601,00 a R\$ 1.000,00, sendo que o descontrole financeiro foi o principal motivo para a causa da inadimplência.

O estudo de Maia (2012) teve a finalidade de demonstrar a importância da realização de uma análise de crédito, para que o crédito concedido seja controlado



quanto à inadimplência dos postos de combustíveis. Para obtenção dos resultados, foram feitas análises de créditos para concessão de crédito de dois postos de combustíveis, clientes da distribuidora de combustíveis, o qual um deles o crédito foi aprovado e o outro foi reprovado.

O estudo de Magalhães (2017) teve como objetivo demonstrar através de um estudo de caso o processo de concessão de crédito nessa Cooperativa, avaliar os principais pontos de melhoria, para, após esse mapeamento, ter subsídios e informações suficientes para formular uma proposta de política de crédito. Foi realizada uma política de crédito para que a Cooperativa possa desenvolver com intenção de adequar seus processos às recomendações que a literatura relacionada a crédito recomenda como principais práticas a serem consideradas em um processo de análise de crédito.

O estudo de Câmara e Sales (2017) teve a finalidade de analisar as formas de recuperação de crédito existentes no Estado Democrático Brasileiro, averiguar quais desses meios são mais eficazes e mais vantajosos para as sociedades empresárias e propor uma reformulação na conduta adotada pelas pessoas jurídicas para retomarem os valores inadimplidos por seus compradores. Foi verificado que há três práticas que são muito comuns na cobrança de dívidas e não têm apresentado um resultado eficaz. São elas: ligações telefônicas em horários inadequados, concessão de prazos unilateralmente pré-estabelecidos e uso de constrangimento para pagamento da dívida.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O objetivo desta seção é enquadrar a pesquisa conforme os procedimentos metodológicos a serem adotados.

3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

O presente estudo se classifica como uma pesquisa qualitativa. A pesquisa qualitativa é interpretativa. É realizada uma análise dos dados para chegar em uma interpretação sobre seu significado, pessoal e teoricamente, mencionando as lições aprendidas e oferecendo mais perguntas (CRESWELL, 2007 p. 186).

O objetivo da pesquisa é descritivo. Uma pesquisa descritiva está diretamente relacionada com a pesquisa qualitativa, ela apura as características com a maior precisão possível, fazendo uma conexão com o objeto de estudo. (MICHEL, 2015, p. 54).

A estratégia da pesquisa documental traz materiais já desenvolvidos em relação ao tema que será estudado, não podendo ser modificado, pois já se tornou público. (BEUREN, 2006, p. 87)

O questionário é uma série de questões que são aplicadas, de preferência, sem a presença do entrevistador e deverá ser respondido por escrito. (MICHEL, 2015, p. 91).

3.2 PROCEDIMENTO DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Os dados da pesquisa foram coletados em artigos científicos e informações externas, através de pesquisas bibliográficas e questionário.



A pesquisa foi realizada em escritórios de cobranças terceirizadas, que possuem o foco total na recuperação de crédito. A pesquisa foi aplicada via *Google Forms* disponível no link <<https://forms.gle/q7hz2hFKvFXK5pQC8>> em cinco escritórios especializados em cobrança, no decorrer do primeiro semestre de 2021, O período da pesquisa coincidiu com o período em que grande parte dos devedores estão se recuperando dos desembolsos elevados no final de ano, e voltam a focar nas pendências financeiras. As perguntas ficaram disponíveis durante sete dias consecutivos, sendo as datas de 22/04/2021 até 29/04/2021 e foram voltadas para entender melhor quais as estratégias utilizadas, as regiões com maior dificuldade para realizar a cobrança, as abordagens utilizadas, entre outras perguntas.

Para formar as etapas da recuperação de crédito é necessário falar sobre o crédito, a análise de crédito, os C's do crédito e a cobrança, que são fatores responsáveis para a recuperação. Essas informações auxiliam para uma política mais efetiva dentro das organizações, principalmente no ramo de confecção.

A principal ferramenta dessa pesquisa foi através de artigos, que ajudaram na busca de dados para complementação do estudo realizado.

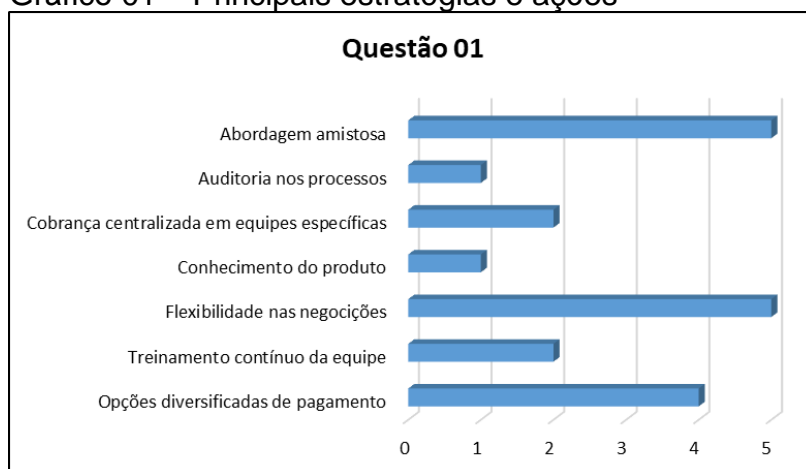
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste item será apresentado a análise dos resultados obtidos com o questionário aplicado em cinco empresas especializadas em recuperação de crédito, atuantes no mercado há mais de 10 anos e localizadas entre Santa Catarina e Rio Grande do Sul. As perguntas foram elaboradas com o intuito de entender as etapas utilizadas e o perfil do devedor.

O questionário possuía 15 perguntas, e mesmo que todas tenham sido respondidas, serão apresentadas somente as mais relevantes para o desenvolvimento do artigo, as demais foram utilizadas como base na fundamentação das análises a seguir.

O gráfico a seguir trata das respostas obtidas referente a questão “quais as principais estratégias e ações utilizadas para recuperar o crédito, sem afetar o relacionamento comercial do devedor e credor”. Considerando que houve opiniões diferentes nessa pergunta, 100% das empresas citaram que a abordagem amistosa e as flexibilidades nas negociações, são as principais ações e estratégias.

Gráfico 01 – Principais estratégias e ações



Fonte: Dados da pesquisa (2021).



A abordagem precisa ser assertiva, demonstrando para o devedor o interesse em lhe ajudar naquele momento, viabilizando a fidelização e recuperação desse cliente. Já a flexibilidade nas negociações é uma estratégia necessária, as condições precisam ser vantajosas para ambas as partes, a fim de facilitar o cumprimento do acordo realizado.

Atualmente, existem inúmeros meios de pagamentos em vigor, criados para facilitar o pagamento e recebimento. Diante disso, é preciso que as empresas incluam essas inovações em seu dia a dia, abrindo um leque de possibilidades e automaticamente elevando o índice de recebimento da empresa.

O conhecimento do produto está atrelado a uma equipe específica na cobrança de um determinado segmento, ele possibilita entender melhor a necessidade do cliente, conhecer o atual cenário em que vivencia e oferecer condições viáveis para lhe ajudar naquele momento.

Assim como a auditoria nos processos, o treinamento contínuo da equipe possibilita uma melhoria nas etapas de cobrança.

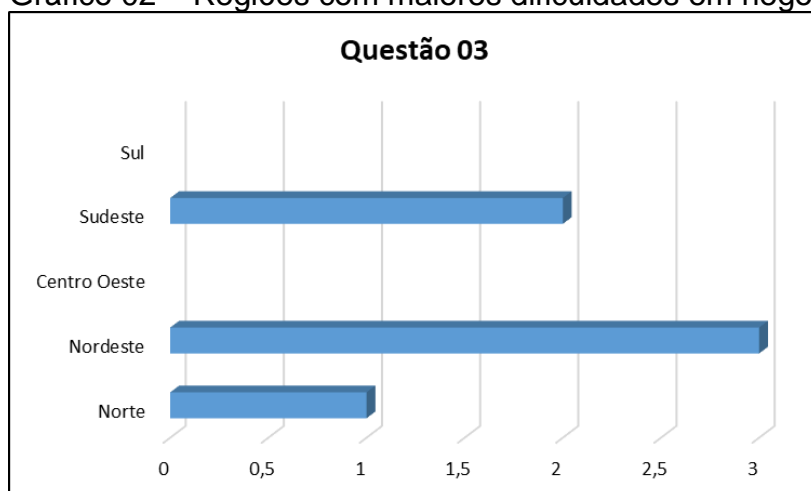
A segunda questão é “qual período do ano o índice de inadimplência e a dificuldade de efetivar acordos aumentam”. Todas as respostas pontuaram que o 1º semestre é o responsável pelo maior volume da falta de pagamento.

O pior momento para efetivação de acordos e redução de inadimplência ocorre no primeiro semestre. No final do ano, os lojistas precisam estar abastecidos para suas vendas de natal, chegam a ultrapassar seu limite de crédito para manter as novidades em loja. Embora a expectativa das vendas seja alta, quando não realizam o esperado, acabam se prejudicando financeiramente. Atrelado a isso, existe o desembolso com 13º, férias e impostos.

Acredita-se que o motivo da piora na pontualidade dos pagamentos, seria a reorganização dos lojistas.

Quando questionados “quais as regiões com maiores dificuldades em negociação”, todas as empresas concordaram que o nordeste é o primeiro colocado, em seguida, o sudeste e norte.

Gráfico 02 – Regiões com maiores dificuldades em negociação



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

O Nordeste apresenta um grau maior de dificuldade em efetivar as negociações, em seguida, vem o Sudeste, que segundo os escritórios, possui uma diversificação de produtos, oportunizando o abastecimento de várias marcas.



Conforme Pena (2020) as principais atividades praticadas no Nordeste, são agricultura, pecuária, produção de mercadorias industrializadas e o turismo, práticas econômicas diversificadas em constante expansão, apesar da seca e miséria.

Em 2020 a expectativa de queda do PIB da região Nordeste era de 8,2%, em comparação ao -0,5% do ano anterior, além de registrar uma das maiores quedas no nível de empregos do Brasil. (Banco Nordeste, 2020)

Os estudos apresentados, justificam parte das dificuldades apresentadas pelas empresas em efetivarem negociações com a região Nordeste, que mesmo em constante desenvolvimento, ainda sofre uma desvantagem comparada as demais regiões do Brasil.

A quarta questão falava sobre “a negativação nos órgãos de restrições influencia na hora da negociação”. Todas as respostas pontuaram que sim, influencia.

A influência é de modo positivo principalmente na hora de negociar, pois o cliente sente maior urgência em regularizar as pendências, além da necessidade para liberação para novas compras.

A negativação é uma ferramenta utilizada para inserir o nome do devedor no órgão de proteção ao crédito, impossibilitando-o de contratar linhas de crédito, financiamentos e crédito com novos fornecedores, auxiliando na cobrança.

Segundo a Serasa (2020) o objetivo da negativação é aumentar as chances de recuperação da dívida. Normalmente, quando o devedor se depara com a negativação, cresce a preocupação em negociar, pois sabe das consequências para se manter ativo no mercado. É comum ainda, encontrar devedores que negociam o débito somente para liberação das negativações, sem dar andamento na negociação. Para esses casos, o recomendado é inserir novamente em restrição até finalizar os pagamentos.

A quinta questão, trata da abordagem. Quando o cliente não dá retorno com uma cobrança amigável e começa a receber uma cobrança jurídica, surge efeito? Todas as respostas pontuaram que acreditam que a cobrança jurídica é eficaz.

Uma abordagem jurídica é importante em casos sem retorno na cobrança amigável, pois trata-se de um novo cenário, com novas ações e novas argumentações. Normalmente as assessorias de cobranças trabalham com fases: cobrança amigável, cobrança incisiva e cobrança jurídica. Fases com novas abordagens e negociadores diferentes, estratégia utilizada que traz um resultado positivo quando colocada em prática.

Se a negativação é prejudicial para o devedor, o ajuizamento do débito é mais infesto ainda, tendo em vista todo custo advocatício, risco da sentença/decisão que podem ser julgadas no processo, sua permanência no mercado e limite de crédito com demais fornecedores.

Sabendo que as assessorias de cobrança atuam em diversos segmentos, a sexta pergunta, questiona se “sentem dificuldades de cobrança na carteira de confecção comparada com os demais segmentos?”. Nas respostas obtidas da sexta questão, 100% das empresas questionadas acham que os demais segmentos apresentam uma dificuldade maior para realizar a cobrança.

A carteira de confecção não apresenta grau maior de dificuldade em relação aos demais seguimentos, acreditam que no ramo de confecções a maior dificuldade se atribui ao momento em que é feita a análise de crédito, pois precisa ser assertiva e responsável.



Segundo Simões (2021) a inadimplência no varejo da moda recuou 6,3% em abril comparado ao mês de março de 2021, com uma média de 6,14% em 2020 e um índice geral de 6,48% em 2019.

Atualmente, em meio uma pandemia que afeta a economia mundial desde 2020, o ramo de confecção vem se reinventando e se adaptando a um “novo normal”. Mesmo não considerado como um produto essencial, cria estratégias para ser priorizados por seus clientes desde a compra até o recebimento.

A sétima questão, buscava sugestões de ações para à recuperação de crédito para as empresas do ramo de confecção. O quadro 07 apresenta as principais sugestões:

Quadro 07 – Principais sugestões

O envio da cobrança para escritórios especializados em no máximo 30 dias.
Estabelecer uma política de cobrança.
Reforçar a análise de crédito.

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

No presente cenário econômico, existe uma urgência em realizar a cobrança com vencimentos recentes, haja vista, que o encerramento de lojas vem ocorrendo com grande frequência e de forma inesperada, sem aviso prévio.

A política de cobrança precisa estar estruturada e funcionar na prática, minimizando os riscos da inadimplência.

Na análise de crédito é necessário segurança nas suas liberações. Atualmente existem tecnologias que auxiliam na tomada de decisão, trabalhando para manter uma carteira saudável, resultando no baixo índice de inadimplência.

Através dos estudos feitos, é possível resumir as etapas conforme o quadro 08:

Quadro 08 – Etapas

COBRANÇA INTERNA	Cobrança realizada pela empresa credora, possibilitando negociações através de uma abordagem amigável
COBRANÇA EXTERNA I	Direcionamento para cobrança externa de primeiro nível, propondo alternativas facilitadas de negociação.
ANÁLISE I	Devolução dos casos de insucesso para realizar a análise de um possível ajuizamento
COBRANÇA EXTERNA II	Clientes que não foram selecionados para a cobrança jurídica, são direcionados para uma cobradora de segundo nível, onde a abordagem é mais incisiva e jurídica.
ANÁLISE II	Realizar uma segunda análise para os casos devolvidos para a possibilidade de ajuizamento
INCOBRÁVEIS	Os casos que não foram recuperados através de cobrança e sem possibilidade de ajuizamento, são considerados como Perdas Efetivas de Devedores Duvidosos, se tomando “incobráveis”.

Fonte: Elaborado pela autora, 2021.

Guardar o papel na gaveta e esperar o devedor procurar para negociar não é a melhor maneira. Através de estratégias na régua de cobrança, é possível encontrar formas de reduzir a inadimplência.



5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A recuperação de crédito é um processo que tem como objetivo, reparar a inadimplência. A inadimplência ocorre a partir do momento em que se concede crédito para um terceiro com promessa de pagamento futuro, e o mesmo não cumpre com a sua parte na negociação. Por sua vez, a análise de crédito tem como responsabilidade bloquear a entrada de clientes duvidosos, que podem prejudicar a saúde financeira da empresa elevando seu índice de inadimplência.

As assessorias de cobrança são prestadoras de serviços contratadas pelas empresas para ser uma extensão na recuperação de valores devidos, com sua atividade mestre que é a cobrança.

Os fatores predominantes que influenciam a inadimplência, foram analisados através de um questionário aplicado em empresas recuperadoras de crédito, no qual foi possível entender as estratégias utilizadas na cobrança e as características dos devedores. É possível concluir que a abordagem, seja ela amigável ou jurídica, precisa ser assertiva, pois é nesse momento que o devedor deve sentir a necessidade de priorizar o seu pagamento. A flexibilização também é uma forma atrativa e benéfica para o inadimplente, por isso possui um resultado positivo quando oferecida.

Assim como existem períodos do ano em que o índice de recebimento diminui, algumas regiões apresentam maiores dificuldades na efetivação de um acordo ou pagamento, surgindo como um ponto de atenção na análise de crédito, pois é nesse momento que a empresa precisa enxergar o risco. Conforme os estudos de Cemin (2011), foi evidenciado que o primeiro semestre também é o mais desafiador para redução de inadimplência.

Segundo a análise das assessorias questionadas, o ramo de confecção não é considerado um segmento com grau alto de dificuldade, quando comparado com os demais, pois possui um *lead time* baixo, possibilitando agilidade na cobrança e recuperação.

O objetivo geral da pesquisa é evidenciar as etapas de recuperação de crédito em uma empresa de confecção, que é estabelecida por uma régua de cobrança.

O presente estudo teve dificuldades em encontrar artigos e teses atualizadas sobre o tema, acredita-se que o motivo seria por ser um assunto sem mudanças periódicas, porém conseguiu se aprofundar no tema buscando empresas especializadas para aplicação do questionário.

Estudos futuros podem utilizar o presente artigo, para analisar a viabilidade das etapas mencionadas nas empresas da região, verificando quais métodos se aplicam e quais não.



REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, Alexandre e SILVA, César Augusto Tibúrcio. **Administração de capital de giro**. São Paulo: Atlas, 2002.

BEUREN, Ilse Maria. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. ampl. e atual. São Paulo: Atlas, 2006. 195 p. ISBN 8522443912 (broch.).

BOA VISTA. Política de Crédito: descubra o que é e qual sua importância. Disponível em: <<https://boavistatecnologia.com.br/blog/politica-de-credito/#:~:text=A%20Pol%C3%ADtica%20de%20Cr%C3%A9dito%20de,caixa%20e%20minimizar%20os%20riscos>>. Acesso em: 08 de abril de 2021.

CEMIN, Maiara. **Estudo dos fatores que influenciam os clientes do comércio de Balneário Arroio do Silva - SC a se tornarem inadimplentes**. 2011. 67 f. TCC (Graduação em Administração) – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007. 248 p. (Métodos de pesquisa). ISBN 9788536308920 (broch.).

DEPS. 4 dicas essenciais para desenvolver uma régua de cobrança ágil e automatizada. Disponível em: https://deps.com.br/4-dicas-essenciais-para-desenvolver-uma-regua-de-cobranca-agil-e-automatizada/?utm_campaign=4_dicas_essenciais_para_desenvolver_uma_regua_d_e_cobranca_agil_e_automatizada&utm_medium=email&utm_source=RD+Station. Acesso em: 01 de dez. de 2020.

EIFERT, Daniel Soares. **Análise quantitativa na concessão de crédito versus inadimplência: um estudo empírico**. Porto Alegre, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2003. Dissertação de Mestrado.

EVANGELISTA, Rudinei. **Análise para concessão de crédito e procedimentos de cobrança como forma de maximização de resultados da empresa cerealista Meleiro Ltda**. 2010. 61 f. TCC (Graduação em Administração) – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma.

FACCIOCHI, Rita Elizandra. **Análise da política de crédito da empresa X calçados na cidade de Barros Cassal – RS**. 2015. 47 f. TCC (Graduação em Administração) – Universidade de Passo Fundo, Soledade.

Governo do Brasil. Governo cria novo programa de apoio às micro, pequenas e médias empresas. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2020/07/governo-cria-novo-programa-de-apoio-as-micro-pequenas-e-medias-empresas>. Acesso em: 29 de setembro de 2020.



JORION, Philippe. **Value at Risk: a nova fonte de referência para a gestão do risco financeiro**/Philippe Jorion; tradução Thierry Barbe. – 2. ed. rev. e ampl. – São Paulo: Bolsa de Mercadorias & Futuros, 2003.

LEMES JÚNIOR, A. B.; RIGO, C. M.; CHEROBIM, A. P. M. S... . **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras: aplicações e casos nacionais**. 2. ed. rev. e atual. Rio de Janeiro: Campus, 2005. 547 p.

MAIA, Andréa do Socorro Rosa Silva. **Inadimplência e recuperação de créditos**. 2007. Monografia (Especialização) - Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Londrina.

MAIA, Duane Cardoso. **A importância da análise de crédito no controle da inadimplência: um estudo de caso em uma distribuidora de combustíveis brasileira**. UEZO, Rio de Janeiro. Trabalho de Conclusão de curso, 2010.

MARCHETTO, Roberta. **Perfil e principais características das pessoas físicas inadimplentes junto a uma instituição financeira**. 2012. 49 f. TCC (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul.

MEGLIORINI, Evandir; VALLIM, Marco Aurélio. **Administração financeira: uma abordagem brasileira**. Ed. Pearson Prentice Hall, São Paulo. 2009. 251 p.

MICHEL, Maria Helena. **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais: um guia prático para acompanhamento da disciplina e elaboração de trabalhos monográficos**. 3. ed. atual. e ampl. São Paulo: Atlas, 2015. xvi, 284 p. ISBN 9788597001136 (broch.).

MIRANDA, João Paulo. **Inadimplência e recuperação de crédito: identificando dificuldades no processo de cobrança**. 2015. 28 f. TCC (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Rio Grande do Norte, Currais Novos.

MONEYTIMES. Inadimplência no varejo de moda recua 6,3% em abril, aponta Índice Meu Crediário. Disponível em: <<https://www.moneytimes.com.br/inadimplencia-no-varejo-de-moda-recua-63-em-abril-aponta-indice-meu-crediarario/>>. Acesso em 05 de junho de 2021.

MOREIRA, Cláudio Filgueiras Pacheco. **Manual de contabilidade bancária**. Editora Elsevier. 2 ed. Rio de Janeiro. 2008.

NUNES, Rodrigo Escobar. **A atuação da recuperação de crédito na gestão de risco de crédito: Um estudo de caso no Sicredi – Sistema de crédito corporativo**. 2013. 65 f. TCC (Graduação em Ciências Administrativas) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul.

REIS, Érico Diego da Silva. **Pesquisa Bibliográfica sobre Métodos de Análise de Inadimplência empregados pelas organizações**. 2017. 31 f. TCC (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana.



SANTOS, J. O. dos. **Análise de crédito: empresas e pessoas físicas**. São Paulo: Atlas, 2003. 185 p.

SCHRICKEL, W. K.. **Análise de Crédito: Concessão e Gerência de Empréstimos**. 4 ed. São Paulo: Editora Atlas S.A. 2000.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Santa Catarina em Números: Criciúma. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relatorio_Municipal_-_Criciuma.pdf>. Acesso em: 07 nov. 2020.

SENAC. Gestão de finanças empresariais. Disponível em: <https://www.senacrs.com.br/cursos_rede/gestao_de_financas_empresariais/html/contudo/contasreceber/index.html>. Acesso em: 25 de maio de 2021.

SERASA. Recuperação de crédito: o que é e como funciona. São Paulo. 2018. Disponível em: <<https://www.serasa.com.br/ensina/seu-nome-limpo/recuperacao-de-credito/>>. Acesso em 02 nov. 2020.

SERASA. Qual é a importância da política de crédito de uma empresa? Disponível em: <<https://www.serasaexperian.com.br/conteudos/credito/qual-e-a-importancia-da-politica-de-credito-de-uma-empresa/>>. Acesso em: 15 de abril de 2021.

SOLIDUZ. Seu negócio precisa mesmo de uma empresa de cobrança? Descubra aqui. Disponível em: <https://soliduz.com.br/empresa-de-cobranca-saiba-tudo/>. Acesso em: 01 de dez. de 2020.

PENA, Rodolfo F. Alves. "Economia do Nordeste"; Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/brasil/economia-nordeste.htm>>. Acesso em 08 de junho de 2021.

VALENTE JUNIOR, Airton Saboya; SILVA, João Marcos Rodrigues da. Atividade Econômica no Nordeste. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, ano III, n.76, 22 jun.2020. (Diário Econômico ETENE,n.76).