

## ANÁLISE DA INADIMPLÊNCIA NO SETOR DE FATURAMENTO DA EMPRESA ABC LTDA

**Fernanda Leão Ribeiro da Silva** – [fernandaleaoribeiro@gmail.com](mailto:fernandaleaoribeiro@gmail.com)

*Bacharelada em Administração – Universidade do Estado da Bahia – DHCT campus XVI*

**Dr. Jerisnaldo Matos Lopes** – [jemlopes@uneb.br](mailto:jemlopes@uneb.br)

*Pós-Doutor Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação – PROFNIT (IFBA)*

**Dra. Lívia da Silva Modesto Rodrigues** – [lsrodrigues@uneb.br](mailto:lsrodrigues@uneb.br)

*Pós-doutora em Estudos Interdisciplinares sobre Políticas Públicas Promotoras de Igualdades – Universidade Portucalense/Universidade Salvador*

**Resumo** - Esse trabalho decorre da atividade de estágio curricular com a finalidade de evidenciar as experiências e os conhecimentos teóricos e práticos do Curso de Administração da Universidade do Estado da Bahia - UNEB. A atividade foi realizada em uma empresa da área da distribuição de insumos agrícolas, o setor estudado foi a análise de crédito de clientes e com levantamento de pesquisas de inadimplência em órgãos oficiais para cadastro e estabelecimento de procedimentos de políticas de crédito destinadas a aprovação de vendas. O trabalho foi desenvolvido quanto à natureza do método a pesquisa qualitativa e o tipo de pesquisa de caráter exploratória, com adoção da pesquisa bibliográfica e documental. Buscou-se ainda, artigos em plataformas digitais, revistas de periódicos indexados e livros, analisando e selecionando as publicações. Com base nos estudos, pode-se compreender a existência de índice de inadimplência dos clientes e que este fator afeta a empresa nas suas estratégias de vendas, mas que traz nesse procedimento a segurança quanto a redução dos riscos de inadimplemento e impacto em sua estrutura financeira. Nesse sentido constata-se que a análise prévia de consulta ao SPC (Serviço de Proteção ao Crédito) e no Serasa *Experian* é um procedimento necessário a salvaguarda dos recursos patrimoniais, seja pela venda de ativos ou recebimento decorrentes dessa operação. Diante disso, a experiência do estágio possibilitou ainda a intervenção como sugestão junto a empresa de melhorias fazendo a análise prévia da situação dos clientes na hora da venda, a implantação do seguro de crédito e um suporte de qualidade para o setor de cobrança.

**Palavras-chave** — Clientes, Gestão de Crédito, Inadimplência, Riscos.

**Abstract** - This work arises from the curricular internship activity with the purpose of highlighting the experiences and theoretical and practical knowledge of the Administration Course at the State University of Bahia - UNEB. The activity was carried out in a company in the field of agricultural input distribution, the sector studied was customer credit analysis and surveys of default in official bodies for registration and establishment of credit policy procedures aimed at approving sales. The work was developed regarding the nature of the qualitative research method and the type of exploratory research, with the adoption of bibliographic and documentary research. We also searched for articles on digital platforms, indexed periodical magazines and books, analyzing and selecting publications. Based on the studies, it is possible to understand the existence of a customer default rate and that this factor affects the company in its sales strategies, but that this procedure brings security in terms of reducing the risk of default and impact on its financial structure. In this sense, it appears that the prior analysis of consultation with the SPC (Credit Protection Service) and Serasa *Experian* is a necessary procedure to safeguard asset resources, whether through the sale of assets or receipt resulting from this operation. In view of this, the internship experience also made it possible to intervene as a suggestion with the company for improvements, carrying out a prior analysis of the customers' situation at the time of sale, the implementation of credit insurance and quality support for the collections sector.

**Keywords** — Clients, Credit Management, Default, Scratches.

## 1 INTRODUÇÃO

Este trabalho de pesquisa decorre do relatório de estágio desenvolvido com a finalidade de compartilhar os conhecimentos e experiências adquiridas no componente curricular. A empresa ABC estudada é do segmento agrícola, semoventes implementos para a atividade rural.

O tema do estudo é relacionado à gestão de riscos ao crédito, que tem como objetivo identificar a possibilidade de um contrato ou venda a prazo ser cumprida ou não, por meio da avaliação prévia de variáveis que incidem sobre o setor comercial, buscando a total garantia de que o valor contratado será pago. A gestão de recebíveis busca minimizar um possível impacto negativo nos resultados e reduzindo as incertezas que podem aparecer como um problema futuro das operações de crédito. É a maneira como cada organização prevê o descumprimento de acordos das operações de vendas, os impactos para os setores envolvidos e as ações de controle para diminuir perdas por inadimplemento.

Teoricamente, um problema pode ser definido como uma situação indesejada e, muitas vezes, imprevisível, que pode ocorrer em vários setores de uma organização. Situações de perdas e prejuízos podem surgir e atrapalhar o desempenho das atividades cotidianas, bem como impedir que a organização alcance seus objetivos. Durante a realização do estágio foi identificada possibilidade de melhoria do setor comercial considerando as fragilidades das operações de crédito, do monitoramento das restrições cadastrais para liberação de limite dos clientes. Assim, evitar o riscos para a empresa de vendas com maior incidência de inadimplência.

É mister a presença de uma gestão de comercial, eficiente com foco no risco de crédito, na qual haja incidência de estratégias voltadas ao fortalecimento do planejamento financeiro, principalmente nas ações que impactam no fluxo de caixa, na liquidez e no controle de endividamento da empresa. É necessário destacar que as decisões do setor comercial podem influenciar significativamente os fluxos de recursos e, nesse sentido, devem ser adotadas medidas que possam otimizar as ações de análise cadastral, representadas na pré-venda, garantindo que sejam tomadas as decisões mais assertivas e evitando possíveis constrangimentos no relacionamento com os clientes, possibilitando uma melhor atuação nas situações de concessão de crédito e cobrança.

O estudo teve como objetivo apresentar a análise de inadimplência em função da ausência de consulta prévia ao SPC (Serviço de Proteção ao Crédito) e Serasa *Experian* na empresa ABC, cujos objetivos específicos foram estudar os conceitos relacionados à administração financeira aplicados gestão de recebíveis; bem como analisar os conceitos aplicados à gestão de risco de crédito, propondo as melhorias devidas a partir das análises.

## 2. METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste trabalho em relação à abordagem do tema, a metodologia é classificada como uma pesquisa predominantemente qualitativa – onde se analisa o tema do ponto de vista subjetivo. Quanto aos seus objetivos, este trabalho se classifica como exploratório, já que busca familiarizar-se com a problemática em estudo, torná-la explícita, e permitir a criação de uma solução adequada (Gil, 2008).

O trabalho divide-se em ampla realização de pesquisa bibliográfica - uma revisão de literatura sobre o assunto em questão - contribuindo com o mapeamento dos estudos teóricos sobre essa temática específica. A pesquisa foi elaborada com base em materiais já existentes de outros autores, essas fontes foram buscadas especialmente em livros e artigos científicos nas plataformas digitais Google Acadêmico e periódicos indexados. Ao longo da pesquisa, é discutido a importância de uma análise das políticas de crédito na empresa para redução no impacto da inadimplência.

A coleta de dados foi realizada por meio da observação das atividades desenvolvidas na organização. Também utilizou-se da técnica de pesquisa documental, verificando informações em relatórios e no acesso ao

sistema da empresa. Adotou-se ainda a pesquisa exploratória, com a finalidade de confirmar o assunto em questão e propor sugestões e alternativas perante o problema apresentado.

### 3. EMBASAMENTO TEÓRICO

#### 3.1 Conceitos de Administração Financeira

De acordo com Gitman (2004, p. 4), podemos definir finanças como a arte e a ciência da gestão do dinheiro. As finanças são parte importante em estudo, na qual afeta diretamente na vida das pessoas e das organizações de qualquer porte. Para Gitman (1997) a função da administração financeira nas empresas acontece quando as pessoas responsáveis por departamentos de uma organização conseguem interagir com o departamento financeiro para que todos possam tomar as decisões e realizar previsões mais adequadas. Também realiza o planejamento dos fluxos de caixa para arcar com as obrigações, obtendo assim, ativos necessários para alcançar as metas impostas pela empresa, portanto: “O planejamento de caixa é a espinha dorsal da empresa. Sem ele não se saberá quanto haverá caixa suficiente para sustentar as operações ou quanto se necessitará de financiamento bancário”. (Gitman, 1997, p. 586).

Nesse sentido, constata-se que as atividades de controle financeiro são imprescindíveis para o sucesso de uma organização, é percebido que atingindo a eficiência do capital de giro, a empresa terá em sua disponibilidade os recursos financeiros necessários a liquidação de seus compromissos, honrando suas obrigações junto aos credores e demais fornecedores. É evidente que a ausência de uma política de crédito pode afetar o fluxo de caixa e conseqüentemente, impossibilitar o cumprimento de suas obrigações de curto, médio e longo prazo, provocando impactos na liquidez geral, corrente e imediata.

De acordo com Gitman (2004), o índice de liquidez corrente mede a capacidade da empresa de saldar as suas obrigações em curto prazo, e quanto mais alto for o índice de liquidez corrente, a empresa se torna mais eficiente no âmbito da capacidade de honrar suas obrigações de curto prazo, considerando a disponibilidade dos ativos circulantes.

##### 3.1.1 Administração de valores a receber – recebíveis.

Os valores a receber são decorrentes das receitas das vendas a prazo da empresa e portanto, são recursos que estão na mão de clientes ou de parceiros comerciais. Para Berti (1999, apud Oliveira 2002, p. 38) conceitua “valores a receber como direitos a receber dos clientes, num determinado período de tempo, correspondente à prestação de serviços ou venda de produtos, normalmente retornados por meio de dinheiro”. Assaf Neto e Silva (1997, apud Oliveira 2002, p. 38) define “administração dos valores a receber, os direitos a prazo decorrentes da venda de produtos e ou serviço.

Neste caso, os giros operacionais dos valores a receber são finalizados pelo recebimento de dinheiro”. O setor de faturamento é responsável por emitir essas duplicatas a receber, como também monitorar e acompanhar os prazos de pagamento e as condições oferecidas na hora da venda.

Os atrasos ocorridos nos recebimentos afetam diretamente as necessidades de disponibilidades para fazer frente ao fluxo de capitais, principalmente às saídas de caixa e são, geralmente, conseqüências de deficiências das políticas de concessão de crédito oriundas do setor de cadastro ou dos processos de cobrança. É feito todo um jogo de cintura para ter uma boa relação na hora de cobrar. Se não tiver métodos eficazes, manterá níveis altos de valores a receber.

### 3.2 Gestão de risco de crédito

Segundo Bessis (1998, p.81), o risco de crédito é a possibilidade de que esta expectativa não se cumpra no determinado período do acordo, o que, se acontecer, torna o devedor um inadimplente, risco de *default*. Assim, essa gestão realiza processos importantes para realizar a avaliação do crédito dos clientes antes da venda, operacionalizar o monitoramento da adimplência dos clientes e o gerenciamento de possíveis perdas decorrentes da inadimplência.

Toda estratégia da área de gestão de risco de crédito é voltada para reduzir os impactos do inadimplemento, protegendo a empresa. Silva (1998, p.71) afirma que “a otimização dos resultados portanto, é decorrência de uma eficiente política de crédito, associada evidentemente, à política de cobrança e as demais políticas da empresa”.

Assim, existem várias etapas no processo de gestão de risco de crédito, cada uma delas é importante para garantir a segurança financeira da instituição. A primeira etapa consiste na análise do perfil do cliente, que envolve a verificação da capacidade de pagamento, do histórico de crédito, referências comerciais e da situação financeira atual do cliente que será considerada a amostra da renda. A segunda etapa consiste em determinar a probabilidade de que o cliente não cumpra suas obrigações financeiras, por meio da sua condição de compra, histórico e relacionamento com o mercado.

Dessa forma, após a análise, a empresa pode definir os riscos, estabelecer os limites de crédito para os clientes, considerando ainda a possibilidade de exigência de garantias adicionais, ou adotar a concessão de taxas de juros superiores para clientes de maior risco. Dentre outras medidas de controle do risco é permitido à organização o monitoramento contínuo a situação financeira dos clientes e realizar ajustes em suas estratégias de gestão de risco de crédito, conforme necessário.

### 3.3 Educação financeira

A educação financeira é uma prática que vai nos trazer uma base sobre a realidade prática da área de finanças. Ao adquirir o conhecimento sobre a área financeira, o indivíduo estará habilitado para o amadurecimento, possibilitando lidar com a diferença entre possuir recursos e saber como utilizá-los de forma adequada. Percebe-se que deter conhecimentos sobre finanças pode contribuir para o controle das relações de consumo, sobre o nível de endividamento, controlar os impulsos das compras não planejadas.

Segundo Gallery (2011, p.288), educação financeira é a capacidade de ter decisões precisas e eficazes em relação ao uso e gestão do dinheiro. Para Lelis (2006), a educação financeira é importante, pois abrange informações de como aumentar a renda, reduzir despesas e gerenciar fundos. A educação financeira é utilizada como ferramenta para a pessoa administrar o próprio dinheiro.

Constata-se que devido ao alto nível de inadimplemento e de restrições nos órgãos de análise de crédito, existem uma dificuldade cultural em lidar com o dinheiro, e pôr em prática a concepção de economia e planejamento financeiro, tarefa de se preparar para o futuro. Assim também, ocorre nas empresas, a partir das políticas de crédito e de estímulo ao consumo, as quais os setores devem estar preparados para evitar prejuízos.

Segundo Leal e Melo (2007 p. 6) no Brasil, as pessoas que têm mais acesso e entendimento com as habilidades financeiras são os indivíduos que cursam nível superior como em Administração, Economia, Contabilidade ou através da vivência no âmbito profissional. É necessário estimular esse conhecimento e propiciar oportunidades que sejam permitidas o conhecimento da área financeira, face a sua aplicabilidade para a gestão empresarial e pessoal, em relação a tomada de decisões e formulação orçamentária.

### 3.3.1 Cadastro de clientes

De acordo com Kotler (1993) “clientes são organizações ou pessoas, internas ou externas à empresa que são impactadas pelos produtos”. Segundo pesquisa da Folha de São Paulo/SP, (2003) “a ficha cadastral é o principal fator de segurança nas vendas à crédito. A ficha deve ser preenchida, pois facilita a análise de crédito, a cobrança e o contato de forma rápida e eficaz com o cliente”. Nesse contexto, para Leonardo Roscoe e Bessa (2014, p. 327) [...] no cadastro, a informação é obtida diretamente do consumidor para uso de um fornecedor específico, a exemplo do que ocorre em diversos estabelecimentos comerciais quando solicitam dados pessoais [...]”.

Ter uma boa base de dados sobre os consumidores e potenciais compradores da sua empresa garantem o bom funcionamento e crescimento do negócio, afinal engajar e fidelizar clientes é o grande segredo para potencializar as vendas de uma empresa. Além disso, ter um cadastro atualizado dos clientes é um diferencial na hora de prestar um bom atendimento ao consumidor.

### 3.3.2 Inadimplência

A inadimplência, conceitualmente, representa a falta de pagamento de uma dívida feita por um consumidor. De acordo com Diniz (2007, p. 381) “consiste na ausência do pagamento ou no descumprimento, voluntário ou involuntário, por parte do devedor”. Contudo, é imprescindível que a inadimplência é o fator de risco para uma obrigação contraída, na concessão de crédito.

Para Teixeira e Silva (2001, p. 19), “inadimplência é a falta de pagamento; inadimplemento é o termo jurídico utilizado, em regra, para designar uma situação de não cumprimento de cláusula contratual; insolvência é a perda total de capacidade de pagamento”.

De acordo com Rodrigues (2012), ao conceder crédito ao cliente para ele desfrutar dos produtos e serviços com pagamento posterior, estão sujeitas ao risco de inadimplência e não receber. Se isso ocorrer, as empresas terão que de alguma forma arcar com a dívida, seja por meio de empréstimos de terceiros ou venda de ativos.

A inadimplência acontece quando os clientes não conseguem mais honrar as dívidas assumidas. Este fato ocorre devido a fatores econômicos, sociais e culturais, dentre eles destaca-se o desemprego, a falta de planejamento, fácil acesso ao crédito e a falta de educação financeira.

Segundo dados da Serasa *Experian* (2023), o Brasil conta com milhões de pessoas inadimplentes devido as mais variáveis causas sendo o desemprego uma das principais causas, também justificada pela redução inesperada de salário, falta de controle financeiro, atraso no pagamento do salário, agravado por concessões de limites de crédito alto para o consumidor com pouca renda.

Diante desses indicadores, observa-se a análise do perfil de pessoas que estão com dívidas abertas e, no mês de setembro de 2023 foi constatado que, as mulheres são as que mais devem, com uma porcentagem de 50,4%; enquanto os homens com 46,6%.

As pessoas de classe média que recebem entre 01 (um) à 02 (dois) salários mínimos, também entram nessa faixa. A faixa etária das pessoas que estão com nome restrito são de 41 a 60 anos, representando 35%; de 26 a 40 anos, correspondendo a 34,5% e acima de 60 anos com 18,3%.

Com o crescimento da inovação, a maioria das empresas utilizam muito os bancos de dados para analisar o perfil dos consumidores em geral, como por exemplo o SPC (Seguro de Proteção ao Crédito) que facilita a identificação do comportamento entre a relação do indivíduo com o mercado econômico. Dentre esses dados, os impactos de um setor agrícola são diversos, visando que a cadeia produtiva do agronegócio envolve diversos agentes, como produtores, fornecedores, cooperativas e instituições financeiras, o que aumenta a complexidade das operações e a exposição a riscos.

### 3.4 Melhorias e sugestões nos processos de gestão de risco de crédito

O vínculo criado entre a empresa e o cliente é um fator determinante para o sucesso ou fracasso dos negócios, e cabe a cada organização estabelecer as políticas de crédito, segundo a segmentação do mercado e ao público especificado. Portanto, para uma gestão eficiente do risco de crédito é necessário propor medidas preventivas para o controle da inadimplência. Para Hoji (2009) a análise de crédito deve ser monitorada e atualizada sempre que possível. Por conta disso, em um primeiro momento é interessante que essa análise seja feita no momento - ou antes - da venda através da pesquisa no site do SPC (seguro de proteção ao crédito) para assim evitar riscos do não recebimento do valor.

Uma ação proposta, é a adoção do seguro de crédito que tem como objetivo principal cobrir perdas oriundas dentro de um país onde a dívida foi feita (Zaldívar 2010). Em outras palavras, o seguro de crédito é uma ferramenta essencial dentro da gestão de inadimplência efetiva, que garante que a sua empresa receberá pelos valores – ou pelo menos parte deles – mesmo em caso de inadimplência de seus clientes.

A atividade da cobrança corresponde ao processo de recuperação de créditos em atraso, que envolve medidas relativas ao envio de notificações de cobrança, contato com o devedor, negociação de pagamento e ação judicial. O departamento de cobrança a responsabilidade de gerenciar os ativos recebíveis da empresa. Santos (2001) diz que a cobrança requer planejamento e controle para se tornar eficaz. Seguindo o mesmo raciocínio, perante o autor Silva (2008, p. 357):

“A cobrança é parte importante do ciclo do negócio e assume cada vez mais um papel relevante e reconhecido nas organizações empresariais e instituições financeiras. O contínuo desafio das empresas para manter ou aumentar sua participação no mercado requer uma política de cobrança focada em dois vetores principais, ou seja, (i) maximização da cobrança visando melhorar o fluxo de caixa da empresa e (ii) minimização das perdas de negócios futuros”.

O estabelecimento de procedimentos de cobrança de forma efetiva pode minimizar as perdas financeiras causadas pela inadimplência. Assim, constata-se que é preciso usar estratégias adequadas e padronizadas, fortalecer as políticas de crédito de acordo com o padrão de comportamento do segmento, mantendo os níveis de satisfação e relacionamento entre os clientes e a empresa. Observou-se nesse cenário que na empresa ABC, deverá ser fortalecidas ações de suporte no setor de cobrança, no gerenciamento de informações cadastrais, com designação de responsabilidade aos colaboradores sobre os valores recebíveis, pois provoca dificuldades no fluxo financeiro.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que o aumento do índice de inadimplência afeta a situação financeira da organização, dificultando o seu crescimento. Entretanto, pode-se afirmar ainda que, quando não há um controle da inadimplência, os efeitos podem prejudicar toda a empresa, pois o risco é constante de perda financeira por se tratar de vendas sem retorno da lucratividade devida. Uma política de crédito não se resume apenas ao processo de concessão de limites ao cliente; envolve também a definição dos parâmetros para a venda à crédito, a criação de mecanismos para acompanhamento e monitoramento desses clientes e a adoção de política para cobrança de inadimplentes.

Ao observar as possíveis melhorias no problema exposto, nota-se que estas dependem de alguns fatores para incluir e modificar na rotina de trabalho da parte do crédito e cobrança da empresa. Primeiramente, é interessante verificar antecipadamente a situação do cliente no site do SPC (seguro de proteção ao crédito) no momento da venda, evitando as chances da inadimplência. O seguro de crédito, por exemplo, é uma proposta

de inclusão para garantir os recebimentos de valores - ou parte deles - em casos de atrasos ou falta de pagamentos de vendas a prazos, o que permite vender com mais segurança nesses tempos. Também é exposto a implantação de um suporte mais eficaz da parte da cobrança, dando uma maior atenção no setor financeiro. Os responsáveis da área devem ter capacitações para prover a comunicação adequada, apresentando sempre postura profissional e eficiência para com os propósitos da empresa. Diante disso, considera-se que os objetivos deste trabalho alcançados, sendo possível analisar a inadimplência, política de crédito e cobrança da empresa, bem como propor sugestões de melhorias que possam aprimorar seu processo.

## AGRADECIMENTOS

Grata a Universidade do Estado da Bahia – UNEB, DHCT campus XVI de Irecê-Ba, que está sendo essencial no meu processo de formação profissional, por todo conhecimento adquirido durante esses anos e pela elevada qualidade do ensino oferecido.

## REFERENCIAS

- ASSAF NETO, Alexandre; SILVA; César Augusto Tibúrcio. **Administração do Capital de Giro**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- BERTI, Anélio. **Análise do Capital de Giro – Teoria e Prática**. São Paulo: Ícone, 1999.
- BESSA, Leonardo Roscoe. **Cadastro Positivo** - comentário à Lei 12.414, de 09 de junho de 2011. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2011, p.27.
- BESSIS, Joel. **Risk Management in Banking**. Chichester, England: John Wiley, 1998.
- BRAGA, Roberto. **Uma Proposta para a Análise Integrada da Liquidez e Rentabilidade das Empresas**. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração, 2003.
- DINIZ, Maria Helena. **Curso de Direito Civil Brasileiro – Teoria Geral das Obrigações**. v.2. 22.ed. rev. e atual. São Paulo: Saraiva, 2007. p.381.
- EKER, T. H. **Os segredos da mente milionária: aprenda a enriquecer mudando seus conceitos sobre dinheiro e adotando os hábitos das pessoas bem-sucedidas**. Rio de Janeiro: Sextante, 2006.
- FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.
- GALLERY, N.; GALLERY, G.; BROWN, K.; PALM, C. **Financial literacy and pension investment decisions**. **Financial Accountability & Management**. EUA, 2011.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração Financeira**. 7.ed, Harbra. São Paulo, 1997.
- GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 10<sup>a</sup> ed. São Paulo: Pearson, 2004.
- HOJI, M. **Administração Financeira e Orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, análise, planejamento e controle financeiro**. 8. ed. São Paulo: Scipione, 2009.
- KOTLER, P; **Princípios de marketing**. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1993.
- LAKATOS, E. M. e MARCONI, M. A. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 5a. ed. São Paulo: Atlas, 2003.



LEAL, Douglas Tavares; MELO Sheila de. **A Contribuição da Educação Financeira para a Formação de Investidores.**

LELIS, M. G. **Educação financeira e empreendedorismo.** Centro de Produções Técnicas, 2006.

PEINADO, Jurandir; GRAEML, Alexandre Reis. **Administração da produção: operações industriais e de serviços.** Curitiba: UnicenP, 2007.

RODRIGUES, Chrystian Marcelo. **Análise de crédito e risco.** Curitiba: InterSaberes, 2012.

SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração financeira da pequenas e média empresa.** São Paulo: Atlas, 2001.

SERASA LIMPA NOME. **Mapa da inadimplência e negociação de dívidas no Brasil.** Disponível em: <https://www.serasa.com.br/limpa-nome-online/blog/mapa-da-inadimplencia-e-renogociacao-de-dividas-no-brasil/>. Acesso em 08/11/2023.

SILVA, José Pereira da. **Gestão e Análise de Risco de Crédito.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 1998.

SILVA, J. P. **Gestão e análise de risco de crédito.** 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

TEIXEIRA, A. F; SILVA, A. R. (2001). **Créditos de difícil recebimento: crédito, cobrança, inadimplência e os seus tratamentos contábeis.** 1 ed. Franca: Facef.

ZALDÍVAR, C.M. **El Seguro de Crédito en Chile.** 1. Ed. Madri: Fundación Mapfre, 2010.