

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
FACULDADE NATALENSE PARA O DESENVOLVIMENTO
DO RIO GRANDE DO NORTE**

MARCELO VADALÁ ALMEIDA

**ESTUDO DO PERFIL DOS CLIENTES INADIMPLENTES NO PRODUTO DE
CRÉDITO CHEQUE ESPECIAL DE PESSOA FÍSICA DA CAIXA ECONÔMICA
FEDERAL NO RIO GRANDE DO NORTE**

**ESTUDO DO PERFIL DOS CLIENTES INADIMPLENTES NO PRODUTO DE
CRÉDITO CHEQUE ESPECIAL DE PESSOA FÍSICA DA CAIXA ECONÔMICA
FEDERAL NO RIO GRANDE DO NORTE**

Administradora da Faculdade Natanense
para o Desenvolvimento do Rio Grande
do Norte - FARN, onde realizou a
obtenção do título de Bacharel em
Administração.

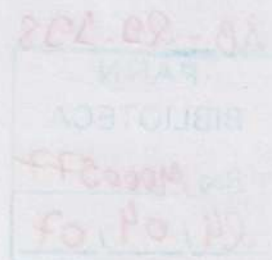
Orientador: José Vitor dos Santos
Júnior, MSc.

NATAL/RN

NATAL/RN

2006

MARCELO VADALÁ ALMEIDA



ESTUDO DO PERFIL DOS CLIENTES INADIMPLENTES NO PRODUTO DE
CRÉDITO CHEQUE ESPECIAL DE PESSOA FÍSICA DA CAIXA ECONÔMICA
FEDERAL NO RIO GRANDE DO NORTE

Monografia apresentada ao Curso de
Administração da Faculdade Natalense
para o Desenvolvimento do Rio Grande
do Norte - FARN como requisito à
obtenção do título de Bacharel em
Administração.

Orientador: Josué Vitor de Medeiros
Júnior, Msc.

NATAL/RN

2006

88-29.198

FARN
BIBLIOTECA

14000577

24.04.07

M

336.717

A449e

2006

22.01

Catálogo na Publicação – Biblioteca da FARN
Setor de Processos Técnicos

Almeida, Marcelo Vadalá

Estudo do perfil dos clientes inadimplentes no produto de crédito cheque especial de pessoa física da Caixa Econômica Federal no Rio Grande do Norte / Marcelo Vadalá Almeida. – Natal: FARN, 2006.

45f.

Orientador: Josué Vítor de Medeiros Júnior (M.Sc.)

Monografia (Graduação em Administração) – Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte.

1. Concessão de Crédito – Monografia.
2. Cobrança Bancária – Monografia.
3. Inadimplência – Monografia I. Título.

RN/FARN/BC

CDU 336.717

MARCELO VADALÁ ALMEIDA

AGRADECIMENTOS

ESTUDO DO PERFIL DOS CLIENTES INADIMPLENTES NO PRODUTO DE
CRÉDITO CHEQUE ESPECIAL DE PESSOA FÍSICA DA CAIXA ECONÔMICA
FEDERAL NO RIO GRANDE DO NORTE

A Caixa Econômica Federal e ao gerente da Agência de Atendimento ao Cliente, CUF/GRN Rosângela Maria Pontoura e à Superintendente Maria do Socorro Proença, quem expressam meus sinceros agradecimentos por disponibilizar dados e acesso às informações com total confiança.

Aos meus amigos pelos momentos de lazer.

Monografia apresentada ao curso de Administração da Faculdade Natalense para o Desenvolvimento do Rio Grande do Norte, e aprovado em 06 de dezembro de 2006 pela Banca Examinadora composta pelos seguintes membros:

A todos meus professores que contribuíram para minha formação profissional, com especial ao meu orientador Josué Vitor de Medeiros Júnior pelo esforço dedicado e confiança depositada.

Josué Vitor de Medeiros Júnior, M. Sc.

Orientador

Catarina da Silva Souza, M. Sc.

Membro Examinador

RESUMO

Muitos estudos sobre inadimplência e concessão de crédito têm sido elaborados, e existe uma lacuna a ser preenchida sobre este assunto, a questão do Perfil dos inadimplentes. Para uma ação efetiva de cobrança se faz necessário saber quem são os clientes, para que desde a hora da concessão do crédito, até a hora da cobrança, os perfis sejam tratados de uma forma mais individualizada, trazendo facilidades para aqueles que vivem a ser bons pagadores e buscando novas garantias para os que se enquadram no perfil de mal pagador. A pesquisa foi realizada com o intuito de identificar o perfil dos clientes inadimplentes do parâmetro de crédito Cuesque Especial Pessoa Física da Caixa Econômica Federal, identificando os principais motivos da inadimplência. Para tal utilizou-se uma amostra com 150 clientes, de um total de 6167, que se enquadram inadimplentes. Utilizando também estudos do Fundo de Caixa. Os resultados foram os seguintes:

AGRADECIMENTOS

A DEUS, por minha saúde e determinação na busca de mais um objetivo de vida.

A Caixa Econômica Federal, na pessoa da Gerente de Filial da GIPRO/NA Rosaura Maria Fontoura e da Superintendente Maria do Socorro Praxedes, quero externar meus sinceros agradecimentos por disponibilizar dados e acesso às informações com total confiança.

Aos meus amigos pelos momentos de lazer.

À minha noiva, pelo carinho e compreensão durante todo processo deste estudo.

Aos meus pais, que nunca se fizeram tão presentes, por todo esforço e dedicação de fazer tornar possível meus sonhos e conquistas.

A todos meus professores que contribuíram para minha formação profissional, em especial ao meu orientador Josué Vitor pelo esforço dedicado a conclusão deste trabalho.

RESUMO

Muitos estudos sobre inadimplência e concessão de crédito vem sendo elaborados, e existe uma lacuna a ser preenchida sobre esse assunto, a questão do Perfil dos Inadimplentes. Para uma ação efetiva de cobrança se faz necessário saber quem são os clientes, para que desde a hora da concessão do crédito, até a hora da cobrança, os perfis sejam tratados de uma forma mais individualizada, trazendo facilidades para aqueles que viriam a ser bons pagadores e buscando novas garantias para os que se enquadram no perfil de mal pagador. A pesquisa foi realizada com o intuito de identificar o perfil dos clientes inadimplentes do produto de crédito Cheque Especial Pessoa Física da Caixa Econômica Federal e identificar as principais causas da inadimplência. Para tal utilizou-se uma pesquisa exploratória com 150 clientes, de um total de 6167, que se encontram inadimplentes. Utilizando também métodos do Estudo de Caso. Os resultados demonstraram que o processo de cobrança tem que ser revisto para que algumas das ferramentas sugeridas no presente estudo, assim como seus resultados, passem a ser utilizados, com objetivo de atingir índices mínimos de inadimplência.

Palavras-chaves: Crédito, Inadimplência, Cobrança, Perfil.

Word-keys: Credit, Insolvency, Collection, Profile.

ABSTRACT

Many studies on insolvency and concession of credit come being elaborated, and exist a gap to be filled on this subject, the question of the Profile of the Defaulters. For an action it accomplishes of collection if it makes necessary to know who are the customers, so that since the hour of the concession of the credit, until the hour of the collection, the profiles are dealt with a individualized form more, bringing easiness for those that would come to be good payers and searching new guarantees for that if they fit in the profile of badly paying. The research was carried through with intention to identify to the profile of the customers defaulters of the credit product Guaranteed check Natural person of the Caixa Econômica Federal and to identify the main causes of the insolvency. For such a explorer research with 150 customers was used, of a total of 6167, that defaulters meet. Also using methods of the Study of Case. The results had demonstrated that the collection process has that to be I coat so that some of the tools suggested in the present study, as well as its results, pass to be used, with objective to reach minimum indices of insolvency.

Word-keys: Credit, Insolvency, Collection, Profile.

1	INTRODUÇÃO.....	08
1.1	CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA.....	10
1.2	CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA.....	12
1.3	DELIMITAÇÃO DA PESQUISA.....	14
1.4	OBJETIVO.....	14
1.4.1	Objetivo Geral.....	14
1.4.2	Objetivo Específico.....	14
1.5	JUSTIFICATIVA.....	14
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	16
2.1	CRÉDITO.....	16
2.1.1	Análise de Crédito.....	18
2.1.2	Política de Crédito.....	20
2.2	INADIMPLÊNCIA.....	23
2.3	GESTÃO DE RISCO.....	24
3	METODOLOGIA DE PESQUISA.....	26
3.1	TIPO DE PESQUISA.....	26
3.2	UNIVERSO E AMOSTRA.....	27
3.3	COLETA DE DADOS.....	28
3.4	TRATAMENTO DE DADOS.....	28
4	ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS.....	29
4.1	DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS.....	29
5	CONCLUSÃO.....	37
6	CRONOGRAMA.....	39
	REFERÊNCIAS.....	40
	APÊNDICE.....	43

1 INTRODUÇÃO

A economia mundial vem crescendo constantemente. Aliada a globalização, tem provocado mudanças em busca por espaços cada vez mais escassos no mercado internacional, principalmente parceria com grandes empresas, capazes de competir em ambientes “hostis”.

Para atingir seus objetivos (lucros) e manter suas empresas sempre a frente de seus concorrentes, é necessária a análise e implementação de estratégias competitivas, para se alcançar novos mercados.

Treinar funcionários, especializar gerentes, criar serviços personalizados, sempre inovar, buscando clientes fiéis, são tópicos dessa estratégia para se manter a frente do mercado, cada vez mais exigente.

A Caixa Econômica Federal (CAIXA), como exemplo dessas estratégias competitivas, possui um programa de fidelização que utiliza a segmentação dos clientes por valor de renda e por potencial de negócio. Tais clientes são tratados por gerentes específicos, que conseguem levantar com grande exatidão o perfil de cada um.

A concessão de crédito no Brasil é um importante instrumento para o desenvolvimento econômico. Constitui-se na principal atividade bancária. Segundo Silva (1988, p. 23): “O crédito pode ainda fazer com que as empresas aumentem seu nível de atividade; estimular o consumo influenciando na demanda; [...] facilitar a execução de projetos para os quais as empresas não disponham de recursos próprios suficientes.”

A análise de crédito feita pelos bancos tem papel crucial para a sua sobrevivência, visto que, um crédito que seja concedido e que não retorne para o concedente, pode acarretar a perda do ganho obtido junto a várias outras operações.

Como principal papel dos bancos, vê-se uma linha lógica, seguida a centenas de anos, ou seja, transacionar dinheiro, captar dos clientes poupadores e emprestar aos tomadores de crédito. Seguindo um ciclo de CAPTAR-EMPRESTAR-RECEBER.

Quando um desses passos é quebrado, faz-se necessário estudar uma forma para minimizar custos, aprimorar processos e otimizar o sistema.

Neste trabalho temos como enfoque principal o último aspecto: a questão do recebimento pelo banco do crédito captado e por sua vez emprestado.

Uma grande mudança que ocorreu no meio econômico no Brasil, fazendo com que a inadimplência passasse a fazer parte do mercado, foi a criação do Plano Real no ano de 1994. Não obstante os aspectos positivos identificados, o índice de inadimplência em todos os setores da economia nacional aumentou assustadoramente.

A população, acostumada a índices de inflação acima dos 1.000% anuais, começa a conviver com uma economia estável, com inflação abaixo dos 20% ao ano. As pessoas passaram a se adaptar à nova realidade. Muitas pessoas se sentiram angustiadas, preocupando-se muito mais com suas dívidas pessoais, sem condições de liquidá-las com seus salários, do que com o País, que começa a mudar de forma clara, supostamente sem inflação.

Para um controle maior, em 1994, institucionalizou-se a inadimplência no Brasil. O Banco Central (BACEN) criou normas de renegociação de dívidas, tamanha a crise que se instalou pela falta de pagamento dos mais diversos ramos de atividade: escolas, lojas comerciais, Bancos etc. "O cliente que queria pagar seus compromissos em dia, se os atrasasse, poderia renegociar com taxas menores. O próprio BACEN criou condições para renegociação com privilégios de prazos e taxas." Silva, J. (1997, p.383).

A CAIXA também adotou tais normas de renegociações de dívidas, a fim de liquidar contratos e de impulsionar o mercado, por meio da injeção de recursos. Não foi suficiente. Tanto o Governo Federal como as instituições financeiras continuavam com seus índices de inadimplência crescendo, o que suscitava providências para minimizar e reverter com urgência este processo.

A CAIXA tenta atingir todos os tipos de clientes e suas necessidades, dispondo de várias linhas de crédito. Dentre elas, o produto Cheque Especial Pessoa Física é o mais utilizado.

Esse produto é um limite de crédito rotativo, disponibilizado ao cliente, com objetivo de ser utilizado para reforçar o saldo da conta corrente de depósitos à vista. A instituição financeira disponibiliza um limite de crédito em sua conta corrente, permitindo saques e movimentações a débito, além do seu saldo disponível.

Existe uma grande facilidade na sua utilização, pois o crédito é imediato e desburocratizado, e ainda suas taxas se adaptam a reciprocidade do cliente - quanto maior, menor a taxa (Caixa, 2006).

Levando em consideração o Cheque Especial, é recomendável sua utilização somente por um curto período e por uma necessidade momentânea. Segundo a Federação Brasileira dos Bancos (FEBRABAN, 2006), o cheque especial é:

Conta corrente com limite de crédito rotativo e automático definido em função dos dados cadastrais da empresa. A linha pode ser usada até o limite concedido ao cliente e os juros variam entre 4,5% e 10% ao mês, o equivalente a 70% e 214% ao ano.

Diante de percentuais tão elevados quanto estes é aconselhável usar o sistema só em último caso e apenas por prazos bem curtos.

1.1 CONTEXTO E COLOCAÇÃO DO PROBLEMA

No que tange ao tema finanças, o cenário brasileiro é característico: um País em desenvolvimento que busca investimentos para adquirir sustentação. A escassez de recursos financeiros é fato consumado, sendo assim, necessários parceiros para se captar recursos. Muitas vezes, tais recursos são tomados pelos necessitados sem ao menos conhecer o processo de concessão de crédito, sem saber os juros que serão pagos e as causas caso venham a inadimplir seus contratos.

A partir de dados coletados do Sistema de Gestão de Inadimplência de Créditos Próprios (SIGIPRO), no dia 09/05/2006, por intermédio de um relatório geral de inadimplentes, apresenta, dentre os demais produtos de crédito, o Cheque Especial Pessoa Física como o produto com o maior número de contratos inadimplentes da CAIXA. Isso apenas levando-se em consideração a quantidade de contratos.

Já quanto ao valor bruto, este produto se encontra em quarto lugar, o que mostra a importância do mesmo junto à Instituição CAIXA. A Figura 1 corresponde à tela do sistema SIGIPRO citado acima.

Figura 1 - Sistema de Gestão de Inadimplência de Créditos Próprios
Fonte: Sistema de Gestão de Inadimplência de Créditos Próprios

O produto Cheque Especial Pessoa Física, é denominado pela Instituição como "Cheque Azul - Pessoa Física", pertencente à classificação bancária 195.

Interessante para uma total compreensão de todo processo na concessão de crédito é saber quais as principais causas que levam os Clientes da CAIXA a inadimplir seus contratos de cheque especial.

Na análise de dados estruturados dessas principais causas, o que acontece, de certa forma, o modo como ocorre a recuperação de crédito no Gerência de Administração de Créditos Próprios - Natal/RN (GIPRO-NA).

A falta de uma descrição de perfil dos clientes e como atuam estes indivíduos quando se verem expostos no presente estudo, para, conhecendo os clientes, saber como lidar com cada particularidade e agir de forma correta sobre cada um.

Hoje em dia, a recuperação de crédito ocorre de acordo com o tempo de inadimplência do contrato, sendo seguidas as ações para cada faixa de atraso. Como por exemplo, são enviados avisos de cobrança pelos correios para aqueles clientes, cujos seu contrato se

SIGIPRO - Microsoft Internet Explorer fornecido por Caixa Econômica Federal

Arquivo Editar Exibir Favoritos Ferramentas Ajuda

Endereço http://www.gipro-na.m.caixa/sistema/sigipro/menusad.asp

SIGIPRO - Sistema de Gestão de Inadimplência de Créditos Próprios

Usuário: e539762 - Marcelo Vadaia Almeida

Unidade: 7653 - GI Administrar Créditos Próprios/NA

OPERAÇÃO	INADIMPLENTES											
	Qtde	Valor	Qtde	Valor	%	Qtde	Valor	%	Qtde	Valor	%	
101 - Crédito Pessoal - Juros Antecipados	5	116.630.489,17	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	5	116.630.489,17	100,00	
102 - Crédito Pessoal - Juros Vencimento	30	442.691,85	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	30	442.691,85	100,00	
105 - Crédito Pessoal - Parcelado	936	9.462.906,22	362	59.248,58	38,68	61	17.318,07	6,52	513	9.366.339,57	54,81	
106 - Crédito Pessoal - Parcelado	286	5.722.642,90	66	11.210,61	23,08	16	11.759,82	5,59	204	5.699.672,47	71,33	
107 - Empréstimo Especial - Aposentado	685	1.420.083,63	139	17.729,64	20,29	52	8.617,02	7,59	494	1.393.736,97	72,12	
110 - Consignação Azul	4985	11.874.157,97	3131	578.214,22	62,81	352	182.362,83	7,06	1502	11.113.580,92	30,13	
125 - Microcrédito	63	78.431,37	7	317,37	11,11	6	411,10	9,52	50	77.702,90	79,37	
148 - Veículos Populares	1	7.092.646,48	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	1	7.092.646,48	100,00	
149 - BCD	49	699.849,99	1	329,37	2,04	1	352,13	2,04	47	699.168,49	95,92	
150 - BCD	3	2.118.371,30	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	3	2.118.371,30	100,00	
151 - Veículos	1	23.860.188,46	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	1	23.860.188,46	100,00	
155 - CEF Tax	1	20.442.441,32	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	1	20.442.441,32	100,00	
160 - Construcard	217	1.371.550,56	76	57.054,83	35,02	23	49.341,96	10,60	118	1.265.153,77	54,38	
161 - Balcão de Ferramentas	2	2.143,84	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	2	2.143,84	100,00	
171 - PROGER - Recém-Formado	9	38.337,36	2	1.006,51	22,22	0	0,00	0,00	7	37.330,85	77,78	
173 - PROGER - Autônomos	424	2.214.434,65	68	13.027,28	16,04	14	4.936,09	3,30	342	2.196.471,28	80,66	
174 - PROGER - Profissionais Liberais	48	960.469,89	8	3.391,22	16,67	1	680,36	2,08	39	956.398,31	81,25	
182 - GIROCAIXA Instantâneo - Recursos CAIXA	53	5.258.887,77	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00	53	5.258.887,77	100,00	
185 - FIES - Financiamento Estudantil	1464	895.325,05	322	59.055,86	21,99	207	24.822,75	14,14	935	811.446,44	63,87	
190 - Renegociação - Pessoa Física	201	272.803.660,59	4	1.117,42	1,99	0	0,00	0,00	197	272.802.543,17	98,01	
191 - Renegociação - Pessoa Física - PR	717	2.973.994,67	148	28.827,30	20,64	62	26.500,13	8,65	507	2.918.667,24	70,71	
195 - Cheque Azul - Pessoa Física	6167	970.000.969,16	1463	1.922.198,58	23,72	299	301.412,44	4,85	4405	967.777.358,14	71,43	

Posição das Bases:

SIDEI (1-59 DIAS): 15/05/2006

SIDEI (ACIMA 60 DIAS): 15/05/2006

SIAPI: 12/05/2006

SIBAN: 15/05/2006

SIAI: 13/05/2006

Concluído

Intranet local

Figura 1 - Sistema de Gestão de Inadimplência de Créditos Próprios
Fonte: Sistema de Gestão de Inadimplência de Créditos Próprios

O produto Cheque Especial Pessoa Física, é denominado pela Instituição como “Cheque Azul – Pessoa Física”, pertencente a operação bancária 195.

Interessante para uma real compreensão de todo processo na concessão do crédito é saber quais as principais causas que levam os Clientes da CAIXA a inadimplir seus contratos de cheque especial.

Há carência de dados estruturados dessas principais causas, o que dificulta, de certa forma, o modo como ocorre a recuperação de crédito na Gerência de Administração de Créditos Próprios – Natal/RN (GIPRO/NA).

A falta de uma descrição de perfil dos clientes e como diminuir estes índices são questões a serem expostas no presente estudo, para, conhecendo os clientes, saber como lidar com cada particularidade e agir de forma correta sobre cada um.

Hoje em dia, a recuperação do crédito ocorre de acordo com o tempo de inadimplência do contrato, sendo segmentadas as ações para cada faixa de atraso. Como por exemplo, são enviados avisos de cobrança pelos correios para aqueles clientes, cujos seu contrato se

encontra inadimplente a 30 dias, já ao chegar aos 45 dias são feitas ligações pela empresa terceirizada de cobrança, para após os 60 dias a GIPRO agir de forma mais específica.

O problema caracteriza-se basicamente pela Inadimplência no produto Cheque Especial Pessoa Física e na falta de conhecimento sobre o perfil dos clientes, assim como a falta de uma descrição das causas da inadimplência para que possa haver uma ação de recuperação de crédito eficiente e eficaz.

1.2 CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA

O dia 12 de janeiro de 1861 marcou o início da história da CAIXA e de seu compromisso com o povo brasileiro. Foi nesse dia que Dom Pedro II assinou o Decreto nº 2.723, dando origem à Caixa Econômica e Monte de Socorro. Criada com o propósito de incentivar a poupança e de conceder empréstimos sob penhor, a Instituição veio combater outras que agiam no mercado, mas que não ofereciam garantias sérias aos depositantes ou que cobravam juros excessivos dos devedores.

A experiência acumulada desde então permitiu que, em 1931, a CAIXA inaugurasse operações de empréstimo em consignação para pessoas físicas. Em 1934, por determinação do Governo Federal, assumia a exclusividade dos empréstimos sob penhor, com a conseqüente extinção das casas de prego operadas por particulares.

Em quase um século e meio de existência, a CAIXA presenciou transformações que marcaram a história do Brasil. Acompanhou mudanças de regimes políticos e participou ativamente do processo de urbanização e industrialização do País.

Em 1931, começou a operar a carteira hipotecária para a aquisição de bens imóveis. Cinquenta e cinco anos mais tarde, incorporou o Banco Nacional de Habitação (BNH), assumindo definitivamente a condição de maior agente nacional de financiamento da casa própria e de importante financiadora do desenvolvimento urbano, especialmente do saneamento básico.

Também em 1986, a CAIXA incorporou o papel de agente operador do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS), antes gerido pelo BNH. Três anos depois, passou a centralizar todas as contas recolhedoras do FGTS existentes na rede bancária passando a administrar a arrecadação desse fundo e o pagamento dos valores aos trabalhadores.

Desde sua criação, a CAIXA estabeleceu estreitas relações com a população, assistindo suas necessidades imediatas por meio de poupança, empréstimos, FGTS, PIS, seguro-desemprego, crédito educativo, financiamento habitacional e transferência de

benefícios sociais. Também alimentou sonhos de riqueza e de uma vida melhor com as Loterias Federais, das quais detém o monopólio desde 1961.

A CAIXA é o principal agente das políticas públicas do Governo Federal e, de uma forma ou de outra, está presente na vida de milhões de brasileiros. Isso porque a CAIXA – uma empresa 100% pública – atende não só aos seus clientes bancários, mas todos os trabalhadores formais do Brasil, estes por meio do pagamento de FGTS, PIS e seguro-desemprego; beneficiários de programas sociais e apostadores das Loterias.

A atuação da CAIXA também se estende aos palcos, salas de aula e pistas de corrida, com o apoio a iniciativas artístico-culturais, educacionais e desportivas.

A CAIXA é o maior banco público da América Latina. Os números impressionam: a base de clientes foi expandida em 42% nos últimos dois anos e meio, subindo de 23,1 milhões para 33,6 milhões de pessoas. E mais de três milhões de pessoas ingressaram no sistema bancário brasileiro por meio do programa de conta simplificada, a maior ação de inclusão bancária do País.

Para a CAIXA, colaborar com o crescimento do país é prioridade. Para isso, ela desenvolve parcerias com o poder público, especialmente o municipal. A intenção é proporcionar soluções mais eficientes para a gestão financeira dos municípios e para a implantação de projetos de infra-estrutura, entre outras.

Além de disponibilizar recursos, a CAIXA auxilia prefeituras e governos estaduais a projetarem e acompanharem com eficiência obras promotoras de desenvolvimento urbano. Da mesma forma, estimula o contínuo aperfeiçoamento da administração pública, conferindo às ações mais bem-sucedidas o “Prêmio Melhores Práticas de Gestão”.

A missão da CAIXA é promover a melhoria contínua da qualidade de vida da população brasileira, intermediando recursos e negócios financeiros, atuando no fomento ao desenvolvimento urbano e nos segmentos de habitação, saneamento e infra-estrutura, e na administração de fundos, programas e serviços de caráter social, tendo como valores fundamentais:

- direcionamento de ações para o atendimento das expectativas da sociedade e dos clientes;
- busca permanente de excelência na qualidade dos serviços oferecidos;
- equilíbrio financeiro em todos os negócios;
- conduta ética pautada nos valores da sociedade; e
- respeito e valorização do ser humano.

1.3 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

Atualmente, a CAIXA possui cerca de 2000 agências em todo o País, onde são processadas diariamente milhares de transações financeiras.

Visto a grandeza da empresa e a impossibilidade de uma pesquisa nacional, devido ao tempo que requereria e aos custos para tal, restringe-se a pesquisa às agências situadas no Rio Grande do Norte, sob a jurisdição da GIPRO/NA. Este estudo está limitado, então, às 29 agências pesquisadas e aos dados fornecidos por elas.

1.4 OBJETIVO

1.4.1 Objetivo Geral

Toma-se como objetivo deste estudo a identificação do perfil dos clientes inadimplentes do produto de Crédito Cheque Especial Pessoa Física da CAIXA ECONÔMICA FEDERAL e a identificação das causas dessa inadimplência, no âmbito do estado do Rio Grande do Norte.

1.4.2 Objetivos Específicos

- 1) Identificar as principais causas da inadimplência do produto Crédito Especial;
- 2) Conhecer o perfil dos clientes inadimplentes.

1.5 JUSTIFICATIVA

Comenta-se, fala-se e lê-se muito sobre Concessão de Crédito. Vários autores discorrem sobre setores específicos como comércio, cobrança, entre outros. Dá-se extrema importância para este trabalho, pois a GIPRO/NA em sua área comercial, não possui dados coletados com critérios científicos, para a região do Rio Grande do Norte, que possam definir os perfis dos inadimplentes.

A pesquisa contribuiu para que a caixa possa ter políticas de diminuição da inadimplência, através da definição dos seus perfis, podendo tratar cada segmento de cliente com maior particularidade.

Levando em consideração o produto específico Cheque Especial Pessoa Física, cuja utilização é freqüente, haja vista a facilidade em sua utilização, serão apresentadas diferenças

nos perfis dos clientes e soluções para a diminuição dos índices de contratos inadimplidos, tratando cada tipo de cliente de forma diferente e atingindo os pontos específicos de cada perfil a fim da liquidação de seu contrato.

Ações de renegociação ocorrem periodicamente para que seja feita liquidação de contratos complexos, seja qual for a causa da inadimplência. Apresentar uma diferença desses perfis é muito importante e interessante. Dessa forma, pode-se agir de maneira mais eficiente e eficaz na diminuição da inadimplência.

Nessas ações de renegociação, a GIPRO/NA prevê uma ação específica chamada GIPRO MÓVEL, aonde funcionários da GIPRO vão para agências apenas para renegociação de contratos em condições especiais. Os clientes são informados da ação, e há solicitação para o comparecimento dos mesmos na agência correspondente, assim como ocorre um agendamento com aqueles clientes com maior dívida.

Pode-se tratar o interior e a capital de forma diferenciada, otimizando as ferramentas de recuperação de crédito, buscando sempre um melhor resultado.

A recuperação do capital investido é importantíssima para a sustentação das atividades, principalmente quando utiliza-se capital de terceiros, fazendo com que os custos operacionais sejam majorados, deixando o poder de competitividade muito restrito.

Existiu ainda a facilidade, por parte do pesquisador, na obtenção dos dados, por trabalhar justamente nessa área de recuperação de créditos, junto à instituição CAIXA.

Por fim, também ocorreu, a possibilidade da possível abertura de uma empresa de consultoria contábil e administrativa, também por parte do pesquisador, tendo como um dos enfoques o trabalho de recuperação de créditos ou cobrança.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CRÉDITO

Segundo Schrickel (2000, p.25), o crédito é todo ato de vontade ou disposição de alguém de destacar, temporariamente, parte do seu patrimônio a um terceiro, com a expectativa de que esta parcela volte a sua posse integralmente, depois de decorrido o tempo estipulado.

Para Blatt (1999), crédito é “crer” e crer é “confiar”. A palavra crédito vem do vocábulo latino “*credere*”, que significa: crer, confiar, acreditar, ou ainda, do substantivo “*creditum*”, literalmente, confiança. Leoni (1997, p.96) confirma “*Credere* é palavra latina que significa acreditar, ou seja, confiar, é forma de obter recursos para destinar a algum empreendimento ou atender alguma necessidade”.

Silva (2000) já tratava do conceito de crédito de uma forma mais restrita:

Em um banco, que tem a intermediação financeira como sua principal atividade, o crédito consiste em colocar à disposição do cliente (tomador de recursos) certo valor sob a forma de empréstimo ou financiamento, mediante uma promessa de pagamento numa data futura.

A Federação Brasileira dos Bancos (FEBRABAN) trata o crédito como uma forma de comercialização na qual o vendedor entrega imediatamente o bem comprado e concede ao comprador um prazo para realizar o pagamento, de uma só vez ou parceladamente (crédito direto ao consumidor).

Em finanças, diz-se que um banco concedeu crédito ao cliente quando lhe faz um empréstimo. Por setores da produção, o crédito é definido como imobiliário, comercial, agrícola, industrial, etc.

O crédito ao governo consiste no lançamento de títulos da dívida pública pelo Banco Central que são negociados pelo sistema financeiro.

Em contabilidade, é uma convenção que simboliza a origem dos investimentos ou a causa do fenômeno patrimonial.

Segundo Silva (2000), as empresas precisam de recursos para atender as suas necessidades de investimento e de capital de giro. Cabe aos bancos a função de suprir esses recursos, no desempenho do papel de mediadores financeiros.

Nesta relação, aparece o crédito com a função de entender a atividade do demandador de recursos, de identificar suas necessidades, de avaliar o risco de crédito e de subsidiar a decisão e a formalização da operação.

Cada vez mais o crescimento da demanda de crédito à pessoa física vem revolucionando o mercado, fazendo com que empresas se sofisticuem para atender as demandas e fiquem à altura das oportunidades.

Um baixo crescimento econômico, dificuldade de crédito para empresas, aumento cada vez maior da dívida externa e desemprego fazem do Brasil o País com uma das maiores taxas de juros do mundo.

Mesmo assim, segundo Banco Central, o mercado de crédito continua crescendo, o que mostra certa aceitação por parte do consumidor. Seja na ambição de crescimento, ou na necessidade de quitar dívidas no mercado, cada vez mais consumidores pegam empréstimos, muitas vezes, sem conhecer as regras ou ter consciência das taxas de juros contratadas. É isso que acontece com o Cheque Especial, há muito tempo o mais popular.

Com todo o crescimento e com a atual revolução nos créditos, novas estratégias de crédito e de cobrança estão surgindo, o que gera preocupação em manter os clientes já existentes e em obter novos. No passado, pensava-se apenas em restringir a concessão de crédito e em pressionar os inadimplentes.

O presidente do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), Guido Mantega (2006), fala que são três pilares para o desenvolvimento brasileiro.

Um é o chamado crédito livre, suprido pelos bancos privados. O segundo é o crédito direcionado, que é o crédito para a agricultura, e o que o BNDES libera. E o terceiro é o do mercado de capitais. Falando ainda que os bancos vão ter que aumentar o crédito para investimento para que haja um crescimento econômico.

Em decreto n.º 21.499 de 9 de junho de 1932, o então presidente Getúlio Vargas, considera que o retraimento do crédito impede o desenvolvimento das fontes de riqueza do país.

Conforme demonstra Schumpeter (1977) não resta dúvida sobre a importância do crédito como fonte de financiamento das inovações, e por consequência, na promoção do desenvolvimento econômico. No entanto, os ofertantes de crédito, ao estarem sujeitos a regulamentação do crédito, de acordo com as normas estabelecidas pela Autoridade Monetária competente e pautados pela maximização dos lucros, utilizam o racionamento do crédito como um instrumento para atingi-la.

Segundo Leoni (1998) o crédito envolve risco. Portanto, poderá não haver contrapartida (recebimento). Uma série de fatores poderá contribuir para tais acontecimentos, como mudanças na política econômica, desempenho negativo da empresa, mercado,

concorrência, etc. Assim, levantamentos cadastrais informais e contábeis terão que ser efetuados com parcimônia e isenção de ânimo.

O crédito pode ser concedido de várias formas e para vários os motivos. São geralmente concedidos a curto prazo para compra de bens necessários à atividade operacional para cobertura de caixa e para capital de giro etc, assim como a longo prazo para investimentos em maquinaria, despesas extra-operacionais, pesquisa, lançamentos, desenvolvimento de produtos etc.

Portanto o crédito é ferramenta importante na política financeira, otimizada por empresas comerciais, indústrias, de serviços, nas vendas a prazo. Também é utilizada por instituições financeiras nos empréstimos e financiamentos diversos. Pode ser concedido para pessoa física e jurídica.

Leoni (1998) diz que o crédito para pessoa física ocorre quando realizado diretamente entre a empresa e o consumidor final. Os produtos e serviços são colocados através de vendas realizadas a prazo, já que nem todos os consumidores possuem condições de os adquirir a vista.

Dessa forma, o crédito na venda a prazo facilita ao consumidor a aquisição imediata de um bem, satisfazendo a sua necessidade. O crédito assim, permite a agilização da venda a prazo e maior circulação das mercadorias.

2.1.1 Análise de Crédito

Blatt (2006) fala que analisar um crédito significa avaliar os riscos envolvidos em um negócio e a capacidade do cliente liquidar a dívida nas condições contratadas, e ainda descreve dados elementares para avaliar um risco de curto prazo, que são:

- ficha cadastral do beneficiário, com informações garantidoras da operação;
- análise econômico-financeira dos demonstrativos contábeis do proponente; e
- tradição do cliente em operações passadas.

Blatt (2006) ainda define análise de crédito, em um conceito mais amplo:

É um processo organizado para analisar dados, levantando as questões certas, assistindo no desenvolvimento de alternativas e apoiando solicitações de julgamento. Este processo cobre uma estrutura mais ampla do que simplesmente analisar o crédito de um cliente e dados financeiros para tomada de decisão com propósitos creditícios.

Segundo Schrickel (2000) o principal objetivo da análise de crédito numa instituição financeira (como para qualquer prestador) é o de identificar os riscos nas situações de

empréstimos, evidenciar conclusões quanto a capacidade de pagamento do tomador, e fazer recomendações relativas a melhor estruturação e tipo de empréstimo a conceder, à luz das necessidades financeiras do suscitante, dos riscos identificados e mantendo, adicionalmente, sob perspectiva, a maximização dos resultados da instituição.

Toda função de aplicar e captar recursos (intermediação financeira) é o que propicia o retorno para os acionistas dos bancos. É essa função de intermediação financeira a facilitadora para diversos outros segmentos das várias atividades econômicas. Junto, caminha a análise de crédito, que em sentido específico significa a entrega de um valor mediante promessa de pagamento do cliente.

Fundamental para atender as necessidades dos clientes, assim como saber como cobrá-los, caso venham a ser inadimplentes, é conhecê-los. Para isso é interessante um sistema de crédito eficaz e bons cadastros.

Um aparato essencial, que vem sendo construído junto às necessidades do mercado, é o conhecimento do cliente, mantendo contato com o mesmo, de forma que esse relacionamento seja contínuo. Isso acontece em instituições bancárias como a CAIXA na forma de segmentos de mercado.

A análise de crédito clássica se baseia no conceito de que cada empréstimo deve ser concedido em função de alguma necessidade.

De acordo com Aitman e Caculette e Narayanan (2000):

A análise de crédito é um processo que envolve o motivo pelo qual a empresa necessita do crédito, a análise das demonstrações financeiras para destacar as tendências em determinados períodos, o ajuste das contas para o modelo da análise do banco, o objetivo do empréstimo e o fluxo de caixa projetado, a análise setorial, a capacidade administrativa da empresa, a situação das garantias oferecidas.

O mesmo acontecer com a Pessoa Física, para cobrir gastos pessoais, familiares ou para adquirir bens.

Os principais objetivos da análise de crédito numa instituição financeira ou para qualquer um que venha a emprestar consistem em identificar os riscos nas situações de empréstimos, avaliar a capacidade de pagamento do tomador, analisar os riscos identificados e buscar o cumprimento do que foi pré-descrito.

Tem que haver toda uma análise financeira do credor quando este estabelece um contrato de Cheque Especial Pessoa Física.

Segundo Silva (1998), é conceituada como exame das informações obtidas por intermédio dos mesmos, com o intuito de compreender e avaliar aspectos como: capacidade

de pagamento da empresa por intermédio da geração de caixa, capacidade dos investidores e nível, qualidade e motivo do endividamento.

Considerando essa pontuação, a concessão do crédito poderá ser automática ou ser analisada de acordo com a política de crédito da empresa. Acrescenta ainda que a concessão de crédito também está baseada nos chamados “C’s do Crédito”, que seria: Caráter, Capacidade, Capital, Colateral, Condições, Conglomerado, Consciência, Comunicação e Controle.

Segundo Securato (2002), os parâmetros básicos da concessão de crédito são avaliados mediante análise da ficha cadastral do cliente, a qual deverá atribuir pesos de acordo com a relevância de cada informação obtida.

Três aspectos são indispensáveis durante o processo decisório de concessão, na análise de dados. O primeiro é a credibilidade, característica totalmente subjetiva que tenta medir a vontade do tomador de pagar a dívida. O gerente da conta pode efetuar consultas a órgãos de proteção ao crédito com o objetivo de identificar possíveis restrições financeiras do cliente. O segundo aspecto é a capacidade de pagamento do cliente, que pode ser calculada pelas informações profissionais prestadas. O terceiro aspecto é a situação patrimonial e a constituição familiar que identificam as despesas do cliente e as garantias que pode oferecer.

O risco estimado servirá de base para efetivação ou não da operação de concessão de crédito e definição de taxas, prazos e garantias da mesma.

Para se efetuar uma análise de crédito é preciso sistematizar as informações sobre o cliente, isto é estudá-lo e conhecê-lo em todos os aspectos capazes de influenciar em uma tomada de decisão. Para isso, é preciso identificar os riscos que possam estar envolvidos e obter a máxima clareza quanto as reais condições, capacidade, caráter e situação econômico-financeira do tomador do crédito.

Santos (2000, p.45), descreve que um dos objetivos do processo de análise de crédito é o de averiguar a compatibilidade do crédito solicitado com a capacidade financeira do cliente.

2.1.2 Política de Crédito

De acordo com Silva (2002), não se pode realizar um negócio de crédito, seja ele qual for, e abandoná-lo na expectativa de que tudo vai dar certo, crendo que o cliente retornará ao banco nas datas previstas para resgatar suas obrigações.

Durante o processo de concessão de crédito os métodos podem sofrer alterações. Assim, torna-se imperativo um permanente acompanhamento dos clientes para detectar os problemas com rapidez e aumentar a chance de resolvê-los.

A política de crédito, segundo Weston ; Brigham (Apud SILVA, 2002), envolve um conjunto de decisões que inclui, além do período de crédito, seus padrões, procedimentos de cobrança e descontos oferecidos.

A definição e permanência das políticas de crédito se dão para atingir padrões de desempenho compatíveis com a boa técnica bancária e as melhores práticas do mercado. Levando em consideração Douat (Apud SILVA, 2002), só assim pode-se encontrar as necessidades reais de crédito da sua área de serviço.

Blatt (1999) diz que a política de crédito deve dirigir-se a vários temas básicos, incluindo:

- Uso de concessão de crédito para estimular volume de vendas;
- Critérios para concessão de um crédito comercial;
- Condições creditícias de venda de uma empresa;
- Administração da carteira de contras a receber;
- Procedimentos e diretrizes de cobrança;
- Suspensão de crédito de cotas de cliente, existindo título vencido, para controlar perda por exposição ao risco; etc.

No cotidiano da atividade econômica, a política de crédito varia de caso para caso, além de se alterar em função dos fatores mais diversos: condições do mercado, eficiência administrativa, liquidez de caixa e outros elementos específicos de cada conta, como a credibilidade do devedor, os laços de parentesco ou amizade entre credor e devedor, o grau de interdependência das empresas etc.

Antes de criar uma unidade para gerenciar a cobrança, o administrador precisa, então, efetuar a análise do seu próprio comportamento, estabelecendo o desempenho presente e passado em relação à acumulação e recuperação de pagamentos em atraso. Nessa auto-reflexão, deve identificar as tendências gerais de sua política informal de crédito, comparando-a com a da concorrência.

Como publicado na oitava edição revista Sala do Empresário (2000):

Após identificar quais as experiências mais satisfatórias na área, o empresário pode definir as linhas mestras – uma norma-guia – para sua ação. Isso será a base de um sistema operacional objetivo de cobrança, que leve em conta as necessidades da empresa, as peculiaridades do ramo, as condições do mercado. Ou seja, a sua política de crédito.

A definição dessa política de crédito não constitui exercício intelectual diletante, mas instrumento de grande utilidade, desde que seja acompanhada pela implantação de pequeno código de conduta ou procedimento-padrão. Também serve para expor claramente quais as regras da casa em relação ao crédito.

A inclusão de certos pormenores específicos dessa política de crédito em contratos padrão, por exemplo, evitará grandes mal-entendidos e muito desgaste pessoal na hora da cobrança.

O histórico de uma política de cobrança coerente também revela-se importante instrumento quando a empresa precisa obter créditos e financiamentos. Além do saldo positivo na recuperação do que deve, demonstra que há preocupação ou compromisso com o pagamento em dia.

Segundo Banco do Brasil (Apud Infomoney, 2003):

Seja por pressão da concorrência, mudanças na situação econômica do País ou nos hábitos e necessidades dos seus clientes, uma empresa pode ser forçada a alterar os critérios utilizados na sua política de crédito. Nesse contexto, a empresa deve ser capaz de rapidamente ajustar sua política de concessão de crédito às novas condições e exigências do mercado.

Contudo, antes de alterar os critérios de concessão de crédito, deve-se estudar com cuidado qual o impacto que essas mudanças podem ter sobre a situação financeira da empresa. Para tanto, concentramos nossa discussão em três variáveis chaves: o volume de vendas, o investimento em duplicatas a receber e as perdas com inadimplência.

A política de crédito de um banco é de essencial importância à sua sobrevivência, pois delineiam o caminho para as tomadas de decisões em suas atividades, principalmente as de crédito. Geralmente são desenvolvidas pela sua alta administração e deve oferecer também força atuante em seu controle.

Segundo Baraldi (1990), políticas são linhas de orientação que direciona o processo de crédito buscando a equalização dos esforços que devem ser desenvolvidos nos níveis hierárquicos de uma instituição. Geralmente, são formulados com abrangência de longo prazo e não deve contemplar minúcias ou detalhes para não servir de empecilho para a consecução dos objetivos da organização.

2.2 INADIMPLÊNCIA

Como diz Schrickel (2000), em um processo de concessão de crédito, tem de haver por base a confiança o que se materializa em dois elementos documentais: a vontade do devedor de liquidar suas obrigações, dentro das normas contratuais estabelecidas; e a habilidade de assim fazê-lo. Quando se percebe a ausência desses pontos, eis que surge um cliente com alto potencial para ser inadimplente.

De acordo com Reed;Gill (1994), os empréstimos problemáticos afetam consideravelmente a liquidez bancária, aumentando a possibilidade de perdas, que, por sua vez, reduzem a capacidade de os bancos servirem seus clientes, assim como contribuirão para o crescimento econômico da comunidade.

Reed ; Gill (1994) ressalta ainda, que todo crédito é concebido na expectativa de que os fundos serão pagos conforme o combinado, e não que os bens empenhados terão de ser vendidos para se cumprir a obrigação.

De acordo com a FEBRABAN, “Inadimplência é o não cumprimento, no todo ou em parte, de uma obrigação, objeto de cláusula contratual, em determinado prazo, ficando o inadimplente, além de permanecer em débito, sujeito ao pagamento de juros de mora, multa contratual e outros encargos.”

Para Gomes (2003), crédito, num contexto amplo, está ligado à idéia de segurança e de verdade que se pode inferir de alguma pessoa ou empresa. No entanto, dentro da área financeira, caracteriza a concessão de receber “a posteriori” algo que se poderia estar recebendo no momento da transação.

Conforme Zagueto (Apud SILVA, 2002), a proposta de inserir variáveis ambientais no processo de crédito possui visão de longo prazo, cuja principal característica é atuar com segurança, evitando surpresas desagradáveis após a liberação dos recursos.

De acordo com o Jornal Estado de São Paulo(2006): Inadimplência, a rigor, é uma situação de qualquer quebra de cláusula de contrato. No mercado financeiro, no entanto, muitas vezes o termo é usado como sinônimo de situação de atraso de dívida. O inadimplente, portanto, neste sentido que vamos usar, é aquele que deixou de pagar suas dívidas em dia.

No Brasil, o desemprego e a falta de planejamento do orçamento doméstico são os principais motivos da inadimplência. Pesa também a ocorrência de despesas inesperadas e o fato de que a inflação, durante muitos anos, impediu operações de crédito no longo prazo.

Quando a inflação brasileira se estabilizou em níveis mais baixos, após o Plano Real, os prazos de financiamento foram ampliados. Mas muita gente se atrapalhou porque não sabia planejar dívidas com horizonte de um ou dois anos.

Um outro motivo, com grandes percentuais, ainda de acordo com o Jornal Estado de São Paulo, é o “empréstimo do nome”, seja para familiares ou apenas conhecidos.

Segundo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE):

A inadimplência ou o descumprimento de uma liquidação de pagamento é um dos problemas que mais atingem os setores de comércio e serviços e impede que inúmeros empresários desenvolvam seus negócios. Dificuldades financeiras, falta de controle nos gastos, compras para terceiros, redução de renda e surgimento de doenças são alguns dos fatores que levam os consumidores a atrasar pagamentos. Para saber lidar com clientes que não quitam suas dívidas é necessária a adoção de práticas preventivas que diminuam os riscos de um calote.

2.3 GESTÃO DE RISCO

A gestão de riscos é considerada pelo Banco Itaú como instrumento essencial para a otimização do uso do capital e a seleção das melhores oportunidades de negócios, visando à obtenção da melhor relação Risco x Retorno para seus acionistas.

Segundo IMF (Informação dos Mercados Financeiros, S.A.) a gestão do risco é, certamente, a mais importante responsabilidade dos gestores financeiros das empresas, assumindo especial relevância no caso dos bancos e outras instituições financeiras. Antes de efetuar um empréstimo ou um negócio, deve avaliar-se e controlar os riscos envolvidos na operação.

Segundo Rodrigues (2003, p 128): Administrar limites também é conviver com atritos. Proceder a reduções, realizar cancelamento de linhas de crédito e inibir autorizações de compras acima dos limites, para evitar que o cliente se torne um inadimplente, é o que podemos chamar de ação preventiva.

Existe toda uma sistemática para a análise de riscos, sendo necessária a utilização de uma metodologia avançada na concessão de crédito, muitas vezes o *Behavior Score* e o *Credit Score*.

Blatt (2006), um dos autores brasileiros com maior quantidade de livros versando sobre o tema crédito, define *Credit Score* como uma “análise discriminante aplicada às decisões de crédito”.

Muitas das técnicas de análise matemática têm sido utilizadas para auxiliar no processo decisório nos últimos anos, principalmente nos EUA. A que se adapta melhor às necessidades das empresas na área de risco, sem dúvida é o Credit Score.

No caso específico do uso da análise discriminante como instrumento de concessão de crédito para pessoa física - o *Credit Score*, uma amostra de fichas cadastrais de clientes com histórico conhecido é estudada e separada em dois grupos: o grupo que o credor considera "bom" e o grupo que consideram "mau".

Ainda segundo Blatt (2006), a análise discriminante é uma técnica de tratamento estatístico de dados, aplicável a todos os processos que impliquem numa decisão do tipo: bom/mau, sucesso/fracasso, excesso/falta etc. Trata-se, fundamentalmente, de levantar situações passadas e, por intermédio de tratamento matemático, encontrar um modelo consistente que nos habilite a tomar decisões para um futuro de curto prazo.

Definido o conceito de bom e mau (ou, mais exatamente, o "tipo de cliente que estamos interessados em obter ou conservar" e o "tipo de cliente com o qual preferimos não trabalhar"), estuda-se cada grupo de acordo com suas características de idade, renda, propriedades, situação profissional etc., de forma a obter seu perfil.

Isto feito, monta-se um modelo estatístico (através da análise discriminante), que nos possibilitará tomar, no futuro, decisões de crédito mais objetivas e, num modelo consistente, mais aderentes à política de crédito da empresa e, comprovadamente, de menor risco do que as obtidas com os métodos tradicionais.

Um modelo de *Credit Score* nada mais é do que um definidor de probabilidade. Quando dizemos que uma determinada população tem probabilidade de "35 para um", queremos dizer que no grupo há 35 bons clientes para cada mau cliente. Assim, um modelo de *score* não define se um cliente específico se tornará bom ou mau pagador, apenas o coloca num grupo de risco com probabilidade definida.

Já o *Behavior Score*, segundo Blatt (1999) é um calculador de risco semelhante ao *Credit Score*, mas usa para seus dados de desenvolvimento o comportamento atual dos tomadores de crédito (quer dizer, o modo pelo qual o indivíduo usou o seu crédito, quanto ele usou, o que ele usou, se ele mostra qualquer história de atrasos, e outras informações disponíveis no registro da fatura principal) em lugar da informação fornecida no pedido original.

Behavior Score (crédito por comportamento / desempenho) é um sistema dinâmico de pontuação de crédito, que combina informações de crédito com dados anteriores de relações e desempenho comercial. Por exemplo, informações Externas de crédito podem ser obtidas on-

line e integradas a informações internas de crédito. Análise estatística e dados históricos são utilizados para classificar riscos em diversos grupos.

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

3.1 TIPO DE PESQUISA

Quanto à classificação da pesquisa, Silva ; Menezes (2000, p.20), ao compilarem as opiniões de diversos autores, definem quatro possibilidades de classificação das pesquisas: quanto à natureza, quanto à forma de abordagem, quanto aos objetivos e quanto aos procedimentos técnicos adotados.

Baseadas nessas premissas, as configurações metodológicas do presente trabalho foram discutidas a seguir.

Do ponto de vista dos objetivos, o trabalho situa-se na categoria de pesquisa exploratória, devido ao caráter recente e pouco explorado do tema escolhido.

De acordo com uma classificação dos métodos de pesquisa em ciências sociais citada por Klockner (1999), um estudo exploratório ocupa o primeiro de cinco níveis diferentes e sucessivos, sendo indicado quando existe pouco conhecimento sobre o fenômeno.

De acordo com Gil (1991), pesquisas exploratórias envolvem levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram (ou tem) experiências práticas acerca do problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem a compreensão. Possuem ainda a finalidade básica de desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias para a formulação de abordagens posteriores.

Esse tipo de estudo visa a proporcionar um maior conhecimento para o pesquisador acerca do assunto, para que ele possa formular problemas mais precisos ou criar hipóteses que possam ser pesquisadas por estudos posteriores.

Utiliza-se também no estudo o método do Estudo de Caso, que segundo Bonoma (apud Gil, 1991) tem sido visto mais como um recurso pedagógico ou como uma maneira para se gerar '*insights*' exploratórios, do que um método de pesquisa propriamente dito e isto tem ajudado a mantê-lo nesta condição.

Mas, apesar das fraquezas e limitações apontadas, o Estudo de Caso tem tido um uso extensivo na pesquisa social, até mesmo nas disciplinas que possuem uma forte orientação para a prática como a Administração, além de ser usado para a elaboração de teses e dissertações.

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

A escolha do Produto Cheque Especial Pessoa Física, dentre os demais produtos da CAIXA, foi motivado por ser ele o produto com o maior número de inadimplentes hoje em dia na instituição. Esta inadimplência é um grande óbice no retorno dos recursos.

Atualmente o universo total de inadimplentes deste produto de crédito junto a instituição é de 6.167 contratos.

Dentre as 29 agências subordinadas a GIPRO/NA, dá-se maior importância as agências com um maior fluxo de clientes e com maior número de contratos do produto de Cheque Especial Pessoa Física na situação de inadimplência.

Segundo Minayo (1994), a pesquisa de campo visa proporcionar um estudo acerca do modo como vem sendo tratado o tema da pesquisa numa realidade prática, a fim de corroborar os resultados obtidos a partir da pesquisa bibliográfica.

A amostra é determinada de acordo com a amplitude do universo pesquisado, nível de confiabilidade que se deseja, o erro estimado/adotado e a proporção conhecida das características do universo a ser pesquisado. Para Gil (1995, p. 98), os fatores que determinam o tamanho de uma amostra:

3.4 TRATAMENTO DOS DADOS

Para que uma amostra represente com fidedignidade as características do universo, deve ser composta por um número suficiente de casos. Este número, por sua vez, depende dos seguintes fatores: extensão do universo, nível de confiança estabelecido, erro máximo permitido e percentagem com a qual o fenômeno se verifica.

Foram pesquisados 150 clientes que utilizaram o produto de crédito Cheque Especial Pessoa Física e que de alguma forma se tornaram inadimplentes junto à Instituição CAIXA.

3.3 COLETA DE DADOS

Quanto aos procedimentos técnicos adotados para o desenvolvimento do presente trabalho, com base na premissa de que nada é mais essencial para uma teoria do que a respectiva prática e vice-versa (Demo, 1994), fez-se uso de duas modalidades de pesquisa: a bibliográfica (caracterizada como um estudo teórico) e a pesquisa de campo (caracterizada por um estudo de caso).

Segundo Lakatos ; Marconi (1991), a pesquisa bibliográfica que pode ser considerada o primeiro passo de toda pesquisa científica, consiste no levantamento da bibliografia já publicada, em forma de livros, revistas, publicações avulsas e imprensa escrita.

Segundo Gil (1999), a principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de proporcionar ao investigador a cobertura de uma gama de dados muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente. Em muitas situações, a única maneira de conhecer fatos passados é através de dados bibliográficos.

Na pesquisa de campo o investigador assume o papel de observador e explorador, coletando diretamente os dados no local (campo) em que se deram ou surgiram os fenômenos.

Os dados foram coletados, por meio de entrevistas padronizadas, estruturadas e direcionadas ao público específico.

Os clientes foram abordados no momento em que procuravam a agência da CAIXA e/ou por intermédio do contato via telefone, efetuado pela empresa de cobrança terceirizada utilizada pela GIPRO/NA e pelo próprio pesquisador. Depois de explicado ao cliente todo processo, foi indagado sobre a sua disponibilidade de responder algumas perguntas (questionário) sem a necessidade de identificação, e que a mesma tinha objetivos acadêmicos cujas sugestões seriam encaminhadas à CAIXA, após tabuladas.

Segundo Oliveira (2000, p.162), as perguntas deverão obedecer a algumas normas, por parte do entrevistador: Clareza nas perguntas, imparcialidade, descrição, etc.

3.4 TRATAMENTO DOS DADOS

Todos os dados foram tabulados após feita a pesquisa. Para tal utilizou-se o Software Microsoft Excel. Foram gerados gráficos para uma visualização mais clara dos resultados.

Richardson (1989, p. 267) sugere que o resultado da investigação não fique somente em páginas de texto.

O volume de dados, em pesquisa, costuma ser considerável. Organizar e agrupar dados e informações em quadros, gráficos e tabelas é uma maneira de poder dispor dos mesmos e apresentá-los de modo mais funcional, claro e imediato.

A análise dos resultados foi feita de uma forma descritiva, baseada nos dados estatísticos, retirados da pesquisa de campo e em documentos disponibilizados ao pesquisador.

4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS

4.1 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS COLETADOS

Nesta pesquisa foram aplicados questionários junto aos clientes inadimplentes do produto de crédito Cheque Especial Pessoa Física da Caixa Econômica Federal no âmbito do estado do Rio Grande do Norte a fim de descrever o perfil desses clientes para adotar ações estratégicas mais eficientes para diminuição da inadimplência.

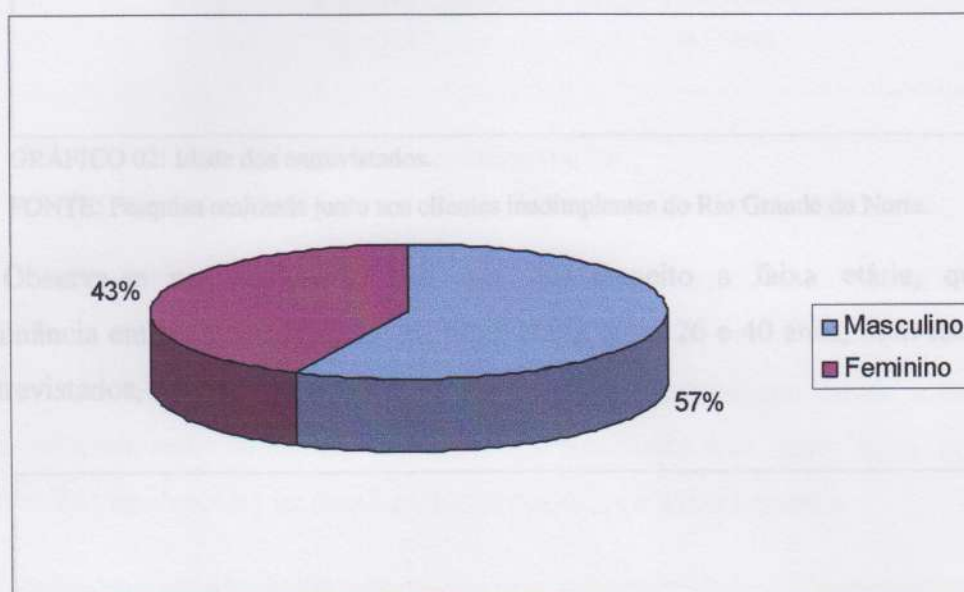


GRÁFICO 01: Sexo dos entrevistados.

FONTE: Pesquisa realizada junto aos clientes inadimplentes do Rio Grande do Norte.

Dos 150 clientes inadimplentes entrevistados, pode-se observar que 86 são do sexo masculino (57%) e 64 do sexo feminino (43%).

Essas questões iniciais, referentes ao perfil em si dos clientes (Sexo, idade, estado civil, etc.) se apresentam como uma forma de se conhecer os clientes inadimplentes. Assim, fica mais fácil estabelecer políticas de concessão de crédito, podendo ter uma análise de crédito mais criteriosa.

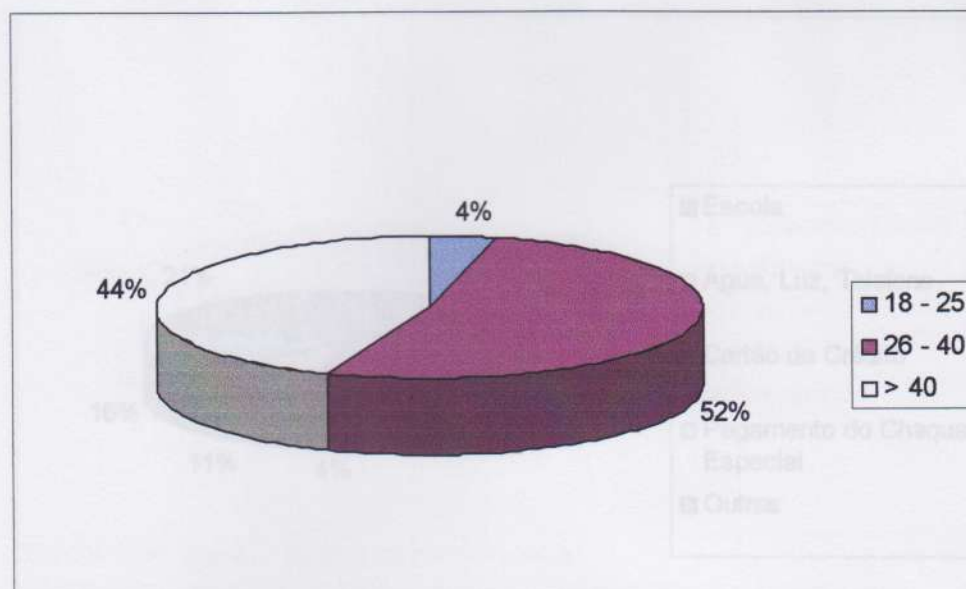


GRÁFICO 02: Idade dos entrevistados.

FONTE: Pesquisa realizada junto aos clientes inadimplentes do Rio Grande do Norte.

Observa-se no gráfico 02, no que diz respeito a faixa etária, que há uma predominância entre os entrevistados da faixa etária entre 26 e 40 anos, num total de 78 dos 150 entrevistados, correspondendo a 52%.

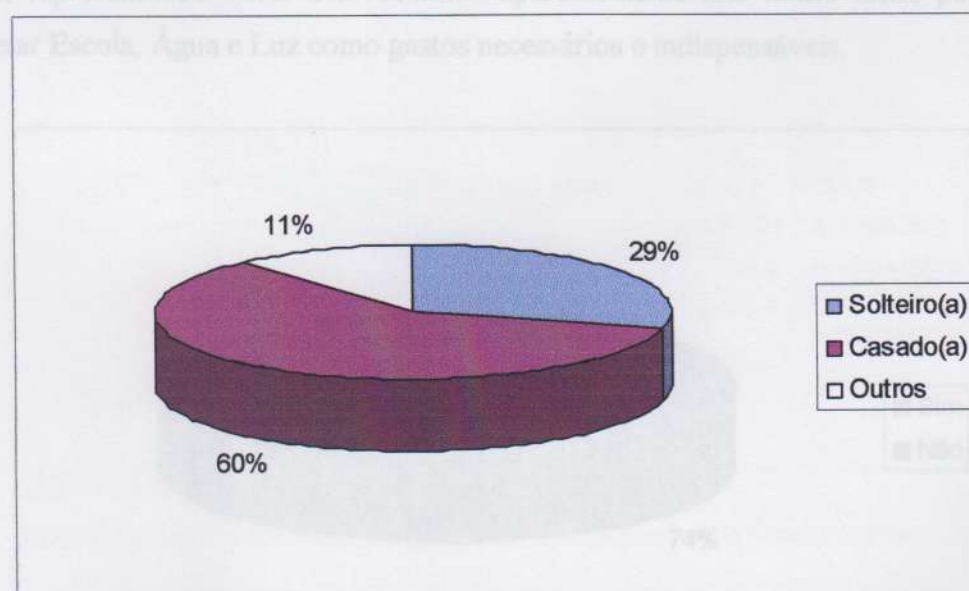


GRÁFICO 03: Estado Civil dos entrevistados

FONTE: Pesquisa realizada junto aos clientes inadimplentes do Rio Grande do Norte.

Quanto ao estado civil, aquele que merece mais atenção na ação para diminuição da inadimplência são os clientes casados, representando 60% do total, correspondendo a 89 dos entrevistados. Seguido dos solteiros (29%) com 44 clientes.

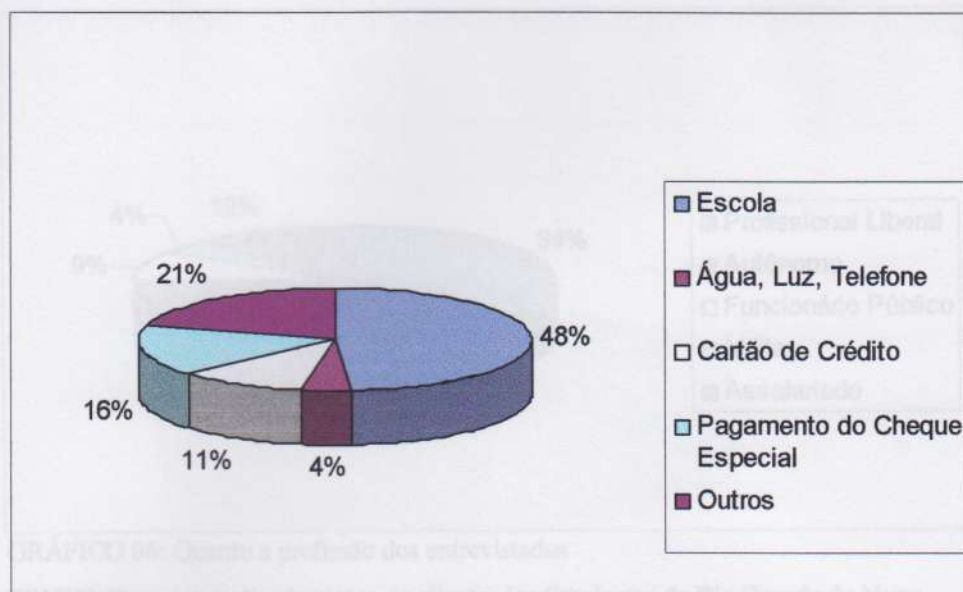


GRÁFICO 04: Prioridades dentro do orçamento familiar

FONTE: Pesquisa realizada junto aos clientes inadimplentes do Rio Grande do Norte.

Percebe-se que o pagamento do Cheque Especial se encontra em terceiro lugar quanto a prioridade de pagamentos das dívidas dentro do orçamento familiar, sendo apontados por 24 dos 150 clientes entrevistados. A maior prioridade são os gastos com Escola, apontado por 73 clientes, representando 48%. Um resultado aparentemente não muito ruim, pois podemos considerar Escola, Água e Luz como gastos necessários e indispensáveis.

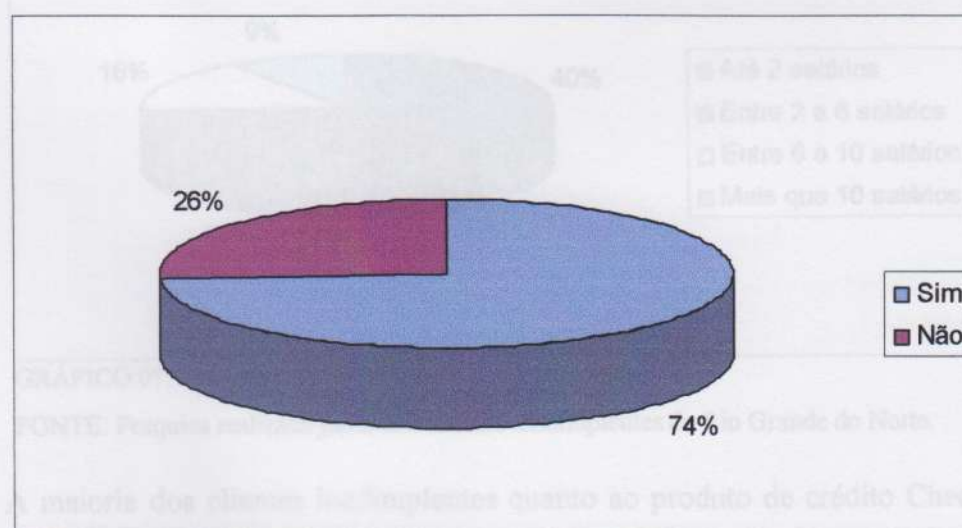


GRÁFICO 05: Quanto ao emprego dos entrevistados

FONTE: Pesquisa realizada junto aos clientes inadimplentes do Rio Grande do Norte.

Pode-se perceber que a grande maioria dos clientes inadimplentes se encontra empregado, 111 dos 150 entrevistados. Apenas 39 dizem se encontrar desempregados, o que já coloca em vista uma causa da inadimplência.

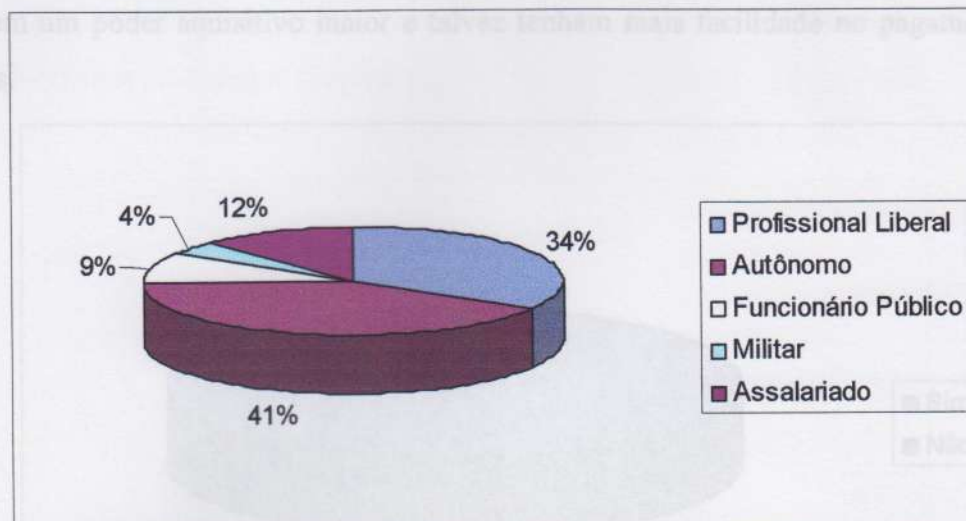


GRÁFICO 06: Quanto a profissão dos entrevistados

FONTE: Pesquisa realizada junto aos clientes inadimplentes do Rio Grande do Norte.

Dos 150 entrevistados 61 clientes são Autônomos, representando 41%, seguido dos Profissionais Liberais (51 clientes) representando 34% e dos Assalariados (18 clientes) com 12%.

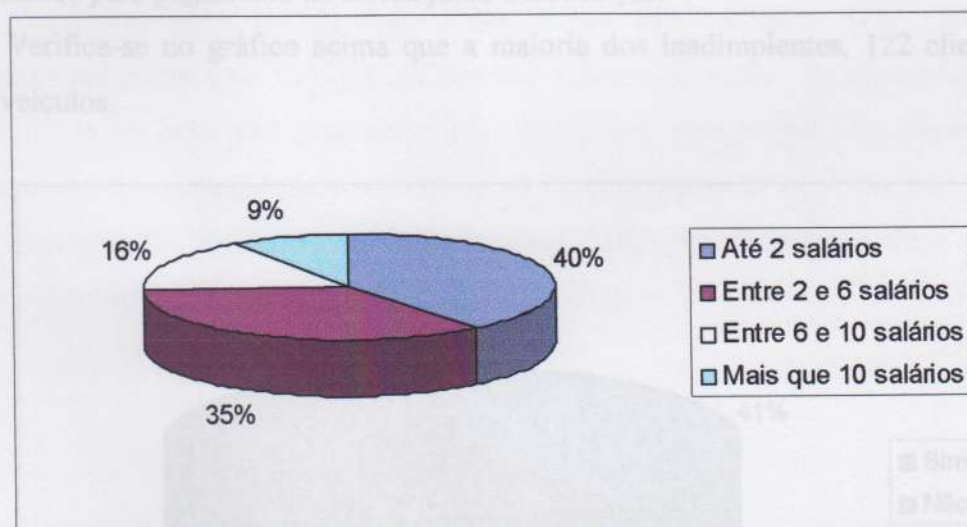


GRÁFICO 07: Renda bruta mensal média

FONTE: Pesquisa realizada junto aos clientes inadimplentes do Rio Grande do Norte.

A maioria dos clientes inadimplentes quanto ao produto de crédito Cheque Especial Pessoa Física tem uma renda bruta mensal média de até 2 salários mínimos (59 clientes), seguido daqueles que recebem entre 2 e 6 salários mínimos (53 clientes).

Um enfoque para recuperação do crédito dos clientes que possuem uma renda mensal bruta média acima de 6 salários mínimos (25%) precisa ser melhor avaliado, visto que eles

possuem um poder aquisitivo maior e talvez tenham mais facilidade no pagamento de suas dívidas.

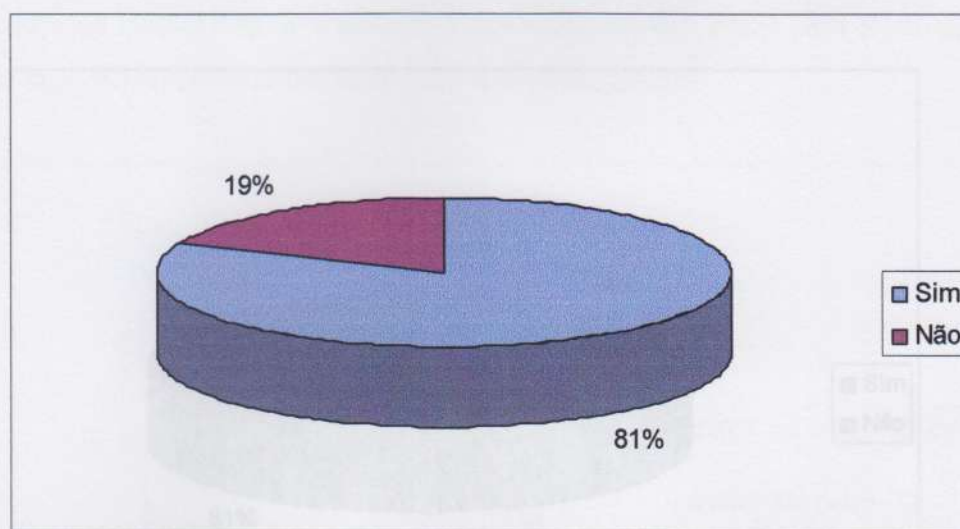


GRÁFICO 08: Posse de um veículo

FONTE: Pesquisa realizada junto aos clientes inadimplentes do Rio Grande do Norte.

Importante esta questão porque o veículo, assim como imóveis e outros bens, podem ser utilizados para pagamento da dívida junto a instituição.

Verifica-se no gráfico acima que a maioria dos inadimplentes, 122 clientes (81%), possui veículos.

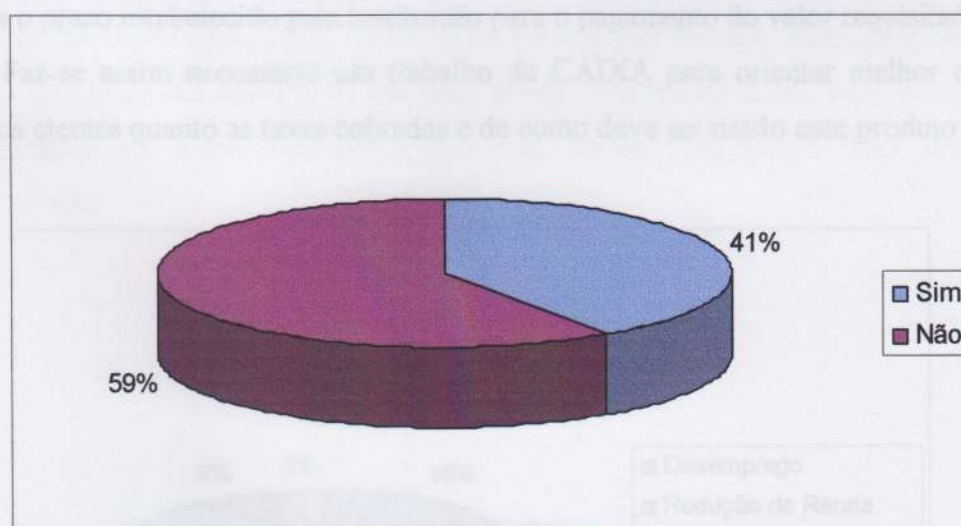


GRÁFICO 09: Posse de casa própria

FONTE: Pesquisa realizada junto aos clientes inadimplentes do Rio Grande do Norte.

Assim como mostrado no gráfico anterior, dá-se importância a esta questão pois o valor da casa pode ser revertido no pagamento do Cheque Especial, seja por livre e

espontânea vontade do cliente através de sua venda ou por ordens judiciais. Percebe-se que 41% dos clientes possui casa própria.

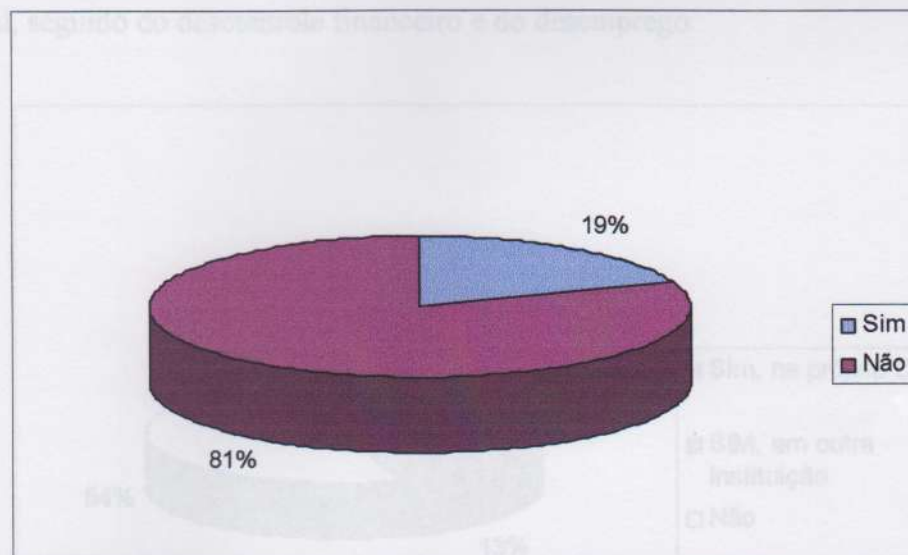


GRÁFICO 10: Reais taxas do cheque especial.

FONTE: Pesquisa realizada junto aos clientes inadimplentes do Rio Grande do Norte.

Verifica-se que a grande maioria dos clientes inadimplentes, 81%, não conhece as reais taxas aplicadas pela CAIXA no produto Cheque Especial. A aplicação do Cheque Especial deve ser feita para pagamento em curto prazo, pois possui altas taxas de juros se passado o prazo estabelecido pela instituição para o pagamento do valor requisitado.

Faz-se assim necessário um trabalho da CAIXA para orientar melhor os clientes e deixá-los cientes quanto as taxas cobradas e de como deve ser usado esse produto de crédito.

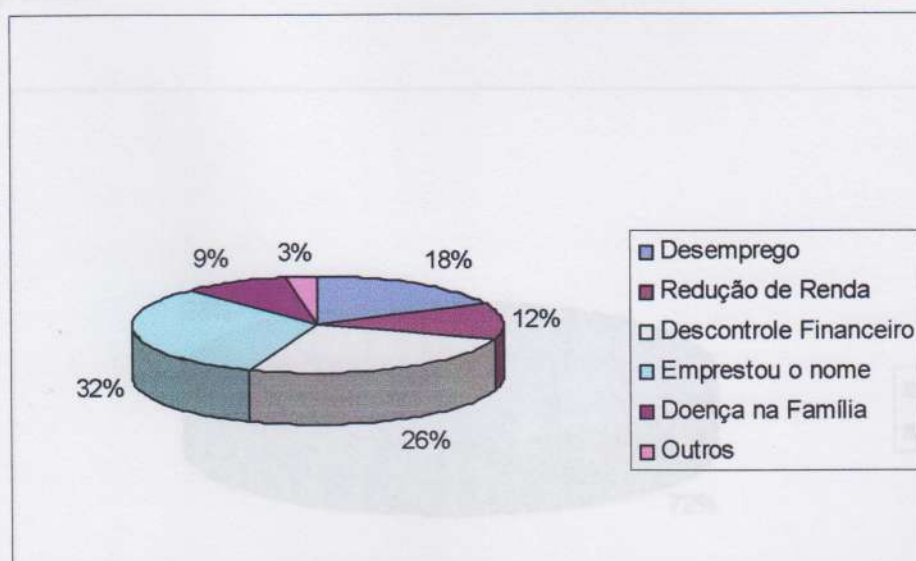


GRÁFICO 11: Causa do não pagamento.

FONTE: Pesquisa realizada junto aos clientes inadimplentes do Rio Grande do Norte.

Interessante observar, que a maioria dos clientes entrevistados apresentaram como maior causa de inadimplência o fato de terem emprestado o nome para aquisição do cheque especial, seguido do descontrole financeiro e do desemprego.

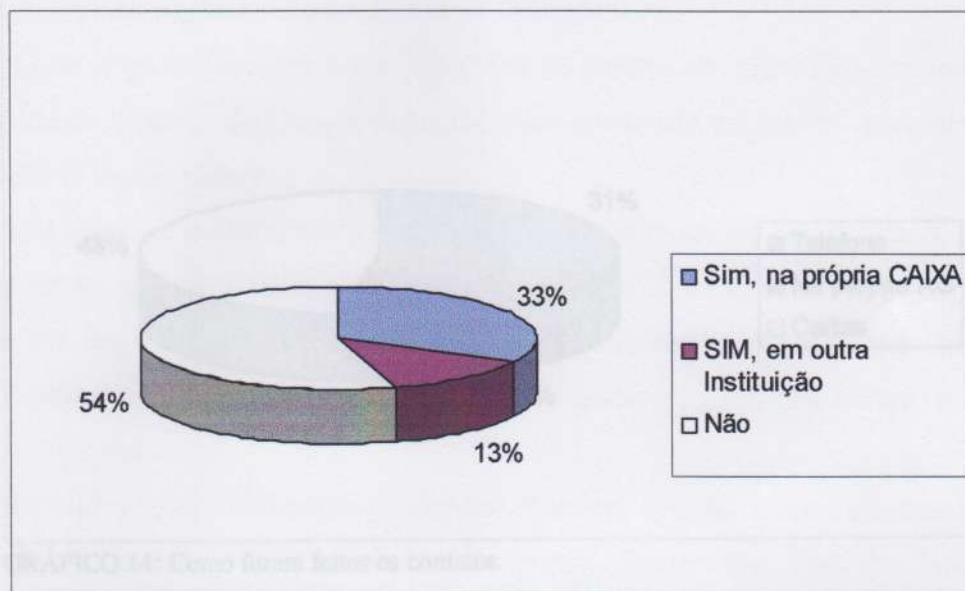


GRÁFICO 12: Existência de outras dívidas.

FONTE: Pesquisa realizada junto aos clientes inadimplentes do Rio Grande do Norte.

Entre os entrevistados, 82 dizem não ter nenhuma outra dívida para pagar além do Cheque Especial junto a CAIXA, tendo outros 49 clientes, dívidas junto a própria instituição.

A promoção de ações juntando essas dívidas e proporcionando facilidades aos clientes para quitação de todas elas pode ser uma forma interessante para diminuição da inadimplência.

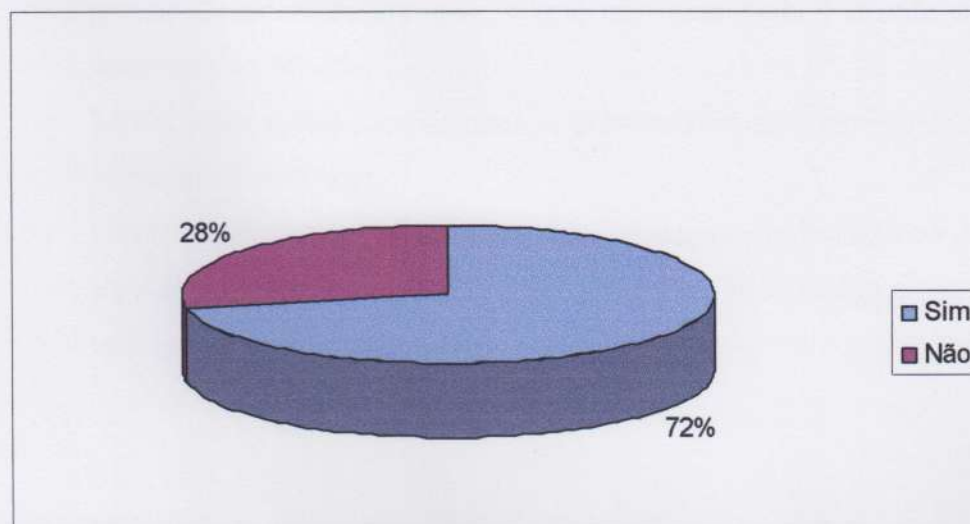


GRÁFICO 13: Contatos pela CAIXA.

FONTE: Pesquisa realizada junto aos clientes inadimplentes do Rio Grande do Norte.

Grande parte dos entrevistados, ou seja, 72%, já foram contatados pela CAIXA para tratar de alguma forma sobre os débitos do Cheque Especial. Faz-se necessário que este contato seja estendido para todos os clientes.

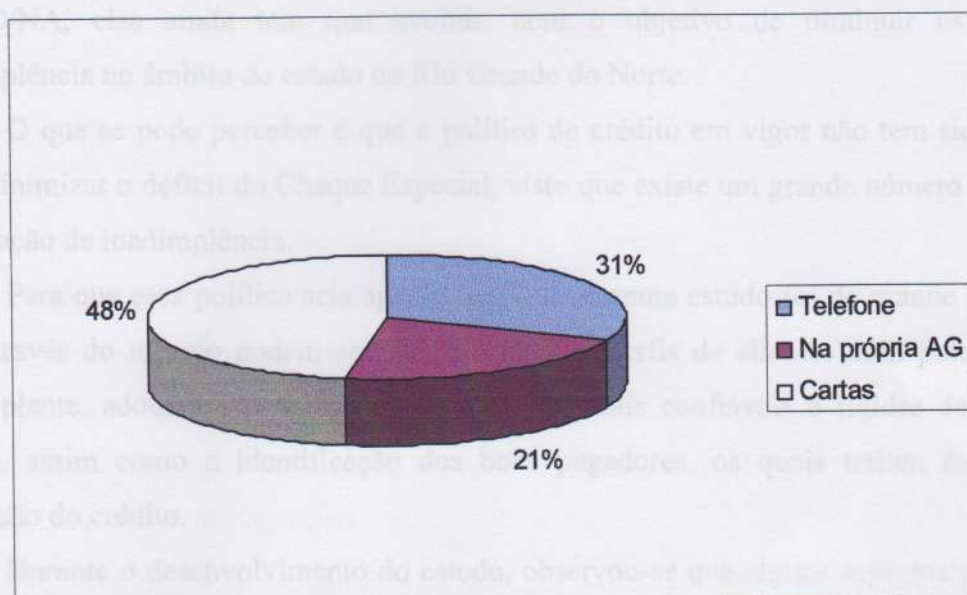


GRÁFICO 14: Como foram feitos os contatos.

FONTE: Pesquisa realizada junto aos clientes inadimplentes do Rio Grande do Norte.

A maior parte dos contatos foram feitos por meio das cartas, 48% dos 108 clientes que já foram contatados pela CAIXA, seguido pelos contatos por telefone, representando 31% (34 clientes).

5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

Por meio dos dados levantados na pesquisa e dos documentos analisados, concluiu-se que apesar de já existir técnicas consolidadas de recuperação de crédito atualmente na GIPRO/NA, elas ainda tem que evoluir, com o objetivo de diminuir os índices de inadimplência no âmbito do estado do Rio Grande do Norte.

O que se pode perceber é que a política de crédito em vigor não tem sido suficiente para minimizar o déficit do Cheque Especial, visto que existe um grande número de contratos na situação de inadimplência.

Para que essa política seja aperfeiçoada, o presente estudo foi de grande importância, pois através do mesmo podem ser identificados os perfis de clientes com potencial de ser inadimplente, adotando, para os mesmos, formas mais confiáveis e rígidas de conceder o crédito, assim como a identificação dos bons pagadores, os quais teriam facilidades na concessão do crédito.

Durante o desenvolvimento do estudo, observou-se que alguns aspectos poderiam ser melhorados, quanto a operacionalização da cobrança, fornecendo, além das funcionalidades propostas, outras ferramentas que facilitariam o trabalho dos funcionários da CAIXA. Essas funcionalidades são descritas abaixo:

- Quanto ao Software utilizado (SIGIPRO), faz-se necessário uma automatização de relatórios, para facilitar a obtenção das informações e o envio das cartas de cobrança. Atualmente é feito um download do banco de inadimplentes e todo um trabalho manual é feito sobre o mesmo, demandando tempo para filtrar as variáveis desejáveis, como tempo de inadimplência, valor das dívidas, entre outros, além dos erros que constantemente ocorrem pela grande demanda de serviços, o que não viria mais a acontecer com essa sugestão de melhoria;
- Modelos de cartas (mala-direta) já pré-estabelecidos, não sendo necessárias alterações a cada envio;
- Um trabalho mais eficiente durante o preenchimento do cadastro dos clientes, pois observa-se muita dificuldade em se encontrar o telefone, endereço, ou qualquer forma de contato com os clientes;

- Maior interatividade com a empresa terceirizada de cobrança, onde os relatórios, uma vez gerados automaticamente, sejam enviados para cobrança imediata;
- Incentivo da CAIXA para com os funcionários no cumprimento das metas estabelecidas, com objetivo de aumentar o grau de comprometimento e a motivação.

Entende-se que a maior contribuição do presente estudo é instigar o conhecimento e alertar para as dificuldades que podem ser originadas, a partir de créditos concedidos e não pagos.

Para a CAIXA ECÔNOMICA FEDERAL, acredita-se que, a partir das informações disponibilizadas, possa ser revista sua política de crédito além de dar ênfase para o chamado “pós-venda” para que, tempestivamente, detecte o crédito problemático e atue, rapidamente, em busca da recuperação deste ativo, de forma a manter o equilíbrio financeiro da empresa, possibilitando novos empréstimos.

Além disso, faz-se necessário treinar os Gerentes de forma a transformá-los em consultores, que orientem qual a melhor alternativa e linha de crédito adequada ao seu cliente, com o objetivo de que ele não se torne um inadimplente no futuro. Buscar, cada vez mais, desburocratizar, simplificar os processos de concessão.

Quanto à comunicação, é importante tornar claro à população quais as formas de acesso aos créditos disponíveis e para que serve cada produto de crédito, com suas respectivas taxas de juros, evitando, assim, que as pessoas sejam prejudicadas e se tornem inadimplentes por falta de informação.

Assim, considera-se que os objetivos propostos foram satisfeitos, corroborando a idéia de prevenção da inadimplência através do conhecimento do perfil dos clientes.

Por fim, esta pesquisa revelou que há uma lacuna em relação a análise do crédito, que pode ser suprido com os resultados apresentados neste estudo, contribuindo para uma melhor qualidade da análise, com o intuito de evitar a inadimplência, melhorando o resultado da CAIXA ECONÔMICA FEDERAL.

Em suma, pode-se concluir que se todas as melhorias pressupostas forem utilizadas de forma correta, a inadimplência será combatida de forma a minimizá-la, se aproximando da realidade exigida no mercado de trabalho e promovendo um maior rendimento e redução no tempo necessário à realização de tarefas cotidianas.

6 CRONOGRAMA

ATIVIDADE	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Pesquisa Bibliográfica	XXX	XXX	XXX		
Aplicação do Questionário	XXX	XXX	XXX		
Apresentação no Congresso da FARN			XXX		
Análise dos Resultados			XXX	XXX	
Entrega e Defesa da Monografia					XXX

DUARTE Junior, A. M.; VARGA, G. Gestão de Riscos no Brasil. Rio de Janeiro: Financial Consultoria, 2003.

EMPRESÁRIO ON-LINE. Agir é mais cedo possível. Disponível em: <http://www.empresario.com.br/orientador/edicoes/2000/cobranca/economica_txt_2.htm>. Acesso em: 18 Maio/2006.

EQUIFAX. Administração de Riscos: exposição do risco sob controle. Disponível em: <http://www.equifax.com.br/rev_bas/2003_outubro/contenimento.htm>. Acesso em: 23 mai/2006.

FEDERAÇÃO BRASILEIRA DOS BANCOS - FEBRABAN. Biblioteca. Disponível em: <<http://www.febraban.org.br/Arquivo/Servicos/Dicionario/FBConsulta.asp>>. Acesso em: 10 maio/2006.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. São Paulo: Atlas, 1991.

GOMES, Adriano. Gerenciamento de Crédito e Mensuração do Risco de Vendas. São Paulo: Manole, 2000.

7 REFERÊNCIAS

- ANDRADE, M. M. A pesquisa científica. In: _____. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. São Paulo: Atlas, 1997.
- BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Biblioteca**. Disponível em <http://www.bacen.gov.br/htms/bc_atende>. Acesso em: 20maio/2001.
- BANCO DO BRASIL. **Impacto de mudanças na política de crédito**. Disponível em <<http://www.bb.com.br/appbb/portal/emp/mpe/PlanejaPoliCredImpac.jsp>>. Acesso em: 02 Jun/2006.
- BARALDI, Maria Regina. **Manual de política e processo decisório de crédito**. São Paulo: IBCB, 1990.
- _____. **Créditos Problemáticos e Inadimplência**. São Paulo: STS, 1998.
- BLATT, A. **Avaliação de risco e decisão de crédito: um enfoque prático**. São Paulo: Nobel, 1999.
- CAOQUETTE, J. B. ; ALTMAN, E. I. ; NARAYANAN, P. **Gestão de Riscos de Crédito: o próximo grande desafio financeiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.
- CROUHY, M. ; GALAI, D. ; MARK, R. **Gerenciamento de Risco: abordagem conceitual e prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.
- DEMO, P. **Pesquisa e construção de conhecimento**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1994.
- DUARTE Junior., A. M. ; VARGA, G. **Gestão de Riscos no Brasil**. Rio de Janeiro: Financial Consultoria, 2003.
- EMPRESÁRIO ON LINE. **Agir o mais cedo possível**. Disponível em <http://www.empresario.com.br/orientador/edicoes/2000/cobranca/cobranca_txt_2.html>. Acesso em: 18 Maio/2006.
- EQUIFAX. **Administração de limites: exposição do risco sob controle**. Disponível em <http://www.equifax.com.br/rev_bus/2003_outubro/conhecimento.htm>. Acesso em: 28 mar/2006.
- FEDERAÇÃO BRASILEIRA DOS BANCOS – FEBRABAN. **Biblioteca**. Disponível em: <<http://www.febraban.org.br/Arquivo/Servicos/Dicionario/FRConsulta.asp>>. Acesso em 10 maio/2006.
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1991.
- GOMES, Adriano. **Gerenciamento de Crédito e Mensuração do Risco de Vender**. São Paulo: Manole, 2000.

INFORMAÇÃO DOS MERCADOS FINANCEIROS, S.A. – IMF. **Gestão de Risco.** Disponível em <http://www.imf.pt/market_inf/gestao_de_risco.htm>. Acesso em: 21 maio/2006.

KLOCKNER, K. S. S. S. **Algumas diretrizes para programas de treinamento, conscientização e competência no âmbito de sistemas de gestão ambiental.** 1999. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

LAKATOS, E. M; MARCONI, M. A. **Fundamentos da metodologia científica.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.

MINAYO, M. C. de S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade.** 7. ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

O ESTADO DE SÃO PAULO. **Inadimplência.** Disponível em <<http://www.estadao.com.br/ext/financas/servicos/credito22.htm>>. Acesso em: 10 Jun/2006.

OLIVEIRA, João Gualberto de. Centenário de Oficialização das Caixas Econômicas Federais. **Revista das Caixas Econômicas Federais**, Ano XII, nº 60, jul/set. 1960.

REED, Edward W.; GILL, Edward K. **Bancos Comerciais.** São Paulo: Makron Books, 1994.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social Métodos e Técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989.

RODRIGUES, Suzana M A; FERRAZ, Maria A; BRAGA, Vanda L S. **Recuperação do Crédito Comercial**, Metodologia de Times de Aprendizagem da Caixa Econômica Federal, Escritório de Negócios Belo Horizonte Sul, MG. Belo Horizonte, 1999.

SANTOS, José Odálio dos. **Análise de crédito** : empresas e pessoas físicas. São Paulo. Atlas, 2000.

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de Crédito: concessão e gerência de empréstimos.** São Paulo: Atlas, 2000.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do Desenvolvimento Econômico.** Uma investigação sobre Lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo, Nova Cultural, 1997.

SECURATO, José Roberto. **Decisões Financeiras em Condições de Risco.** São Paulo: Atlas, 1993.

_____. **Crédito: análise e avaliação do risco.** São Paulo: Saint Paul, 2002.

SILVA, José Pereira da. **Gestão e Análise de Risco de Crédito.** São Paulo: Atlas, 2003

_____. **Análise Financeira das Empresas**. São Paulo: Atlas, 2004.

_____. **Gestão e Análise de Risco de Crédito.** São Paulo: Atlas, 1997.

SILVA, Edna Lúcia da ; MENEZES, Estera Muszkat. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. Florianópolis: UFSC/PPGEP/LED, 2000.

APÊNDICE

QUESTIONÁRIO

1) Sexo

☐ Masculino☐ Feminino

2) Idade

☐ entre 18 e 25 anos☐ entre 26 e 40 anos☐ acima de 40 anos

3) Estado civil

☐ Solteiro(a)☐ Casado(a)☐ Outras

4) Quais são suas prioridades dentro do orçamento familiar? Enumere de 1 a 5.

☐ Escola☐ Água, Luz, Telefone☐ Cartão de Crédito☐ Pagamento do cheque especial☐ outros

APÊNDICE

5) Está empregado atualmente?

☐ SIM☐ NÃO

6) Profissão?

☐ Profissional Liberal☐ Autônomo☐ Funcionário Público☐ Militar☐ Assalariado

7) Qual a sua renda bruta média mensal?

☐ Até 2 salários☐ Entre 2 e 6 salários☐ Entre 6 e 10 salários☐ Mais que 10 salários

QUESTIONÁRIO

() Não

() Sim, quantos? _____

1) Sexo

() Masculino

() Feminino

2) Idade

() Sim, quantos? _____

() entre 18 e 25 anos () entre 26 e 40 anos () acima de 40 anos

10) O senhor(a) sabe quais são as reais taxas do cheque especial?

3) Estado civil

() NÃO

() Solteiro(a) () Casado(a) () Outros

11) Qual a causa do não pagamento do Cheque Especial?

4) Quais são suas prioridades dentro do orçamento familiar? Enumere de 1 a 5.

- () Escola
- () Água, Luz, Telefone
- () Cartão de Crédito
- () Pagamento do cheque especial
- () outros

5) Está empregado atualmente?

() SIM () NÃO

6) Profissão?

- () Profissional Liberal
- () Autônomo
- () Funcionário Público
- () Militar
- () Assalariado

7) Qual a sua renda bruta média mensal?

- () Até 2 salários
- () Entre 2 e 6 salários
- () Entre 6 e 10 salários
- () Mais que 10 salários

8) Possui veículos?

☐ Não ☐ Sim, quantos? _____

9) Possui Casa Própria?

☐ Não ☐ Sim, quantas? _____

10) O senhor(a) sabe quais são as reais taxas do cheque especial?

☐ SIM ☐ NÃO

11) Qual a causa do não pagamento do Cheque Especial?

- ☐ Desemprego
- ☐ Redução de renda
- ☐ Descontrole Financeiro
- ☐ Emprestou o nome
- ☐ Doença na família
- ☐ Outros _____

12) O senhor(a) possui alguma outra dívida para pagar?

☐ SIM, na própria CAIXA ☐ SIM, em outra Instituição ☐ Não

13) O senhor(a) já foi contatado alguma vez pela caixa?

☐ SIM ☐ NÃO

14) Como esses contatos foram feitos?

☐ Por telefone ☐ Na própria agência ☐ Cartas