



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
Rua Cícero Eduardo S/N – Bairro Junco – 64.600-000 – Picos –PI.
Fone (89) 3422-1087 – Fax (89) 3422-1043



O Uso do Crédito pelo Consumidor Piauiense

The Use of Credit by Consumers Piauiense

Autores: Marcos Moura Marinho¹, Antônio Cláudio Leite Silva² e Fagunes Ferreira de Moura³.

¹ graduando em Administração pela UFPI;

² graduando em Administração pela UFPI;

³ Professor da UFPI, mestre, orientador.



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVÍDIO NUNES DE BARROS
COORDENAÇÃO DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Rua Cicero Eduardo S/N - Bairro Junco - 64.600-000 - Picos - PI
Fone (89) 3422-1087 - Fax (89) 3422-1043



PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA
DE DEFESA DE ARTIGO CIENTÍFICO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

Antônio Cláudio Leite Silva e Marcos Moura Marinho

O uso do crédito pelo consumidor piauiense

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência da primeira, considera a discente como:

Aprovado(a)

Aprovado(a) com restrições

Observações: a nota está condicionada a entrega do TCC final com todas as alterações sugerida pela banca nos prazos previamente estabelecidos.

Picos (PI), 06 de novembro de 2014.

Fagundes Ferreira de Moura

Prof. M.Sc. Fagundes Ferreira de Moura
Orientador

Ediclaudiné dos Santos Bandeira Oliveira

Prof. Esp. Ediclaudiné dos Santos Bandeira Oliveira
Examinador 1

Karla Maria Mateus

Prof.^a Esp. Karla Maria Mateus
Examinadora 2



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PIAUÍ
CAMPUS SENADOR HELVIDIO NUNES DE BARROS
CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO



RESUMO

O objetivo deste estudo é identificar e analisar se o crédito está sendo utilizado de forma consciente, e se a sua principal característica, que é atender as necessidades, foi esquecida pela maioria dos consumidores. Trata-se de um levantamento bibliográfico, através de uma leitura exploratória interpretativa. O crédito tem se tornado um importante instrumento na operacionalização das atividades pessoais, por isso muitos consumidores têm buscado uma maior utilização, visando otimizar seus investimentos e conseqüentemente atender as necessidades. Mesmo utilizando-se da análise do caráter, capacidade, condições, capital, colateral, os C's do crédito, ainda há grande incidência de participação dos consumidores piauienses nos índices de inadimplência nacional. Foi possível constatar que inúmeros fatores contribuem para o aumento do consumismo, bem como juros baixos, prazos longos, cartão de crédito, dentre outros. Observou-se ainda que o Estado do Piauí, com relação ao ano de 2013, aumentou em 9,18% a sua participação na inadimplência nacional. Neste contexto, constata-se que a principal característica do crédito foi esquecida pela maioria dos consumidores que realizam compras sem planejamento financeiro fazendo com que sejam negativados precocemente.

Palavras-chave: Inadimplência. Crédito. Risco de Crédito. Consumidores. Planejamento.

ABSTRACT

The objective of this study is to identify and analyze if the credit is being used consciously, and its main feature, which is to meet the needs, was overlooked by most consumers. It is a literature with, through an exploratory interpretive reading. Credit has become an important tool in the operation of personal activities, so many consumers have sought greater use to optimize their investments and consequently meet the needs. Even using the analysis of the character, ability, conditions, capital, collateral, the C's credit, there is still a high incidence of involvement of consumers in piauienses national delinquency rates. It was found that many factors contribute to the rise of consumerism, as well as low interest rates, long maturities, credit card, among others. It was also observed that the state of Piauí, with respect to the year 2013, increased by 9.18% to its share of national default. In this context, it notes that the main feature of the credit has been forgotten by most consumers that perform financial planning purchases without making them negative results early.

Keywords: Delinquency. Credit. Credit Risk. Consumers. Planning.

1 INTRODUÇÃO

Muitas pessoas consideram o ato de comprar como uma prática entusiástica e, em muitas ocasiões, algumas delas deixam de lado o planejamento financeiro, que pode contribuir para o aumento da inadimplência. Neste sentido, observa-se que onde há pessoas existem, também, negócios de compra e venda, das coisas mais modestas e econômicas às mais sofisticadas e de preços exorbitantes.

Para Maia (2007, p. 30) “a inadimplência tornou-se uma situação normal para os consumidores”. Sob este aspecto, não é por acaso que existem milhões de empresas com o objetivo de vender mercadorias dos mais variados tipos e de todas as espécies espalhadas no mundo inteiro, com o propósito sempre de expandir, crescer e multiplicar suas filiais.

Conforme Leoni (1997, p. 96), “*Credere* é palavra latina que significa acreditar, ou seja, confiar, forma de obter recursos para destinar a algum empreendimento ou atender a alguma necessidade”. Com isso, o crédito tem por finalidade ajudar no planejamento mensal para que determinadas compras deixem de ser um sonho distante e se tornem algo possível dentro do orçamento.

De acordo com Maia (2007, p. 9) “a liberação do crédito vem se tornado um entrave para as empresas, dificultando a concessão do mesmo devido ao aumento dos níveis de inadimplência, tornando difícil a relação empresa/crédito/cliente”. Por isso, ainda é abordado nesta pesquisa os porquês da utilização da linha de crédito para adesão de novos bens e os motivos para a utilização desta modalidade de compra.

Em meio ao sistema capitalista que molda as empresas e pessoas com as mais variadas formas de ações no mercado, o ambiente corporativo tornou-se dinâmico, conforme se observa na sociedade. Assim, observando alguns dos motivos que elevam os números de inadimplência na região nordeste do Brasil, bem como a influência da facilidade do crédito para o aumento da inadimplência baseado na evidência dos seguimentos que lideram as estatísticas e a faixa etária com maior participação no inadimplimento, o referido estudo tem como objetivo principal tentar identificar se o crédito está sendo utilizado de forma consciente, e se a sua principal característica, que é atender as necessidades, foi esquecida pela maioria dos consumidores.

Com isto, a prática que vem ganhando força, nos últimos anos, conforme Rook (1987), *apud* Oliveira, Ikeda e Santos (2004), é a de que comprar faz bem, relaxa, tira o estresse, faz com que as pessoas esqueçam-se dos seus problemas, deixando-os mais tranquilos, configurando-se como atividade fim para o bem estar. Logo, gerou o seguinte questionamento: o crédito se tornou uma solução ou problema para os consumidores?

O presente estudo está dividido nas seguintes etapas: na primeira é abordado para uma melhor compreensão acerca do crédito, o conceito do objeto de estudo proposto neste artigo. Mas, para isto é necessário uma abordagem acerca da história do crédito e sua evolução para posteriormente conceituar risco de crédito e fatores que influenciam na liberação e no uso do crédito chegando à participação do Estado do Piauí nos índices de inadimplência nacional.

Na segunda, o presente trabalho aborda dentre outros, alguns resultados oriundos da ação de compra, na tentativa de observar se comprar está se tornando uma prática descontrolada, pois adquirir bens sem planejamento pode ocasionar em saturação dos gastos, e é na perspectiva de analisar e orientar aos consumidores que o presente estudo foi desenvolvido.

Na terceira, o artigo explicita que a ênfase da pesquisa é de natureza bibliográfica, com dados coletados no SPC e Serasa. E por fim, na última etapa são apresentados os resultados da pesquisa.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 HISTÓRIA DO CRÉDITO NO BRASIL

Na década de 80, o Brasil teve variações constantes na macroeconomia, no qual os investimentos no país não estavam sendo vistos como uma boa opção, resultando numa inflação altíssima e permanente, deixando o país, constantemente, em momentos de crise. Sob esse aspecto, Barros e Almeida (1997, p. 35) argumentam que:

A economia brasileira estava caracterizada por escassez de crédito, onde o sistema financeiro se afastava cada vez mais da sua função básica de provedor de crédito para investimento e consumo e se concentrava no financiamento da dívida pública.

Já na década de 90, o desenvolvimento dos bancos nacionais já transpareciam bons indicativos dos lucros obtidos no decorrer da década de 80, devido não simplesmente das receitas proporcionadas pela alta inflação, como também por terem, esses bancos, beneficiando-se pela forma de política econômica voltada para enfrentar o problema financeiro que o Brasil passava nos anos 80 (LACERDA, 2009).

Para Carvalho (2005), o avanço do crédito globalizado e constante está expresso em três características apresentadas nesse período: o fator inicial foi à diminuição na receita com transações por títulos, devido à redução da dívida pública, e do término das operações *overnight*². A segunda característica foi o cenário econômico com maiores possibilidades, por causa do retorno dos recursos externos no ano de 1992 retomando o crescimento econômico. E por fim, a expectativa da diminuição da inflação com a chegada do Plano Real, no final do período dos anos 90.

Na última década, o crédito se expandiu no Brasil, e como consequência a inadimplência tem sido frequente. De maneira concomitante ao aumento expressivo na demanda por crédito, tem ocorrido o endividamento das classes de renda mais modestas, com crescimento significativo da participação do cartão de crédito e de cheques devolvidos, no Piauí, com uma participação de 9,47%, do total nacional, conforme aponta os índices do SPC Brasil, em 2014.

2.2 O CRÉDITO

O crédito surgiu como uma forma rápida das pessoas usufruírem de produtos e serviços, no qual a sua má utilização ou abuso trás, em sua maioria, transtornos para as pessoas como, por exemplo, a negativação do Cadastro de Pessoa Física (CPF) do comprador junto às instituições de proteção ao crédito.

Fonseca e Naya (2008) afirmam que o crédito pode ser entendido como um trato de confiança, entre partes e que varia com relação ao conhecimento entre as partes e inclui a expectativa adquirida com o cliente. Logo, a palavra confiança torna-se, nesse sentido, o ponto chave do crédito.

Conforme Maia (2007, p. 14) “existe três tipos de créditos: o crédito para pessoas físicas, direcionado ao consumidor final, famílias; crédito para pessoas jurídicas que é o crédito comercial, consumo das empresas; e o crédito rural, voltado para a agricultura”. Se não houvesse o crédito, as pessoas seriam obrigadas a poupar por vários anos para conseguir

² Investimentos em curto prazo em títulos federais, com monitoramento constante do Banco Central para informar ganhos em tempo real para os investidores (LACERDA, 2009, p. 10).

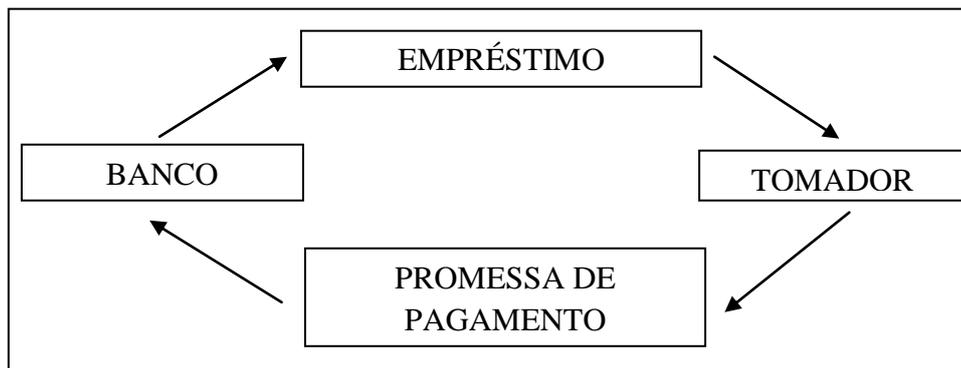
adquirir um determinado produto, como um carro, casa e demais bens duráveis, sem falar que muitos dos consumidores, atualmente, compram no crédito muitos bens não duráveis.

Adicionalmente, o crédito é visto como um tipo de financiamento voltado para viabilizar a adesão de atividades comerciais envolvendo dois tipos de pessoas: pessoa física e a pessoa jurídica. Para Lemes Júnior et al. (2002), o crédito torna-se facilitador de transações, pois com a utilização dele, as empresas conseguem vender mais do que conseguiriam sem a utilização desse tipo de facilitador.

Além do mais, Santos (2012) afirma que a linha de raciocínio que tem predominado atualmente é a de que o crédito representa a troca de um bem que gera um valor por uma expectativa de pagamento que se refere ao reembolso futuro do valor presente do bem, o que não significa dizer que é certo receber, pois existe o fator risco. Por isso, existe o risco de crédito, devido apenas se tratar de uma expectativa de pagamento futuro, sem a garantia que será honrada.

Ainda segundo Santos (2012), o crédito engloba duas perspectivas primordiais: a confiança representada pela promessa de pagamento futuro, e o prazo, que significa o tempo pré-fixado no período referente à aquisição do bem e a quitação da dívida. Neste sentido, a Figura 1 (2) mostra que o banco concede um empréstimo ou financiamento ao tomador, consequentemente, ocorre uma promessa de pagamento por parte do mesmo ao banco. Assim, é dessa relação envolvendo poupador e tomador que ocasiona o risco de crédito.

Figura 1 (2) – Representação de crédito



Fonte: Adaptado de Silva (2013, p. 45).

Conforme Pereira (2000), o crédito tem a função de captar recursos junto aos agentes econômicos através de financiamentos das necessidades de investimento e consumo de agentes com situação financeira deficitária. Logo, se a utilização do crédito acontecer sem o devido planejamento e sem qualquer critério de liberação, poderá se tornar fator primordial para a desestruturação da economia nacional.

Para Silva (2013, p. 45), “crédito consiste na entrega de um valor presente mediante uma promessa de pagamento”. Além disso, o autor argumenta que:

Numa loja de calçados, uma venda a crédito é caracterizada pela entrega da mercadoria (calçados) ao cliente, mediante uma promessa de pagamento, em uma ou mais parcelas, num prazo futuro, definido de comum acordo entre as partes. 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.

Nesse sentido, percebe-se que o crédito, de fato, é uma promessa de pagamento, onde o tomador assume o compromisso de pagamento de uma determinada dívida, estabelecendo uma relação de confiança. Dessa forma, o crédito pode ser entendido como uma cessão provisória de recursos para outrem, condicionando a sua reposição corrigida, ou seja, com o acréscimo de juros (CAMARGOS et al., 2010).

2.3 O RISCO DE CRÉDITO

Em um procedimento de análise de crédito é observado algumas variáveis para que o limite de crédito seja estipulado, e dentre essas variáveis um dos principais fatores analisados é o risco de crédito. Sob esse aspecto, a utilização de um sistema de escore bruto de crédito tem como objetivo a mensuração e seleção dos solicitantes do crédito em conformidade com o risco, reduzindo a probabilidade da inadimplência (DUARTE JUNIOR; VARGA, 2003).

Atualmente, há diversas ferramentas que auxiliam na identificação dos riscos como, por exemplo, o *ratings* e o *credit scoring* que tentam se aproximar qualitativamente do potencial financeiro dos clientes, demonstrando uma maior confiabilidade e segurança na tomada de decisão para conceder ou não o crédito. Os programas especializados de *ratings* e de *credit scoring* são ferramentas legítimas que auxiliam exclusivamente na análise do risco de crédito (SAUNDERS, 2000).

Conforme Silva (2013), os sistemas de *ratings* utilizam classificações com níveis de risco corroborados em uma diversidade de variáveis, nas quais adotam uma metodologia de notas atribuídas a itens específicos findando em uma média final de todos os parâmetros avaliados para saber se determinado cliente possui as características mínimas para liberação do desejado crédito. Logo, a análise econômico-financeira está determinada, a partir da análise do cadastro do cliente, observar o risco que este cliente oferece para o não cumprimento das obrigações assumidas.

Saunders (2000) contribui para a discussão ao afirmar que o modelo de *credit scoring* tem como principal objetivo a determinação e a redução da possibilidade do cliente em questão, sair da linha de inadimplência, com a utilização de critérios básicos na análise.

Na concepção de Maia (2007), risco de crédito significa as possibilidades de prejuízos decorrentes da incerteza referente à quitação de uma promessa de pagamento, devido por um cliente, pessoa física ou jurídica, no qual adquiriu um serviço ou produto. O risco quando entendido como medida da probabilidade de perda financeira, sempre existirá, mas nem sempre poderá ser medido (GITMAN, 2002).

Silva (2013) explicita que cada vez que uma empresa concede uma venda ou financiamento para um cliente, instantaneamente assume o risco do não pagamento por parte do cliente, ou seja, o comprador pode não realizar o pagamento, descumprindo a promessa realizada no ato da venda, configurando-se risco de crédito, isto é, pagamento incerto. O autor ainda enfatiza a diferença entre risco e incerteza:

Risco: existe quando o tomador de decisões pode basear-se em probabilidades objetivas para estimar diferentes resultados, de modo que sua expectativa se baseia em dados históricos e, portanto, a decisão é tomada a partir de estimativas julgadas aceitáveis pelo tomador de decisões;

Incerteza: ocorre quando não se dispõe de dados históricos acerca de um fato, o que poderá exigir que o tomador de decisões faça uma distribuição probabilística subjetiva, isto é, baseado em sua sensibilidade pessoal (SILVA, 2013, p. 56).

Conforme Souza e Chaia (2000), vários pesquisadores têm modelado o comportamento do tomador de recursos, inclusive quanto a incapacidade de administrar suas

contas, o caráter e principalmente fatores externos, por exemplo, aumento da taxa de juros que contraria a sua boa fé. Por isso, as empresas, se respaldam com outras garantias, nas quais deixem maior tranquilidade na liberação do crédito para que o não cumprimento seja compensado com transações equivalentes.

Ainda de acordo com Sousa e Chaia (2000, p. 21), “para que o risco de crédito seja minimizado se faz necessário que numa política de crédito, o padrão de concessão deve estar visivelmente claro, ou seja, as características mínimas deverão ser atendidas”. Baseado nesta afirmativa se observa a relação que existe entre o risco de crédito e a clareza na qual a organização expõe a sua política de crédito para os seus *stakeholders*.

2.4 OS C's DO CRÉDITO

Para Weston e Brigham (2000), existem cinco fatores importantes a serem considerados no momento da análise de concessão a um cliente e que influenciam diretamente no potencial de pagamento do mesmo, ou seja, trata-se dos C's do crédito, são eles: caráter, capacidade, condições, capital e colateral. Sob esse aspecto, Securato (2002), afirma que os C's do crédito são o norte em uma análise de crédito e, conseqüentemente, os explicita da seguinte maneira:

- **Caráter:** diz respeito à intenção de pagamento que o cliente possui ao realizar a promessa de pagar, também conhecida como honra. Para Schrickel (2000), é visto como o principal C que não depende da parte financeira, mas sim da índole da pessoa. Assim, para que a análise seja bem sucedida não basta observar os critérios financeiros, mas algumas características individuais de cada comprador.
- **Capacidade:** está relacionada ao fato de que o cliente pode ser uma pessoa com objetivos definidos, porém pode apresentar uma deficiência na hora de calcular suas contas, fazendo com que a partir daí, diminua a sua capacidade de pagamento, influenciando diretamente na sua visão estratégica e gerenciamento das contas.
- **Condições:** caracteriza-se pela estabilidade no emprego, pouco parecido com a capacidade, mas diz respeito ao relacionamento social e no comércio. De acordo com Schrickel (2000), “condições dizem respeito ao micro e macro cenário em que o tomador de empréstimos está inserido. No caso de empresas, tal cenário é o ramo de atividade e a economia como um todo”.
- **Capital:** está voltada para a empresa prestadora do serviço, situação econômica financeiro. Segundo Securato (2002), esta é revelada mediante análise dos índices e demonstrativos financeiros.
- **Colateral:** refere-se aos bens patrimoniais dos clientes, sejam eles pessoas físicas ou jurídicas, levando em consideração que podem ser ofertados como garantia de pagamento incluso no contrato estabelecido na relação. Além disso, o mesmo é considerado como um fator importante, pelo fato de fortalecer o potencial de pagamento do cliente, normalmente ocorrido em transações com bancos.

Maia (2007) acrescenta um sexto C do crédito, o conglomerado. O autor trás ao debate que o conglomerado está ligado a análise conjunta para as empresas do mesmo grupo econômico. Silva (1998) *apud* Maia (2007, p. 22) afirma que “não basta conhecer a situação da empresa, mas é preciso que se conheça sua controladora e suas controladas e coligadas para se formar um conceito sobre a solidez do conglomerado”.

Segundo Lemes Júnior et al. (2002), os C's do crédito servem para verificar o mérito de honrar com o compromisso por parte do cliente, conhecidos como diretrizes tradicionalmente utilizadas, de forma subjetiva, mas que influenciam diretamente na

identificação da capacitada intuitiva do cliente que ajuda a reduzir os riscos da empresa contrair uma inadimplência.

Com isso, segundo Caouette, Altman e Naranayan (2000), as ferramentas e técnicas utilizadas na identificação do risco de crédito teve um grande avanço, porém dentre os C's do crédito, o caráter, a capacidade e o capital continuam sendo o tripé para uma liberação de crédito mais segura para a empresa, devido o caráter está intrinsecamente ligado a intensão de pagar, mesmo existindo capital e capacidade para o cumprimento da promessa de pagamento.

2.5 INADIMPLÊNCIA

A preocupação das instituições de crédito voltadas para saber qual seu nível de vulnerabilidade à ameaça da inadimplência vem levando as empresas a melhorar a análise de crédito para minimizar os riscos de suas transações no intuito de coibir os prejuízos materiais e financeiros causado às empresas devido o aumento da inadimplência.

Apesar de obter outras formas de definir inadimplência por outros estudiosos a “falta de cumprimento de uma obrigação” (MAIA, 2007), está dentre a maioria dos conceitos pesquisados.

Maia (2007) ainda complementa afirmando que existem dois tipos de inadimplência: absoluto e relativo. O inadimplemento absoluto representa a obrigação que não foi cumprida e nem poderá ser de forma útil ao credor. O artigo 389 do código civil *apud* Maia (2007, p. 30) estabelece: “Não cumprida a obrigação, responde o devedor por perdas e danos, mais juros e atualização monetária, segundo índices oficiais regularmente estabelecidos e honorários de advogado”.

Ainda conforme Maia (2007), o inadimplemento relativo significa simplesmente o caso de mora do devedor, cumprido imperfeitamente como é o caso de um devedor que paga após a data combinada para quitação do débito. Logo, esta contabiliza como inadimplência por um período curto, mesmo havendo o pagamento, apesar de ser posterior a data combinada.

Sobre a inadimplência nas empresas, Gitman (2002) afirma que a culpa não recai simplesmente sobre os consumidores, porque um dos maiores problemas da inadimplência também fica sob a responsabilidade da administração má sucedida, sem observar atentamente as características que influenciam diretamente no cumprimento da promessa de pagamento, que dentre elas estão os C's do crédito.

2.6 FATORES QUE INFLUENCIAM AS COMPRAS

Conforme um estudo realizado pela Fecomércio Minas (2007), o planejamento orçamentário do consumidor brasileiro ainda é realizado de forma antiga, no qual não levam em consideração os encargos aplicados sobre as compras. Por isso, o orçamento familiar sempre está comprometido em sua maioria por compras de elevado valor.

De acordo com Oliveira, Ikeda e Santos (2004), algumas facilidades de crédito podem estar diretamente relacionadas com o excesso de compras e conseqüentemente o aumento da inadimplência. Sobre isso, destacam-se alguns dos fatores que influenciam as compras:

- **Juros “baixos”:** Ferramenta utilizada por empresas privadas e por algumas políticas de governo. Algumas delas, quando entendem que as vendas estão fraquejando fazem a opção de baixar os juros [...];
- **Prazos longos:** Medida utilizada por organizações privadas. Existe a ideia de que quanto maior o prazo menor o valor da parcela, e isto vêm surtindo efeito,

pois as pessoas deixam de se preocupar com o tempo que vão passar pagando para observar apenas o valor que ficará a prestação [...];

- **Prestações baixas:** Uma forma em que as empresas privadas encontram para atrair os compradores. Esta possui relação direta com os prazos longos, mas outras ao invés de utilizar os prazos longos como alternativas para o cliente preferem trabalhar com o *slogan* de “prestação que cabe no seu bolso” [...];
- **Redução do Imposto Sobre Produtos Industrializados (IPI):** Essa medida vem como incentivo do governo para tentar equilibrar a inflação no País. Há uma redução no índice sobre produtos industrializados nacionais de procedência estrangeira e na saída do produto de estabelecimento industrial [...];
- **Compra sem consulta ao SPC e SERASA:** Esta é uma das formas que mais recebe críticas, pois uma compra sem consulta ao SPC e SERASA, pressupõe que a empresa não está preocupada com os seus gastos, nem tão pouco com o recebimento, haja vista, que não se preocupa se o cliente possui um histórico favorável de compras no mercado [...];
- **Descontos para produtos da linha branca e móveis:** Possui a mesma política da redução de IPI. Determinada parte do ano esse IPI cai para carros e em outro momento é para a linha de móveis e eletrodomésticos [...];
- **Compra sem entrada:** Consiste na aquisição da mercadoria com o primeiro pagamento apenas para 30 ou 60 dias depois, ou seja, não precisa ter dinheiro no momento da compra, mas precisará ter dinheiro por muito tempo para honrar com o valor das prestações futuras. [...];
- **Empréstimos:** Opção ofertada normalmente pelos bancos, com o intuito de disponibilizar dinheiro para o cliente que necessita independente da necessidade do mesmo, porém o agravante nessa opção é o tempo em que o cliente vai ficar pagando e principalmente os juros embutidos sobre o valor principal [...];
- **Liquidações:** Uma das alternativas que as empresas encontram para atrair o cliente com preços promocionais, mesmo ainda possuindo uma margem de lucro em cima do valor ofertado [...];
- **Compra Compulsiva:** Esta se revela como uma das principais vias de endividamento de forma geral, pois as pessoas não conseguem se controlar diante de uma aparente oportunidade de comprar sem a preocupação do planejamento mensal das dívidas [...];
- **Cartão de Crédito:** Este, devido a sua facilidade de manuseio e comodidade ao portar, acrescentado da redução do risco de assalto pelo fato de não estar com o dinheiro no bolso, se torna um grande aliado dos clientes nas compras e um problema oculto para muitos que não conseguem se controlar e planejar [...];
- **Cheque especial:** Limite extra, ofertado pelos bancos para eventuais urgências. Porém, totaliza um montante final da dívida com o valor do bem, juros de venda a prazo embutido pelo credor, mais os juros cobrados pelo o banco na utilização do limite [...].

Alguns desses fatores, que influenciam nas compras, estão explicitamente vulneráveis a qualquer consumidor, desde o que está em dias com suas responsabilidades e que possui uma vida financeira saudável, até aqueles que estão em débitos no mercado e que não possui uma estabilidade financeira e baixa renda.

Atualmente, segundo Kwak, Zinkhan e Crask (2003) *apud* Oliveira, Ikeda e Santos (2004, p. 90) a compra compulsiva “é considerada um fenômeno global, sendo tema de pesquisas nos campos da psiquiatria, psicologia e marketing”. Diante da relação entre a dívida e compra compulsiva, cabe salientar o pensamento de alguns escritores sobre a temática, devido ser um ponto que atinge maioria da população (OLIVEIRA; IKEDA; SANTOS 2004).

Na perspectiva de Seth, Mittal e Newman (2001), destacam sobre as compras, que a compra compulsiva envolve pessoas normalmente comprando coisas, das mais variadas utilidades, que talvez nunca usem, e ainda em quantidades maiores do que a real necessidade.

No que se refere a temática das compras, segundo Prates (2003), no Brasil o consumo compulsivo parece que está atingindo com uma grande velocidade as pessoas que estão na faixa etária de 14 a 25 anos. Significa dizer que os mais jovens estão sendo os maiores praticantes da compra compulsiva, talvez este seja o motivo que eleva o endividamento dos mais maduros, ou seja, os pais estão se comprometendo para satisfazer a vontade dos filhos.

Já o cartão de crédito, Roberts e Jones (2001) afirmam que este funciona como parte de ligação entre a compra compulsiva instigando as atitudes do comprador. O cartão de crédito passa a ser uma ferramenta na qual quando não inclusa no planejamento torna-se uma problema no momento de equilibrar as dívidas.

Contudo, a característica principal da quantidade excessiva de incentivos ao consumismo, só eleva os índices de endividamento e inadimplência no país. Fatores estes que poderiam ser utilizados para o crescimento econômico nacional como um todo, estão servindo como motivo de regresso da população do país.

Com isso, muitos consumidores não sabem quantas parcelas pagam durante o mês, e não conseguem ter o controle do que pode gastar ou se ainda pode gastar durante determinado tempo. Por isso, para Roberts e Jones (2001), a “desconfiança” por ser uma atitude inversamente relacionada à compra compulsiva, porque pode ajudar na organização do orçamento familiar, pois quanto maior a sensibilidade a ofertas menores serão as chances de adquirir produtos de forma exagerada.

3 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento desta pesquisa foi realizado um levantamento bibliográfico, no qual, segundo Vergara (2000), este é caracterizado pela utilização de teses, dissertações, artigos, livros, jornais e *sites* da internet para desenvolver e delinear os objetivos propostos neste trabalho.

O estudo ainda teve como foco a partir de pesquisas e dados recentes de 2011, no intuito de obter informações atualizadas, com uma leitura exploratória interpretativa das formas e condições dos gerenciamentos de compras baseado na realidade dos consumidores.

Com isso, a pesquisa ainda adota uma postura descritiva, que na concepção de Gil (2002) tem como objetivo principal descrever as principais características de uma determinada população ou estabelecer relação entre variáveis.

O artigo enfatiza a inadimplência no Estado do Piauí em comparação com os demais Estados brasileiros e principalmente aos da região Nordeste com dados coletados no SPC Brasil. Os dados foram coletados e analisados no intuito de observar a problemática do mercado atual na utilização de gerenciadores de análise de crédito com o cuidado de dispor das opções relacionadas no corpo do trabalho. Sobre isto, Barreto e Honorato (1998, p. 56) afirmam:

A metodologia da pesquisa em um planejamento deve ser entendida como o conjunto detalhado e sequencial de métodos e técnicas científicas a serem executados ao longo da pesquisa, de tal modo que se consiga atingir os objetivos inicialmente propostos e, ao mesmo tempo, atender aos critérios de

menor custo, maior rapidez, maior eficácia e mais confiabilidade de informação.

Com isso, o estudo desta temática ilustra a aplicação de um sistema de classificação do crédito, caracterizando os C's do crédito como ferramentas para tentar reduzir o risco de crédito. Logo, a pesquisa pode ser vista como uma contribuição ao estudo da inadimplência na região Nordeste, tendo em vista os dados atuais utilizados na mesma.

Durante o estudo foram encontradas algumas dificuldades principalmente relacionadas às fontes de pesquisas, pois devido o enfoque do trabalho ser na utilização do crédito pelo consumidor piauiense, não foi encontrada uma grande variedade de artigos e trabalhos científicos com seus estudos voltados para o tema abordado neste artigo.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

4.1 BRASIL, NORDESTE E A PARTICIPAÇÃO NO PIAUÍ

No Brasil, os índices de inadimplemento dos consumidores são inconstantes, onde não há um equilíbrio que estabilize por um longo período. Durante o mês de janeiro do ano 2014, segundo Pellizzaro Junior e Gomes (2014), verificou-se que o crédito restrito, que é a solicitação de maiores garantias na efetuação da venda, fez com que os consumidores recuassem, refletindo diretamente na diminuição da inadimplência.

No início de 2014 houve uma desaceleração na inadimplência devido o pagamento de gastos fixos de todo começo de ano, como material escolar, Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) e Imposto sobre Propriedade de Veículos Automotores (IPVA). Posteriormente, baseado no relatório “Brasil tem 52 milhões de consumidores inadimplentes³”, já se pode notar uma aceleração nas compras, com relação ao ano de 2013, que apesar de possuir um alto índice, ainda está menor que o praticado em 2012 no mesmo período, conforme o Quadro 1 (4).

Quadro 1 (4) – Índice da inadimplência nacional dos últimos três anos

Inadimplência	Variação (%)
Jan.14/jan.13	+ 7,84
Jan.13/Jan.12	+11,80
Jan.12/Jan.11	+12,31

Fonte: Adaptado de Almeida e Bruno (2014).

Ainda com base nos dados do Quadro 1 (4), Almeida e Bruno (2014) afirmam:

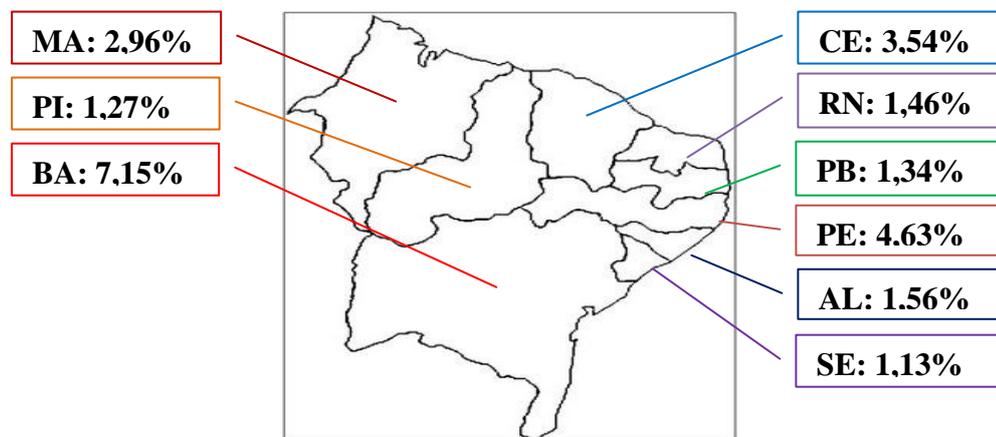
Haviam cerca de 52 milhões de brasileiros que não cumpriram com as suas obrigações até o mês de fevereiro do corrente ano no Brasil, ainda apresentando cerca de 2,044 dívidas por pessoa, totalizando a quantidade alarmante de aproximadamente 106 milhões de dívidas. Apesar dos números exorbitantes dessa informação, ainda registra-se que o ano de 2013 terminou com desaceleração devido ao aumento das exigências na hora de efetuar o cadastro de compra.

³ Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/indices/45-brasiltem52milhoesdeconsumidoresinadimplentesestimaspbrasil>. Acesso em: 25 maio 2014.

Com isso, verificou-se que as dívidas com maior frequência no (SPC) eram de aproximadamente até R\$ 2.500,00, conforme o relatório “Brasil tem 52 milhões de consumidores inadimplentes⁴”. Logo, esses dados referentes ao valor aproximado da dívida, representam pessoas que não possuem uma estabilidade econômica, pois são valores que transparecem compras de pequeno porte.

Segundo Almeida e Bruno (2014), o Estado do Piauí, com relação ao ano de 2013, aumentou em 9,18% a sua participação na inadimplência nacional, colocando-o em 14^a lugar do *ranking* nacional sobre o crescimento de dívidas com base em 2013. Sendo que, dos 25,04% de inadimplências que possui a região nordeste, o Piauí é responsável por 1,27%, como mostra a Figura 2 (4).

Figura 2 (4) – Dívida em atraso no nordeste por estados



Fonte: Adaptado de Almeida e Bruno (2014).

Baseados nos dados da Figura 2 (4), desses 1,27% de participação das dívidas com relação ao nordeste, o Piauí teve um aumento significativo com relação ao mês de março, pois de março a abril de 2014 o Estado apresentou um aumento de 7,08%.

Para tanto, ainda considerando-se os dados apresentados na Figura 2 (4), apesar do aumento significativo, o Estado do Piauí ainda é um dos estados da região nordeste com menor índice de inadimplência. Dentre os nove Estados da federação que compõe o nordeste, o Piauí está em penúltimo lugar, com 1,27% de participação, em relação ao índice apresentado, ou seja, é o segundo Estado com menor participação nos índices de inadimplemento, perdendo apenas para o Estado de Sergipe, que possui 1,13% de participação. Em contrapartida o Estado da Bahia, possui 7,15% de participação na inadimplência regional dos consumidores pessoas físicas. Outro ponto a se observar é a faixa etária dos consumidores em inadimplência, conforme o Quadro 2 (4).

Quadro 2 (4) – Inadimplência nacional por faixa etária

Faixa Etária	Abril 2013	Abril 2014
30 a 39 anos	27,66%	27,49%
40 a 49 anos	19,43%	19,37%
50 a 64 anos	17,27%	17,88%

Fonte: Adaptado de Almeida e Bruno (2014).

Ainda com base no Quadro 2 (4), percebe-se que dentre o ano de 2013 a 2014 não houve muita mudança percentual, porém é importante demonstrar que a faixa etária de 30 a 39 anos, que teoricamente é a idade em que as pessoas estão mais maduras e decididas sobre o que querem da vida, inclusive com famílias por criar, representa a maior participação nessa análise.

Assim, é perceptível que os consumidores da região nordeste, em sua maioria, ainda estão recorrendo aos bancos sem a devida preocupação sobre as formas de pagamentos, de acordo com o Quadro 3 (4).

Quadro 3 (4) – Número médio de dívidas por região: estados

Estados da Federação	Número médio de dívidas em atraso por pessoa física inadimplente			
	abr/12	abr/13	mar/14	abr/14
Nordeste	2,038	1,979	1,946	1,938
Alagoas	2,020	1,998	1,984	1,965
Bahia	2,073	2,037	1,992	1,986
Ceará	2,055	1,987	1,978	1,973
Maranhão	1,872	1,874	1,839	1,830
Paraíba	1,993	1,914	1,889	1,881
Pernambuco	2,063	1,939	1,908	1,901
Piauí	1,965	1,921	1,887	1,884
Rio Grande do Norte	1,990	1,917	1,880	1,870
Sergipe	2,354	2,299	2,239	2,216
Norte	1,952	1,947	1,935	1,930
Acre	1,828	1,864	1,884	1,887
Amazonas	1,950	1,945	1,915	1,909
Amapá	2,021	2,002	1,978	1,970
Pará	1,895	1,872	1,879	1,874
Rondônia	2,176	2,207	2,163	2,173
Roraima	1,809	1,889	1,866	1,856
Tocantins	2,053	2,075	2,028	2,013
Sudeste	2,118	2,109	2,048	2,031
Espírito Santo	2,294	2,254	2,151	2,138
Minas Gerais	2,224	2,193	2,122	2,105
Rio de Janeiro	2,163	2,118	2,040	2,024
São Paulo	2,034	2,053	2,009	1,991
Sul	2,339	2,335	2,265	2,242
Paraná	2,297	2,288	2,211	2,189
Rio Grande do Sul	2,174	2,191	2,143	2,124
Santa Catarina	2,657	2,626	2,534	2,502
Centro-Oeste	2,228	2,201	2,124	2,108
Distrito Federal	2,240	2,173	2,032	2,004
Goiás	2,297	2,301	2,216	2,200
Mato Grosso do Sul	1,877	1,847	1,824	1,815
Mato Grosso	2,298	2,244	2,205	2,192
Região não determinada	1,959	1,916	1,757	1,729

Fonte: Adaptado de Pellizzaro Junior e Gomes (2014).

Sobre a inadimplência por setor, conforme Almeida e Vinícius (2014, p. 1):

A análise setorial mostra que as dívidas com o setor de bancos mostraram crescimento em todas as regiões, com a maior alta de 7,51% no Nordeste, seguida pela região Norte (6,97%). O crescimento das dívidas de comércio também foi generalizado entre as regiões, com destaque para o Sul do país, onde as dívidas dessa categoria cresceram 5,07%. As dívidas cujos credores são segmentos de comunicação também avançaram em todas as regiões, com destaque para a região Norte, com alta de 15,18%.

Conforme o Quadro 3 (4), verifica-se também que há mais critérios no momento da análise da concessão do crédito no Brasil como um todo, ou seja, as empresas não dispõem de crédito para quem já possui ou possuiu dívidas em atraso. Por isso, percebe-se que o número médio de inadimplências por pessoa está baixando.

4.2 SEGMENTOS COM MAIOR ÍNDICE DE INADIMPLÊNCIA

Em pesquisa sobre a quantidade de dívidas em atraso na região nordeste, participação por setor credor, o relatório de “Indicadores econômicos SPC Brasil e CNDL”⁴, com dados referentes ao mês de agosto de 2014, aponta que o mês citado apresenta um crescimento quando comparado ao mesmo mês do ano 2013.

O Quadro 4 (4) mostra a intensidade de alguns segmentos, enfatizando os 5 setores da economia com maior índice de inadimplência na região nordeste até agosto de 2014.

Quadro 4 (4) – Número de dívida na região Nordeste: participação por setor credor (em pontos percentuais)

Nº	Descrição	Agosto/2014
01	Bancos	2,09%
02	Água e Luz	1,58%
03	Comunicação	1,10%
04	Outros	1,05%
05	Comércio	0,37%
TOTAL DA REGIÃO		6,19%

Fonte: Adaptado de Almeida e Bruno (2014).

Observa-se no Quadro 4 (4) que o setor que possui maior participação na inadimplência regional são os bancos, com índice atual de 2,09%, seguido pelos setores de geração, transmissão e distribuição de água e energia elétrica com 1,58%, e em terceiro lugar a comunicação com 1,10%. Apesar dos bancos dominarem o topo da relação de setor com maior participação na inadimplência regional, foi o setor de água e luz que apresentou o maior aumento em comparação com o mês de agosto de 2013, com um aumento de 14,41%.

⁴ Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/indices/81-emagostoregiaoorteliderouaumentodedividiasematrassoapontaspbrasil>. Acesso em: 25 set. 2014.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal deste estudo foi identificar se o crédito está sendo utilizado de forma consciente, e se a sua principal característica, que é atender as necessidades, foi esquecida pela maioria dos consumidores. Utilizando-se de um levantamento bibliográfico, para desenvolver e delinear o objetivo proposto neste estudo, o mesmo trás uma série de resultados que satisfazem a proposta do trabalho.

Dentre os resultados encontrados para a região Nordeste, foram identificados diversos fatores como consequentes a utilização do crédito pelo consumidor piauiense que levaram o Estado a ter um aumento de 9,18% na participação da inadimplência nacional, como por exemplo, a realização de compras sem o devido planejamento financeiro que faz com que o consumidor seja negativado precocemente, conforme mostra pesquisas realizadas pelo SPC Brasil, baseados nos fatores que influenciam as compras.

O estudo sobre a compra compulsiva e utilização do crédito no Brasil, conforme Oliveira, Ikeda e Santos (2004), é recente e ainda pouco pesquisado, mas observa-se uma relação diretamente proporcional entre a compra compulsiva e o aumento da inadimplência. Com base nessa relação, foi possível identificar que um cliente de menor poder econômico tem maior probabilidade de ser inadimplente quando analisado os C's do crédito. Por isso, a necessidade de uma análise do crédito mais criteriosa, pois, verificou-se que o crédito restrito faz com que os clientes recuem, refletindo diretamente na diminuição da inadimplência regional, nos quais, os dados deste estudo ratificam que as dívidas com maior frequência no SPC pertencem aos consumidores com pouca estabilidade econômica.

Outro ponto encontrado durante o estudo mostra que os índices de inadimplementos no Brasil são inconstantes, ou seja, não há uma sequência lógica do aumento ou diminuição dos índices, até porque, como mostra a pesquisa, todo início de ano há uma redução na inadimplência nacional devido os gastos fixos dos consumidores.

Por fim, destaca-se que dentre as dívidas há uma grande participação da intervenção bancária, ou seja, os consumidores estão recorrendo frequentemente aos bancos para aquisição de dinheiro como solução para pagamento de débitos, que contribui bastante para significativo aumento da inadimplência da região Nordeste, inclusive do Estado do Piauí que apesar de sofrer um aumento da inadimplência do mês de março para abril de 2014, ainda é um dos Estados com menor índice de inadimplência na região.

Percebe-se, então, que o número médio de inadimplências por pessoa está baixando devido às empresas não disponibilizarem crédito para quem já possui ou possuiu dívidas em atraso. Em decorrência disto, é que o setor de água e luz foi que apresentou o maior aumento em comparação com o mês de agosto de 2013, com um aumento de 14,41% em 2014.

Como implicação científica deste trabalho, espera-se que os resultados aqui encontrados contribuam para maior compreensão do uso do crédito pelo consumidor piauiense, além de ajudar a entender os fatores, como e o porquê ainda continuam em ascensão os índices de inadimplementos da região Nordeste, principalmente no Estado do Piauí.

Cabe ressaltar que os resultados alcançados na pesquisa através deste levantamento bibliográfico ainda não se podem ser generalizados, porém servem como norte para o desenvolvimento de outras pesquisas sobre a temática. Os resultados obtidos nesta pesquisa de caráter exploratório reforçam a necessidade de aumentar o debate no sentido de estimular a reflexão sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA; BRUNO, Guilherme de; Vinícius. **Brasil tem 52 milhões de consumidores inadimplentes**. Maio 2014. Acesso em: 21 maio 2014

<<https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/indices/45-brasiltem52milhoesdeconsumidoresinadimplentesestimaspbrasil>>.

BARRETO, Alcyrus Vieira Pinto; HONORATO, Cezar de Freitas. **Manual de sobrevivência na selva acadêmica**. Rio de Janeiro: Objeto Direto, 1998.

BARROS, José R.; ALMEIDA JUNIOR, Mansueto. **Análise do ajuste do sistema financeiro no Brasil**. Brasília: Secretaria de Política Econômica, 1997.

CAMARGOS, Marcos Antônio de et al. Fatores Condicionantes de Inadimplência em Processos de Concessão de Crédito a Micro e Pequenas Empresas do Estado de Minas Gerais. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 14, n. 2, p.333-352, abr. 2010.

CAOINETTE, John B.; ALTMAN, Edward I.; NARAYANAN, Paul. **Gestão de risco de crédito: o próximo grande desafio financeiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

CARVALHO, Fernando J. C. O sistema financeiro brasileiro: a modernização necessária. In: SICSÚ, J. PAULA, L. F. de MICHEL, R. (Org.) **Novo-desenvolvimento: Um projeto nacional de crescimento com equidade social**. São Paulo: Manole, 2005.

DUARTE JUNIOR, Antônio M.; VARGA, Gyorgy. **Gestão de riscos no Brasil**. Rio de Janeiro:Financial Consultoria. 2003.

FECOMÉRCIOMINAS, Departamento de Economia da. **Pesquisa de endividamento do consumidor - PEC**. 2007. Disponível em: <http://www.fecomerciomg.org.br/pdfs/pesquisa_pec_07_09.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2014.

FONSECA, A. P., NAYA, A. C. **Crêterios para o crédito creditam lucros**. 2008. 33 f. TCC (Graduação) Curso Bacharel em Ciências Contábeis e Administrativas, Centro Universitário Católico Auxilium Salesiano de Lins, Lins-SP, 2008.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 7. ed. São Paulo: Harbra. 2002.

LACERDA, Elaine da Silva. **A evolução do crédito no Brasil, 2002 - 2009**. 2009. 63 f. TCC (Graduação) - Curso de Bacharel em Ciências Econômicas, Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2009.

LEONI, Evandro Geraldo. **Cadastro, crédito e cobrança**. São Paulo: Atlas, 1997.

LEMES JÚNIOR, A. B. et al. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

MAIA, Andréia do Socorro Rosa Silva. **Inadimplência e recuperação de crédito**. 2007. Trabalho de conclusão de curso. (Especialização em Administração) - Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Londrina (PR)

OLIVEIRA, Tânia Modesto Veludo de; IKEDA, Ana Akemi; SANTOS, Rubens da Costa. Compra compulsiva e a influência do cartão de crédito. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 44, n. 3, p. 89-99, set. 2004.

PELLIZZARO JUNIOR, Roque; GOMES, Roberto Alfeu Pena. **Inadimplência Pessoa Física Regional**. 2014. Disponível em: <<https://www.spcbrasil.org.br/impressao/indices-economicos>>. Acesso em: 19 maio 2014.

PEREIRA, José. **Gestão e análise de risco de crédito**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PRATES, C. **O consumidor compulsivo**. Set.2003. Disponível em: <<http://www.klickeducacao.com.br>>. Acesso em: 20 jan. 2014.

ROBERTS, J.; JONES, E. Atitude, dinheiro, uso do cartão de crédito e compra compulsiva entre os estudantes universitários. **O Jornal de Consumidores**, v. 35, n. 2, p. 213-241, 2001.

SANTOS, José Odílio dos. **Análise de crédito: empresas, pessoas físicas, varejo, agronegócio e pecuária**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

SAUNDERS. A. **Medindo o risco de crédito: novas abordagens para valor em risco e outros paradigmas**. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2000.

SCHRICKEL, Wolfgang Kurt. **Análise de crédito: concessão e gerência de empréstimos**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

SECURATO, J. R. (coord.). **Crédito: análise e avaliação do risco, pessoas físicas e jurídicas**. São Paulo: Saint Paul, 2002.

SHETH, J.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. **Comportamento do cliente**. São Paulo: Atlas, 2001.

SILVA, José Pereira da. **Gestão e análise de risco de crédito**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

SOUSA, A. F. de; CHAIA, A. J. Política de Crédito: uma análise qualitativa dos processos em empresas. **Caderno de pesquisas em administração**, São Paulo, v. 7, n. 3, jul. set., 2000.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

WESTON, J. F.; BRIGHAM, E. F. **Fundamentos da administração financeira**. São Paulo: Makron Books, 2000.