

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
PÓS GRADUAÇÃO ESPECIALIZAÇÃO EM GERÊNCIA FINANCEIRA**

JENIFFER FLORENCIO SOUZA

**INADIMPLÊNCIA NOS CURSOS TÉCNICOS: INFORMÁTICA PARA INTERNET E
RECURSOS HUMANOS**

**CRICIÚMA
2012**

JENIFFER FLORENCIO SOUZA

**INADIMPLÊNCIA NOS CURSOS TÉCNICOS: INFORMÁTICA PARA INTERNET E
RECURSOS HUMANOS**

Monografia apresentada ao Setor de Pós-graduação da Universidade do Extremo Sul Catarinense- UNESC, para a obtenção do título de especialista em MBA Gerência Financeira.

Orientador: Prof. Esp. Miguel Mastella

CRICIÚMA

2012

Agradeço primeiramente a Deus, ao apoio de meu esposo, e, meus pais que sempre me incentivaram na minha vida profissional e pessoal.

AGRADECIMENTOS

Tenho muito a agradecer por ter a oportunidade de ser pós-graduada. Desde minha graduação fui premiada com auxílios que sou grata imensamente, pois sem os mesmos não poderia ser a profissional competente que me formei.

Agradeço ao SENAI que subsidiou parte desta pós e também a Charlane, que me proporcionava todo o apoio para estar gerenciando meus horários de trabalho com meus estudos.

A UNESCO, por seus profissionais que transmitiram seus conhecimentos para mim, desenvolvendo as competências para hoje eu conseguir gerenciar o setor financeiro de minha empresa.

Ao orientador Miguel, que me atendia por telefone em qualquer horário, retirando minhas dúvidas e confortando minha ansiedade.

Enfim, a minha querida e amada família, que estiveram presentes em todos os momentos: os cansativos e os alegres. Na luta para que uma pessoa simples e humilde pudesse alcançar seus sonhos pessoais e profissionais.

**"Há homens que lutam um dia e são bons.
Há outros que lutam um ano e são
melhores.**

**Há os que lutam muitos anos e são muito
bons.**

**Porém, há os que lutam toda a vida.
Esses são os imprescindíveis."**

Bertolt Brecht.

RESUMO

Estudar é a base para se obter conhecimento. Muitas são as oportunidades, várias instituições estão surgindo e proporcionando diferenciais na área educacional, até mesmo investimentos do governo estão concorrendo com instituições particulares, está se criando uma visão educacional distinta, por isso é necessário além de controles na área de marketing, realizar investimentos na área financeira, aperfeiçoar os profissionais para capacitarem a negociar, antecipar problemas e gerenciar adequadamente as finanças empresariais. Atualmente somos presos muitas vezes por leis que favorecem os inadimplentes, o que pode estimulá-los a dever e não pagar. Com base nos conhecimentos citados neste trabalho poderemos compreender como melhor estruturar a área financeira para lidar com os diversos acontecimentos no âmbito da inadimplência.

Palavras-chave: Administração financeira. Inadimplência. Negociação.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Índice de inadimplência registrado de janeiro a outubro de 2012, por curso.....	32
Figura 2: Índice de inadimplência registrado de janeiro a outubro de 2012 comum aos dois cursos.....	33
Figura 3: Percentual de público entrevistado por curso.....	34
Figura 4: Qual sua faixa etária?.....	35
Figura 5: Qual sua renda/ ou de seu responsável financeiro?.....	35
Figura 6: Você está fazendo este curso por iniciativa própria?	36
Figura 7: Como você classifica a qualidade do seu curso?	37
Figura 8: Como você classifica sua organização financeira?	37
Figura 9: Qual sua maior despesa atual? Assinale somente 1 (uma) alternativa.....	38
Figura 10: Quais critérios fazem você decidir uma compra?	39
Figura 11: Quem realiza o pagamento das mensalidades de seu curso?	39
Figura 12: Com qual frequência suas mensalidades ficam em atraso?	40
Figura 13: Geralmente o que leva você atrasar suas mensalidades?	41
Figura 14: Se você precisa atrasar uma mensalidade, informa o financeiro da escola?	41
Figura 15: Você conhece os processos utilizados pelo financeiro para realizar as cobranças?	42

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 PROBLEMA.....	9
1.2 OBJETIVOS.....	9
1.2.1 Objetivo geral	9
1.2.2 Objetivos específicos	9
1.3 JUSTIFICATIVA.....	9
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
2.1 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA	11
2.2 O ADMINISTRADOR FINANCEIRO	13
2.3 CONTAS A RECEBER	14
2.4 CONTAS A PAGAR.....	15
2.5 CONTAS: CAIXA E BANCO	15
2.6 FLUXO DE CAIXA	16
2.7 INADIMPLÊNCIA.....	18
2.8 NEGOCIAÇÃO.....	20
3 METODOLOGIA	26
3.1 TIPOS DE PESQUISA	26
3.1.1 Pesquisa Bibliográfica	26
3.1.2 Descritiva	27
3.1.3 Pesquisa Exploratória	27
3.1.4 Pesquisa Documental	28
3.2 ABORDAGEM DA PESQUISA.....	28
3.3 AMBIENTE DA PESQUISA	29
3.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	30
4 HISTÓRICO DO SENAI/ SC	31
5 EXPERIÊNCIA DA PESQUISA	32
5.1 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	34
6 SUGESTÕES PROPOSTAS.....	43
7 CONCLUSÃO	46
REFERÊNCIAS.....	48

1 INTRODUÇÃO

Todas as teorias, conhecimentos e opiniões delineados neste trabalho serão utilizados para estruturar, desenvolver e aprimorar o setor de cobranças do SENAI em Tubarão, para que o mesmo possa reduzir o nível de inadimplência, recuperar receitas antes perdidas e aumentar os lucros. Para obter este resultado é essencial analisar conceitos, colocá-los em prática, e associá-los com a análise dos questionários de pesquisas in loco. Com estes dados serão desenvolvidos práticas gerenciais financeiras otimizadas e eficazes.

1.1 PROBLEMA

Qual o nível de inadimplência nos cursos técnicos: Informática para internet e Recursos humanos no SENAI em Tubarão?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Estudar o nível de inadimplência nos cursos técnicos: Informática para internet e Recursos humanos no SENAI em Tubarão.

1.2.2 Objetivos específicos

- ✓ Identificar os níveis atuais de inadimplência;
- ✓ Analisar o perfil dos clientes;
- ✓ Conhecer os métodos de outras instituições de lidar com a inadimplência;
- ✓ Identificar os erros para efetivar uma cobrança;

1.3 JUSTIFICATIVA

Todas as instituições de ensino particulares prestam serviços ao consumidor e tendem a seguir algumas regras específicas.

De acordo com o código de defesa do consumidor nenhum cliente deve ser exposto ao ridículo, portanto, a escola não pode aplicar sanções pedagógicas como impedir o acesso à sala de aula, suspender provas ou reter documentos escolares, entre outros, ao aluno que estiver inadimplente. Nem mesmo divulgar o nome do estudante ou contratante devedor para que não haja constrangimento ou exposição vexatória.

Gerir financeiramente uma escola requer bases fundamentadas e acompanhamento para permitir um eficiente controle da inadimplência e evitar um acúmulo de dívidas por cliente, o que pode fazer com que aumente a dificuldade do mesmo de efetuar os pagamentos.

Analisar o nível de inadimplência de um curso em questão também é importante, pois é necessário prever um percentual de inadimplência que não irá prejudicar a receita final.

Diante do exposto estarei delineando formas corretas e eficientes de realizar cobranças financeiras e reduzir o índice de inadimplência.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 ADMINISTRAÇÃO FINANCEIRA

Visando construir conhecimentos para resolver o problema citado no tópico anterior, abaixo serão citados e analisados conceitos baseados em instrumentos e autores especialistas no assunto de inadimplência e gestão financeira.

Para estabelecer uma definição breve o site Wikipédia (2012), revela que gerenciar as finanças de uma escola como de qualquer empresa é controlar os recursos para aquisições, investimentos, ações em marketing, produção, recursos humanos, e principalmente na administração geral nos níveis tático, gerencial e estratégico, onde se coleta dados e informações financeiras para a tomada de decisão visando rentabilidade.

Este controle é primordial para que os rendimentos obtidos com as operações sejam capazes de cobrir todas as despesas e custos incorridos e ainda originar lucros conforme cita (BRAGA 1989). Assim todos os recursos nelas investidos poderão ser multiplicados.

Para obter resultados positivos e crescentes é necessário estabelecer uma administração financeira eficaz com intuito de controlar a concessão de crédito para clientes, realizar planejamentos, analisar investimentos e, meios viáveis para a obtenção de recursos visando financiar operações e atividades da empresa, para obter desenvolvimento, evitar gastos desnecessários e desperdícios (Lima Netto (1978)). Finanças é a arte e a ciência de administrar fundos. Todos os indivíduos e organizações obtêm receitas ou levantam fundos, gastam ou investem. Finanças ocupam-se do processo, instituições, mercados e instrumentos envolvidos na transferência de fundos entre pessoas, empresas e governos.

Uma eficiente gestão das finanças reflete diretamente nos resultados financeiros da empresa.

Silva (2006, p.18), cita que vários fatores afetam a vida financeira das empresas, como: as decisões governamentais, a situação da economia, fatores climatológicos, a competência gerencial e tecnológica da empresa e a concorrência.

A função financeira é responsável por integrar todas as tarefas ligadas à obtenção, utilização e controle de recursos financeiros, sendo assim revela o economista, Paulo Nunes (2009) que a gestão financeira é uma das tradicionais áreas funcionais da gestão encontrada em qualquer organização, e, à qual cabem as análises, decisões e atuações relacionadas com os meios financeiros necessários à atividade da organização.

Conforme Patrícia Liz - SEBRAE/SP (2009):

A gestão financeira é um conjunto de ações e procedimentos administrativos que envolvem o planejamento, a análise e o controle das atividades financeiras da empresa. O objetivo é melhorar os resultados apresentados pela empresa e aumentar o valor do patrimônio por meio da geração de lucro líquido. No entanto, é muito comum que empresas deixem de realizar uma adequada gestão financeira. Muitas vezes, as atividades são iniciadas com pequena dimensão e, conforme os negócios se desenvolvem. Uma correta administração financeira permite que se visualize a atual situação da empresa. Registros adequados permitem análises e colaboram com o planejamento para aperfeiçoar resultados.

A função financeira da organização, para Silva (2006) possui relação com disciplinas, como: economia, contabilidade, direito, administração financeira e estatística, entre outras. Cada uma dessas áreas estão interligadas e suas análises e conhecimentos despertam a oportunidade para o crescimento e desenvolvimento tanto profissional como pessoal.

Segundo Lemes (2005), as funções financeiras podem ser de curto ou longo prazo. As de curto prazo envolvem a administração de caixa, do crédito, das contas a receber e pagar, dos estoques e dos financiamentos no curto prazo, as de longo prazo, envolvem as decisões financeiras estratégicas, tais como orçamento de capital, estrutura de capital, custo de capital, relacionamento com investidores. A estrutura citada reflete a base para delinear estratégias e organizar as finanças da empresa, pesando no presente e planejando seu futuro.

Seja na área educacional ou não, a gestão financeira, deve seguir alguns princípios para obter êxito, como: definição de prioridades, cálculo correto dos gastos, elaboração do orçamento geral, prestação de contas transparente e comprovação de gastos.

Para garantir uma efetiva organização financeira, é necessário administrar as contas a receber, segundo Hoji (2003, p.129), elas são geradas pelas vendas a prazo que são feitas após a concessão de crédito. Às vendas a prazos estão

associadas aos riscos com inadimplência, despesas com cobrança, entre outros, mas são fundamentais para alavancar o nível das operações e o giro dos estoques. Diante do exposto é fundamental gerenciar e concentrar esforços para realizar uma competente gestão de crédito.

Gitman (2002, p.696), revela que “a atividade de seleção de crédito de uma empresa busca determinar se deve ser concedido o crédito a um cliente e quais os limites quantitativos que devem ser impostos”. Com base no conceito, é preciso definir métodos iguais para estabelecer a concessão ou não de crédito, baseado em argumentos concretos evitando abertura para que a outra parte manifeste razões que contraponham seus argumentos gerando uma situação incômoda.

A atual competição de mercado entre as empresas revela a importância de decidir qual política de crédito adotar, que pode tratar dos aspectos de prazos, seleção de clientes e limite de crédito. É preciso tomar cuidado, pois uma política de crédito mal estruturada e liberal pode aumentar os níveis de vendas, mas, em consequência gerar maiores despesas e problemas para os recebimentos. Analisando a variável prazo é observável que quanto mais dilatado, maior deve ser o capital de giro da empresa para conseguir honrar seus compromissos. Já a seleção dos clientes, se mal feita, poderá influir na liquidez do capital de giro. A exposição acima induz em responsabilidade para o pessoal do financeiro, que, após desenvolver uma eficaz gestão de crédito, também deve dispor de uma cobrança rápida para evitar as perdas com a inadimplência, determinando metas de perdas a serem atingidos, como redução do percentual para os próximos exercícios.

2.2 O ADMINISTRADOR FINANCEIRO

O administrador financeiro tem como meta saldar as obrigações da empresa, aplicando adequadamente os seus recursos financeiros, equilibrando as entradas e saídas por meio do demonstrativo financeiro conhecido como fluxo de caixa.

De acordo com Ross (2002, p. 44), “o objetivo mais geral da administração financeira é a maximização do valor de mercado do capital dos proprietários existentes”. Mas isto não implica que o administrador financeiro deva ser antiético ou desleal para elevar o valor do capital próprio do seu negócio. O

salário desses profissionais está vinculado ao desempenho financeiro geral da organização, ou seja, ao valor atual das ações no mercado. De acordo com Ross (2002, p. 45), “os administradores que forem bem-sucedidos em atender aos objetivos dos acionistas e proprietários podem receber enormes recompensas”.

Segundo Weston e Brigham (2000, p. 378), “cerca de 60% do tempo de um gerente financeiro é dedicado à administração do capital de giro”. Também conhecido como capital circulante, refere-se aos recursos aplicados em ativos circulantes, que se transformam constantemente dentro do ciclo operacional, informa Hoji (2000, p. 109). A cada momento que o capital de giro sofre alguma mudança positiva ou negativa gera um reflexo contábil.

O administrador financeiro tem papel fundamental na empresa já que sua função é atingir os objetivos dos proprietários, ou seja, maximizar os lucros. Gitman (2002, p.16) destaca que para atingir o objetivo de maximização do lucro, o administrador financeiro assume apenas providências que espera dar maior contribuição para a lucratividade total da empresa.

2.3 CONTAS A RECEBER

São os valores a receber dos clientes pela venda de mercadorias ou prestação de serviços (Silva, 2010), todavia a quantidade de valores a receber normalmente aumenta, quando aumenta as vendas ou a prestação de serviços.

De acordo com Weston e Brigham (2001, p. 390), o volume de contas a receber é determinado pelos padrões de crédito da empresa. Se os padrões forem rigorosos, muito poucos clientes estarão qualificados pelo crédito, as vendas cairão e, como resultado, as contas a receber diminuirão. Podemos entender que a flexibilização dos padrões de crédito com o intuito de elevar as vendas tem suas vantagens e desvantagens. As vantagens se referem à elevação no nível de vendas e na lucratividade, e as desvantagens, por um maior percentual de contas incobráveis, os devedores duvidosos, e no custo adicional do financiamento de contas a receber.

Gitman (2002, p. 696) concorda e argumenta, “a atividade de seleção de crédito de uma empresa busca determinar se deve ser concedido o crédito a um cliente e quais os limites quantitativos que devem ser impostos”. Estes métodos e a

fonte de análise de concessão de crédito devem ser cuidadosamente estruturados, pois são fatores importantes para a administração com sucesso do contas a receber.

2.4 CONTAS A PAGAR

As contas a pagar são resultantes dos serviços recebidos que ainda serão pagos, fazendo parte delas também os salários e os impostos (Gitman, 2002). Pode ser afirmado que são obrigações que a empresa possui com seus fornecedores, com os funcionários e com o governo. Conseguir prazo nas compras deve estar associado à previsão de entrada de recursos originados das vendas.

2.5 CONTAS: CAIXA E BANCO

O caixa é o valor líquido existente na empresa, dinheiro em espécie ou cheques recebidos de clientes que serão depositados para crédito em conta corrente, ressalta Silva (2010, p.94). Já a conta banco representa os valores monetários da empresa que estão depositados em uma conta bancária, disponíveis para saque ou aplicação. Portanto a conta caixa indica os valores disponíveis e associada com a conta banco fornece informações de como está a saúde financeira da empresa.

“A gestão do caixa é a atividade da administração financeira que objetiva a otimização dos recursos financeiros, integrada às demais atividades da empresa” revela Lemes, Rigo e Cherobim (2002). É necessário o empenho de todos para obter uma boa administração do caixa, com registros de saídas e entradas.

O ciclo de caixa "é o período em que os recursos da empresa foram utilizados para o pagamento dos bens e/ou matérias-primas até o recebimento pela venda do produto acabado resultante” Lemes, Rigo e Cherobim (2002). Ele depende: das políticas que são adotadas pela empresa, sua necessidade e demais políticas internas.

Os autores demonstram ainda formas para melhorar o ciclo de caixa da empresa, tais como: reduzir o prazo disponibilizado para o cliente efetuar o pagamento, ampliar o período de tempo do pagamento da empresa para os

fornecedores (para que se ajuste com as entradas de caixa, assim não obriga o administrador buscar recursos fora da empresa a custos mais altos), organizar os lançamentos de cheque na tesouraria e os depósitos dos mesmos, possibilitar descontos para pagamento no prazo ou antecipado (visando acelerar a cobrança), usar meios eletrônicos para agilizar e obter segurança no processo de recebimento (integrar a cobrança das duplicatas a receber da empresa com o sistema bancário), aprimorar as formas de cobrança de clientes, reduzido a inadimplência e definir datas de pagamentos mensais para fornecedores de acordo com a previsão de fluxo de caixa favorável.

2.6 FLUXO DE CAIXA

É um instrumento de controle de entradas e saídas de caixa permitindo ao administrador financeiro e a outras pessoas interessadas analisar o passado e possivelmente o futuro de caixa da empresa (Gitman, 2002). Percebe-se a importância em cuidar e controlar esta ferramenta, pois a mesma fornece subsídios para se alcançar o sucesso no negócio.

O controle financeiro é imprescindível, tanto para empresa, quanto para qualquer pessoa. Ter controle financeiro é conseguir registrar e analisar as entradas e saídas de caixa. Segundo Marion (2008) todo mundo tem seu fluxo de caixa. Por mais simples que uma pessoa seja, ela tem de memória quanto entrou de dinheiro no mês, quanto saiu e quanto foi gasto. Para facilitar este controle existe a ferramenta fluxo de caixa, essencial para ter agilidade e segurança em suas atividades financeiras. Uma de suas funções é refletir com precisão a situação econômica da empresa, em termos financeiros de futuro. Além de identificar os pontos fortes e fracos existentes na empresa, bem como as decisões que envolvem investimentos e financiamentos.

A responsabilidade pela administração do caixa começa pelo cálculo de estimativas de entrada e desembolso de dinheiro. Para compreender a empresa é preciso fazer uma projeção de fluxo de caixa com confiança (BRANDT, p180).

É importante desenvolver uma projeção do fluxo de caixa num período de abrangência que permita ao administrador financeiro visualizar a situação financeira e tomar providências se necessário. Contribui o site Wikipédia (2012), o fluxo de

caixa é uma ótima ferramenta para auxiliar o administrador nas tomadas de decisões. É através deste que os custos fixos e variáveis ficam evidentes, permitindo um controle efetivo sobre determinadas questões empresariais.

O planejamento de caixa é a espinha dorsal da empresa. Sem ele não se saberá quando haverá caixa suficiente para sustentar as operações ou quanto se necessitará de financiamentos bancários Gitman (1997),

O fluxo de caixa é o instrumento que permite ao administrador: planejar, organizar, coordenar, dirigir e controlar os recursos financeiros da empresa em um determinado período. Ele é um dos instrumentos mais utilizados na gestão empresarial, revela Zdanowicz (1992).

Segundo o site Wikipédia (2012), uma projeção de fluxo de caixa revela todos os pagamentos e recebimentos esperados em um determinado período de tempo. Para isto, o administrador necessita de uma visão geral sobre todas as funções da empresa, como: pagamentos, recebimentos, compras, salários e outros, por que é necessário prever o que se poderá gastar no futuro dependendo do que se consome hoje.

De acordo com Matarazzo (2007) há duas demonstrações de fluxo de caixa: a das entradas e saídas de caixa (DESC) e a do fluxo líquido de caixa (DFLC). O DESC mostra quando haverá sobras ou faltas de caixa, sendo um instrumento de trabalho, já o DFCLC mostra o efeito de cada variável no caixa, como a necessidade de capital de giro, níveis de estoques e política de prazos, num exercício, contribuindo para análises. É importante mencionar que o fluxo pode ser aplicado em qualquer empresa, independente de sua estrutura, já que é subdividida em atividades operacionais, de investimentos e de financiamentos. Pois ao permitir analisar os valores lançados em cada um desses subgrupos, o fluxo de caixa cumprirá sua finalidade, que é evidenciar as entradas e saídas de dinheiro, demonstrando a sua utilização.

Embora o controle de fluxo de caixa seja imprescindível na administração, ele não é tudo, pois podem existir alguns imprevistos que venham a alterá-lo. Para Santos (2001) "o planejamento de caixa não é uma atividade fácil, pois lida com grande dose de incerteza". Zdanowicz (1992) complementa que "o administrador financeiro deve estar preparado para rever seus planos, caso algum problema econômico-financeiro imprevisto venha a perturbá-lo".

2.7 INADIMPLÊNCIA

Para conhecer um pouco mais sobre o assunto que envolve a inadimplência, a cartilha do Serasa (2011), explica que a palavra inadimplente é recente. Não se sabe exatamente quando foi que ela começou a se tornar popular no Brasil, mas parece que foi depois do Plano Real em 1994, quando o Brasil registrou um aumento no volume de crédito e também um crescimento da inadimplência.

No dicionário Online de português (2012), a palavra inadimplência significa o descumprimento de um contrato ou de qualquer de suas condições. Consta no dicionário Aurélio (2005) o termo inadimplemento que é utilizado pelo Código Civil. A palavra aparece no artigo 960 com o seguinte texto: “o inadimplemento da obrigação, positiva e líquida, no seu termo constitui de pleno direito em mora o devedor”.

Todavia o mais usado popularmente é inadimplência.

Para identificar o que é a inadimplência, Machado (2011) revela: “normalmente entende-se que até 30 dias depois do vencimento é atraso e após 30 é inadimplência”.

As empresas e seus colaboradores devem ser orientados para utilizarem o crédito como ferramenta estratégica, realizando o acompanhamento do perfil de endividamento do consumidor, com informações sobre o seu nível de comprometimento da renda com dívidas, contas e dívidas em atraso, e sua percepção em relação à capacidade de pagamento. Esses aspectos podem refletir diretamente no nível de inadimplência da empresa.

Segundo a consultora do site do SEBRAE de São Paulo, Fiorentini (2009):

- O que leva os consumidores à inadimplência?
- dificuldades financeiras pessoais, que impossibilitam o cumprimento de suas obrigações;
 - desemprego;
 - falta de controle nos gastos;
 - compras para terceiros;
 - atraso de salário;
 - comprometimento de renda com outras despesas;
 - redução de renda;
 - doenças;
 - uso do dinheiro com outras compras;
 - má-fé.

A ocorrência da maioria destes fatores é mais comum em tempos de crise.

Precisamos conhecer a inadimplência, utilizar práticas preventivas para controlá-la e analisar quais os fatores que a ocasionaram. Desta maneira, o SEBRAE (2009), revela a necessidade de analisar a sazonalidade, verificando em que épocas do ano a inadimplência é maior ou menor. O número de prestações que o consumidor possui em atraso, o seu valor médio e o tempo de abertura da conta corrente, pois as contas abertas com menos de um ano, têm a tendência de maior índice de inadimplência. É fundamental conhecer os consumidores. Só assim para definir a estratégia de concessão de crédito e cobrança, segundo Tiezzi (2010).

Para o professor Ângelo (2010), "dois terços dos brasileiros têm dificuldades de pagar suas contas em dia", que pode ser resultado do desemprego, da falta de planejamento nos gastos, compras para terceiros, muitas ofertas de créditos, redução na renda e doenças na família. "A maioria não paga porque não pode, e não porque não quer", diz o professor.

O consumidor tem que saber utilizar o seu dinheiro ao seu valor e dar a ele a devida alocação, priorizando as contas de maior importância e evitando os gastos desnecessários.

Estudos do SEBRAE (2009) revelam dois tipos de sazonalidade, no final do ano, quando as pessoas recebem o 13º salário, este fato aumenta as vendas, e devido o consumo elevar, a maior parte das compras são feitas de forma parcelada, por meio de cheque pré-datado, cartões de crédito ou financeiras. Já nos três primeiros meses do ano, a maioria dos consumidores está comprometida com outras despesas como: matrícula na escola, compra de material escolar, férias, o que reduz o consumo.

Para especialistas da empresa Serasa Experian (2011) "quanto maior o número de parcelas oferecido ao consumidor maior é o risco de inadimplência." A inadimplência vem aumentando com o passar do tempo, e isto pode ser atribuído, aos lojistas, que, ao esticar os prazos, não usa metodologias adequadas de análise de crédito, e, ao consumidor, que não planeja o seu orçamento.

Difícilmente consumidores fazem planejamento para longo prazo, revelam especialistas da empresa Serasa Experian (2011), compram, parcelam e, não pensam que, em dezembro, haverá mais despesas com o Natal, e, em janeiro e

fevereiro, terá gastos extras, como IPVA, uniforme e material escolar, e também não contam com a possibilidade de um imprevisto, como doença ou desemprego.

2.8 NEGOCIAÇÃO

Saber negociar é essencial para solucionar os problemas da inadimplência, em nosso caso, nas mensalidades escolares. É prudente administrar os atrasos de pagamento. Ter estratégias e informações jurídicas fundamentais para o combate efetivo à inadimplência, permeando cada consumidor com uma abordagem específica relacionada à situação. Revela Muller (2005). O primeiro passo refere-se à prevenção, agir antes que o consumidor venha atrasar sua dívida. Para isso é necessário organizar um banco de dados completo de cada cliente, analisando as informações, documentações e conferindo a situação em órgãos como SPC, com intuito de utilizar estes meios para rastrear os consumidores.

De acordo com Junqueira (2010) negociar é o processo de buscar a aceitação de ideias, propósitos ou interesses, para atingir o melhor resultado, de tal modo que as partes envolvidas terminem a negociação, conscientes de que foram ouvidas, tiveram oportunidades de apresentar toda sua argumentação e que o produto final seja maior que a soma das contribuições individuais. Para isto é fundamental oportunizar situações agradáveis e abertas para a comunicação, evitando ambientes com clima pesado e argumentações grosseiras, o que provavelmente dificultará a abertura para possibilidades efetivas e concretas de se chegar a um acordo que será cumprido.

Para complementar Mello (2008) relata que negociação é um processo social para fazer acordos, resolver ou evitar conflitos. É utilizada para estabelecer regras de relacionamento mútuo ou mudar as regras de um acordo já existente. Para chegar a um acordo de sucesso é necessário criar uma ocasião favorável, onde as partes devem se relacionar e até mesmo oferecer condições propícias para o outro manifestar seu interesse em quitar sua dívida, negociando sua situação atual.

Por sua vez Camargo (2009) menciona que negociação é um processo contínuo, diário, muitas vezes desgastante, que envolve pessoas, situações, dinheiro e status. Cada negociador possui uma característica ou habilidade diferente de negociar, porém aconselha-se ouvir o outro lado e encontrar benefícios mútuos

entre os envolvidos, pois, em qualquer negociação, esse é o melhor caminho para que o resultado almejado entre os envolvidos seja frutífero para ambos os lados.

Um bom negociador segue algumas etapas, como se preparar bem, observar a situação por sua ótica e da outra parte. Embora negociação não seja uma guerra, pode-se aplicar a frase de Sun Tzu: "Se você conhece a você e ao inimigo, não é preciso temer nenhum combate. Se você só conhece a você, para cada vitória haverá uma derrota. Se você não conhece nem a você nem ao inimigo, você irá sucumbir em todos os combates" WANDERLEY (2012). É preciso saber ouvir, perguntar e apresentar as próprias idéias de forma convincente, é necessário compreender e depois se fazer compreender, separar as pessoas dos problemas e ao término de cada negociação, refletir sobre ela.

Especialistas da empresa Serasa (2011) informam, que, a renegociação é uma tendência de mercado. É interessante renegociar para tentar diminuir o prejuízo, e permitir que essa mesma pessoa, ao regularizar sua situação no mercado, possa voltar a comprar a prazo. A arte de re-negociar deve envolver e estimular o inadimplente para efetivar o pagamento de sua dívida, pensando nisto, muitas instituições fazem campanhas de renegociação com os clientes inadimplentes, oferecendo descontos. As financeiras costumam fazer promoções aos clientes endividados, oferecendo descontos nos juros e às vezes até mesmo no valor principal da dívida.

Machado (2011) aconselha que "as empresas têm que estar preparadas para negociar novos prazos e valores com diferentes tipos de pessoa". É importante analisar quais os perfis dos inadimplentes, o que melhor caracteriza cada um para estabelecer estratégias diferenciadas de cobrança. Por isso revela os tipos de inadimplentes: o profissional, sempre atrasa e conhece muito bem seus direitos, o negociador, sabe argumentar como ninguém, o chorão, sempre vítima de alguma coisa, e, o nervoso, aquele que se mostra absolutamente agressivo em qualquer forma de contato.

E, para realizar uma cobrança diferenciada, com pessoal especializado em identificar os tipos de inadimplentes, Almeida (2008) revela que nas economias mais desenvolvidas é realizada a contratação de serviços especializados na gestão de contratos. Empresas que fazem o acompanhamento desde a contratação, com instrumentos eficientes de localização de pessoas e cruzamento de dados

cadastrais, fraudes podem ser evitadas ou mesmo detectadas após poucos dias da concessão do crédito, o que aumenta a possibilidade de recuperação. Outra forma de atuação, em alguns casos antecipando-se ao vencimento, enviar mensagens de texto com lembrete ao celular, sobre um vencimento de parcela que ocorrerá após um ou dois dias.

Está citado na cartilha do Serasa Experian (2011), que é previsto no Código de Proteção e Defesa do Consumidor sua atuação e ainda regulamenta a sua atividade. “Os cadastros são considerados saudáveis ao mercado, por darem maior segurança e confiança às relações econômicas”. Afirma também que todo cidadão tem o direito de obter informações existentes em seu nome, em cadastros, fichas e registros pessoais e de consumo. Sendo que:

Art. 43. O consumidor, sem prejuízo do disposto no art. 86, terá acesso às informações existentes em cadastros, fichas, registros e dados pessoais e de consumo arquivados sobre ele, bem como sobre as suas respectivas fontes.

§ 1º Os cadastros e dados de consumidores devem ser objetivos, claros, verdadeiros e em linguagem de fácil compreensão, não podendo conter informações negativas referentes a período superior a cinco anos.

§ 2º A abertura de cadastro, ficha, registro e dados pessoais e de consumo deverá ser comunicada por escrito ao consumidor, quando não solicitada por ele.

§ 3º O consumidor, sempre que encontrar inexatidão nos seus dados e cadastros poderá exigir sua imediata correção, devendo o arquivista, no prazo de cinco dias úteis, comunicar a alteração aos eventuais destinatários das informações incorretas.

§ 4º Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público.

§ 5º Consumada a prescrição relativa à cobrança de débitos do consumidor, não serão fornecidas, pelos respectivos Sistemas de Proteção ao Crédito, quaisquer informações que possam impedir ou dificultar novo acesso ao crédito junto aos fornecedores.

Art. 44. Os órgãos públicos de defesa do consumidor manterão cadastros atualizados de reclamações fundamentadas contra fornecedores de produtos e serviços, devendo divulgá-los pública e anualmente. A divulgação indicará se a reclamação foi atendida ou não pelo fornecedor.

§ 1º É facultado o acesso às informações lá constantes para orientação e consulta por qualquer interessado.

§ 2º Aplicam-se a este artigo, no que couberem, as mesmas regras enunciadas no artigo anterior e as do parágrafo único do art. 22 deste Código.

No Código do Consumidor (1990), há dois artigos que tratam desse assunto especificamente:

O art. 71 define que "Utilizar, na cobrança de dívidas, de ameaça, coação, constrangimento físico ou moral, afirmações falsas, incorretas ou enganosas ou de qualquer outro procedimento que exponha o consumidor, injustificadamente, a ridículo ou interfira com seu trabalho, descanso ou lazer: Pena - detenção de três meses a um ano e multa."

Ainda no código (1990), o consumidor cobrado em quantia indevida tem direito a ressarcimento por valor igual ao dobro do que pagou em excesso, acrescido de correção monetária e juros legais. É importante esclarecer que os códigos do Consumidor e o Civil não se opõem à prática da cobrança, pois é de direito do credor assim fazer. O que não é permitido é cobrar de forma abusiva, podendo resultar em ações de ressarcimento por danos materiais e morais, diz Machado.

Para o SEBRAE (2009) algumas regras preventivas podem reduzir a inadimplência, como: exigir a apresentação de documentos pessoais, R.G. e CPF, confirmando a assinatura nos mesmos, solicitar comprovante de residência, requerer comprovante de renda, após esses procedimentos, efetuar a confirmação de dados do cliente por telefone fixo, consulta ao SPC - Serviço de Proteção ao Crédito, SERASA, entre outros, se cliente antigo, atualizar os dados cadastrais, trabalhar com cartões de crédito e de débito, pois as taxas cobradas pelas administradoras são compensadas pela garantia de recebimento dos valores e aumento nas vendas.

Conhecer melhor o cliente é a melhor forma de diminuir a inadimplência, revela Tiezzi (2010). "O conhecimento sistematizado do seu cliente deve orientar estratégias e práticas de como se relacionar com grupos de clientes diferentes".

Para Machado (2011) existem algumas estratégias que auxiliam na redução da inadimplência em uma escola particular, como: 1) conseguir o máximo de informações na ocasião da matrícula, 2) ter alguém responsável pela cobrança, preparado, treinado, com determinada autonomia para cobrar e negociar, 3) ter uma política de cobrança, claro que exceções acontecem e têm que ser tratadas como tal. 4) Venceu? Cobre! Lembre-se de que recebe mais rápido quem cobra mais rápido. 5) não dispense encargos, isto incentiva a inadimplência.

Cobrar dívidas atrasadas é uma tarefa que exige do profissional de cobrança muito tato para recuperar o pagamento e não perder o cliente. Especialistas defendem que o primeiro passo é a prevenção, através, de critérios mais rigorosos na hora de conceder o crédito, Ricardo (2010).

Em suas análises Machado (2011) contribui: "o inadimplente paga primeiro aquele que sabe melhor cobrar". Temos que ter atitude e pró-atividade, estar preparado e organizado para analisar os níveis de inadimplência, desenvolver um roteiro para negociar e se argumentar o máximo possível para atingir um desfecho favorável.

A eficiência na cobrança é efetivada pelos tipos desenvolvidos pelo SEBRAE (2009) que auxiliam para redução da inadimplência, como: a cobrança Instantânea, quanto mais rápida e eficaz, menor será a dívida, portanto, deve ser iniciada com 03 ou 10 dias de atraso no pagamento. A cobrança Tradicional Prévia, cobrança tradicional é aquela iniciada habitualmente após 30 dias de atraso no pagamento, por equipes treinadas para esse tipo de cobrança e que respeitem as normas contidas no Código de Defesa do Consumidor.

Diante das mais diversas situações, Machado (2011) defende que a essência é saber negociação, cobrar é fácil, o grande problema é negociar. "Tudo o que se fizer para um inadimplente vira padrão. As facilidades dadas uma vez, muito provavelmente, serão requisitadas em outro momento", afirma o consultor.

O SEBRAE (2009) sugere os procedimentos abaixo para realizar uma cobrança:

1º passo: Enviar uma Carta de Cobrança com Aviso de Recebimento, informando que o cliente possui débito, dando-lhe um prazo de 5 dias em média para que regularize o seu débito. Possibilidades que podem surgir: o cliente regulariza a situação ou não regulariza. Deve-se passar para o 2º passo.

2º Passo: Notifica-se (com Aviso de Recebimento ou pelo Cartório de Registro de Títulos e Documentos) o devedor que seu nome será protestado e registrado no órgão SPC ou SERASA. Após, encaminhar o título ao Cartório de Protestos.

A lei 9.492/97 nos artigos 19 e 26 combinadas com o artigo 325 da lei 10.406/02 determinam que o envio de título a protesto não tem valor financeiro para o credor. Com esta nova lei, o pagamento das despesas é de responsabilidade do devedor, no ato do pagamento do título ou quando do cancelamento do protesto. O credor só paga as despesas em casos de sucumbência, tais como: retirada do título sem protesto (desistência), sustação judicial definitiva ou quando ele próprio requer o cancelamento do protesto.

Para o SEBRAE (2009) “a utilização do protesto é a decisão mais acertada, tendo em vista a sua legalidade, agilidade, eficácia e ainda, nada custa para o credor, não é coercitivo e nem causa constrangimento”.

Almeida (2008) entende sem dúvida, que o maior benefício do acompanhamento diário de uma carteira de crédito é o conhecimento que irá se extrair sobre o perfil dos clientes e parâmetros que irão realimentar a política de crédito da empresa.

3 METODOLOGIA

De nada vale todo um contexto teórico se não houver comprovação científica dos resultados, portanto se faz necessário desenvolver metodologias para corroborar os estudos. A investigação científica depende de um “conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos” (Gil, 1999, p.26), portanto para que objetivos sejam atingidos são necessários métodos científicos, este sendo o conjunto de processos ou operações mentais que se deve utilizar na investigação, uma linha de raciocínio adotada no processo de pesquisa.

O pesquisador utiliza dos procedimentos metodológicos na tentativa de relacionar a teoria com a prática. Da metodologia surge o método, e, este possibilita a pesquisa. Conforme Lakatos e Marconi (2003, p. 83), método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, permite alcançar o objetivo, conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do pesquisador. Para cada estudo é essencial adotar o método mais adequado para que a pesquisa seja realmente fundamentada em certezas concretas.

3.1 TIPOS DE PESQUISA

Pesquisar significa procurar respostas para indagações e resolver problemas, sendo a pesquisa científica entendida como a realização concreta de uma investigação estruturada e planejada de acordo com conhecimentos científicos.

Neste trabalho visando comprovar com extrema exatidão os dados levantados foram escolhidos os modelos mais adequados e que realmente atenderiam as necessidades deste. Portanto, esta investigação utilizará os seguintes tipos de pesquisa: a bibliográfica, a descritiva, a exploratória e a documental.

3.1.1 Pesquisa Bibliográfica

Através de conceitos e teorias de pesquisadores e estudiosos foi desenvolvido primeiramente o levantamento destes conhecimentos com a pesquisa

bibliográfica, elaborada a partir de material publicado, livros, artigos de periódicos, e, material disponibilizado na Internet.

Uma definição extremamente lógica é a de Cervo e Bervian (1983, p.55), eles informam que a pesquisa bibliográfica explica como um problema através de referenciais teórico divulgados em documentos. Pode ser realizada independente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Ambos buscam conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes sobre um determinado assunto, tema ou problema.

Para Amaral (2007), a pesquisa bibliográfica é fundamental em todo trabalho científico e influencia todas as etapas de uma pesquisa, na medida em que der o embasamento teórico para o trabalho. Consistem no levantamento, seleção, fichamento e arquivamento de informações relacionadas à pesquisa. Portanto, ela é o passo inicial na construção efetiva de uma investigação, pois, após definir o assunto é necessário fazer uma revisão bibliográfica do tema apontado, para identificar os próximos métodos que serão utilizados.

3.1.2 Descritiva

A pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever característica de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis, revela Gil (1999). Uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados.

Andrade (2002) entende que esta pesquisa preocupa-se em observar, registrar, analisar, classificar e interpretar os fatos, sendo que o pesquisador não interfere. Portanto, os fenômenos físicos e humanos são estudados, mas não manipulados.

3.1.3 Pesquisa Exploratória

Tem o intuito de proporcionar maior familiaridade com o problema e torná-lo explícito ou construir hipóteses. Envolve, para Silvia (2004), o levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema e análise de exemplos que estimulem a compreensão do fato.

Na concepção de Gil (1999) a pesquisa exploratória é desenvolvida no sentido de proporcionar uma visão geral acerca de determinado fato. Portanto, esse tipo de pesquisa é realizado, sobretudo, quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.

Neste contexto, explorar um assunto é juntar mais variáveis que auxiliem na caracterização e resolução de um problema, em nosso caso, reduzir a inadimplência.

3.1.4 Pesquisa Documental

A pesquisa documental possui uma semelhança com a pesquisa bibliográfica, a diferença é que as fontes que a constituem são documentos e não apenas livros publicados e artigos científicos divulgados, como na bibliográfica.

Para evitar confusão entre estes dois tipos de pesquisa, Gil (1999) destaca como principal diferença a natureza das fontes de ambas. A bibliográfica utiliza principalmente as contribuições de vários autores sobre determinada temática de estudo, já a documental baseia-se em materiais que ainda não receberam tratamento analítico ou que podem ser re-elaborados de acordo com os objetivos da pesquisa.

Segundo Silva e Grigolo (2002), ela vale-se de materiais que ainda não receberam nenhuma análise aprofundada, visando, selecionar, tratar, e interpretar a informação bruta, buscando extrair dela algum sentido e introduzir-lhe algum valor.

Como resultado a pesquisa documental organiza as informações que estão dispersas, servindo de consultas para futuros estudos.

3.2 ABORDAGEM DA PESQUISA

Para Gil (1999) um problema pode ser abordado de duas formas: quantitativamente e qualitativamente. Na pesquisa quantitativa, tudo pode ser quantificável, ou seja, traduzido em números, opiniões e informações para classificá-los e analisá-los. Exige recursos e técnicas estatísticas, como: percentagem, média, moda, mediana, desvio padrão, coeficiente de correlação, análise de regressão, ou outros. Já na pesquisa qualitativa, existe uma relação dinâmica entre o mundo real e

o sujeito, um vínculo indissociável que não pode ser traduzido em números. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento chave, ele tende a analisar os dados indutivamente.

A principal diferença entre uma abordagem qualitativa e quantitativa para Richardson (1999) está no fato de a abordagem qualitativa não empregar um instrumento estatístico como base no processo de análise do problema. Não se pretende numerar, medir unidades ou categorias homogêneas. Abordar um problema qualitativamente pode ser uma forma adequada de conhecer a natureza de um fenômeno social.

Desta forma, conclui-se que dependendo do problema a ser investigado é utilizado uma destas duas metodologias. Para o enfoque deste trabalho, estaremos empregando a quantitativa, pois será analisado os questionários aplicados juntamente com alunos e extraído números para definição de métodos visando reduzir o nível de inadimplência.

3.3 AMBIENTE DA PESQUISA

O ambiente desta pesquisa é o SENAI em Tubarão/SC, que através de relatórios gerados pelo sistema Benner, (este utilizado pelo SENAI, onde são armazenadas e gerenciadas todas as informações administrativas referentes às áreas de recursos humanos, contabilidade, financeiro (contas a pagar e receber), patrimônio e aquisição), foram obtidas informações atualizadas e reais, que compreendem os valores financeiros, ou seja, tudo que foi faturado para o curso em questão, deste tudo o que foi recebido, restando a parte da inadimplência e receitas que precisamos recuperar. Com o relatório de inadimplentes é o momento de identificar com esta amostra o motivo do não pagamento, para isto foi desenvolvido um questionário que dá fundamentação para esta pesquisa e aplicado com estes clientes.

O SENAI, objeto de nosso estudo, vem crescendo constantemente, ampliando seu número de matrículas, o que reflete diretamente na área financeira, pois não é somente matricular alunos para fechar turmas, mas sim, conseguir atingir um público que realize seus pagamentos em dia. Como isto não possui uma fórmula

mágica, temos que trabalhar para gerenciar todos os clientes e influenciá-los a dar maior atenção para nossa instituição e priorizar o pagamento destas mensalidades.

Este estudo irá demonstrar como diante de tanto crescimento e aumento de metas para fechamento de cursos, o financeiro deve agir para identificar possíveis inadimplentes e reduzir a perda de receita.

3.4 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Para que esta pesquisa tenha fundamento é preciso levantar dados e este processo de coleta tem início nas bibliografias utilizadas para construção deste trabalho, que compreendeu a identificação e análise de periódicos, matérias, livros, autores clássicos e especialistas da área da educação. Após vem a fase de observação, ou seja, identificar qual o curso com maior desnível financeiro e focar com intuito de reduzir o nível de inadimplência deste. A observação citada compreendeu a análise de documentos e relatórios internos do SENAI, durante o 1º semestre de 2012.

Através desta coleta de dados será possível resolver o problema com a indicação de meios para atingir os objetivos propostos, bem como na validação das hipóteses resultantes das análises.

Todas as informações apuradas estão ilustradas em planilha ou gráficos, retiradas do sistema Benner e ajustado pela pesquisadora para maior compreensão dos leitores.

4 HISTÓRICO DO SENAI/ SC

O Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial do Estado de Santa Catarina - SENAI, é uma entidade integrante do Sistema FIESC, ligada à história industrial catarinense.

Para qualificar a mão de obra da indústria, o SENAI foi criado e estruturado através de um grande censo, o qual demonstrou quais ações deveriam ser instituídas para melhorar a situação da indústria na época.

Desde sua criação, o SENAI já qualificou mais de 1 milhão e 500 mil trabalhadores, tendo o reconhecimento da competência da instituição demonstrado pelas estatísticas fornecidas pelo mercado de trabalho, onde grande parte dos egressos dos cursos de Educação Profissional, estão empregados.

Em 35 unidades instaladas em todos os pólos industriais e econômicos de Santa Catarina, o SENAI possui mais de 300 laboratórios educacionais atualizados. Além de unidades móveis, que realizam cursos de educação a distância, desde 1994.

Dentre estas Unidades, a que estamos analisando, é o SENAI em Tubarão/ SC, este iniciou suas atividades em 1950, para preparar mão-de-obra apta visando atender as necessidades da Estrada de Ferro Tereza Cristina. Com o passar dos anos e as mudanças no mercado novos serviços e cursos foram sendo oferecidos, ampliando assim constantemente a área de atuação.

Novos mercados identificados e novas demandas são atendidos, hoje possui o maior pólo de desenvolvimento de software de Santa Catarina, desenvolvendo vários projetos para Unidades do SENAI e também outros órgãos.

Diante de seu intenso crescimento é primordial estar estruturado financeiramente, analisar relatórios e utilizar destas informações gerenciais para executar as devidas cobranças e reduzir cada vez mais a inadimplência.

5 EXPERIÊNCIA DA PESQUISA

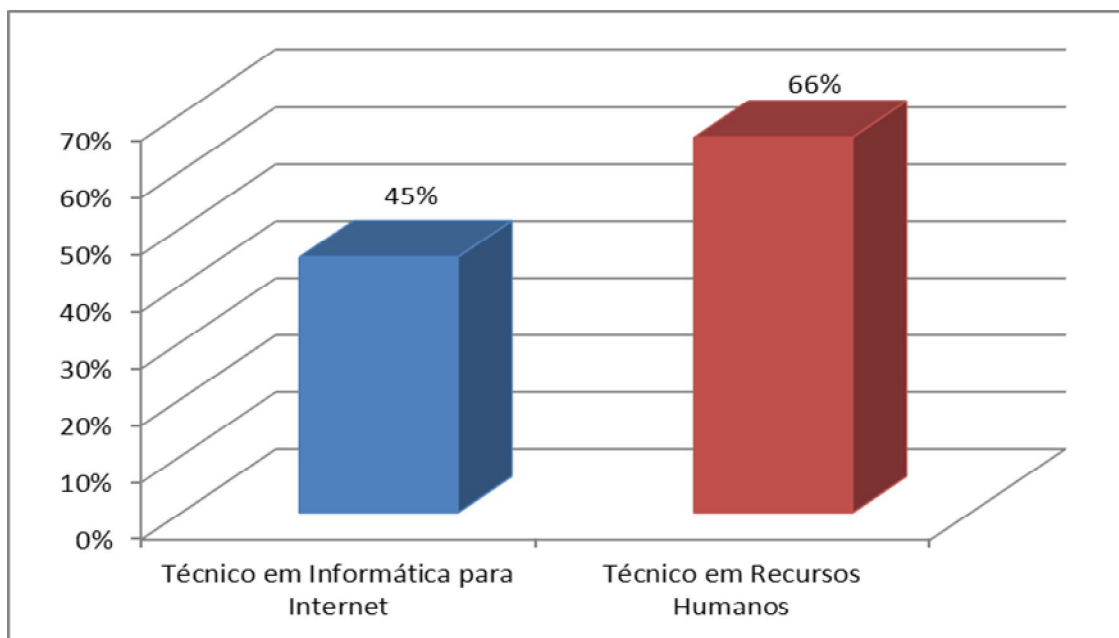
O SENAI/ SC possui várias ferramentas de gestão padronizadas para todo o estado, mas há necessidade de estar desenvolvendo outros métodos paralelos para a Unidade de Tubarão, visto o público identificado.

No ano de 2012 o SENAI alterou sua gama de cursos técnicos para o público no período noturno, instituindo o curso Técnico em Informática para Internet e o curso Técnico em Recursos Humanos. E, visando verificar o nível de inadimplência, foi desenvolvida esta pesquisa.

Para fortalecer os argumentos, estaremos analisando a instituição em dois aspectos: primeiramente a situação da inadimplência atual e, após, levantadas sugestões de melhorias para reduzir a inadimplência.

O gráfico a seguir revela qual o curso que possui o maior índice de inadimplência registrado de janeiro a outubro de 2012, portanto nossas análises estarão voltadas para identificar o motivo destes atrasos junto aos clientes.

Figura 1: Índice de inadimplência registrado de janeiro a outubro de 2012, por curso.



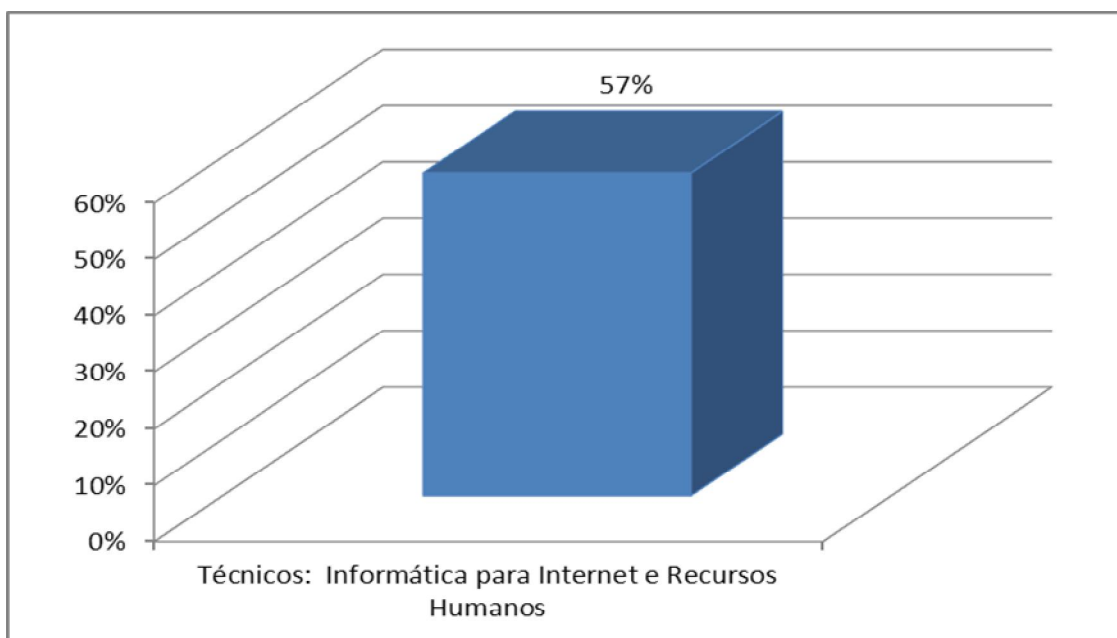
Fonte: A pesquisadora

Segundo a pesquisa o curso Técnico em Recursos Humanos possui 66% de alunos inadimplentes, já o curso Técnico em Informática para Internet possui

45%. Este percentual foi calculado baseado na quantidade de alunos totais de cada curso.

Visando analisar a inadimplência comum aos dois cursos, identificou-se que dos 70 alunos, 57% estão inadimplentes.

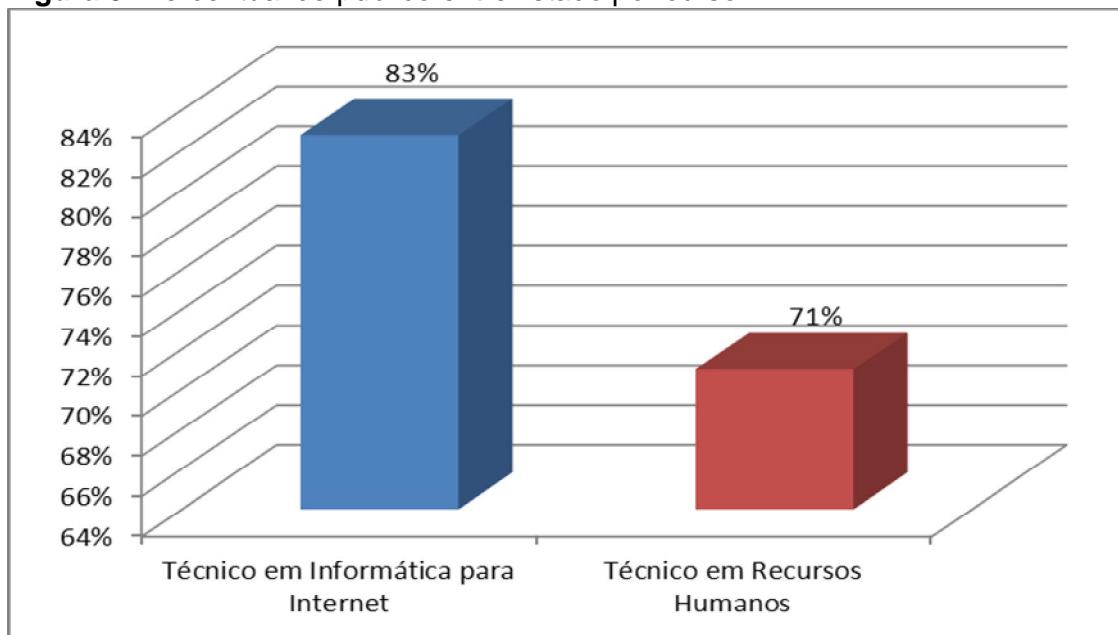
Figura 2: Índice de inadimplência registrado de janeiro a outubro de 2012 comum aos dois cursos.



Fonte: A pesquisadora

Atualmente a área financeira realiza cobranças através de uma empresa terceirizada, dificilmente negocia diretamente com o cliente e também não faz recebimentos financeiros na Unidade. Todos os pagamentos são realizados através de boleto bancário, não existe nenhum procedimento que vise antecipar uma cobrança.

Para resolver esta falha, foram coletados alguns dados através de um questionário estruturado, aplicado junto aos alunos na terceira semana de outubro. Dentre os 70 (setenta) alunos, 53 (cinquenta e três) responderam ao questionário. Abaixo o percentual de público alvo pesquisado de cada curso.

Figura 3: Percentual de público entrevistado por curso.

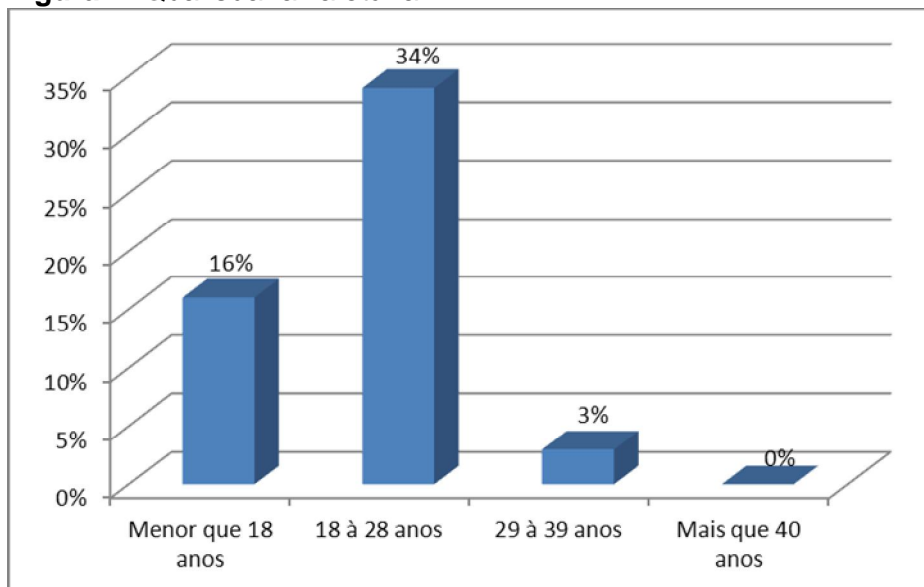
Fonte: A pesquisadora

5.1 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Diante dos números levantados, é observável o alto índice de inadimplência e a grande preocupação do SENAI em reduzir, visto que este fator atinge diretamente o retorno financeiro dos cursos e a possibilidade de estar se programando para aquisição de equipamentos e materiais didáticos, e, assim conseguir honrar com seus pagamentos a fornecedores e colaboradores.

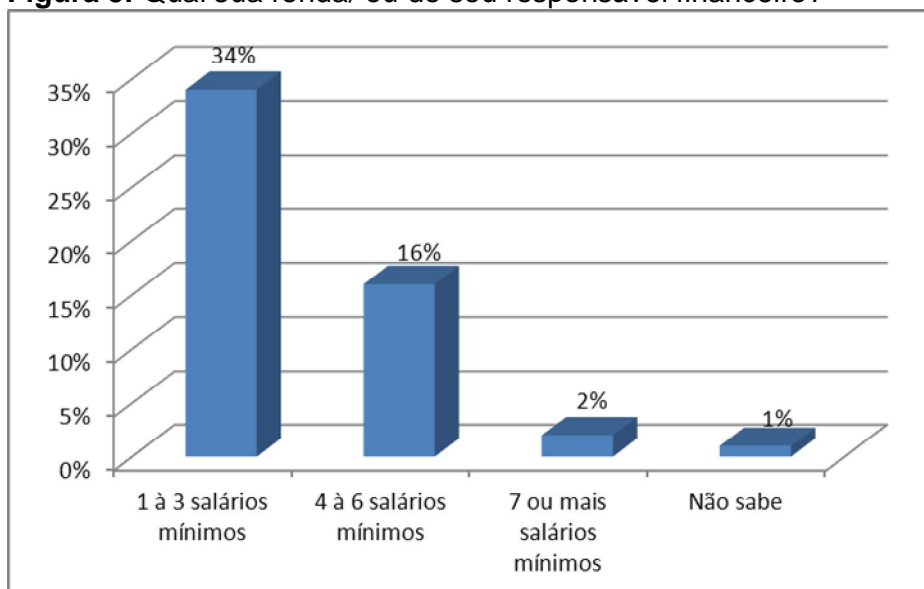
Com o intuito de resolver este problema segue o resultado do questionário aplicado.

Dos entrevistados 16% possuem menos de 18 anos, 34% estão na faixa dos 18 aos 28 anos e somente 3% possuem de 29 a 39 anos. Levando em consideração que o SENAI proporciona um desconto especial para quem é aluno do 2º ou 3º ano do ensino médio, a maioria destes, está constituindo estas turmas.

Figura 4: Qual sua faixa etária?

Fonte: A pesquisadora

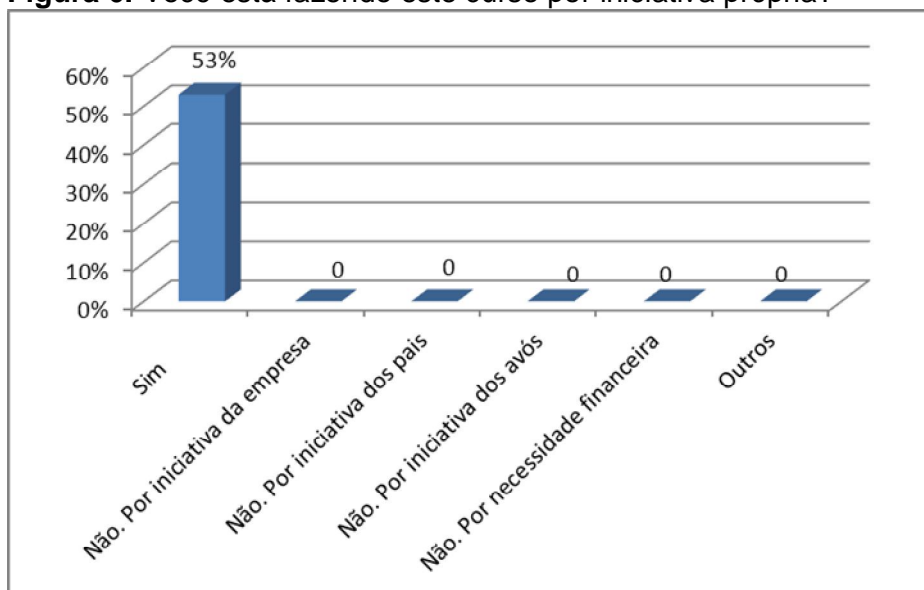
A maior parte do público entrevistado é de classe média, pois 34% destes possuem uma renda mensal de até 3 salários mínimos, 16% de 4 à 6 salários mínimos, e, apenas 2% de 7 ou mais salários mínimos. Apenas 1% dos entrevistados não soube responder a esta pergunta.

Figura 5: Qual sua renda/ ou de seu responsável financeiro?

Fonte: A pesquisadora

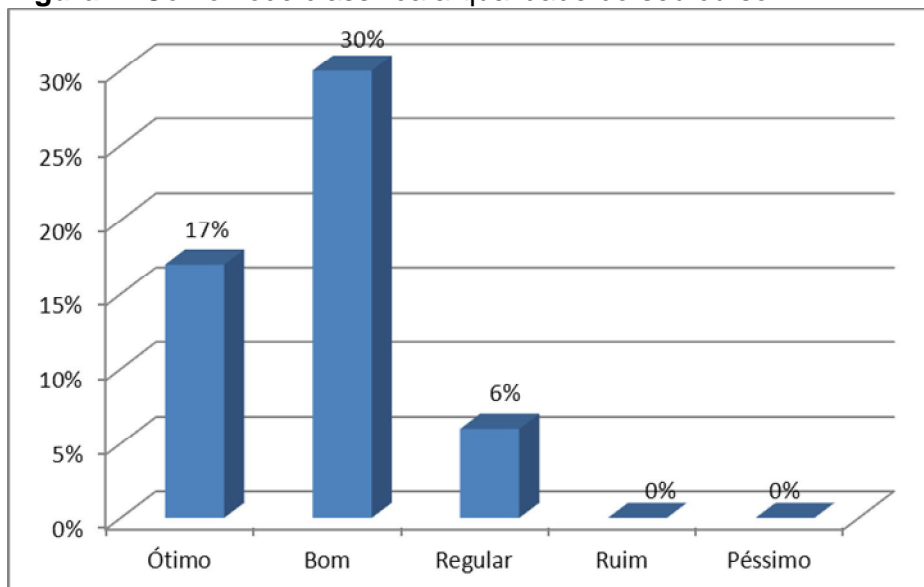
Um fator importante é que todos escolheram e estão estudando nestes cursos por iniciativa própria. Fato que induz uma maior atenção ao pagamento das mensalidades e as atividades de participação no curso pelo aluno, como também é um redutor de desistências no curso, pois quando o aluno sofre a imposição para fazer um curso, na maioria dos casos desiste no 1º semestre ou por falta de interesse acaba reprovando.

Figura 6: Você está fazendo este curso por iniciativa própria?



Fonte: A pesquisadora

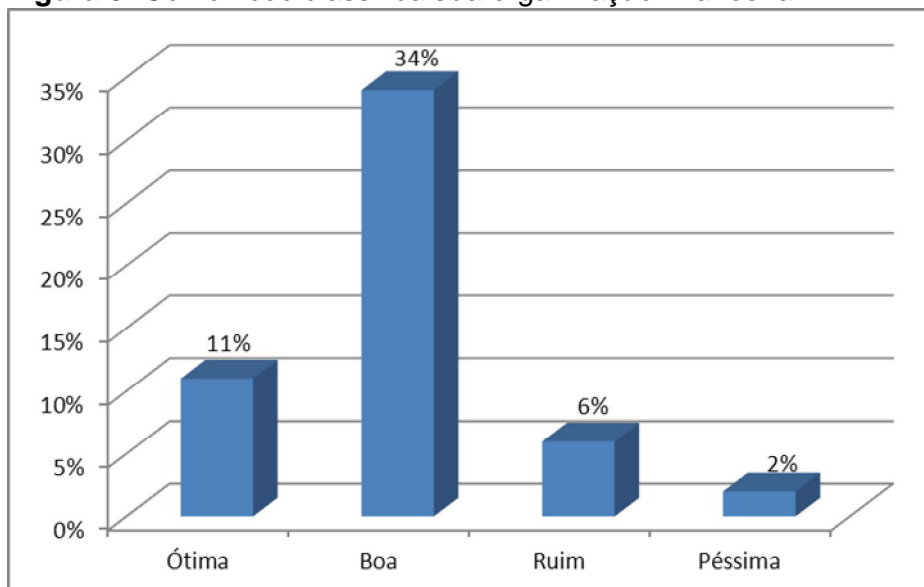
Cerca de mais da metade dos alunos entende que o curso tem boa qualidade, 17% destes acreditam que é um curso de ótima qualidade e apenas 6% entendem que o curso é regular.

Figura 7: Como você classifica a qualidade do seu curso?

Fonte: A pesquisadora

Procurar identificar como o aluno está visualizando a qualidade de um curso é primordial, visto que se o SENAI está atendendo todas suas expectativas, e, como instituição prestando o serviço, em contrapartida espera a contribuição financeira do aluno.

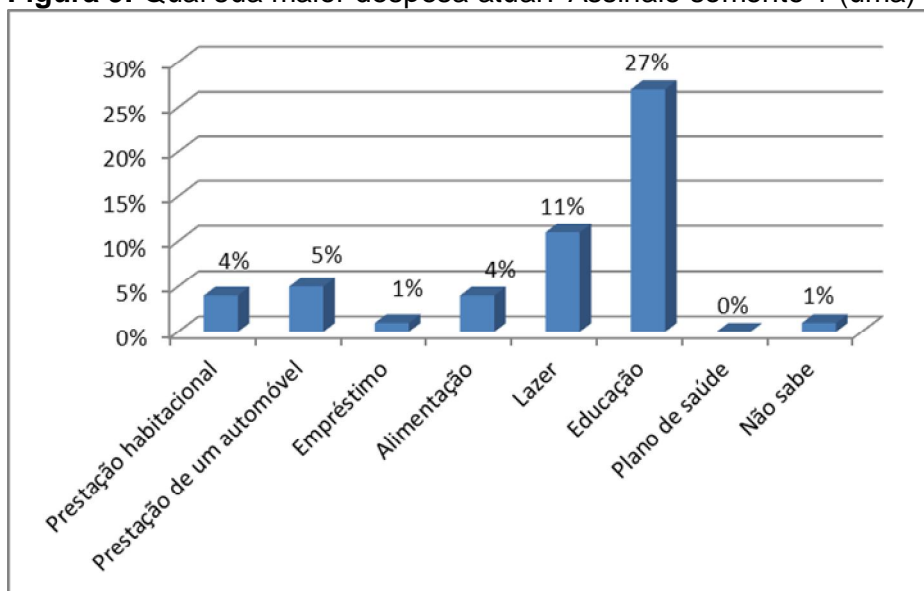
O próximo gráfico revela que 11% dos entrevistados possuem uma ótima organização financeira, já 34% uma boa, 6% ruim e 2% péssima.

Figura 8: Como você classifica sua organização financeira?

Fonte: A pesquisadora

Dos entrevistados 27% informaram que a maior despesa que possuem atualmente é com a educação, após 11% com o lazer, 5% com prestação de um automóvel, 4% com alimentação e com prestação habitacional e 1% com empréstimos. Sendo que 1% dos entrevistados não soube responder.

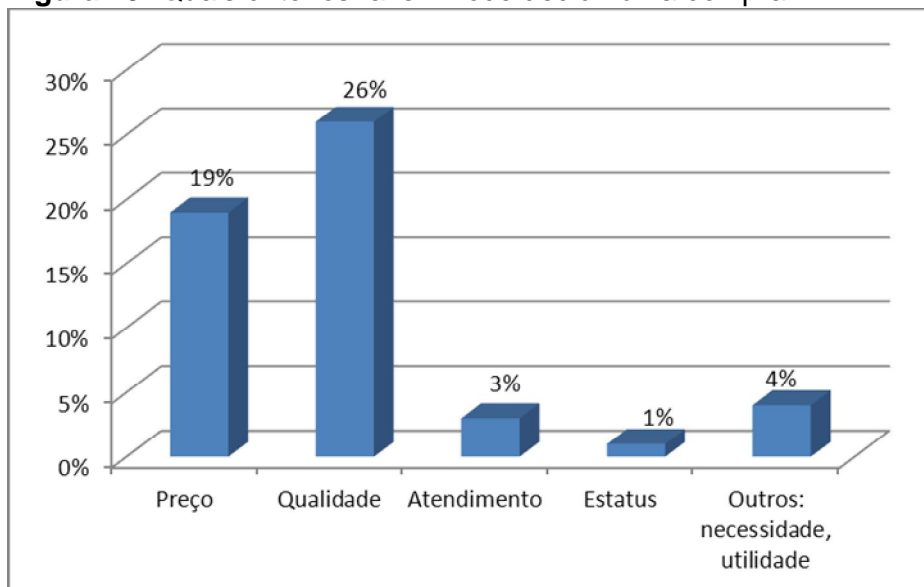
Figura 9: Qual sua maior despesa atual? Assinale somente 1 (uma) alternativa.



Fonte: A pesquisadora

O dado acima revela que este público está envolvido e preocupado com a educação profissional, pois a maior parte de sua receita mensal está dedicada para os estudos.

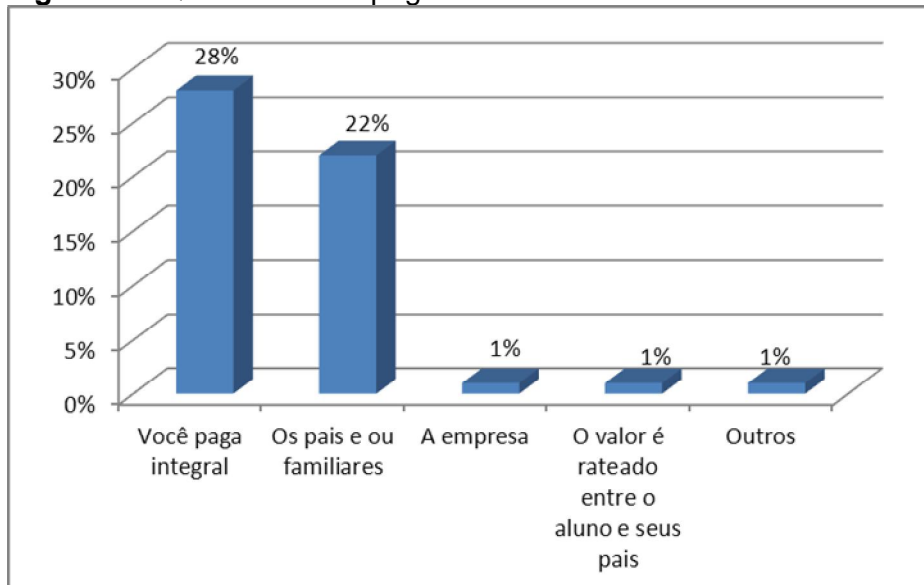
O próximo item identificado é saber qual o fator principal para que o cliente decida na hora de adquirir um produto, é essencial, para que a empresa possa estar se atualizando e fidelizando maior número de clientes, no caso de nosso público o fator mais importante para 26% dos entrevistados é a qualidade, após com 19% o preço, 4% a necessidade e a utilidade e 3% o atendimento no momento da venda.

Figura 10: Quais critérios fazem você decidir uma compra?

Fonte: A pesquisadora

Após identificar o fator decisivo para finalizar uma compra, é o momento de identificar quem realiza o pagamento das mensalidades do curso.

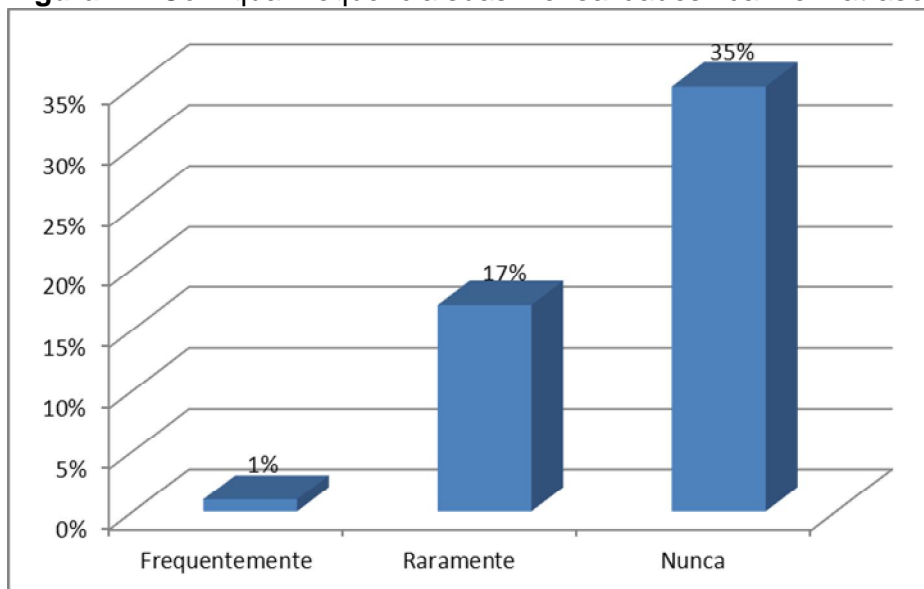
Estes percentuais ficaram semelhantes, pois 28% informaram que os alunos pagam suas próprias mensalidades, 22% quem paga são os pais, e, 1% a empresa subsidia como auxílio auto desenvolvimento ou o valor é rateado pelo aluno e pelos pais.

Figura 11: Quem realiza o pagamento das mensalidades de seu curso?

Fonte: A pesquisadora

Saber com que frequência as mensalidades de cada curso ficam em atraso também é importante levantar, portanto 35% dos entrevistados informaram que nunca atrasaram suas mensalidades, já 17% raramente atrasam e 1% atrasam com frequência.

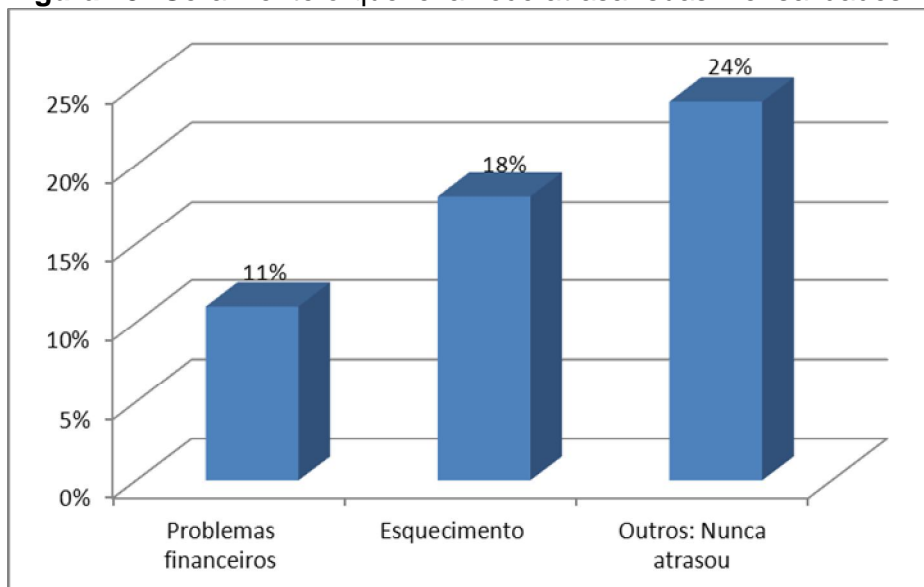
Figura 12: Com qual frequência suas mensalidades ficam em atraso?



Fonte: A pesquisadora

Mas porque o aluno atrasa suas mensalidades? Dentre algumas hipóteses, foi possível identificar que 18% esquecem de realizar o pagamento em dia, 11% por problemas financeiros e 24% ressaltaram que nunca atrasaram.

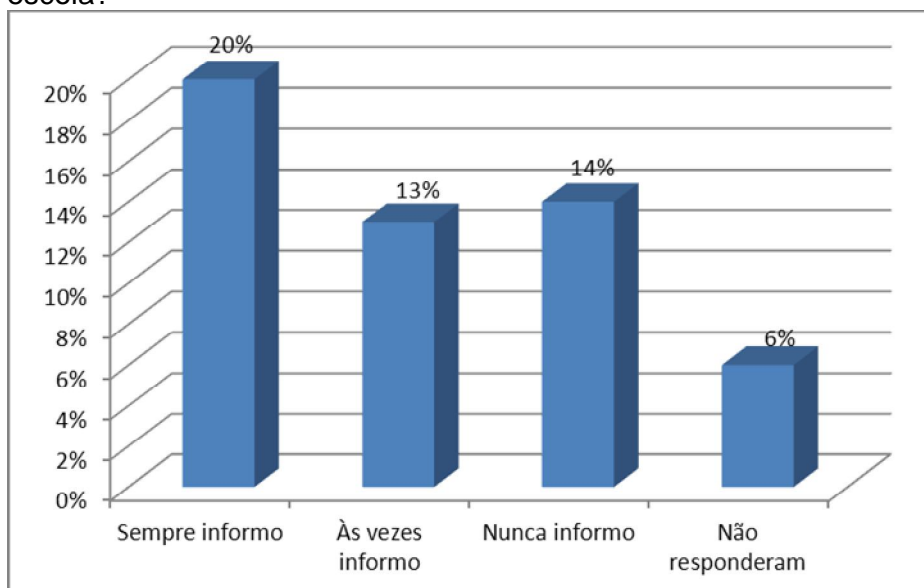
Figura 13: Geralmente o que leva você a atrasar suas mensalidades?



Fonte: A pesquisadora

A comunicação entre o cliente e o financeiro deve ser clara e aberta, portanto se faz necessário identificar se realmente é isto que está acontecendo, para isto, a próxima pergunta tenta revelar se quem atrasa as mensalidades tem o costume de avisar ao financeiro. Cerca de 20% sempre informam 13% às vezes, 14% nunca e 6% não responderam.

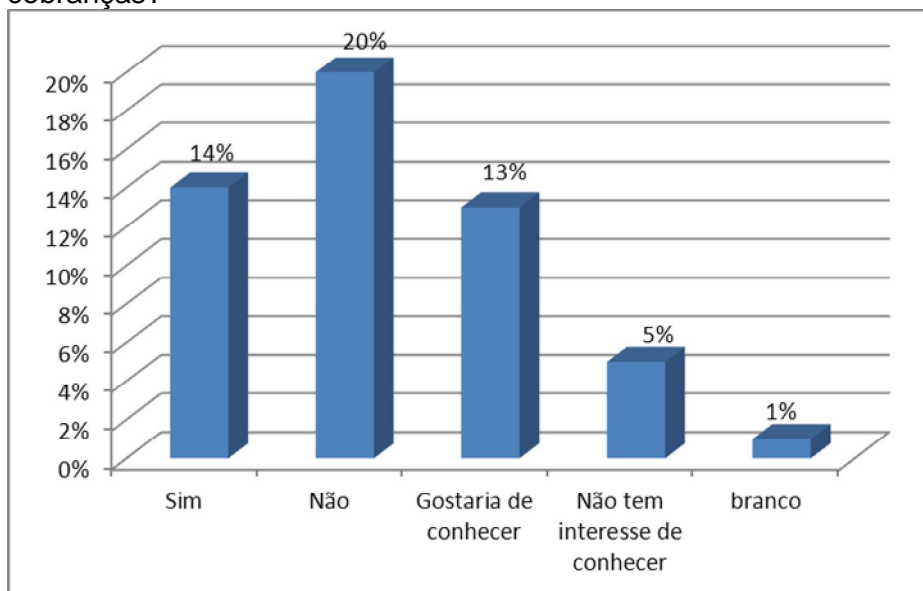
Figura 14: Se você precisa atrasar uma mensalidade, informa o financeiro da escola?



Fonte: A pesquisadora

Em toda instituição é importante informar ao cliente que adquire um produto ou serviço como são os procedimentos financeiros, caso ele venha a sofrer as penalidades previstas em lei, portanto na pergunta abaixo, temos como intuito identificar se nosso público alvo conhece os procedimentos do SENAI. Cerca de 20% não conhecem, 14% conhecem, 13% gostariam de conhecer, 5% não possuem interesse em conhecer e 1% não respondeu.

Figura 15: Você conhece os processos utilizados pelo financeiro para realizar as cobranças?



Fonte: A pesquisadora

6 SUGESTÕES PROPOSTAS

Diante das informações identificadas através do questionário aplicado com os alunos, se faz necessário rever e alterar alguns procedimentos praticados na Unidade do SENAI em Tubarão para conseguir reduzir o nível de inadimplência nos cursos Técnicos em Informática para Internet e em Recursos Humanos.

Primeiramente é estar proporcionado para os alunos um curso de qualidade elevada com diferenciais não encontrados hoje nos concorrentes, tanto os diretos como também os indiretos, pois tudo que envolve valores financeiros e desejos são concorrentes com a educação. Exemplo: um aluno pode deixar de financiar um automóvel para estudar ou vice e versa. Gerando a plena satisfação para o aluno, gera também uma via de mão dupla onde o aluno se depara com a obrigação de retribuir para a instituição todo o conhecimento adquirido e bem estar, efetuando seu pagamento em dia.

O próximo passo refere-se a organização financeira dos alunos, isto pode parecer um pouco pessoal, mas a instituição pode planejar aulões ou palestras com enfoque na gestão financeira pessoal, para que auxiliando-os possa estar contribuindo na sua organização e assim consigam garantir seus recebimentos em dia.

Competir com outras despesas dos alunos não é uma tarefa fácil, principalmente quando se trata de despesas que proporcionam lazer e bem estar para eles. Mas, é preciso instituir objetivos para que se consiga com o curso satisfazer desejos e necessidades dos alunos, como também, ressaltar a importância da educação profissional para construir um futuro promissor e obter o sucesso na carreira, se destacando como profissional qualificado e eficaz. Por isto a necessidade de se investir constantemente na educação e tornar esta, uma das despesas mais importante na vida pessoal.

Muitos são os fatores decisivos no momento de uma compra, mas identificar o que cada pessoa entende como primordial, é preciso, para desenvolver tratamentos diferenciados aos clientes, tentando atender aos pré-requisitos que ele entende necessário para estar se matriculando e estudando no SENAI. É preciso envolver o cliente no mundo SENAI, levando para conhecer a estrutura, o corpo técnico, esclarecendo que os cursos possuem tanto a parte teórica como a prática e

que somos estruturados por laboratório que simulam uma empresa ou indústria e que o aluno terá capacidade, ao término do curso, para acessar o mercado de trabalho com comportamentos inovadores e criativos desenvolvidos através das lideranças e professores do SENAI. Isto não pode se restringir somente no momento da venda, é preciso que realmente aconteça, pois para conseguir um aluno é muito difícil, mas para perder é muito fácil, portanto é necessário um trabalho contínuo de fidelização e comprometimento de ambas as partes.

Outro fato importante é saber quem realiza o pagamento das mensalidades dos alunos, pois assim, é possível estar informando o responsável financeiro da situação escolar do aluno o que pode gerar uma plena satisfação por parte deste que começa a colocar o SENAI na frente de várias despesas. Criando a imagem de uma instituição envolvida não somente com os alunos, mas também com seus responsáveis.

Identificou-se também com qual frequência as mensalidades dos alunos ficam em atraso, e qual o motivo. Boa parte respondeu ser por esquecimento, então o SENAI pode desenvolver um sistema de envio de e-mails ou mensagens para celular informando que o vencimento está próximo e ao mesmo tempo agradecendo por seus pagamentos estarem em dia e em tê-lo como cliente/ aluno. Já para quem possui mensalidades em atraso, pode informar do próximo vencimento e solicitar sua presença para solucionar este problema, comunicando a possibilidade de estar renegociando sua dívida, da melhor forma possível, e dentro das políticas do SENAI, e, que o setor financeiro está pronto para atendê-lo. Aproveitando também para noticiar algum evento que a Unidade esteja oferecendo. Esta atitude faz com que o cliente se sinta importante e lembrado pela instituição, além de aproveitar para lembrá-lo do pagamento em dia serem relevantes para os dois lados.

Desenvolver a cultura junto aos clientes da importância do pagamento em dia é essencial, e, para isto, é preciso praticar um diálogo aberto e franco para que o cliente tenha a liberdade de conversar, expor suas dúvidas, receios e informar o motivo que irá atrasar a mensalidade, como, também deixar claro dos procedimentos que a área financeira tem de seguir diante do não recebimento. Tentar demonstrar que o SENAI também possui despesas e é com o valor das mensalidades que consegue honrar com seus compromissos assim como cada cliente.

A maior parte dos entrevistados informou que não conhece os procedimentos financeiros praticados pelo SENAI, portanto se faz necessário, no dia da integração destes alunos, demonstrar os procedimentos e relatar as dificuldades encontradas caso o pagamento não seja efetuado no dia do vencimento. Além de que o benefício dos descontos disponibilizados na política do SENAI é previsto, somente para quem efetua o pagamento em dia.

Finalizando a análise são observáveis alguns problemas que podem ser resolvidos através das sugestões previstas para cada caso. Todos os setores devem estar interligados para conseguir atender e sintonizar as informações, não depende somente do financeiro, mas da coordenação, do atendimento e da secretaria.

As ações previstas neste tópico serão sugeridas ao comitê de gestão do SENAI para que possam estar testando-as e verificando seus resultados prósperos.

7 CONCLUSÃO

A proposta deste trabalho iniciou baseada na importância de identificar o nível de inadimplência nos cursos do SENAI em Tubarão, com este propósito juntou-se vários embasamentos teóricos necessários para elaborar um plano de ações visando reduzir o nível de inadimplência dos cursos Técnicos em Informática para Internet e em Recursos Humanos.

Através do questionário aplicado juntamente com os alunos foi possível identificar diversas variáveis que envolvem o assunto “inadimplência”. Todas direta ou indiretamente influenciam aumentando e prejudicando a situação financeira da escola.

Normalmente quando se comenta sobre inadimplência os primeiros tópicos discutidos são o descontrole financeiro, desemprego, problemas de saúde na família e falta de planejamento financeiro. Estes realmente são fatores que impactam diretamente no índice de inadimplência.

Cada vez mais aumentam as facilidades de crédito, as propagandas são criativas e atrativas, aguçando o desejo de comprar do consumidor, que em meio a todas estas influências acaba se endividando e não conseguindo saldar suas contas primárias, como: alimentação, educação e saúde.

O descontrole financeiro e a falta de planejamento caminham juntos, para não cair nesta armadilha o consumidor deve saber identificar e classificar suas dívidas, bem como sua capacidade financeira de saldá-las.

À medida que o nível de inadimplência cresce, cresce também a preocupação da empresa, visto a necessidade de estar com o contas a receber em dia para conseguir manter o contas a pagar e atingir seus resultados projetados. Atitudes como limitar a abertura de crédito é o início, além de outras que discutimos neste trabalho.

Para uma escola, a situação não é diferente, pois a educação compete com todos os outros gastos familiares. Além de que a legislação atua muitas vezes restringindo certos procedimentos de cobrança. Poucas são as formas que a escola tem como atuar, mas é preciso fazer com eficiência e rapidez.

Além da questão financeira, pode observar através do resultado da pesquisa outras causas envolvidas no atraso das mensalidades, como: a qualidade

do curso. Identificar a percepção de cada aluno/ cliente quanto a qualidade do atendimento, dos professores, da estrutura escolar é um ponto a considerar para que os mesmos estejam efetuando o pagamento em dia. Prestar um serviço de extrema qualidade é deixar sem argumentos o cliente quanto a falhas e criar uma vantagem para negociar.

Outra questão importante é desenvolver ações que aproximem os alunos da área financeira. Deixá-los cientes da importância de seus valores para estar proporcionando cada vez mais qualidade no ensino.

Segundo o questionário, muitos alunos não conhecem os procedimentos executados pela área financeira, o que pode deixá-los mais a vontade para ficar devendo, uma ação a ser aplicada é conscientizá-los do que podem sofrer caso não efetuem seus pagamentos em dia, que abrange não somente a inclusão no SPC como também os problemas que o SENAI pode enfrentar financeiramente e com isto reduzir a qualidade no ensino.

É preciso ter como objetivo contínuo a ideia de implantar ações para atuar contra a inadimplência. E, diante disto, receber valores atrasados e ao mesmo tempo manter a satisfação dos clientes, a fim de evitar a perda dos matriculados para a concorrência.

Uma gestão escolar financeira é profissional quando obrigatoriamente exige qualidade nos serviços de cobrança, observando os princípios legais como preservando as relações comerciais com o aluno. Esta relação deve ser preservada, visto que atualmente a empresa, deve possuir clientes, pois quanto aos produtos, estes se modificam com as demandas de mercado, mas os clientes continuam comprando, seja do SENAI ou de seus concorrentes.

REFERÊNCIAS

ABRADEE, Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica. *Bases metodológicas para o cálculo da reposição de perdas referentes à inadimplência na distribuição de energia elétrica*. Em: <http://www.aneel.gov.br/aplicacoes/audiencia/arquivo/2006/008/contribuicao/contr_fernandes_naves_blumenschein.pdf>. Acesso em: 10 de maio de 2012.

ALMEIRA, Pedro Cardoso de. *Inadimplência – Cobrança ou gestão de contratos*. Em: <<http://www.inadimplenciazero.com.br/artigos-inadimplencia-cobranca.asp>>. Acesso em: 12 de março de 2012.

AMARAL, João J. F. **Como fazer uma pesquisa bibliográfica**. 2007.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CAMPOS FILHO, Ademar. **Demonstração dos fluxos de caixa: uma ferramenta indispensável para administrar sua empresa**. São Paulo: Atlas, 1999.

CARMO, Ana Lídia Lopes do. *Gestão Financeira da Educação*. Em: <http://www.infoescola.com/educacao/gestao-financeira-da-educacao/>. Acesso em: 05 de maio de 2012.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica: para uso dos estudantes universitários**. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.

Dicionário online de português. Em: <<http://www.dicio.com.br/inadimplencia/>>. Acesso em: 04 de agosto de 2012.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira**. São Paulo: Atlas, 2000.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 311 p.

LEMES, Antônio Barbosa. RIGO, Cláudio Miessa. CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo. **Administração Financeira: Princípios, fundamentos e práticas brasileiras**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

MACHADO, Dorival dos Santos. *Atraso ou inadimplência*. Em: <<http://www.inadimplenciazero.com.br/artigos-inadimplencia-cobranca.asp>>. Acesso em: 08 de março de 2012.

MACHADO, Dorival dos Santos. *5 aspectos que impactam a inadimplência na educação*. Em: <<http://www.inadimplenciazero.com.br/artigos-inadimplencia-cobranca.asp>>. Acesso em: 09 de março de 2012.

MACHADO, Dorival dos Santos. *Inadimplência – Criamos o monstinho e depois reclamamos*. Em: <<http://www.inadimplenciazero.com.br/artigos-inadimplencia-cobranca.asp>>. Acesso em: 09 de março de 2012.

MACHADO, Dorival dos Santos. *5 aspectos impactantes na cobrança e negociação de dívidas*. Em: <<http://www.inadimplenciazero.com.br/artigos-inadimplencia-cobranca.asp>>. Acesso em: 12 de março de 2012.

MACHADO, Dorival dos Santos. *Cobrar clientes inadimplentes e recuperar crédito é quase uma ciência*. Em: <<http://www.inadimplenciazero.com.br/artigos-inadimplencia-cobranca.asp>>. Acesso em: 12 de março de 2012.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Básica**: 8ª Edição São Paulo: Atlas. 2008.

MATARAZZO, Carmine D. **Análise financeira de balanços**. 6 ed. São Paulo, 2007.

MULLER, Célio. *Soluções ao problema da inadimplência de mensalidades - Parte I*. Em: <http://www.advocaciaceiomuller.com.br/noticia_detalhe.asp?ldCo nteudo=38>. Acesso em: 04 de agosto de 2012.

Noções de administração financeira. Em: <http://www.fluxo-de-caixa.com/fluxo_de_caixa/finais.htm>. Acesso em: 10 de maio de 2012.

RICARDO, Manuel. *O jeito certo de cobrar*. Em: <<http://www.inadimplenciazero.com.br/artigos-inadimplencia-cobranca.asp>>. Acesso em: 08 de março de 2012.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROSS, Stephen A.; WESTERFIELD, Randolph W.; JAFFE, Jeffrey F. **Administração financeira**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002

SENAI. Em: <<http://www.sc.senai.br/siteinstitucional/sobre/tudosobre/institucional/q/sistemadegestao>>. Acesso em: 27 de agosto de 2012.

SILVA, Cassandra Ribeiro de O. e, Dr.. **Metodologia e Organização do projeto de Pesquisa**. 2004.

SILVA, Marise Borba de; GRIGOLO, Tânia Maris. **Metodologia para iniciação científica à prática da pesquisa e extensão**. Caderno Pedagógico. Florianópolis: Udesc, 2002.

WANDERLEY, José Augusto. *Negociação: O Caminho do Sucesso*. Em: <http://www.guiarh.com.br/p4.htm>. Acesso em: 04 de agosto de 2012.

WESTON, J. Fred; BRIGHAM, Eugene F. **Fundamentos da administração financeira**. 10. ed. São Paulo: Makron Books, 2000

WIKIPÉDIA. *Administração financeira*. Em: <http://www.htmlstaff.org/xkurt/projetos/portaldoadmin/modules/news/article.php?storyid=756>>. Acesso em: 10 de maio de 2012.

WIKIPÉDIA. *Fluxo de caixa*. Em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Fluxo_de_caixa>. Acesso em: 27 de agosto de 2012.

ZDANOWICZ, José Eduardo. **Fluxo de caixa**: uma decisão de planejamento e controle financeiros. Porto Alegre: Sagra, 1992.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Questionário aplicado para identificar o nível de inadimplência nos cursos Técnico em Informática para Internet e em Recursos Humanos

Prezado (a) aluno (a)

O questionário que segue, é parte integrante de um trabalho para a conclusão do MBA em Gerência Financeira na Universidade do Extremo Sul Catarinense - UNESC, o qual tem o objetivo de desenvolver um estudo sobre o nível de inadimplência no SENAI/SC em Tubarão.

Sua sinceridade nas respostas é de fundamental importância para que a pesquisa se conclua demonstrando seriedade. Lembro que você não será identificado, e que suas respostas serão analisadas juntamente com as demais.

Agradeço sua colaboração!

Jeniffer Florencio Souza

QUESTIONÁRIO

1) Qual o curso? R: _____

2) Qual sua faixa etária?

- () Menor que 18 anos
- () 18 à 28 anos
- () 29 à 39 anos
- () Mais que 40 anos

3) Qual sua renda/ ou de seu responsável financeiro?

- () 1 à 3 salários mínimos
- () 4 à 6 salários mínimos
- () 7 ou mais salários mínimos

4) Você está fazendo este curso por iniciativa própria?

- () Sim
- () Não. Por iniciativa da empresa
- () Não. Por iniciativa dos pais
- () Não. Por iniciativa dos avós
- () Não. Por necessidade financeira
- () Outros: _____

5) Como você classifica a qualidade do seu curso?

- () Ótimo

- Bom
- Regular
- Ruim
- Péssimo

6) Como você classifica sua organização financeira?

- Ótima
- Boa
- Ruim
- Péssima

7) Qual sua maior despesa atual?

- Prestação habitacional
- Prestação de um automóvel
- Empréstimo
- Alimentação
- Lazer
- Educação
- Plano de saúde

8) Quais critérios fazem você decidir uma compra?

- Preço
- Qualidade
- Atendimento
- Estatus
- Outros: _____

9) Quem realiza o pagamento das mensalidades de seu curso?

- Você paga integral
- Pais
- Empresa
- Outros: _____

10) Com qual frequência suas mensalidades ficam em atraso?

- Frequentemente
- Raramente
- Nunca

11) Geralmente o que leva você atrasar suas mensalidades?

- Problemas financeiros
- Esquecimento
- Outros: _____

12) Se você precisa atrasar uma mensalidade, informa o financeiro da escola?

- Sempre informo
- As vezes informo
- Nunca informo

13) Você conhece os processos utilizados pelo financeiro para realizar as cobranças?

- Sim
- Não
- Gostaria de conhecer
- Não tem interesse de conhecer