

FACULDADE CATÓLICA DOM ORIONE

CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

KEILIANE DO CARMO BARROS

**ANÁLISE DE CRÉDITO E DO USO DE CARTÃO: UM ESTUDO DE CASO
REALIZADO NA EMPRESA KCB DE ARAGUAÍNA - TO**

ARAGUAÍNA

2016

KEILIANE DO CARMO BARROS

**ANÁLISE DE CRÉDITO E DO USO DE CARTÃO: UM ESTUDO DE CASO
REALIZADO NA EMPRESA KCB DE ARAGUAÍNA - TO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade Católica Dom Orione como requisito parcial a obtenção do grau de bacharel em Administração.

ORIENTADOR: Prof. MSc. Flávio Rafael Bonamigo

ARAGUAÍNA

2016

**ANÁLISE DE CRÉDITO E DO USO DE CARTÃO: UM ESTUDO DE CASO
REALIZADO NA EMPRESA KCB DE ARAGUAÍNA - TO**

Este Trabalho de conclusão de curso foi julgado adequado para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração do curso de Administração da Faculdade Católica Dom Orione em sua forma final 06 de junho de 2016.

Prof. MSc. Flávio Rafael Bonamigo
Coordenador de curso

Apresentado à Banca examinadora composta pelos professores:

Prof. MSc. Flávio Rafael Bonamigo
Orientador

Prof.MSc. Edison Fernando Pompermayer
Examinador

Prof^a. Esp. Miriam Mendes Costa
Examinador

**ANÁLISE DE CRÉDITO E DO USO DE CARTÃO: UM ESTUDO DE CASO
REALIZADO NA EMPRESA KCB DE ARAGUAÍNA - TO**

**ANALYSIS AND CREDIT CARD USE: AN ACCOMPLISHED CASE STUDY IN THE
COMPANY ARAGUAÍNA - TOKCB**

Keiliane do Carmo Barros¹

Flávio Rafael Bonamigo (Or.)²

RESUMO

Este estudo analisa a concessão de crédito e uso do cartão de crédito envolvendo a empresa KCB em Araguaína-TO, através do uso do seu próprio cartão. Tendo como objetivo, verificar a concessão de crédito pela empresa em estudo, a receptividade e o uso do cartão pelo consumidor. Analisar a variação de endividamento dos usuários do cartão de crédito da empresa KCB, sua aprovação ou reprovação e, o índice de cancelamentos. O estudo é bibliográfico, documental, quantitativo realizado durante o período de 01 de janeiro de 2013 a 31 de dezembro de 2015. Um dos resultados se refere ao número de cartões aprovados e reprovados que tiveram aumento progressivo. A análise do uso de crédito e seu acesso, os indicadores são de que, os critérios adotados pela empresa na concessão e, dos usuários na decisão de usar o crédito se estabelece o sucesso da prática do uso do cartão de crédito.

Palavras-chave: Análise de Crédito. Inadimplência. Cartão de Crédito. Mercado.

ABSTRACT

This study analyzes the lending and use of credit card involving KCB company in Araguaína-TO, through the use of your own card. Aiming to verify the granting of credit by the company under study, the receptivity and the consumer for card use. Analyze the debt variation of the users of credit card company KCB, approval or

¹ Graduanda em administração pela faculdade católica dom Orione. E-mail: keilianee1@gmail.com

² Mestre em Agroenergia pela Universidade Federal do Tocantins, Graduado em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Mato Grosso e, atualmente é professor da Faculdade Católica Dom Orione. E-mail. flaviobonamigo@catolicaorione.edu.br

disapproval, and the cancellation rate. The study is bibliographical, documentary, quantitative carried out during the period 1 January 2013 to 31 December 2015. One of the results refers to the number of approved and disapproved cards that have progressive increase. The analysis of the use of credit and access, the indicators are that the criteria adopted by the company in the concession and of users in the decision to use the credit is established the success of the practice of using credit card.

Keywords: Credit analysis. Delinquencies. Credit card. Marketplace.

1 INTRODUÇÃO

Quando se trata de crédito, tem-se a ideia de que é um assunto de conhecimento público, porém cabe ressaltar que nem todos têm a real dimensão do assunto. Sandroni (1999) conceitua o crédito como transação comercial em que um comprador recebe imediatamente um bem ou serviço adquirido, mas só fará o pagamento depois de algum tempo em que efetuou a compra. Essa transação também pode envolver apenas dinheiro ou outras modalidades de ferramentas que podem ser utilizadas nas transações comerciais.

Ao mesmo tempo em que nota-se a expansão do crédito tem-se uma preocupação em avaliar como essa distribuição tem colaborado para o endividamento da população, desta forma Moura (2005), alerta que os consumidores devem sim ter acesso ao crédito, porém é necessário que este acesso seja de forma profissional e responsável.

Neste contexto, questiona-se: qual é a caracterização do histórico do uso do cartão de crédito na empresa KCB de Araguaína - TO. Neste sentido, o objetivo geral é descrever o endividamento dos usuários do cartão de crédito da empresa em estudo. Este trabalho investigativo se justifica pela importância que possui no sucesso das organizações, quando estas levam em conta e controlam o nível de endividamento de seus clientes. Além de ser importante para o conhecimento acadêmico e da sociedade como um todo.

Cartões de crédito é uma forma comum em que os clientes utilizam para realizarem suas compras, então se pretende de forma específica identificar a variação de endividamento dos consumidores nos últimos três anos; identificar

motivos que levam os consumidores a cancelarem o acesso ao crédito; apontar os motivos que levam a empresa administradora a cancelar o crédito concedido; interpretar relatórios de endividamento dos clientes; apresentar percentual de reprovações e aprovações das propostas e, avaliar os riscos inerentes no processo de consumo com o cartão de crédito.

A metodologia usada consiste em pesquisa bibliográfica, utilizando-se de livros e meios eletrônicos, análise documental descritiva e quantitativa para levantamento de dados dentro da empresa KCB, sendo um estudo de caso com base nas informações fornecidas pela organização, objeto do estudo deste trabalho. A ferramenta do Windows, o Microsoft Excel, será utilizada na construção de tabelas e gráficos que auxiliarão no entendimento do tema pesquisado.

Em um primeiro momento serão externados assuntos inerentes à concessão de crédito e um referencial teórico que esboça as modalidades de créditos, posteriormente, analisam-se os dados colhidos no estudo de caso que possibilitarão as discussões a respeito do assunto, enfim, serão apresentadas as considerações finais que foram obtidas por meio do estudo. O tema é muito importante e de grande valia para a academia e à sociedade, sendo assim, demanda por estudos futuros que possibilitarão avançar nas investigações e possibilitar melhores esclarecimentos a respeito do mesmo.

2 CRÉDITO: CONCEITOS E DEFINIÇÕES

Toda transação de crédito deve ser permitida pelo Sistema Financeiro Nacional, e a oferta de crédito seja ela qual for deve seguir os princípios do mercado financeiro; para que assim seja considerada legal. Andrezo e Lima (2007, p. 01), conceitua o mercado financeiro como “o conjunto de instituições e instrumentos destinados a oferecer alternativas de aplicação e captação de recursos financeiros”; Nota-se que a oferta de crédito através de cartões de crédito consiste em uma forma de captar recursos para movimentar a economia e gerar liquidez para o mercado.

Os mesmos citam que dentro do mercado financeiro existem diferentes ramificações, no qual se pode referir o mercado de capitais, mercado de câmbio, mercado monetário e o de mercado de crédito. Para este estudo tratar-se-á do mercado de crédito e monetário. Andrezo e Lima (2007, p.2) conceitua o mercado de

crédito como aquele destinado também a suprir as demandas de menor prazo, como se observa a seguir.

[...] É composto pelo conjunto de operações de prazo curto, médio ou aleatório. Destina-se basicamente a suprir as necessidades de caixa de curto e médio prazo de indivíduos e empresas, tais como financiamentos de consumo de indivíduos e de capital de giro e ativo permanente de empresas.

Assim, o mercado de crédito tem diferentes objetivos e condições, e que os cartões de crédito são ferramentas destinadas a suprir a necessidade de compra parcelada ou com um prazo de carência, que propicia a liquidez dos consumidores.

Contudo, CVM (2014, p.32), considera o mercado de crédito como “o segmento financeiro em que as instituições financeiras captam recursos dos agentes superavitários e os emprestam às famílias ou empresas”. Portanto, é importante a atuação do mercado financeiro, pois ele viabiliza a transferência de recursos dos agentes superavitários para os agentes deficitários. Ao se tratar de mercado monetário, a CVM (2014, p.32) o define como uma ferramenta para o equilíbrio da liquidez.

Trata-se de um mercado utilizado basicamente para controle da liquidez da economia, no qual o Banco Central intervém para condução da Política Monetária. Resumidamente, se o volume de dinheiro estiver maior do que o desejado pela política governamental, o Banco Central intervém vendendo títulos e retirando moeda do mercado, reduzindo, assim, liquidez da economia.

Verifica-se que o mercado monetário atua como um mecanismo dentro do mercado financeiro para controlar a liquidez da economia, onde o Banco Central torna-se o principal agente econômico desse controle, permeando-se para a condução da Política Monetária.

3 EVOLUÇÃO DA MOEDA

Lopes e Rossetti (2005), explicam que a moeda tem apresentado suas mudanças desde o Egito antigo, até a atualidade, os autores exemplificam que antes se usavam cobre, ouro e prata para a comercialização dos produtos, depois se passou a usar peles e escambo, que são as trocas de mercadorias umas pelas

outras; no qual os animais tiveram um papel importante neste escambo. Chegando a idade moderna os homens começaram a usar moedas para a compra de mercadorias e serviços. Abreu e Coelho (2009, p.9) descrevem que.

A moeda está estreitamente relacionada com a história e o estágio de evolução da humanidade. Hoje, o uso da moeda na economia é tão generalizado que se torna difícil imaginar o funcionamento do sistema econômico sem a mesma.

O uso da moeda concede ao indivíduo propagar sua capacidade de compra, assim como conseguir da comunidade aquilo que a moeda lhe concede como direito. Abreu e Coelho (2009, p. 10) ainda afirmam que “a aceitação generalizada de determinados produtos recebidos em pagamento das transações econômicas, configura a origem da moeda”. Abreu e Coelho (2009, p. 12), delineiam que.

Na economia moderna, produzem-se riquezas para trocá-las ou permutá-las por outras para a satisfação de nossas sociedades. A troca representa uma economia orientada pelo interesse das partes nela intervenientes. Os indivíduos oferecem os produtos do seu trabalho em troca daqueles de que necessitam e não podem produzir.

Todavia, esse meio de troca desempenha um importante papel na sociedade moderna. Podendo ser considerada como um acordo entre a parte que dá paralelo ao que recebe, representando uma economia formada por interesses entre ambas as partes.

A moeda é fundamental para manutenção do estilo de vida apresentado pela sociedade moderna. Conforme Galves (1996) em uma sociedade que evoluiu seguindo a divisão do trabalho, diferenciando os gastos e que necessita intensificar a circulação, a moeda se torna uma ferramenta útil e aceita por toda a sociedade como meio de troca. Ou seja, todos ganham ou dão em troca alguma coisa ou serviço.

A moeda representa um mecanismo através da troca por excelência. De acordo com Gastaldi (1995), ela decompõe a troca em venda e compra, tornando uma terceira mercadoria, convencional e representativa do valor de trocas dos bens e mercadorias. Hugon (1972, p. 26), define moeda como “um instrumento que facilita as trocas e permite conservar e antecipar os valores”. Segundo Lopes e Rossetti (2005), a criação da moeda no Brasil, teve seu início com a exploração da colônia e se fortificou com a criação do Banco do Brasil em 1808, a moeda em papel foi criada

e até então houve variações nos nomes dado a unidade monetária vigente, porém, sua finalidade consiste na mesma.

4 INADIMPLÊNCIA DE CARTÕES DE CRÉDITO

A criação do cartão de crédito facilitou o processo de compra direta de mercadorias e serviços. Essa ferramenta embora útil, quando mal usada pode acarretar problemas tanto para o consumidor, quanto para as administradoras dos cartões.

Assim, Schutz Junior e Oliveira (2013) comentam que a teoria mais reverenciada a respeito do surgimento do cartão de crédito se deu na década de 10, nos Estados Unidos, na empresa telégrafa Western Union, quando foi criado o cartão de metal para seus clientes que lhes dava prioridades e prazos especiais de pagamento, sem o acréscimo de encargos. Outra teoria seria ao surgimento do cartão de crédito na década de 20, também nos Estados Unidos, pelas redes hoteleiras do país, para os clientes mais fiéis.

Schutz Junior e Oliveira (2013) ainda relatam que com a difusão do novo mecanismo de crédito, em 16 de agosto de 1966 foi criada, o Interbank Card Association, que mais tarde passou a ser chamado MasterCard International, onde tornou-se uma associação de 17 instituições financeiras norte-americanas e uniu-se ao Eurocard, para depois estender sua atividade na Austrália, África e, nos anos 80, na América Latina e na Ásia.

De acordo com os autores mencionados anteriormente, em 1976 surgiu à bandeira visa e, no Brasil, o primeiro cartão de crédito se deu no ano de 1956, por iniciativa dos empresários Habus Tauber, que adquiriu, nos Estados Unidos, a franquia do Diners Club, e Horácio Piva.

Fazzio Junior (2011) menciona que a operacionalidade relacionada ao sistema de cartões foi fator decisivo na instituição de complexos organismos societários, sob a coordenação de instituições financeiras emissoras e administradoras cada vez mais especializadas e inter-relacionadas, alicerçadas sobre bancos de dados e cadastros de informações que conferem funcionalidade razoavelmente segura às transações mediadas por cartões e, aprimoram os mecanismos de controle do desempenho dos usuários e dos estabelecimentos credenciados.

Roberts e Jones (2001, apud Donadío, Campanario e Ragel, 2012, p. 82) afirmam que “o cartão de crédito pode ser visto como um fator que promove gastos, tanto por tornar as transações financeiras mais simples como por remover a necessidade imediata de dinheiro”. Logo, entende-se que o cartão de crédito por ser uma ferramenta bastante prática, o cliente acaba consumindo mais no momento em que substitui a necessidade do dinheiro.

Littwin (2008, p. 453) destaca que.

O cartão de crédito tem se tornado cada vez mais disponível, inclusive para famílias de baixa renda, conforme as operadoras de cartão foram estendendo crédito aos consumidores de maior risco. Essa tendência à “Democratização do crédito” e seus efeitos sobre os consumidores de baixa renda não são dignos de aplauso, pois, sem possibilidade de pagar suas contas em dia, estes consumidores são os que mais pagam juros, representando o segmento mais lucrativo da indústria de cartões.

Deste modo essa facilidade no acesso ao crédito, tem contribuído com que esse tipo de serviço consiga alcançar todas as classes sociais, sobretudo para aquelas que são menos favorecidas. Por não possuírem uma bagagem maior de informação, esses consumidores são os mais prejudicados em relação aos juros, quando não existe uma possibilidade de honrar com suas dívidas em dia.

Oliveira, Ikeda e Rubens (2004, p. 3) ressaltam que.

A popularização do cartão de crédito em diversos segmentos da população tem ocasionado mudanças no comportamento de grupos que não tinham acesso a esse serviço. Percebe-se que, concomitantemente ao crescimento do acesso ao cartão de crédito, tem ocorrido um aumento do número de inadimplentes.

Assim, o aumento desordenado na vida do consumidor tem contribuído para uma quantidade maior de inadimplentes por não possuir o real conhecimento sobre o uso do mesmo, pois não havia uma prática desse tipo de serviço.

Guimarães (2002), explica que este sistema atingiu proporções que tornam obrigatória a constante busca de técnicas que permitam o gerenciamento de um grande número de portfólios, esta gestão propicia o controle de problemas como fraude e inadimplências. Às administradoras dos cartões devem gerenciar este processo de forma a eliminar ou diminuir os riscos no maior número possível.

4.1 Riscos X Retorno

Paiva (1997, P. 5) afirma que o risco, “é inerente à personalidade e mutável com o tempo”. Portanto, deve-se administrar risco com normas e princípios de forma que venham produzir a lucratividade de modo almejado, assim garantirá o retorno dos capitais e manterá a sua credibilidade frente ao mercado. Conforme Silva (1998, p. 27) risco se diferencia de incerteza quando o tomador de decisão pode basear-se em dados.

Os estatísticos diferenciam risco de incerteza ao afirmar que o risco existe quando o tomador de decisões pode estimar as probabilidades relativas a vários resultados, enquanto que a incerteza ocorre quando o tomador de decisões não tem nenhum dado histórico e precisa fazer estimativas aceitáveis, a fim de formular distribuição probabilística subjetiva.

Ou seja, para os estatísticos essa diferença entre risco e incerteza ocorre quando a alta administração não possui base de dados que comprovem o histórico ocorrido ao longo do tempo, assim, necessitará fazer uma avaliação baseada nas evidências existentes, com o intuito de estabelecer compartilhamento em cima de uma lógica subjetiva.

Essa diferenciação mencionada por estatísticos a respeito de risco e incerteza também é expressa por Gitman (2001, p. 201) “[...] o termo é usado alternadamente com incerteza ao se referir à variabilidade de retornos associado a um dado ativo”. Nota-se que o risco de um investimento ou de uma contratação de um serviço envolve a incerteza de que o mesmo terá seu escopo atendido, qualquer retorno diferente do que foi estabelecido anteriormente é definido como variação do escopo e de não atender a demanda.

Silva (1998, p. 71) aponta que “a relação risco/retorno está implícita na concessão de crédito, que num banco comercial constitui-se em seu próprio negócio”. Logo, quando se fala em concessão de crédito, o conhecedor precisa aderir-se à política de crédito da organização, possuir informação do mercado e estabelecer uma análise rigorosa de risco no sentido de garantir um resultado positivo para a empresa.

O risco inerente aos cartões de crédito consiste basicamente em risco de crédito, que é caracterizado como aquele em que o cliente não possui a capacidade de realizar o pagamento; ou seja, ficar inadimplente por falta de honrar o compromisso assumido. Chiavenato (2014), em sua abordagem do tema, define os riscos como aqueles elementos presentes dentro de todos os investimentos e

operações de negócios e, cabe ao gestor da organização administrá-lo da melhor e mais competente forma possível.

5 HISTÓRICO DA EMPRESA KCB

A empresa KCB possui mais de vinte anos de existência no mercado. Deu início as suas atividades em um pequeno estabelecimento, no ramo de gêneros alimentícios, localizado na cidade de Araguaína-TO. Desde o princípio, o estabelecimento contava com um movimento fluente, e graças a esse movimento, com o passar dos anos, o empresário por ter uma visão de crescimento junto ao trabalho em equipe, o pequeno comércio investiu na modernização da estrutura, automatização dos serviços e aquisição de novos equipamentos.

A rede KCB cresceu pautada em alguns pilares centrais: responsabilidade social e ambiental com sustentabilidade, respeito ao cliente assim como uma capacidade de inovação. Colaborando com a geração de renda e desenvolvimento da região, criando oportunidade de crescimento para em média 600 colaboradores.

A cidade de Araguaína localiza-se na região norte do Estado do Tocantins, distante a 348,8 km de Palmas. Com uma população estimada de 170.183 habitantes, possui o segundo maior PIB do estado e a segunda maior população, com uma área da unidade territorial de 4.000,416 km², de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015).

Júnior (2015) ressalva que, o município de Araguaína, criado em 1958, quando ainda fazia parte do estado do Goiás, um pouco antes do começo da construção da rodovia Belém-Brasília, em 1960, não se formou a partir de surtos de exportação do passado, típicos de outras regiões do país, mas sim como principal núcleo econômico e de interligação entre diversos municípios da região Norte do estado de Goiás com outras regiões. Logo, essa interligação entre os municípios fez com que Araguaína se tornasse o principal centro econômico dentre as regiões.

Assim, Júnior (2015, p. 35) relata que.

Araguaína mantém sua centralidade até hoje, mesmo com o surgimento de outros importantes centros na região Norte e no estado do Tocantins. A importância econômica que a cidade adquiriu ao longo do tempo é fruto do avanço do processo de integração nacional via investimentos em infraestrutura de transportes e incentivos a processos econômicos ligados ao setor primário e à agroindústria.

Deste modo, o progresso das atividades econômicas do setor primário e da agroindústria foram elementos principais no estímulo ao crescimento econômico da cidade de Araguaína.

Assim sendo, Júnior (2015, p. 35) ainda descreve que Araguaína possui uma grande atuação na cadeia produtiva de bovino de corte, onde tem uma extrema relevância socioeconômica para a cidade, além de movimentar a indústria local e a distribuição de uma série diferente de insumos que é usado no ramo produtivo da pecuária bovina. Vale ressaltar que a cidade também conta com o DAIARA - Distrito Agroindustrial de Araguaína – onde tem várias indústrias e dispõe de três frigoríficos de referência nacional: JBS, Boiforte e Minerva.

Júnior (2015, p. 47) assinala que.

Araguaína se destaca regionalmente em vários aspectos: agroindústria, serviços médico-hospitalares, comércio e serviços voltados ao setor agrícola, comércio atacadista, comércio de veículos automotores, pesquisa científica voltada à pecuária, dentre outros vinculados a esses grupos.

Desta forma Araguaína possui uma diversidade de serviços em segmento diferente o que a torna uma cidade distinta, com uma central para a acumulação da agropecuária moderna na região e, a diversificação dos serviços ligados a esse setor.

6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Os resultados aqui externados consistem em uma análise de dados colhidos na empresa KCB objeto deste estudo, os dados foram obtidos durante o período de 01 de janeiro de 2013 a 31 de dezembro de 2015. A tabela 1 a seguir apresenta como se caracterizou as propostas de cartão de crédito no que tange sua aprovação e reprovação.

Considerando o total de propostas lançadas em 2013, 1833, as aprovadas representam aproximadamente 82% do total, ficando os outros 18% negadas por motivos como divergência nos dados cadastrais, clientes com restrições e outros fatores que impedem a concessão do cartão de crédito.

Tabela 1: Propostas aprovadas e reprovadas referentes ao total geral do ano de 2013.

Mês/Ano	N° Propostas	Aprovados	Reprovados
jan/13	141	123	18
fev/13	128	104	24
mar/13	166	134	32
abr/13	162	124	38
mai/13	151	132	19
jun/13	140	122	18
jul/13	185	146	39
ago/13	174	140	34
set/13	152	118	34
out/13	190	159	31
nov/13	113	92	21
dez/13	131	110	21
Total	1833	1504	329

Fonte: Elaboração da própria autora.

Assim, o mês em destaque se deu em outubro, apresentando um maior número tanto de propostas feitas, quanto ao número de aprovados. A quantidade que não conseguiram acesso ao crédito corresponde aproximadamente 16% do total do número de propostas.

Por outro lado, o maior número de reprovados se deu no mês de julho, mesmo apresentando uma menor quantidade de propostas feitas comparado ao mês de outubro. Outro dado interessante é que nos meses de agosto e setembro apresentaram a mesma quantidade de reprovações, com números distintos na quantidade de propostas feitas, ocorrendo também no mês de novembro e dezembro do mesmo ano.

Na tabela 2 se apresenta os dados referentes à quantidade geral de propostas lançadas mensalmente durante o ano de 2014. Considerando o total de propostas lançadas em 2014, 1522, as aprovadas representam aproximadamente 82% do total das mesmas, ficando os outros 18% reprovados pelos motivos citados na tabela 1.

Ao contrário do ano anterior, o ano de 2014 apresentou um número menor pela procura do cartão crédito da empresa em estudo. O estudo aponta um dado importante, mesmo apontando uma diferença de 311 no número de propostas feitas comparadas ao ano de 2013, os percentuais de aprovadas e reprovados permaneceram o mesmo.

Em relação aos números de reprovados os meses em que apresentaram o menor índice foi o mês de novembro, seguido por agosto e abril. Já os números

maiores de reprovados ficaram concentrados entre janeiro a março, seguido por junho do mesmo ano.

Tabela 2: Propostas aprovadas e reprovadas referentes ao total geral do ano de 2014.

Mês/Ano	Nº Propostas	Aprovados	Reprovados
jan/14	129	96	33
fev/14	115	85	30
mar/14	118	87	31
abr/14	136	120	16
mai/14	148	122	26
jun/14	108	78	30
jul/14	115	92	23
ago/14	105	90	15
set/14	111	93	18
out/14	134	115	19
nov/14	119	110	9
dez/14	184	159	25
Total	1522	1247	275

Fonte: elaboração da própria autora.

Na tabela 3 a seguir representa os dados referentes à quantidade geral de propostas lançadas mensalmente no decorrer do ano de 2015.

Tabela 3: Propostas aprovadas e reprovadas referentes ao total geral do ano de 2015.

Mês/Ano	Nº Propostas	Aprovados	Reprovados
jan/15	145	119	26
fev/15	129	95	34
mar/15	324	258	66
abr/15	186	150	36
mai/15	213	180	33
jun/15	214	184	30
jul/15	238	209	29
ago/15	162	119	43
set/15	141	128	13
out/15	164	125	39
nov/15	151	111	40
dez/15	181	137	44
Total	2248	1815	433

Fonte: Elaboração da própria autora.

Considerando o total de propostas lançadas em 2015, 2248, as 1815 aprovadas representam aproximadamente 81% do total das mesmas, ficando os outros 19% reprovados pelos mesmos motivos citados na tabela 1.

O estudo aponta que, os dados referentes aos números de cartões aprovados e reprovados em percentual, praticamente não apresentaram variações

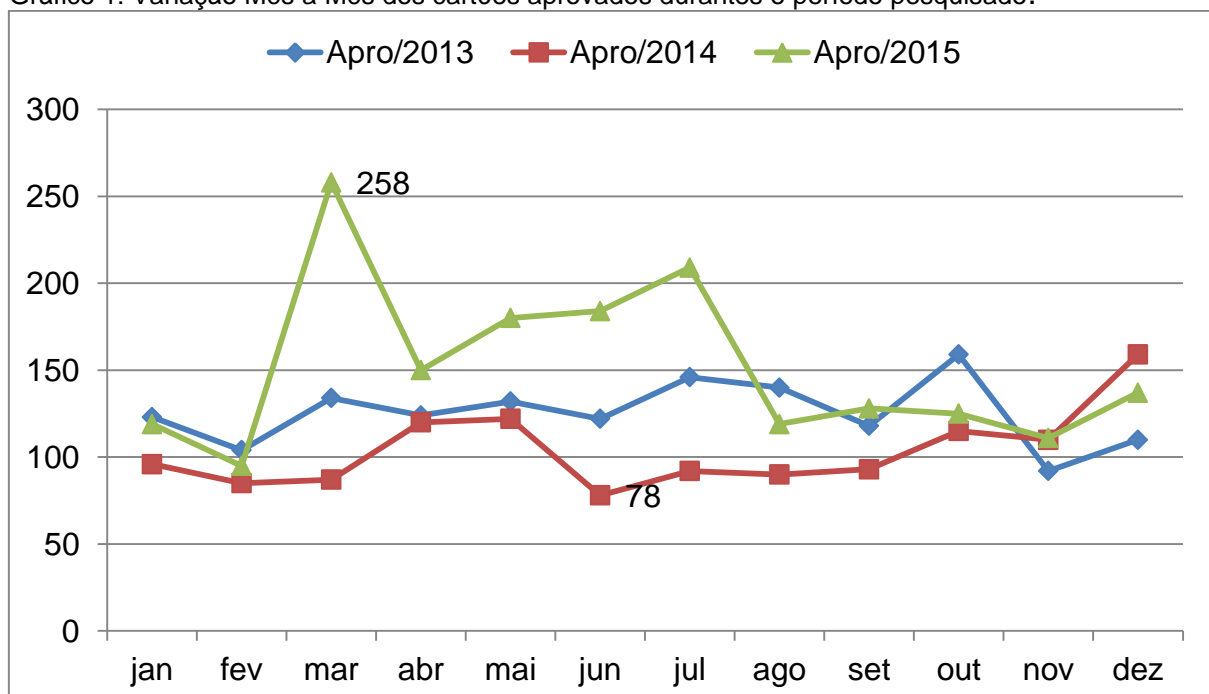
nos três anos do objeto de pesquisa. Os resultados indicam ainda que no ano de 2014 houve menor quantidade de cartões e que em destaque se tem o ano de 2015 com maior número de propostas.

O gráfico 1 a seguir mostra o comportamento das aprovações durante os três anos estudados.

Os resultados indicam que o ano de maior aprovação das propostas foi 2015, seguido por 2013 e por fim 2014. Observa-se que o mês que obteve o maior número de cartões aprovados foi março de 2015, em contrapartida junho de 2014 obteve o menor resultado.

Os dados indicam que no ano de 2013 o maior número de cartões aprovados se deu em outubro, com 159 aprovações, correspondendo aproximadamente 84% do número de propostas, seguido por julho e agosto, e o menor número se deu no mês de novembro. Já 2014 houve uma queda no número de cartões com indica o gráfico. O mês em destaque se deu em dezembro, apresentando o mesmo número de aprovação que ocorreu no ano anterior, correspondendo o maior número de aprovações durante todo ano.

Gráfico 1: Variação Mês a Mês dos cartões aprovados durante o período pesquisado.



Fonte: Elaborada pela própria autora.

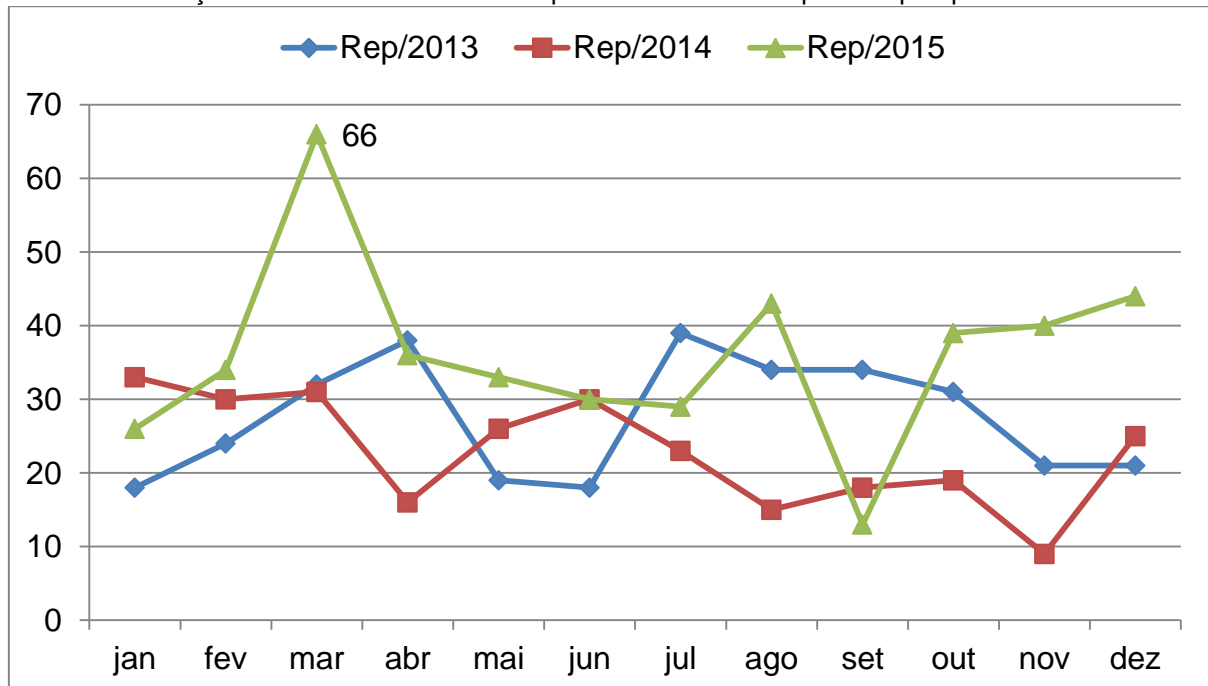
Dentro do período estudado, o ano em destaque foi em 2015, onde março apontou o maior número de aprovação, apresentando um total de 258 cartões. Em

contrapartida, nos meses de janeiro, fevereiro, agosto e outubro apresentaram menor índice comparado ao ano de 2013.

A seguir, o gráfico 2 representa a variação das propostas no que se refere a quantidade reprovadas durante os três anos de estudo, apontando em números absolutos dos três anos.

O gráfico aponta que, no ano de 2013 (Rep. 2013), apresentou menor número de cartões reprovados no que se refere à quantidade. Tendo abril e julho o maior índice de reprovações, correspondendo aproximadamente 22% do total de propostas feitas, e o menor número ocorre em janeiro com aproximadamente 13%. Em geral, o gráfico aponta uma grande oscilação no decorrer do ano de 2013.

Gráfico 2: Variação Mês a Mês dos cartões reprovados durante o período pesquisado.



Fonte: Elaborado pela própria autora.

Em 2014 houve uma menor reprovação, em destaque sem tem o mês de novembro com apenas 9 cartões reprovados, representando aproximadamente 8% do número de proposta, e o maior número ocorreu em janeiro com 33 reprovações, em fevereiro e junho apresentaram a mesma quantidade.

Já no ano de 2015 apresentou maior variação no número de reprovações, como indica em março do mesmo ano, o valor reprovado foi de 66 cartões, esse valor representa aproximadamente 20% do total de propostas lançadas, seguido por

dezembro, agosto e novembro. E o menor se deu no mês de setembro com 13 reprovações.

A tabela 4 abaixo exemplifica o total de cartões reprovados mensalmente e anualmente durante os três anos de estudos.

O estudo aponta que no ano de 2013 o menor número de reprovação ocorreu nos meses de janeiro, junho com a mesma quantidade e maio, já em 2014 houve um aumento nos dados, no ano anterior um dos meses que havia apresentado menor índice de reprovação, no caso o mês de janeiro, no ano seguinte esse mesmo mês apresentou o maior número durante todo o ano. Em contrapartida novembro foi o mês que teve menor reprovação durante todos os anos estudados.

Tabela 4: cartões reprovados mensal e anual durante o período estudado.

Mês	Rep/2013	Rep/2014	Rep/2015
jan	18	33	26
fev	24	30	34
mar	32	31	66
abr	38	16	36
mai	19	26	33
jun	18	30	30
jul	39	23	29
ago	34	15	43
set	34	18	13
out	31	19	39
nov	21	9	40
dez	21	25	44
Soma	329	275	433

Fonte: Elaborada pela própria autora.

O ano de 2015, como já mencionado anteriormente, foi o ano que se obteve maior número de propostas feitas, maior índice de inadimplente, e neste caso maior número de reprovação. Onde o mês em destaque se deu em março, em relação a janeiro de 2014, houve um aumento de 100%.

No que se refere à inadimplência dos cartões de crédito, analisou-se todos os clientes ativos que usa o produto; a tabela 5, a seguir, aponta o quanto de clientes ativos a empresa KCB possui e como se comportou a inadimplência durante o período estudado.

Os valores na tabela 5 indicam que houve um crescimento no número de clientes inadimplentes no decorrer dos três anos; porém, quando se analisa o percentual dos clientes em mora, os valores permaneceram próximo dos 10% do

total de clientes. Os valores foram aproximadamente em 10%, 8% e 9% nos respectivos anos de 2013, 2014 e 2015.

Tabela 5: Inadimplência dos cartões durante o período estudado.

Ano	Total de clientes	Cientes em Mora	Pagos	Inadimplentes
2013	4099	411	217	194
2014	5441	471	206	265
2015	6560	617	192	425

Fonte: elaborada pela própria autora.

Quando se avalia o valor pago por ano pelos clientes em mora, o estudo aponta uma queda no recebimento, enquanto em 2013 recebeu-se aproximadamente 53% de todas as faturas em mora, em 2014 o valor correspondeu a aproximadamente 44% dos recebimentos. A inadimplência de acordo com os dados ficou mais evidente no ano de 2015, quando o total recebido representa aproximadamente 31% dos atrasados, ou seja, dos 617 clientes que estavam em mora, apenas 192 regularizaram a pendência junto à empresa. Um fator preponderante para ressaltar a análise, é que, a soma total dos inadimplentes que não conseguiram realizar os pagamentos é superior em aproximadamente 43% aos que conseguiram pagar durante os três anos que foi realizada a pesquisa.

Os gráficos a seguir representam os cancelamentos de cartões realizados durante o período estudado, eles ocorrem por dois motivos; a pedido do cliente e pela administradora do cartão. Quando o cancelamento ocorre a pedido do cliente o mesmo alega pelo fato de estar mudando de endereço de cidade, ou mesmo por motivos pessoais sem identificação. Já pela administradora o motivo do cancelamento é devido ter ocorrido atraso na fatura, e ao longo do tempo de inadimplente não ter demonstrado interesse em negociar o débito ou não ter conseguido contato com o mesmo.

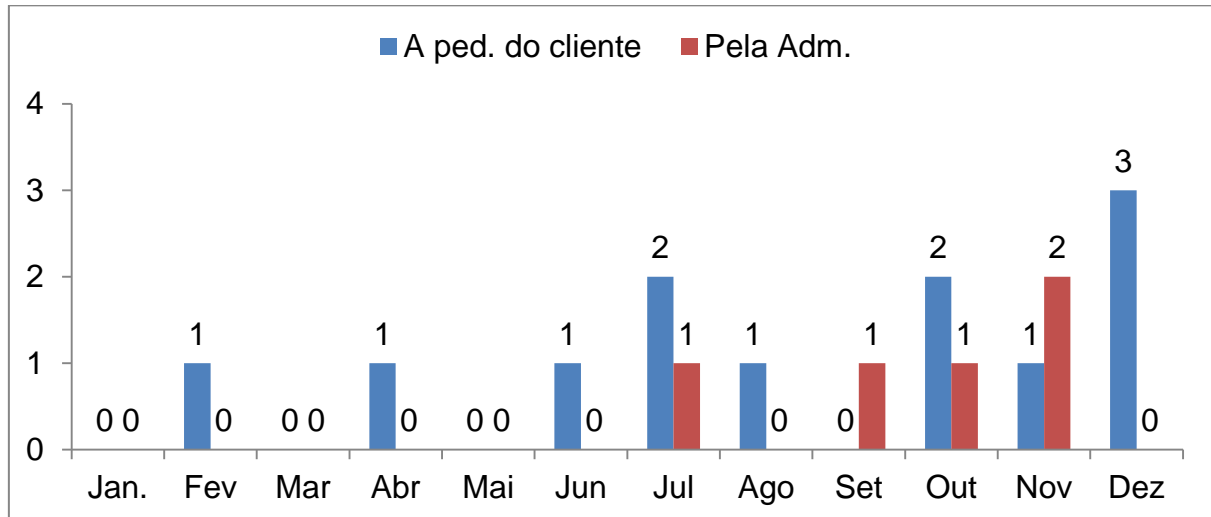
No gráfico 3 se apresenta os dados referentes ao número de cancelamentos realizado durante o ano de 2013.

Os resultados apontam que de janeiro a junho e no mês de agosto, houve 100% com número absoluto de apenas 1 cancelamento a pedido do cliente, não havendo cancelamento por parte da administradora.

Em julho e outubro ocorreu um cancelamento maior por parte do cliente, ocorrendo o contrário em novembro. Em dezembro registrou um maior número a

pedido do cliente, não tendo cancelamento pela administradora. De modo geral, o gráfico aponta um crescente de cancelamento no decorrer do ano.

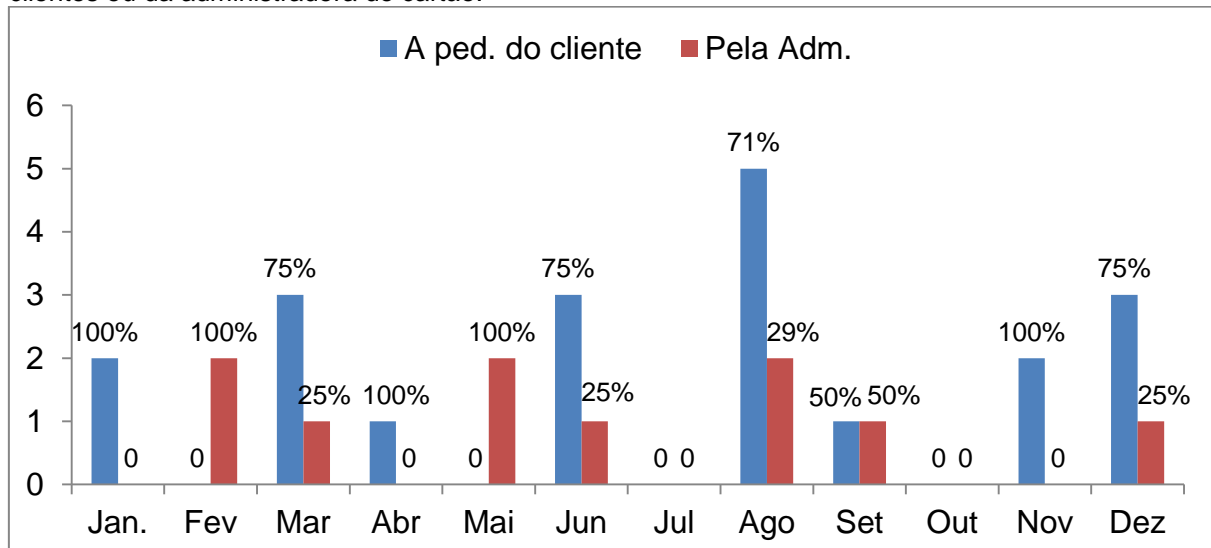
Gráfico 3: Percentual de cancelamentos realizados durante o ano de 2013, referente a pedidos de clientes ou da administradora do cartão.



Fonte: Elaborado pela própria autora

O gráfico 4 a seguir corresponde aos números de cartões cancelados no decorrer do ano de 2014.

Gráfico 4: Percentual de cancelamentos realizados durante o ano de 2014, referente a pedidos de clientes ou da administradora do cartão.

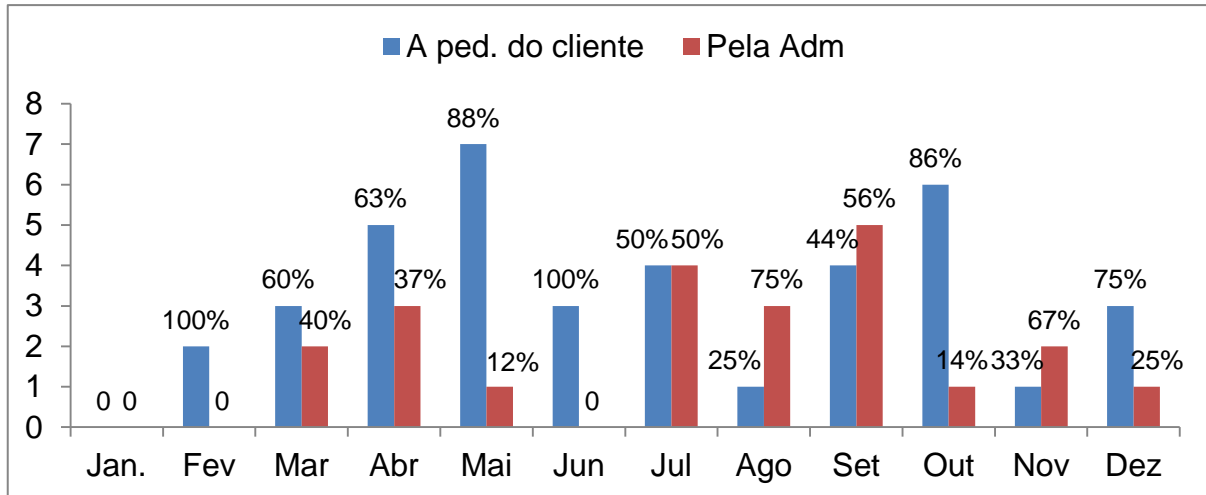


Fonte: Elaborado pela própria autora

Em janeiro e novembro apresentou o mesmo número de cancelamento, sendo apenas solicitado pelo cliente. Em agosto registrou um maior percentual tanto a pedido do cliente quanto pela administradora do cartão, e o menor índice ocorreu em setembro, ficando julho e outubro sem cancelamento por ambas as partes.

A seguir, o gráfico 5 apresenta os índices de cancelamento realizado no período de 2015.

Gráfico 5: Percentual de cancelamentos realizados durante o ano de 2015, referente a pedidos de clientes ou da administradora do cartão.



Fonte: Elaborado pela própria autora

Em 2015 houve um maior índice de cancelamentos comparado aos anos anteriores, com destaque para o mês de setembro, onde o cancelamento por parte da administradora foi superior aos pedidos dos clientes. Ficando somente o mês de janeiro sem nenhum cancelamento. Os estudos apontam ainda que o menor percentual solicitado pelo cliente ocorreu no mês de agosto e novembro. Em contrapartida, em abril, maio e outubro esse percentual praticamente triplicou. De modo geral os cancelamentos nos três anos analisados, ocorreram em superioridade a pedido dos clientes.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo analisar e identificar os índices da inadimplência, indicadores de concessão de crédito e de cancelamento na empresa KCB. O estudo indica uma evolução da inadimplência, na medida em que foi aumentando a carteira de clientes, aumentou-se o índice de clientes inadimplentes. Assim, os clientes em mora que regularizaram suas dívidas junto à empresa nos anos de 2013, 2014 e 2015 foram aproximadamente 53%, 44% e 31% do total dos clientes que fazia parte do quadro de clientes em mora.

Os resultados encontrados nesse trabalho apontam um decréscimo no valor recebido, de 2013 para 2014 houve uma redução de 9%, já de 2014 para 2015 foi de

13%. Em suma, o índice de inadimplência se torna mais concentrado no ano de 2015.

Assim sendo, o índice de cancelamento permaneceu crescente dentro dos três anos de estudo, tanto a pedido do cliente como pela administradora do cartão de crédito. O índice maior de cancelamentos solicitado pelo cliente durante o ano de 2013 ficou concentrado entre julho a dezembro, já pela administradora, de janeiro a junho esse índice permaneceu estável, sem cancelamento.

Em 2014 houve uma grande oscilação de ambas as partes, agosto apresentou um maior número, ficando em julho e outubro sem cancelamento. Em 2015, por haver uma carteira maior de cliente, assim como um índice maior de clientes em mora, contribuíram com que esse número de cartões cancelados aumentasse nas duas análises. Outro aspecto apontado é que durante os três anos estudados em cima dos dados de cancelamentos, o único ano que apresentou o número maior de cancelamento pela administradora foi em de 2015, onde setembro superou o número a pedido do cliente dentro do mesmo mês.

Nas análises das propostas que foram negadas pela operadora foram por motivos como divergência nos dados cadastrais, clientes com restrições e outros fatores que impedem a concessão do cartão de crédito que a operadora não forneceu.

Ao se analisar a concessão e aprovação de crédito observam-se através dos dados obtidos, que a cada ano dentro do período estudado, houve um aumento na carteira de cliente, mesmo havendo uma queda de aproximadamente 28% em 2014 no número de cartões aprovados comparado ao ano de 2013. Em contrapartida, em 2015 superou esse número com um aumento de aproximadamente 46% relacionado ao mesmo período anterior.

Portanto é possível concluir que, ao analisar o percentual dos clientes em mora, os valores ficaram próximo dos 10% do total de clientes, isso significa dizer que a cada mil clientes que compram 100 ficam em mora, ou seja, deixam de honrar com seus compromissos em dia, gerando assim custo adicional para a empresa e possíveis transtornos em seu controle financeiro.

De modo geral, as empresas que administra cartão de crédito devem adotar critérios claros para a concessão dos cartões, para não ocorrer altos índices de inadimplência.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Yolanda Vieira; COELHO, Sanay Bertelle. **Evolução histórica da moeda, estudo de caso: Brasil (1889 – 1989)**. Málaga, Espanha: Universidade de Málaga, 2009.
- ANDREZO, Andrea F; LIMA, Iran S. **Mercado Financeiro: Aspectos conceituais e históricos**. São Paulo: Atlas, 2007.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão financeira uma abordagem introdutória**. 3. Ed. São Paulo; Saraiva, 2014.
- CENSO DEMOGRÁFICO 2015. **Tocantins- Araguaína**. IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2015. Disponível em: <http://cod.ibge.gov.br/9R3>. Acesso em: 10 mai. 2016
- CORREIA, Luiz Soares. **A influência da BR-153 no crescimento e desenvolvimento econômico de Araguaína**. 2015. 153 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Transportes, Universidade de Brasília, Brasília, 2015.
- CVM – Comissão de Valores Mobiliários. **Mercado de valores mobiliários brasileiros**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Comissão de Valores Mobiliários, 2014.
- DONADIO, Rosimara; CAMPANARIO, Milton Abreu; RANGEL, Armenio Sousa. **O papel do da alfabetização financeira e do cartão de crédito no endividamento dos consumidores brasileiros**. RE Mark - Revista Brasileira de Marketing, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 75-93, jan./abril. 2012. Disponível em: [file:///C:/Users/Rafael/Downloads/Donadio_Campan%3%A1rio_Rangel_2012_O-papel-do-da-alfabetizacao-fi_7201%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Rafael/Downloads/Donadio_Campan%3%A1rio_Rangel_2012_O-papel-do-da-alfabetizacao-fi_7201%20(2).pdf). Acesso em: 22 abr. 2014.
- FAZZIO JUNIOR, Waldo, **Cartão de crédito, cheque e direito do consumidor**. São Paulo: Atlas, 2011.
- GUIMARÃES, Inácio Andruski; CHAVES, Anselmo Neto. Reconhecimento de padrões: metodologias estatísticas em crédito ao consumidor. 2002. V. 1, n. 2. **RAE-eletrônica** (revista aberta) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2002.
- GALVES, Carlos. **Manual de economia política atual**. 14. Ed. Florence Universitária, 1996.
- GASTALDI, J. Petrelli. **Elementos da economia política**. 16. Ed. Rio de Janeiro: Saraiva, 1995.
- GITMAN, Lawrence J. **Princípios de Administração financeira-Essencial**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12ª ed. São Paulo: Pearson, 2010.

HUGON, Paul. **A moeda: introdução à análise e as políticas monetárias e à moeda no Brasil**. 2. Ed. São Paulo: Biblioteca de ciências sociais, 1972.

JUNIOR, Evaldo Gomes. **Fronteira e reestruturação produtiva na Amazônia Brasileira (2003-2013)**: um estudo sobre a mudança na hierarquia urbana do município de Araguaína (TO) na Amazônia Oriental. 2015. 101 f. Dissertação (Mestrado). Programa em Pós-Graduação em Desenvolvimento Econômico, área de concentração em Desenvolvimento Econômico, Espaço e Meio Ambiente, Universidade Estadual de Campinas, São Paulo, 2015.

Littwin, Angela. **Beyond Usury: A Study of Credit Card Use and Preference Among Low-Income Consumers**. Texas Law Review, Vol. 86, Number3, February 2008.

LOPES, João Do Carmo; ROSSETTI, José Paschoal. **Economia monetária**. 9. Ed. São Paulo; Saraiva, 2005.

MOURA, Ana Grisanti. **Impacto dos diferentes níveis de materialismo na atitude ao endividamento e no nível de dívida para financiamento do consumo nas famílias de baixa renda do município de São Paulo**. 2005. 174 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, 02.03, São Paulo, 2005.

OLIVEIRA, Veludo; IKEDA, Ana Akemiand Santos; RUBENS, da Costa. **Compra compulsiva e a influência do cartão de crédito**. RAE- Revista de Administração de Empresas, São Paulo, vol.44, n.3, p. 89-99, jul./set, 2004. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=155117750008>. Acesso em: 13 abr. 2016.

PAIVA, Carlos A. Carvalho. **Administração do Risco de Crédito**. Rio de Janeiro: Qualitymark. 1997.

POTRICKOS, Marco Antonio. **Noções e Funcionamento das Contas a Receber nas Empresas Modernas**. Monografia de pós-graduação para magistério. Universidade do Contestado. Caçador: abril, 2002.

SANDRONI, Paulo. **Novíssimo dicionário de economia**. São Paulo: Editora Best Seller, 1999.

SCHUTZ JUNIOR, Alceo; OLIVEIRA, Deymes Cachoeira de. **Apresentação do histórico do cartão de crédito e alguns aspectos polêmicos à luz do direito do consumidor**. Revista Eletrônica de Iniciação Científica. Itajaí, Centro de Ciências Sociais e Jurídicas da UNIVALI. v. 4, n.3, p. 16-32, 3º Trimestre de 2013. Disponível em: www.univali.br/ricc. Acesso em: 15 jun. 2016.

SILVA, José Pereira. **Gestão e análise de risco de crédito**. São Paulo: Atlas, 1998.