

## O Perfil do Empreendedor e as Práticas Empresariais Associadas à Oferta de Crédito Comercial Informal

### *The Profile of the Entrepreneur and the Business Practices Associated with the Offer of Informal Commercial Credit*

**Dany Rogers<sup>a</sup>**

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4862-4712>

**Pablo Rogers<sup>b</sup>**

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0093-3834>

#### Resumo

A economia informal é importante para as economias emergentes e, mesmo assim, é negligenciada pela literatura financeira, especialmente pesquisas que analisam operações de crédito feitas informalmente no mercado varejista, prática essa bastante utilizada pelas micro e pequenas empresas (MPEs) brasileiras. Assim, esse estudo tem como objetivo analisar a gestão da oferta de crédito comercial informal (CCI) em MPE, com destaque para o perfil do empresário e as práticas empresariais associadas à sua adoção. Os resultados mostraram que a oferta de CCI é utilizada por quase 80% das empresas pesquisadas; que 43,5% delas não conseguiriam sobreviver sem sua adoção; e que, em mais de 60% das empresas que o utiliza, pelo menos, 20% do seu faturamento é obtido por meio da oferta de CCI. Observou-se também que a escolaridade do empresário, o faturamento da empresa e os custos relacionados às ações de cobranças estão associados à concessão do CCI e ao risco percebido pelo empresário na operação.

**Palavras-chave:** Crédito Comercial Informal. Percepção de Risco. Micro e Pequenas Empresas.

#### Abstract

The shadow economy is important to the emerging economies but is neglected by the financial literature, specifically by researches that analyze credit operations executed through an informal way in the retailing market, which is a very common practice by Small and Micro Enterprises (SMEs), at Brazilian towns. Therefore, this study has, as objective, to analyze the management of shadow commercial credit (SCC) in SMEs, specifically the profile of the entrepreneur and the business practice associated with its adoption. The results show that SCC is used by almost 80% of the studied companies; that 43,5% of these companies would not be able to survive without it; and that, in more than 60% of these companies, at least 20% of their revenue is obtained through SCC. It was observed that the education of the entrepreneur, revenue of the company and costs related to the collections management are associated to the granting of SCC, as well the risk perceived by the entrepreneur, on the operation.

**Keywords:** Shadow Commercial Credit. Risk Perception. Small and Micro Enterprises.

<sup>a</sup> Universidade Federal de Uberlândia, MG, Brasil. E-mail: [danyrogers@pontal.ufu.br](mailto:danyrogers@pontal.ufu.br)

<sup>b</sup> Universidade Federal de Uberlândia, Brasil. E-mail: [pablorogers@ufu.br](mailto:pablorogers@ufu.br)

## 1 INTRODUÇÃO

A economia de uma sociedade se movimenta pela circulação de bens duráveis e não duráveis, isso gera um fluxo nas riquezas financeiras, seja de uma cidade, estado ou país. Comumente, o Produto Interno Bruto (PIB) de um país é toda a riqueza gerada por ele em determinado período de tempo, porém, o PIB desconsidera em sua somatória a economia informal, que pode ser definida como, justamente, a produção de bens e serviços, sejam esses legais ou não, que não são contemplados nas estimativas do PIB (SMITH, 1994).

Sobre a economia informal, Schneider, Buehn e Montenegro (2010) descrevem que ela inclui a produção de bens e serviços que são deliberadamente ocultos das autoridades públicas para evitar pagamentos de impostos, taxas e contribuições sociais; ou o cumprimento de certas normas trabalhistas como salário mínimo e regras de segurança no trabalho.

Normalmente, a economia informal, e, conseqüentemente, a oferta de CCI, não faz parte de estatísticas realizadas por órgãos governamentais (e.g. Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico – BNDES), ou por agências de proteção de crédito (e.g. Experian-Serasa), principalmente devido à dificuldade em obtenção desses dados (SANTOS; MENDES-DA-SILVA; GONZALEZ, 2018), e isso seria justificado por Schneider, Buehn e Montenegro (2010) porque todos os envolvidos nesse tipo de atividade não desejam ser identificados.

Mas, apesar da negligência dos órgãos públicos e privados, e da própria academia, segundo estimativas de Schneider, Buehn e Montenegro (2010), o tamanho médio da economia informal (como percentual do PIB) em 2007 foi de 28,3% em países em desenvolvimento, 41,1% em países em transição (Leste Europeu e Ásia Central) e 19,4% em países de alta renda integrantes da Organização

para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE).

No cenário nacional, Gonzalez et al. (2013), por meio de uma amostra com 2.885 indivíduos de 284 cidades de todas as regiões brasileiras, ao realizar um panorama do acesso e uso de serviços financeiros considerando quatro categorias (contas bancárias, poupança, crédito e seguros), encontraram que 17% dos respondentes declararam utilizar crédito informal – o chamado “fiado”. Kumar (2004) encontrou em sua pesquisa que 46% dos entrevistados declararam possuir algum tipo de crédito informal, sendo desde agiota até empréstimos familiares/amigos, ou compra “fiado” na mercearia.

Esses resultados são reflexos da exclusão financeira existente no país, que segundo Anderloni et al. (2006), referem-se às dificuldades dos indivíduos de classes mais vulneráveis em ter acesso ao sistema financeiro em todas as suas dimensões, tais como a abertura de conta corrente, à opção de pagamento diferente de dinheiro ou à taxa de juros satisfatórias. E, tanto as pessoas que se encontram na categoria dos “desbancarizados” (sem qualquer acesso a uma instituição bancária formal) quanto dos “sub-bancarizados” (possuem acesso restrito a serviços bancários), estão, de acordo com Crocco, Santos e Figueiredo (2013), mais propensas a procurarem o mercado financeiro informal, onde se encontra o crédito informal.

Conforme Caouette, Altman e Narayanan (2009) a expansão do crédito para certos setores de um país pode explicar o motivo de alguns países serem desenvolvidos e outros subdesenvolvidos. Dow (1987) criou modelos compostos por diversos padrões em que mostra como funciona o sistema financeiro de determinados setores e regiões. E, por meio desses padrões, conseguiu explicar as regiões mais desenvolvidas tendo por base a liquidez do mercado proporcionada por agentes otimistas que possibilitaram e contribuíram para que houvesse um crédito mais corrente em circulação. É importante

também ressaltar a influência do crédito quanto às mudanças e evoluções sociais, uma vez que ajuda as pessoas a atingirem objetivos, além de ser considerado um agente causador e facilitador das movimentações de bens e serviços.

Soma-se a isso, segundo Allen, DeLong e Saunders (2003), que o mercado de crédito de varejo apresenta desafios especiais por causa de suas características, e que não se deve analisá-lo com os mesmos modelos utilizados para a análise de empréstimos grandes, entre outros motivos, porque é concedido empréstimos nesse setor, essencialmente, para clientes pequenos e não classificados.

Nesse contexto, este estudo tem como objetivo analisar a gestão da oferta de crédito comercial informal (CCI) em MPE, especificamente, o perfil do empresário e as práticas empresariais associadas à sua adoção. Como objetivos específicos pretende-se entender os principais fatores considerados pelos empresários para a realização desse tipo de transação e os posicionamentos deles em relação à inadimplência dos clientes. Este estudo adota como CCI as operações realizadas entre as MPE e seus clientes por meio das notas promissórias, cheques pré-datados e notas simples, acompanhadas da assinatura ou não do cliente (i.e. “notinhas”).

Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2017), em 2015, havia cerca de 6,8 milhões de estabelecimentos de MPE; que representavam 54% dos empregos formais de estabelecimentos privados não agrícolas do país (17,2 milhões); e, quase, 44% da massa de salários pagos aos trabalhadores. Entre 2005 e 2015, as MPE criaram 6,1 milhões de empregos com carteira assinada (55,3% de crescimento no período e um crescimento médio de 4,5% ao ano) e a remuneração média real dos empregados formais cresceu 2,6% ao ano, sendo esse resultado tanto superior ao crescimento da renda média real de todos os trabalhadores do mercado formal (2,1% ao ano) quanto

daqueles alocados nas médias e grandes empresas (1,6% ao ano).

Conforme Douette, Lesaffre e Siebeke (2012), na maioria dos países do mundo, as MPEs contribuem com mais de 50% do PIB e empregam em torno de 40% da força de trabalho. No Brasil, as MPE representam 27% do PIB, segundo dados do SEBRAE (2018). Soma-se a isso, conforme Torre, Peria e Schmukler (2010), que pequenas empresas têm se tornado um ponto fundamental para economistas e políticos, uma vez que elas são maioria, e cria-se um impacto forte nos indicadores econômicos de um país, despertando assim interesses para oferecer incentivos financeiros e fiscais para que possam se desenvolver. Dessa forma, este estudo se justifica tendo em vista que as MPE são um dos principais pilares de sustentação de uma economia, mas sendo também fundamental para a estabilidade política e social.

Tendo em vista que esta pesquisa foi realizada em Ituiutaba-MG que possui 104.067 habitantes, estimados em 2018 (IBGE, 2019), entende-se que um melhor conhecimento dessa informalidade na gestão de crédito em um município desse porte pode propiciar melhorias nas práticas empresariais do município. Além de contribuir para que os comerciantes que se encaixam no perfil aqui traçado tenham possibilidades de agregar melhorias em seu sistema de gestão, assim como possibilidade de entender a influência e a importância do crédito informal para as suas empresas. Entende-se que a identificação das variáveis analisadas pelo empresário quando da oferta do CCI, juntamente com o posicionamento tomado quando o cliente se torna inadimplente, seja de grande importância para a gestão de uma empresa comercial de pequeno porte.

É importante destacar também que esse assunto é pouco explorado na literatura financeira e não foram encontrados estudos que analisaram esse tipo de operação de crédito, tanto em níveis nacionais quanto internacionais. Quando se pesquisa o tema crédito, filtrando-o para micro e pequenas

empresas comerciais, e adicionando a palavra-chave informal, as evidências tratam do financiamento informal de pequenas e micro empresas. Como será abordado o perfil da oferta de crédito por essas empresas na presente pesquisa, ou seja, o outro lado da moeda, espera-se preencher uma lacuna na literatura, fundamental para a evolução do conhecimento na área financeira e de pequenas e médias empresas de caráter regional. Além disso, pouco é conhecido sobre o desenvolvimento e o tamanho da economia informal ao redor do mundo (SCHNEIDER; BUEHN; MONTENEGRO, 2010), característica ainda mais marcante no mercado brasileiro.

## 2 Referencial teórico

O crédito e tudo que o envolve se relacionam com o capital de giro das empresas, que são todos os recursos de curto prazo, seja do ativo ou passivo circulante, que geralmente podem ser convertidos em caixa em um prazo máximo de um ano. Assim, a gestão do capital de giro em uma organização equivale à identificação, organização, planejamento e gestão dos seus recursos de curto prazo, essencialmente, mas não exclusivamente, o caixa, as contas bancárias, a conta-poupança, os clientes, os estoques, os fornecedores e os empréstimos de curto prazo.

É um desafio para qualquer empresa fazer uma boa gestão do capital de giro de maneira que consiga conciliar os seus pagamentos com recebimentos, um estoque que não deixe faltar mercadoria para o cliente, mas que também não proporcione falta de liquidez, altos custos de armazenagem e avarias/roubos, empréstimos de curto prazo que não sejam imobilizados e/ou que o crédito concedido esteja dentro de condições e prazos que satisfaçam o cliente, mas que por outro lado possam ser financiados pela empresa.

Uma empresa pode sobreviver muitos anos sem quaisquer lucros e

rentabilidades, porém dificilmente ela consegue sobreviver sem uma boa gestão de capital de giro. E, especialmente, para MPE a boa gestão é ainda mais crucial devido a inúmeros fatores, entre eles as poucas opções disponíveis de financiamento das atividades da empresa e as altas taxas de juros pagas nos financiamentos bancários. Alvarenga (2016) realizou uma pesquisa com o objetivo de analisar fatores determinantes para a mortalidade de MPE e encontrou como principal resultado, justamente, a falta de capital de giro suficiente para seu funcionamento, combinada com a dificuldade no acesso ao capital das instituições financeiras.

Sobre os motivos do capital de giro enquanto determinante para a mortalidade das MPE, um estudo realizado no estado de Minas Gerais mostrou que as principais dificuldades na gestão do capital de giro de uma MPE se refere ao baixo grau de informatização dos sistemas financeiro da empresa, seguindo pela falta de sincronização entre pagamentos e recebimentos, falta de cobrança de dívidas vencidas e má gestão dos estoques (SILVA; FONSECA; BITARAI, 2018).

E, apesar da gestão de caixa de uma MPE ser, normalmente, o ativo de maior preocupação quando se trata de capital de giro, existem diversas outras questões, e uma dessas refere-se à negligência dos gestores dessas empresas em relação às suas políticas de crédito e cobrança.

Uma operação de crédito trata-se de um processo entre agentes superavitários, considerados poupadores, e agentes deficitários, que necessitam de recursos financeiros. Crédito se refere à troca de um valor presente pela promessa de um reembolso futuro. Para um melhor entendimento desse conceito destacam-se duas noções fundamentais: a confiança que está expressa na promessa de pagamento, e o tempo estipulado entre o devedor e o credor.

Para um dos primeiros autores a analisar a relação entre crédito e economia (BECKMAN; OTTESON, 1949), a oferta

de crédito precisa ser vista como um importante recurso estratégico para alcançar o objetivo principal da administração financeira, que é a maximização de valor aos acionistas.

Para Minussi, Damacena e Ness (2002), a atividade de concessão de crédito é influenciada por condições macroeconômicas e políticas/governamentais de um país, flutuando entre um conservadorismo defensivo e uma agressividade responsável. Nesse sentido, para esses autores (*ibid.*, p. 111) “os sistemas de crédito são, normalmente, resultantes de uma camada de atitudes, respostas e padrões comportamentais que derivam do nível estratégico organizacional e, muitas vezes, do principal executivo responsável pela área”, sendo “a filosofia da organização, tradição e os padrões existentes fatores adicionais incorporados”.

Nesse contexto, em um processo de análise de crédito, com o intuito de averiguar a idoneidade e a capacidade financeira de pagamento do cliente, comumente utiliza-se a técnica conhecida como Cs do Crédito, que reflete justamente a opinião/experiência/*feeling* de analistas ou executivos da empresa, conforme destacado por Minussi, Damacena e Ness (2002).

Nessa técnica subjetiva de análise de crédito de um cliente (os Cs do Crédito), a decisão baseia-se na experiência adquirida, disponibilidade de informações e sensibilidade de cada analista quanto ao risco para o negócio, sendo o processo composto por 5 principais categorias: o caráter, que está associado à idoneidade do cliente no mercado; a capacidade, que se refere ao julgamento em relação à habilidade do cliente em converter seus investimentos em receita; o capital, que é a situação financeira do cliente; o colateral, que é a riqueza patrimonial do cliente; e as condições, que se relacionam à sensibilidade da capacidade de pagamento do cliente à ocorrência de fatores externos adversos (SANTOS, 2015).

O crédito e as formas de pagamento oferecidas pelas MPE são importantes benefícios que elas precisam oferecer para não perderem vendas, mas, infelizmente, o uso de uma técnica, mesmo simples como os Cs do Crédito, geralmente não é utilizada pelas MPE para a análise de crédito de seus clientes.

As principais formas de crédito ao consumidor existentes no mercado brasileiro são o cheque, o cartão de crédito, o boleto bancário, o crediário, o *private label*, o crédito direto ao consumidor (CDC), a nota promissória, o *leasing* e o crédito imobiliário. De acordo com Guimarães e Neto (2012), o crédito ao consumidor geralmente reflete para as pequenas empresas alto volume em pequenos valores, pois há elevado número de clientes. Eles (*ibid.*) afirmam que os métodos utilizados para avaliação desses consumidores são limitados, pois ao existir uma grande massa de clientes e a coleta de dados ser difícil, isso muitas vezes resulta em cadastros incompletos.

Quando se trata de MPE torna-se prática comum as transações de crédito registradas em notas promissórias, cheques pré-datados e “notinhas”. Mas, apesar da existência desse mercado e a hipótese levantada que a oferta de CCI é importante para esse perfil de empresa, esses tipos de operações de crédito não são estudadas pela literatura financeira.

### 3 METODOLOGIA

O estudo em questão envolveu as MPE de Ituiutaba-MG e, primeiramente, realizou-se uma previsão da quantidade de empresas instaladas no município. Por meio da Câmara de Dirigente Lojistas (CDL) foi possível verificar que o município contava com um total de 531 empresas associadas à CDL. Dessa lista, as empresas selecionadas foram referentes aos setores de comércio e serviços como lojas de roupas e calçados, óticas, lojas de material de pesca, lanchonetes, mercearias, sorveterias, padarias, assistência técnica, lavanderias,

confeção de roupas e academias de musculação, entre outros setores. Essas atividades foram definidas uma vez que, segundo SEBRAE (2017), em 2015, o comércio era a atividade com maior número de MPE do país (45,2%), seguido pelo setor de serviços com 39,1% do total.

Os parâmetros utilizados na definição das MPE para a prospecção das empresas participantes foram baseados ou no número de funcionários, ou no faturamento, conforme o critério SEBRAE (2013).

A partir dessas limitações, foi possível encontrar um total de 320 empresas associadas ao CDL que se encaixavam no perfil estipulado para o estudo. Apesar de não terem sido coletadas informações de todas essas empresas, no final da aplicação do questionário um total de 301 empresas fizeram parte da amostra.

As nove primeiras questões do questionário englobaram aspectos gerais das empresas e dos empresários. A finalidade dessas questões foi conhecer o perfil das empresas/proprietários e identificar possíveis influências desses perfis na forma que os mesmos lidam com o crédito informal. Para categorização de cada uma dessas variáveis utilizou-se como referência os grupos determinados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) e a classificação do SEBRAE.

Para as demais questões, a sua elaboração foi realizada de acordo com as necessidades de informações referentes à oferta de CCI, que foram identificadas durante o período de planejamento e elaboração do questionário (estudo piloto e pré-teste do questionário). É importante ressaltar que a aplicação do questionário completo apenas foi realizada caso a empresa operasse com a oferta de CCI. Caso contrário, após as questões relacionadas ao perfil da empresa e dos proprietários, foi realizada somente mais uma pergunta para identificar os motivos

pelo quais a empresa não utilizava o crédito informal (questão 18 do questionário).

A questão 10 diz respeito aos instrumentos de crédito utilizados pelas empresas na sua prática de vendas a prazo, e foram usadas as respostas a essa pergunta para construir uma variável dicotômica, onde: 0 = Cartão de crédito, boleto bancário, carnê e a empresa não vende a prazo; e 1 = Cheque pré-datado, notinhas e nota promissória. Nesse caso, a categoria de resposta 1 indica a presença de crédito informal no faturamento total da empresa. Essa variável foi relacionada com as outras de perfil da empresa e proprietários para detectar possíveis associações, as quais, foram verificadas estatisticamente pelo teste Qui-quadrado ( $\chi^2$ ).

Dado que a empresa adota algum instrumento de CCI, foram propostas quatro perguntas ordinais: questão 11 (%Crédito informal/vendas a prazo), questão 13 (Prazo médio com crédito informal), questão 14 (%Crédito informal/atrasos) e questão 16 (%Crédito informal/perdas); que visaram avaliar o risco de crédito percebido com a prática da oferta de CCI. A partir dessas perguntas, consideradas como itens do referido constructo, ajustou-se um modelo de Análise Fatorial Exploratória (AFE) com a expectativa de estimar um fator comum (traço latente) que mensure o risco de crédito percebido com a prática de oferta de CCI. A percepção inicial era que esses quatro itens fossem positivamente correlacionados, e mesmo medidos de forma subjetiva pela opinião dos proprietários, ou seja, sujeitos a erros de medidas, poderia obter-se, nos termos estatísticos, um fator de risco de crédito com a prática da oferta de crédito comercial informal de forma confiável.

Adicionalmente, também foi proposta a aplicação de uma AFE, de forma independente, na questão 15, que foi concebida para avaliar as ações de cobrança utilizadas pelas empresas que adotam a oferta de CCI. Essa questão possui uma escala de 4 pontos do tipo Likert (1 = Nunca, ..., 4 = Sempre), e seu último item

(15.9 “Não é realizado nenhum tipo de ação de cobrança”), foi separado para ser utilizado como item de verificação convergente.

Os dois modelos AFE propostos foram estimados a partir da matriz de correlações, por componentes principais, com rotação varimax e utilização do critério de autovalor  $> 1$  para definição do número de fatores. Para ajustes dos modelos AFE seguiram-se as recomendações da literatura e atenção quanto: a) comunalidades superiores a 0,30; b) teste de esfericidade de Bartlett significativo; c) medidas de adequação da amostra (MSA)  $> 0,50$ ; d) cargas fatoriais superiores a 0,40 por se tratar de uma amostra relativamente grande; e) medida de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)  $> 0,60$ ; f) porcentagem da variância total explicada por todos os fatores ao redor de 50%; e g) alfa de Cronbach  $> 0,60$ . Os escores fatoriais originados nos modelos foram estimados pelo método da regressão com escores fatoriais padronizados, e assim, relacionados entre eles, as variáveis de perfil da empresa/proprietário e as questões 10 e 12.

Devido ao caráter intrinsecamente ordinal da maioria das variáveis, inclusive os fatores que foram estimados na AFE, optou-se pela utilização de testes não paramétricos: i) Correlação de Spearman ( $\rho$ ); Teste Mann-Whitney ( $Z$ ); e Teste Kruskal-Wallis ( $\chi^2$ ). Entretanto, devido as questões 10 e 12 serem de múltipla resposta, para avaliar a relação dos fatores estimados na AFE contra elas, utilizou-se o Teste  $t$  com ajuste para comparações múltiplas via Benjamini-Hochberg, devido à falta de um teste equiparável no campo não paramétrico. Crê-se que, a despeito da falta de normalidade das variáveis, mesmo assim, devido ao tamanho da amostra, o teste  $t$  apresentaria resultados assintoticamente confiáveis. Cabe ressaltar que para execução dos testes estatísticos, exceto no caso da Correlação de Spearman, adotou-se o procedimento de aglutinar as classes/categorias das variáveis de perfil da empresa/proprietário com poucas

observações. Utilizou-se um nível de significância de 5% e o *software* SPSS v.24 para as análises.

## 4 RESULTADOS

### 4.1 Perfil das empresas e proprietários

Das 301 empresas participantes, a maioria tem como principal ramo de atividade o comércio varejista, uma vez que representou 75,4% da amostra. Com um percentual inferior tem-se o ramo de atividade de alimentação com 10,0% e o comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas com 6,6%. Em relação ao tempo de atividade das empresas, 63,1% das empresas têm mais de 5 anos de operação, enquanto 9,0% tem menos de 1 ano de operação. Assim, torna-se possível afirmar que prevalece na amostra empresas mais sólidas, representando uma característica importante para a avaliação de sua gestão de crédito informal, tendo em vista o pressuposto que elas já possuem experiências com essa prática.

Quanto ao número de funcionários, 63,5% responderam ter de 1 a 4 funcionários e 24,3% têm de 5 a 9: 87,8% delas são microempresas conforme essa classificação de porte. Quanto ao faturamento bruto mensal, 16,3% das empresas possuem um faturamento inferior ou igual a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais) e 49,8% faturam entre R\$ 5.000 (cinco mil reais) e R\$ 30.000 (trinta mil reais): por essa classificação 66,1% delas são consideradas microempresas. Por meio do questionário também foi possível verificar que 28,2% das empresas possuem um faturamento superior a R\$ 30.000 (trinta mil reais) e inferior ou igual a R\$ 300.000 (trezentos mil reais), sendo elas consideradas como pequenas empresas. Apenas 1,3% delas disseram ter faturamento superior a R\$ 300.000 (trezentos mil reais) e 13 empresas (4,3%) não quiseram responder essa questão.

Em relação ao perfil do proprietário constatou-se que mais de 60,0% dos

empresários entrevistados possuem entre 35 e 54 anos de idade, e que apenas 3,7% estão abaixo dos 24 anos. Comparando com os dados nacionais, esse percentual é inferior aos 72,5% (proporção em 2015) de empregadores entre 35 e 64 anos de idade (SEBRAE, 2017). Os dados coletados também mostram que 39,5% dos empresários possuem apenas ensino médio ou técnico completo, enquanto 24,6% possuem ensino superior, e 1,7% não possuem nenhum grau de instrução formal. Assim, podemos afirmar que, quase, 65% dos empreendedores da amostra possuem o ensino médio completo ou escolaridade superior, e isso é próximo da média nacional que era de 69,5% em 2015 (SEBRAE, 2017). Dos 301 empresários entrevistados a maioria é do sexo masculino (66,8%), sendo esse dado condizente com o cenário nacional, em que a proporção de mulheres empregadoras era de 27,3%, e com Minas Gerais, que foi de 25%, em 2015, segundo SEBRAE (2017).

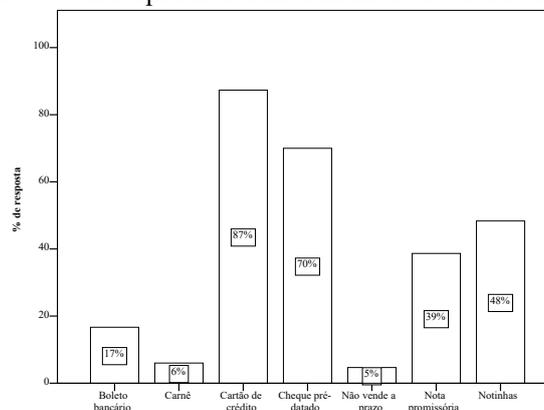
Em termos típicos, podemos delinear o perfil da amostra como microempresas que tem como atividade principal o comércio varejista e estão há mais de 5 anos em operação no mercado. Além disso, seus proprietários, em sua maioria, são homens; têm entre 35 e 54 anos; e possuem ensino médio/técnico ou ensino superior completo.

## 4.2 Descrição das informações de crédito

Inicialmente, foram analisados os meios de pagamentos oferecidos aos clientes pelas MPE participantes da amostra, pois assim seria possível identificar a quantidade de empresas que realizaram vendas a prazo informal. Das 301 empresas participantes da pesquisa, apenas 14 informaram não realizar nenhum tipo de vendas a prazo. Isso significa que mais de 95% das MPE participantes do estudo vendem a prazo.

Das empresas que realizam vendas a prazo, a forma de pagamento mais utilizada é o cartão de crédito, representando 87% das respostas (Gráfico 1). Pôde-se verificar, também no Gráfico 1, que 70% das MPEs informaram utilizar cheques pré-datados, 48% notinhas e 39% notas promissórias. Complementando, um total de 237 (79%) utilizam, pelo menos, uma das formas de pagamento consideradas pelo estudo em questão como instrumentos de concessão de CCI, ressaltando que 64 empresas (27%) utilizam conjuntamente todas essas 3 formas de pagamento. Esses números demonstram a importância desses meios de pagamento para as MPE participantes da pesquisa. Tanto que, conforme a questão 17, uma informação relevante foi de que das 237 empresas da amostra que ofertaram CCI, 43,5% delas afirmaram que não sobreviveriam se não vendessem por meio dessas formas de pagamento.

Gráfico 1 - % de respostas dos instrumentos de créditos utilizados



Fonte: Elaboração Própria.

A Tabela 1 expõe os motivos pelos quais as empresas da amostra não vendem por meio de CCI. Das 64 empresas que informaram não ofertar CCI, foi possível constatar que 93,8% não realizam por causa de possíveis perdas financeiras e 82,8% porque já tiveram experiências negativas no passado com esse tipo de operação de crédito. Além disso, também com um percentual elevado, 68,7% informaram não utilizar por preferir evitar constrangimentos com cobranças e 45,3% por considerar difícil manter o controle dessas vendas.

Esses achados nos informam que o principal problema da não realização do crédito informal pelas MPEs seria o risco da inadimplência, tanto devido às experiências passadas, quanto pela expectativa de perda. Isso pode indicar que os proprietários das MPE estariam dispostos a vender a prazo por meios de pagamentos informais caso conseguisse implementar uma gestão mais eficiente da sua carteira de cobrança.

Tabela 1 – Razões das empresas da amostra não ofertarem crédito comercial informal

Razões	Número de empresas (n)	Número de empresas (%)
Evitar possíveis perdas financeiras	60	93,8
Experiências negativas no passado	53	82,8
Evitar constrangimentos com cobranças	44	68,8
Muito difícil manter o controle desse tipo de venda	29	45,3
A empresa não tem capital de giro para investir nesse tipo de venda	20	31,3
Experiências passadas mostraram que as vendas não aumentaram com o crédito informal	12	18,8
Na visão do dono a utilização desses instrumentos não aumentariam as vendas	11	17,2
Outras opções não especificadas	4	6,3

Fonte: Elaboração Própria.

Para uma maior confiabilidade sobre o papel da oferta de CCI para as MPE participantes da pesquisa, buscou-se verificar a importância desse tipo de venda nas vendas totais da empresa. Para isso, foi perguntado a representatividade da oferta de crédito informal nas vendas totais dessas empresas. Ressalta-se que essa foi uma pergunta realizada diretamente para o proprietário, o que implica ser a sua percepção, e isso pode diferenciar-se dos dados reais.

Das 237 empresas que ofertavam CCI, 43,5% delas afirmaram que não sobreviveriam se não vendessem por meio

dessas formas de pagamento. Conforme se verifica na Tabela 2, constatou-se que 38,4% das empresas obtêm acima de 40% do faturamento bruto por meio da oferta de CCI e 21,9% obtêm entre 21% e 40% do faturamento: em mais de 60% das empresas participantes do estudo, a oferta de CCI representa, pelo menos, 20% de seu faturamento bruto. Isso indica uma representatividade relevante das vendas a prazo informais para as MPE, confirmando a opinião de 43,5% dos proprietários de que as suas empresas não sobreviveriam sem o CCI.

Tabela 2 – Vendas das empresas da amostra obtidas por meio do crédito comercial informal

Representatividade das vendas	Número de empresas (n)	Número de empresas (%)
0% - 5%	39	16,5
6% - 10%	27	11,4
11% - 20%	28	11,8
21% - 40%	52	21,9
Acima de 40%	91	38,4
Total	237	100,0

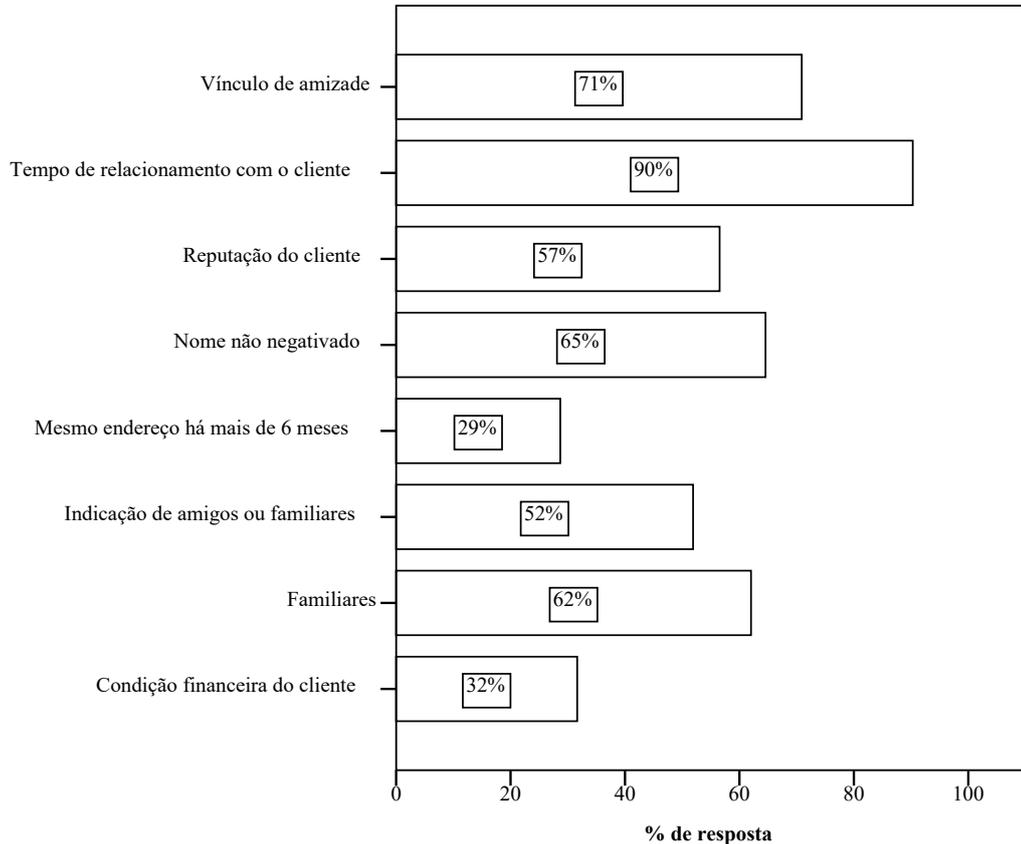
Fonte: Elaboração Própria.

Em um processo de concessão de crédito é normal as empresas analisarem a situação econômica e financeira do cliente, a sua capacidade e disposição para pagamento das contas, os dados cadastrais do cliente, entre outras informações. Apesar dessas informações serem relevantes em um processo de concessão de crédito, suspeita-se que estas não eram as principais razões quando o micro e pequeno empresário vende por meio de notinhas, notas promissórias e cheque pré-datado em virtude das peculiaridades desse tipo de venda.

Diante disso, buscou-se identificar os principais critérios considerados pelos

micro e pequenos empresários no processo de decisão das vendas a prazo por meio das formas de pagamento informais (Gráfico 2). Um dos critérios mais importantes apontados pelas MPE participantes do estudo foi o tempo de relacionamento com o cliente. Um total de 90,3% das MPE acredita que esse critério é importante para vender para o cliente por meio do CCI, em consonância, assim, com a avaliação tradicional de risco de crédito que, normalmente, classifica os “clientes antigos” como sendo de risco de crédito inferior aos clientes novos.

Gráfico 2 – Itens que a empresa considera na hora de vender a prazo através do crédito comercial informal



Fonte: Elaboração Própria.

Outros critérios importantes levados em consideração pelas MPE foram o vínculo de amizade, o vínculo familiar e a indicação de amigos e familiares. Pelo Gráfico 2 é possível identificar que cerca de 70% das empresas entrevistadas afirmaram

que vendem a prazo de modo informal para amigos, 62% afirmaram vender para familiares e 51% vendem para determinado cliente por ter sido indicado por amigos ou familiares. Ao contrário do critério de tempo de relacionamento, estes podem ser

considerados peculiares à MPE, sendo relevantes para entender a dinâmica do processo de concessão de CCI.

Existem também como critérios relevantes o nome não negativado na praça (65%) e a reputação do cliente (57%) os quais são comuns em qualquer processo de concessão de crédito. E apesar da condição financeira do cliente ser um dos pontos mais relevantes em um processo de concessão de crédito, perfazendo um dos “Cs de Crédito”, essa situação não predomina para a oferta de CCI concedido pelas MPE, uma vez que apenas 32% das empresas participantes da pesquisa afirmaram considerar esse critério em sua avaliação.

Sobre os prazos de pagamento tem-se que 77,2% das empresas que utilizam o CCI afirmaram que esse pagamento é realizado entre 16 e 60 dias. Contudo, 20,3% responderam permitir o pagamento desse tipo de venda com mais de 60 dias e isso pode ocasionar diversos problemas para as MPE uma vez que elas, normalmente, não possuem capital de giro suficiente para manutenção dessa estratégia. Além disso, esses prazos longos podem ocasionar um efeito na inadimplência e nas suas perdas. Um total de 28,7% das 237 empresas respondeu que mais de 40% dos clientes que compram por meio do CCI atrasam os seus pagamentos e, 47,7% afirmaram não receber entre 5% e 32% desse crédito, sendo considerados, assim, perdas financeiras.

### 4.3 Perfil do empreendedor e práticas empresariais associadas à oferta do crédito comercial informal

Do total das 301 empresas da amostra, em torno de 22% delas responderam que não utilizam nenhum dos instrumentos de CCI, ou não vendem a prazo. Essa classificação (0= não adota CCI; 1 = adota pelo menos um instrumento de CCI), quando cruzada com as outras variáveis de perfil da empresa/proprietário não geraram nenhuma associação significativa, exceto em relação ao faturamento bruto mensal, que se pôde constatar que empresas com maior faturamento (> R\$ 30.000) tendem a utilizar mais instrumentos de CCI do que empresas com menor faturamento ( $\leq$  R\$ 5.000) ( $\chi^2=7,176$ ; p-valor=0,028).

Conforme já exposto na metodologia, foram propostas quatro perguntas ordinais com o objetivo de avaliar o risco de crédito percebido com a prática do CCI. O ajuste do modelo AFE inicial, com todos os quatro itens cogitados, apresentou uma solução de dois fatores, ficando a questão 13 (Prazo médio estipulado para o cliente efetuar o pagamento com crédito informal) isolada num único fator. Dessa forma, optou-se pela exclusão desse item e obteve-se a solução que se apresenta na Tabela 3.

Tabela 3 – Modelo fatorial do risco de crédito percebido com as práticas de crédito comercial informal

Item	MSA	Peso Fatorial	Comunalidade	Escore Fatorial
Questão 11 – Percentual das vendas totais da empresa obtida com crédito informal	0,67	0,74	0,55	0,40
Questão 14 – Percentual dos clientes que utilizam crédito informal e não efetuam o pagamento dentro do prazo	0,60	0,85	0,73	0,46
Questão 16 – Percentual das vendas com crédito informal que a empresa não recebe	0,65	0,77	0,59	0,41

Notas: KMO = 0,63; Bartlett ( $\chi^2$ ) = 132,39 (p-valor < 0,001); % Variância Explicada = 62,35%; Alfa de Cronbach = 0,70.

Fonte: Elaboração Própria.

As medidas de ajuste foram todas adequadas, conforme critérios colocados na

metodologia, e o fator estimado, aqui denominado de risco de crédito percebido com a prática de CCI, mostrou-se confiável.

Escores fatoriais maiores indicam maiores níveis de risco de crédito percebido com a prática de CCI.

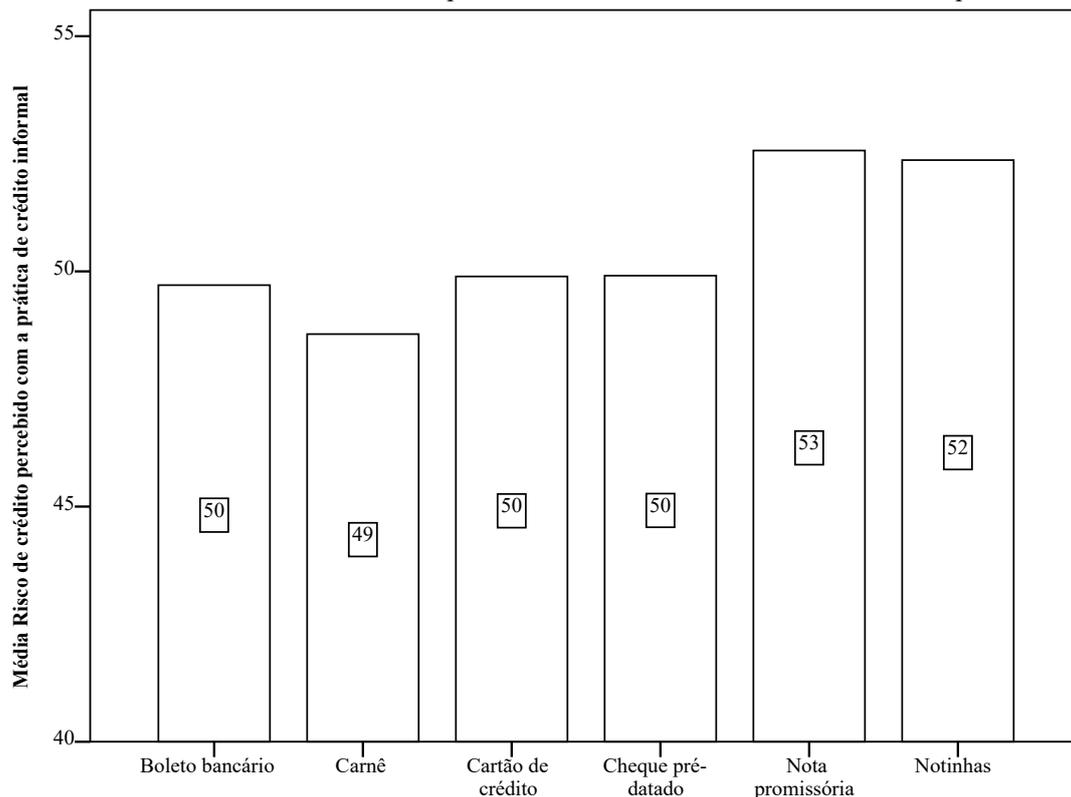
Ao relacionar os escores fatoriais com as variáveis de perfil ficou constatado que o risco de crédito percebido com a prática de CCI está associado negativamente com a escolaridade dos proprietários da empresa ( $\rho=-0,17$ ;  $p\text{-valor}=0,009$ ): quanto maior a escolaridade do empresário menor a sua percepção de risco em relação à operação de CCI realizada pela empresa.

Também se relaciona aqui os escores de risco de crédito percebido com a prática de CCI contra os instrumentos de CCI e as razões para a sua adoção. Com a aplicação do teste  $t$  com correção de Benjamini-Hochberg, encontram-se

diferenças estatisticamente significativas ( $p\text{-valor} < 0,05$ ) entre as empresas que se utilizam de notas promissórias e notinhas como instrumentos de crédito e as empresas que utilizam os demais instrumentos de créditos elencados. Esses resultados mostram que os próprios empresários possuem essa percepção de que o CCI, principalmente as notas promissórias e notinhas, é mais arriscado que os outros instrumentos de crédito.

O Gráfico 3 ajuda a visualizar melhor essas diferenças: os escores padronizados do risco de crédito percebido com a prática do CCI foram normalizados na base 100 [score normalizado =  $100 \times (\text{score padronizado} + 6)/12$ ] para uma melhor elucidação.

Gráfico 3 – Risco de crédito percebido e instrumentos utilizados na venda a prazo



Fonte: Elaboração Própria.

Para análise da prática empresarial associada às ações de cobrança, o modelo inicial da AFE para todos os itens das ações de cobrança mostrou um ajuste ruim,

principalmente, pela baixa comunalidade do item 15.7 (Realiza cobrança por meio de um advogado). De certa forma esse resultado era esperado, pois poucas

empresas indicaram que fazem cobrança intermediada por advogados, de forma que esse item apresentou baixa variabilidade e poder discriminador. Após a exclusão do referido item, o modelo e suas medidas de adequação ficaram como evidenciados na Tabela 4.

No geral, considera-se um modelo aceitável, devido a maioria das medidas de ajuste estar dentro dos critérios elencados na metodologia, exceto o alfa de Cronbach do primeiro fator que se mostrou um pouco abaixo do estabelecido. Mesmo assim, devido algumas boas medidas, tais como o KMO e os altos pesos fatoriais, optou-se por continuar com o referido modelo. Na verdade, outros modelos similares, variando as técnicas de extração e rotação,

compatíveis em termos estatísticos e teóricos, foram obtidos e seus escores fatoriais correlacionados. Como as correlações entre os escores do modelo da Tabela 4 e esses outros simulados (alternativos) foram altíssimas ( $\rho > 0,80$ ), acredita-se que os resultados apresentados não são reféns das técnicas estatísticas utilizadas e chegar-se-ia às mesmas conclusões.

O interessante foi notar que do ponto de vista teórico os itens se aglutinaram em dois fatores bastante intuitivos: o primeiro fator pode-se chamar de ações de cobranças com custo não explícito; e o segundo fator denominar-se de ações de cobrança com custo explícito.

Tabela 4 – Modelo fatorial para as ações de cobrança utilizadas

Fator	Item	MSA	Peso Fatorial*	Comunalidade	Escore Fatorial*
1	15.1 Entra em contato com o cliente pelo telefone	0,78	0,66	0,45	0,37
	15.2 Realiza uma visita pessoal	0,80	0,63	0,41	0,37
	15.3 Realiza somente vendas à vista para o cliente até que ele pague totalmente as suas dívidas.	0,75	0,68	0,47	0,43
	15.5 Faz a representação pela segunda vez do cheque pré-datado.	0,76	0,60	0,46	0,29
2	15.4 Faz o protesto de notas promissórias	0,71	0,77	0,60	0,52
	15.6 Envia uma carta de cobrança para o cliente	0,70	0,73	0,55	0,45
	15.8 Negativa o cliente no Serasa ou SPC	0,71	0,68	0,65	0,35

Notas: KMO = 0,74; Bartlett ( $\chi^2$ ) = 218,92 (p-valor < 0,001); % Variância Explicada = 51,05%; Alfa de Cronbach = 0,57 (Fator 1 = Ações de cobranças com custos não explícitos) e 0,61 (Fator 2 = Ações de cobranças com custos explícitos). \*Considera-se o valor máximo, em módulo, carregado no referido fator.

Fonte: Elaboração Própria

Cabe ressaltar que o primeiro fator foi correlacionado positivamente com o item “Não é realizado nenhum tipo de ação de cobrança” ( $\rho=0,38$ ; p-valor<0,000), e esse mesmo item, não foi correlacionado com o segundo fator, como inicialmente esperado para uma validade convergente. Ao relacionar os dois fatores emanados da AFE para as ações de cobranças contra as variáveis de perfil os seguintes resultados foram obtidos:

- 1) Existe uma correlação positiva ( $\rho=0,27$ ; p-valor<0,000) entre as ações de cobrança com custos não-

explícitos e o número de funcionários;

- 2) Também consoante a outra variável de tamanho foi verificada uma correlação positiva ( $\rho=0,18$ ; p-valor=0,006) entre as ações de cobrança com custos não explícitos e o faturamento bruto mensal;
- 3) Os achados em 1) e 2) também foram obtidos para as ações de cobranças com custos explícitos: i) correlação positiva com o número de funcionários ( $\rho=0,15$ ; p-valor=0,022); e ii) e com o

faturamento bruto mensal ( $p=0,17$ ;  $p\text{-valor}=0,013$ );

- 4) Ficou evidenciado uma correlação positiva ( $p=0,15$ ;  $p\text{-valor}=0,025$ ) entre as ações de cobrança com custos explícitos e a escolaridade do proprietário;
- 5) Empresas optantes pelo Lucro Real/Presumido/Simples possuem maior escore do que os Microempreendedores individuais nas ações de cobrança com custos não explícitos ( $\chi^2 = 19,43$ ;  $p\text{-valor} < 0,000$ ).

Adicionalmente, os dois fatores para as ações de cobrança também foram correlacionados com o risco de crédito percebido com a prática de CCI, e assim, encontrou-se uma correlação positiva e estatisticamente significativa ( $p=0,17$ ;  $p\text{-valor}=0,010$ ) apenas entre o risco de crédito percebido e as ações de cobrança com custos explícitos. O que parece ser bastante adequado em termos de percepção de risco, uma vez que essa maior percepção do risco de utilização do CCI do empresário implica em ações de cobrança mais contundentes (que possuem custos) para que se tenha uma maior probabilidade de recebimento.

Concernente aos instrumentos de crédito encontram-se evidências ( $p\text{-valor} < 0,05$ ) que sugerem que as ações de cobrança com custos explícitos são mais incisivas nas empresas que indicaram utilizar boleto bancário, carnê e notas promissórias.

Sobre as razões para adoção do CCI, empresas que indicaram considerar: i) condição financeira do cliente; ii) mesmo endereço há mais de 6 meses; iii) nome não negativado na praça; e iv) reputação; na hora de decidir vender a prazo, possuem maiores escores nas ações de cobrança com custos não explícitos. Essa situação se repete parcialmente no caso das ações de cobrança com custos explícitos: apenas empresas que indicaram considerar mesmo endereço há mais de 6 meses e nome não negativado na praça na hora de decidir vender a prazo possuem maiores escores

nas ações de cobrança com custos explícitos.

## 5 Considerações Finais

O presente estudo teve como objetivo analisar a gestão do crédito comercial informal (CCI) em MPE, especificamente, o perfil do empresário e as práticas empresariais associadas à sua adoção. Os resultados mostraram que das 301 empresas que participaram da amostra, em torno de 80% (237 empresas) vendem para os clientes via CCI. Dessas 237, 43,5% responderam que não conseguiriam sobreviver sem esse tipo de venda, sendo o cheque pré-datado (88,2%) o instrumento mais utilizado pelas empresas, seguido da notinha (61,2%) e por fim da nota promissória (48,9%). Isso demonstra a importância desse tipo de operação de crédito, bem como a indicação de que essa é uma prática comum entre os pequenos comerciantes

Analisando os critérios considerados pelas MPEs no momento da decisão de vender ou não a prazo por meio do CCI é possível verificar que o tempo de relacionamento (90,3%), o grau de amizade (70,9%), o nome não negativado na praça (64,6%) e serem ou não familiares (62,0%) foram os critérios mais comuns apontados. Sendo, então, uma particularidade do CCI a utilização pelo empresário do critério de amizade e família no processo de concessão. Ressalta-se que esses critérios não são contemplados em modelos “tradicionais” de avaliação de risco de crédito, e, em especial, nos Cs do Crédito.

Apesar dos altos índices de inadimplência e perdas, as ações de cobrança feitas pelas MPE pesquisadas são informais também, prevalecendo o contato telefônico e a simples interrupção das vendas para o cliente. Apenas 22,8% responderam que sempre negativam o cliente quando ocorre o atraso e, mais de 75% nunca utilizaram cobrança judicial ou protestaram as notas promissórias dos clientes, devido, possivelmente, o vínculo

de amizade e parentesco com muitos clientes.

Em relação ao perfil do empresário e as práticas empresariais associadas ao processo de CCI foi possível constatar uma relação entre o faturamento bruto mensal e os instrumentos de CCI utilizados pelas empresas; o nível de escolaridade do empresário e a percepção de risco associada ao uso do CCI; as diferenças em relação à percepção de risco entre as empresas que adotam notas promissórias e notinhas e as que adotam os demais instrumentos de créditos elencados no estudo; e uma correlação positiva entre o risco de crédito percebido e as ações de cobrança com custos explícitos.

Os resultados que prevalecem no estudo em questão indicam a importância do CCI para as MPE participantes da pesquisa, e que a gestão desse tipo de operação de crédito necessita ser melhor analisada pelas empresas com o intuito, assim, de diminuir os problemas de inadimplência e as perdas oriundas do CCI, bem como para a melhoria dos seus processos de gestão. Além disso, os resultados mostraram-se importantes para o melhor entendimento do CCI e as práticas empresariais associados a ele, proporcionando subsídios para que a literatura financeira tenha uma maior atenção para isso, uma vez que possui uma representatividade substancial para a economia brasileira, tendo em vista a importância das MPE na economia.

Em termos de limitações de estudo, ressalte-se que as respostas foram autodeclaradas, e por mais que se utilize de estratégias como a estipulação de categorias para a averiguação do faturamento da empresa, por exemplo, o empresário pode simplesmente não falar a verdade sobre os dados e fatos. Outra limitação foi a escolha de apenas empresas associadas à CDL, excluindo as não associadas ou empresas associadas em outras entidades. E como sugestões para futuras pesquisas, propõe-se a expansão da amostra para um cenário

regional ou mesmo nacional para um maior entendimento da realidade brasileira.

Adicionalmente, ressalta-se que a presente pesquisa teve intuito de mostrar a prática financeira em termos da utilização do CCI, numa cidade tomada como caso, sem se preocupar em aprofundar sobre o arcabouço teórico que alicerça o tema. Por exemplo, poder-se-ia discutir o CCI dentro da Teoria dos Custos de Transação (TCT), a qual indica que administrar as aplicações/captações dos recursos financeiros representa minimizar os custos totais provenientes das transações financeiras de investimentos e empréstimos de caixa. A TCT estuda os custos de coletar informações, os custos de negociação, os custos de estabelecimento dos contratos e como os agentes transacionais se protegem da possibilidade de os elementos acordados não ocorrerem.

O tema crédito encaixa perfeitamente dentro desse arcabouço, no entanto, especificamente sobre CCI, não se encontrou qualquer pesquisa e/ou evidência empírica que abordasse essa relação, inclusive fora do país. Nesse sentido, optou-se por apresentar os achados do levantamento na forma de um panorama, para servir de indícios da prática do CCI no Brasil e suscitar a discussão, haja vista que a grande maioria dos municípios brasileiros é de pequeno porte e prevalecem relações econômicas informais como as encontradas em Ituiutaba-MG.

## Referências

ALLEN, L.; DeLONG, G.; SAUNDERS, A. Issues in the credit risk modeling of retail markets. **Journal of Banking Finance**, v. 28, n. 4, p. 727-752, 2004.

ALVARENGA, R. A. Estudos dos Fatores Contribuintes para a Mortalidade das Micro e Pequenas Empresas do Estado do Maranhão. **International Journal of Innovation**, v. 4, n. 2, p. 106-118, 2016.

ANDERLONI, L. et al. **New frontiers in banking services: emerging needs and tailored products for untapped markets.** New York: Springer, 2006.

BECKMAN, T. N.; OTTESON, S. F. **Cases in credits and collections.** LLC: New York, 1949.

BRASIL. Lei Complementar nº 123/2006, de 14 de dezembro 2006. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil,** Brasília: Poder Executivo, p. 1, 2006.

CROCCO, M. A.; SANTOS, F.; FIGUEIREDO, A. Exclusão financeira no Brasil: uma análise regional exploratória. **Revista de Economia Política,** v. 33, n. 3, p. 505-526, julho-setembro/2013.

IBGE. Brasil: censos demográficos. 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/ituiutaba/panorama>. Acesso em: 11 de abril de 2019.

CAOUILLE, J. B.; ALTMAN, E.; NARAYANAN, P. **Gestão de risco de crédito: o grande desafio dos mercados financeiros globais.** Rio de Janeiro: Qualitymark SERASA, 2009.

DOUILLE, A.; LESAFFRE, D.; SIEBEKE, R. **SMEs` credit guarantee schemes in developing and emerging economies: reflections, setting-up principles, quality standards.** Deutsche Gesellschaft fur Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, 2012.

DOW, S. C. The Treatment of Money in Regional Economics. In: DOW, S. C. (ed.), **Money and the Economic Process.** Aldershot: Eglar, 1987.

GONZALEZ, L. et al. Inclusão financeira e correspondentes bancários no Brasil. **Centro de Estudos em Microfinanças,** São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, 2013.

GUIMARÃES, I.; NETO, A. Reconhecimento de padrões: metodologias estatísticas em crédito ao consumidor. **Revista de Administração de Empresas,** v. 1, n. 2, p. 01-14, Jul/Dez 2012.

KUMAR, A. (Coord.). BRASIL: acesso a serviços financeiros. Rio de Janeiro: Ipea, 2004. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/BrasilAcessoAosServicosFinanceiros.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2020.

MINUSSI, J. A.; DAMACENA, C.; NESS JR.; W. L. Um modelo de previsão de solvência utilizando regressão logística. **Revista de Administração Contemporânea,** v. 6, n. 3, p. 109-128, 2002.

SANTOS, J. O. dos. **Análise de crédito: empresa, pessoas físicas, agronegócio e pecuária.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

SANTOS, D. B.; MENDES-DA-SILVA, W.; GONZALEZ, L. *Deficit de alfabetização financeira induz ao uso de empréstimos em mercados informais.* **Revista de Administração de Empresas,** v. 58, n. 1, p. 44-59, jan-fev 2018.

SCHNEIDER, F.; BUEHN, A.; MONTENEGRO, C. E. New estimates for the shadow economies all over the world. **International Economic Journal,** v. 24, n. 4, p. 443-461, 2010.

SEBRAE. Critérios e conceitos para classificação de empresas. 2013. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/uf/goias/indicadores-das-mpe/classificacao-empresarial>. Acesso em: 23 ago. 2013.

SEBRAE (org). Anuário do trabalho nos pequenos negócios 2015. 8º ed. São Paulo, 2017. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/anuario/2017/an>

uarioDosTrabalhadoresPequenosNegocios.pdf. Acesso em: 11 abr. 2019.

SEBRAE. **Perfil das microempresas e empresas de pequeno porte.** 2018.

Disponível em:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ro/artigos/perfil-das-microempresas-e-empresas-de-pequeno-porte-2018,a2fb479851b33610VgnVCM100004c00210aRCRD>. Acesso em: 28 out. 2019.

SILVA, M. G. V.; FONSECA, Z. F.; BITARAIS, A. E. Um estudo sobre a administração do capital de giro nas micro

e pequenas indústrias de fundição de Divinópolis, MG. **Research, Society and Development**, v. 7, n. 3, p. 01-14, 2018.  
SMITH, P. Assessing the size of the underground economy: the statistics Canada Perspectives. **Canadian Economic Observer**, v. 7, n. 3, p. 16-33, 1994.

TORRE, A.; PERÍA, M.; SCHUMUKLER, S. Bank involvement with SMEs: Beyond relationship lending. **Journal of Banking & Finance**, v. 34, n. 9, p. 2280-2293, 2010.

---

<sup>a</sup> **Dany Rogers Silva**

Doutor em Administração pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo (EAESP/FGV), e Mestrado em Administração de Empresas e Especialização em Finanças e Estratégias Empresariais. Graduado em Ciências Contábeis e Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Pós-doutorado em Ciências Empresariais na Universidade do Minho.

<sup>b</sup> **Pablo Rogers Silva**

Doutor em Administração pela Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo (FEA/USP) e professor da área de Finanças (graduação) e econometria (pós-graduação) da Faculdade de Gestão e Negócios (FAGEN) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU).