

# ESTUDO SOBRE A INADIMPLÊNCIA NA EMPRESA AMPERNET TELECOMUNICAÇÕES NO MUNICÍPIO DE AMPÉRE-PR

**Eliete de Jesus Viana**<sup>1</sup>

**Jean Tertuliano da Silva**<sup>2</sup>

**Marilei Fátima Martins dos Santos**<sup>3</sup>

## RESUMO

Este trabalho tem por objetivo diagnosticar as principais causas da inadimplência em uma empresa de telecomunicações. Com isso busca-se descrever algumas ferramentas que podem ser utilizadas pela empresa para diminuir esse risco e proporcionar uma gestão financeira saudável. Este artigo aborda aspectos gerais sobre contas a receber, causas, consequências e ferramentas para diminuir a inadimplência. A metodologia utilizada na pesquisa envolveu, o método dedutivo análise das informações obtidas para se chegar a uma conclusão e resultado final, é de natureza aplicada, e quanto aos procedimentos técnicos é bibliográfica, buscando em livros e artigos científicos a opinião de diversos autores sobre o tema, e trata-se de um estudo de caso. Para obter os dados, foi aplicado um questionário, a partir do qual se verificou os principais motivos que levaram os clientes a atrasar as mensalidades do serviço de telecomunicações. O trabalho mostrou que a empresa tem clientes na sua maioria, ou seja, 69,2% dos pesquisados trabalham com carteira assinada, 42,3% com renda mensal de R\$ 1.000,00 a R\$ 2.000,00; quanto a prioridade em pagar a Ampernet, a maioria representando 65,4% diz estar em primeiro plano, porém uma quantidade expressiva 15,4% procura pagar as contas básica como luz, água, supermercado e gás como prioridade; 15,4% prioriza contas fixas tais como aluguel, prestação e seguros e 3,8% não prioriza o pagamento da empresa de telecomunicações, paga quando pode. As causas da inadimplência revelam que 22,22% tiveram o descontrole financeiro, 14,8% por não estar utilizando o serviço e 7,4% tiveram diminuição de renda. Diante disso, é fundamental que a empresa procure aplicar algumas ferramentas para diminuir a inadimplência. É importante exigir a apresentação de documentos pessoais, para confirmar assinatura, solicitar também comprovante de residência e renda, e a principal realizar consulta ao Serasa/SPC no momento de efetuar a venda.

**Palavras chave:** Inadimplência. Causas. Telecomunicações.

## 1 INTRODUÇÃO

As empresas vivem uma era de informações que está trazendo novos desafios para as organizações, principalmente para o setor econômico/financeiro

---

<sup>1</sup> Cursando Administração na FAMPER – Faculdade de Ampére.

<sup>2</sup> Cursando Administração na FAMPER – Faculdade de Ampére.

<sup>3</sup> Bacharel em Administração e Pós-Graduada em Gestão Empresarial Recursos Humanos pela FAMPER – Faculdade de Ampére.

das mesmas, momento este que a gestão financeira se torna de grande importância na tomada de decisão.

A administração financeira, hoje conhecida como gestão financeira é uma ferramenta ou técnica utilizada para controlar da forma eficaz, a concessão de crédito para clientes, planejamento, análise de investimentos e, de meios viáveis para a obtenção de recursos para financiar operações e atividades da empresa, visando sempre o desenvolvimento, evitando gastos desnecessários, desperdícios, observando os melhores “caminhos” para a condução financeira da empresa (MORAIS,2010)

Com isso as empresas precisam estar mais atentas e serem mais cautelosas na hora de liberar crédito aos seus clientes, para não acabarem tendo um alto índice de inadimplência.

Segundo Guimarães, Anselmo e Neto (apud DAROS, PINTO, 2016, p. 13) o não pagamento de alguma obrigação pode ocasionar vários problemas para empresa, trazendo prejuízo para essas organizações. É preciso conhecer os fatores que levam à inadimplência para poder preveni-la. A partir disso, a inadimplência é considerada um dos maiores problemas enfrentados pelos administradores, sendo que para alguns é considerada a maior das questões do dia-a-dia das organizações.

Para desenvolvimento deste trabalho e aplicação da pesquisa foi escolhida a matriz da empresa Ampernet Telecomunicações, situada na cidade de Ampére- PR. A empresa nasceu no ano de 2001 em Ampére, no sudoeste do Paraná, com o objetivo de agilizar o processo de implantação de internet de qualidade. Hoje está presente em mais de 30 cidades da região sudoeste, oeste região dos Campos gerais do Paraná, bem como o oeste de Santa Catarina.

Conta com 14 unidades em funcionamento e um grupo de 210 colaboradores para manter um centro de atendimento qualificado, que oferece suporte eficiente, rápido e próximo. Atualmente na unidade de Ampére possui 4297 clientes, oferecendo serviços de internet via rádio, fibra óptica, telefonia fixa, hospedagem de dados e o mais novo serviço de TV.

Tem como missão oferecer alternativas inovadoras de conectividade, prezando pelo desenvolvimento humano e oferecendo um mundo de possibilidades aos clientes e colaboradores, com a visão de ser referência no mercado paranaense

e catarinense no setor de Telecom, se destacando pela qualidade e excelência dos serviços e atendimentos prestados sem deixar de lado os valores como confiança nos serviços prestados, respeito ao meio ambiente, empatia de se colocar no lugar do cliente, inovação nos serviços, excelência e ética.

O risco da inadimplência nas empresas de telecomunicações tem exigido uma análise criteriosa para concessão de crédito ao cliente, para que não afete a saúde financeira da empresa. Assim sendo, o problema de pesquisa para o presente trabalho é: Como reduzir a inadimplência na empresa Ampernet Telecomunicações?

O estudo foi realizado devido ao número de clientes inadimplentes que a empresa possui e foi verificado a necessidade de um estudo mais específico na área de inadimplência, podendo ser levantado dados e informações úteis à empresa, para que tenham um controle do que seus clientes necessitam, podendo assim conhecer melhor seus clientes e tomar devidas providências.

Para que o trabalho seja melhor desenvolvido, definiu como objetivo Geral: Realizar um diagnóstico sobre os principais motivos que influenciam na inadimplência com a empresa Ampernet Telecomunicações.

Com a finalidade de melhor compreender a inadimplência procurou estabelecer os seguintes objetivos específicos: Caracterizar a inadimplência e possíveis ferramentas para redução do problema; identificar o perfil do inadimplente; apresentar as causas da inadimplência com a empresa.

Utilizou-se na pesquisa o método dedutivo; é de natureza aplicada; a forma de abordagem do problema é quantitativa e qualitativa; o objetivo da pesquisa é exploratório e os procedimentos técnicos são bibliográfica e estudo de caso.

Para desenvolvimento da pesquisa foram feitos estudos teóricos de autores sobre a inadimplência no sentido de compreender melhor a inadimplência e quais os motivos que a levam a mesma a existir. Também aplicado um questionário com os clientes da empresa, para poder traçar o perfil dos clientes e entender os motivos que o levaram a atrasar os pagamentos com a empresa.

A fim de atingir os objetivos, o presente estudo está estruturado em introdução, também contemplando a metodologia utilizada. Após é apresentado o referencial teórico, com a opinião dos principais autores sobre o assunto em questão; na etapa seguinte, os resultados são analisados e discutidos; por fim, são

apresentadas as considerações finais e referências bibliográficas utilizadas para o desenvolvimento da pesquisa.

## **2 DESENVOLVIMENTO**

### **2.1 CONTAS A RECEBER**

Conhecidas por títulos a receber ou duplicatas, as contas a receber são valores devidos pelos clientes quando a empresa comercializa seus produtos ou serviços mediante a forma de pagamento a prazo. Segundo Assaf Neto e Lima (2009) as duplicatas a receber podem ser compreendidas como os resultados dos créditos concedidos aos clientes, onde busca-se identificar sua capacidade de pagamento e o limite de crédito que pode ser concedido

Quando o assunto é contas a receber outro autor que pode ser citado é Fiorentini (2004) onde o mesmo relaciona várias palavras-chave decorrentes das atividades de contas a receber; a saber: prazo médio de recebimento de clientes; relatórios para controle dos saldos e idade das contas; cobranças em atraso; garantia de depósito dos recebimentos com extratos bancários, cadastro de clientes e segregação de funções de crédito e cobrança.

Os saldos das duplicatas a receber geralmente têm participação elevada no ativo circulante. Representando a parcela ainda não liquidada dos créditos concedidos, esses saldos poderiam ser desdobrados em custo de vendas, impostos sobre vendas e lucro bruto. Sendo assim ao inverter esse quadro, as empresas continuam suportando os custos investidos nas operações. (BRAGA,1989)

De acordo com o mesmo autor, as empresas vendem a prazo, ou seja, concedem crédito para ampliar seu nível de produção, aumentar as vendas e, assim, maximizar a rentabilidade.

Ludícibus, Martins e Gelbcke (2002, p. 89) explicam que, as duplicatas e contas a receber de clientes estão “relacionadas com as receitas da empresa,

devendo ser contabilmente reconhecidas somente por mercadorias vendidas ou por serviços executados até a data do balanço, de acordo com o princípio de realização da receita”.

O prazo médio de recebimento dividiu-se em duas partes, sendo a primeira como o intervalo entre venda e momento em que o cliente efetua o pagamento. A segunda é a remessa do pagamento até a entrada de fundos. (GITMAN,2010)

O autor ainda cita que, a primeira parte do prazo médio de recebimento envolve a gestão de crédito para os clientes da empresa e a segunda envolve o recebimento e processamento de pagamentos. Deste modo o objetivo da administração de contas a receber é cobrar o mais rapidamente possível, sem perder vendas com técnicas agressivas de cobrança.

Um fator de dificuldade para o administrador financeiro segundo Gitman (2010) está em avaliar o impacto de aumento no prazo do desconto financeiro sobre o investimento da empresa em contas a receber. Esse investimento diminuirá por conta daqueles que não usavam o desconto e pagam mais cedo.

O autor ainda enfatiza que uma das causas de quebras empresariais são as más decisões financeiras, incluem equívocos no orçamento do capital, como prever que um produto será muito vendido e a um preço bom, mas sem certeza alguma disso. De fato, uma má avaliação financeira dos planos estratégicos da empresa antes de assumir compromissos financeiros, planejamento inadequado de fluxo de caixa ou a falta de controle de contas a receber.

## 2.2 INADIMPLÊNCIA

A inadimplência é sem dúvida um dos principais problemas de todas as empresas, pois para a sua sobrevivência as mesmas dependem fundamentalmente de seus clientes estejam em dia com as suas obrigações, para complementar Fiorentini (apud SANTOS; ESTENDER, 2015) diz que a inadimplência se tornou um dos fatores que mais atingem as empresas, fazendo com que os empresários se sintam desfavorecidos financeiramente.

Conforme Sandroni 2008 (apud PINTO; CORONEL, 2012, p.42), a inadimplência é consequência do não pagamento ou cumprimento das obrigações por uma das partes, trata-se da falta de cumprimento das cláusulas e obrigações contratuais em determinado período de tempo. Seguindo a mesma linha de pensamento Houaiss (2009), define inadimplência como falta de cumprimento de uma obrigação. Partindo deste pressuposto, refere-se, à falta de efetivação da obrigação de saldar a dívida pelo tomador do crédito.

Segundo Serasa (apud PETTENON, 2018, p.15) a palavra inadimplente entrou na língua portuguesa em 1958 e significa aquele que falta ao cumprimento de suas obrigações jurídicas no prazo estipulado. O termo inadimplência é um substantivo feminino que significa o não cumprimento de algo.

Para complementar a definição de inadimplente e inadimplência podemos citar também, Provar (apud PETTENON, 2018, p.15), o mesmo refere-se a inadimplente como devedor que inadimple, que não cumpre no termo convencionado suas obrigações contratuais, e ressalta que a inadimplência se de várias formas, não só no pagamento de carnês de crediário. Os cheques devolvidos pelos bancos por falta de fundos, sejam eles pré-datados ou não, também causam sérios problemas às empresas.

### **2.2.1 Causas e consequências da inadimplência**

Estes níveis de inadimplência ocorre tanto no comércio como na indústria, onde diversos fatores ocasionam maiores índices de inadimplência, como: alta dos juros, aumento dos preços nos alimentos, aumento da inflação, dívidas sazonais, dificuldades financeiras pessoais, que impossibilitam o cumprimento de obrigações, desemprego, falta de controle nos gastos, compras para terceiros, atraso de salário, comprometimento de renda com outras despesas, redução de renda, doenças, uso do dinheiro com outras compras, má fé, entre outros. (BERNARDES; REIS; HORITA, 2009).

De acordo com Oliveira (2010, p.13), “existem alguns pontos que elevam a inadimplência como: não gerenciamento dos valores a receber, cobrança ineficiente, cadastros inadequados, dilatação do prazo e concessão de crédito mal elaborado”. Por parte do cliente, alguns fatores facilitam o aumento da inadimplência, entre eles: compras sem planejamento e realizadas por impulso, desemprego, problemas familiares, doença, falta de cobrança e má-fé (FERREIRA; ALVES; TÓFOLI, 2009).

Ainda para complementar a lista de alguns dos possíveis causadores da inadimplência podemos citar: compras para terceiros, atraso de salário, comprometimento de renda com outras despesas e redução de renda. (SEBRAE, 2006).

### **2.2.2 Ferramentas e procedimentos necessários para diminuir o risco de inadimplência**

Segundo Trento (apud FIORENTINI, 1999), para lidar com a inadimplência, é preciso antes conhecê-la bem, sabendo quais os fatores que a ocasionaram. A partir daí, deve-se utilizar práticas preventivas, podendo desta forma controlá-la.

O cadastro além de coletar dados, informações sobre os clientes e seus familiares, permite uma avaliação equilibrada e segura que conduz a um profundo estudo das possibilidades que o mesmo propicia, seja na recusa do crédito ou na sua aprovação [...] cadastro, portanto, é o conjunto de informações econômicas, financeiras, comerciais e sociais, referentes às pessoas, que permite decidir, como maior acerto, quanto aos riscos da operação. (TRENTO apud NONNEMACHER, 2015, p. 20)

Para reduzir a inadimplência são apresentadas algumas regras: Exigir a apresentação de documentos pessoais, R.G. e CPF, confirmando a assinatura que consta nos mesmos; solicitar comprovante de residência, carteira de trabalho ou recibo que comprove a renda; efetuar a confirmação de dados do cliente por telefone fixo (confirmação de residência, de emprego ou de uma referência); consulta ao SPC - Serviço de Proteção ao Crédito, SERASA, use cheque, tele cheque, entre outros;

trabalhar com cartões de crédito e de débito, quando trata-se de cliente antigo atualizar sempre os dados cadastrais, mantendo a confirmação por telefone. (SEBRAE, 2006).

“A definição do tipo de análise e sua abrangência é seguramente um dos pontos importantes na avaliação do risco dos clientes”, dentre muitas o autor cita alguns documentos que podem ser analisados como: ficha de informações básicas, comprovações de rendimentos financeiros, planilhas de análise, relatório de visitas, pesquisa de restrições. (SILVA apud NONNEMACHER, 2015, p. 20)

Quando o assunto é inadimplência, uma série de fatores precisa ser levada em consideração para garantir uma experiência positiva para empresas e consumidores no processo de recuperação de dívidas. Conhecer bem a sua base de devedores, para saber quais são as ações mais adequadas a se fazer em diferentes canais de contato, é uma das medidas mais importantes, além de ser fundamental para estabelecer réguas de cobrança que entendam qual o melhor canal de abordagem, momento financeiro do cliente e seu perfil socioeconômico. (SERASA, 2019)

Saber se relacionar com um cliente inadimplente, seja ele uma empresa ou um consumidor, além de ser fundamental para o processo de recuperação de dívidas, também é importante para garantir um futuro para novas transações entre as partes, afinal, um cliente inadimplente hoje, se bem recuperado, pode ser um caso de sucesso amanhã. (SERASA, 2019)

## 2.2 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta etapa do trabalho, serão apresentados os resultados obtidos através de pesquisa realizada com os clientes da empresa. As informações serão analisadas e trabalhadas de forma que venham contribuir para a gestão financeira da empresa e a diminuição da inadimplência.

A coleta de dados contou com a participação de colaboradores e clientes através de questionário com perguntas fechadas. Foram obtidos 30 questionários, o

mesmo foi aplicado com os clientes que foram até a empresa para fazer o pagamento da mensalidade, estes foram escolhidos de forma aleatória e respondidos com o consentimento dos mesmos. As perguntas eram relacionadas ao perfil do inadimplente, e as causas que o levaram a atrasar os pagamentos. Os questionários foram aplicados no mês de maio e junho de 2019.

Conforme resultado apresentado dos clientes pesquisados 64% são do sexo feminino e, 36% masculino. Quanto à faixa etária, 46,2% dos pesquisados tem idade de 22 a 30 anos, 19,2 % de 31 a 40 anos e, 19,2% de 41 a 50 anos. Percebe-se que a maioria das pessoas que utilizam dos meios de comunicação da Ampernet são os mais jovens, isso se deve ao fato de serem pessoas que estudam e necessitam de internet por exemplo para pesquisas, outros motivos que os jovens utilizam são para trabalhos profissionais, entretenimento como acesso a redes sociais. Não podemos deixar de frisar que motivos são exclusivos dos jovem, as demais pessoas com idade acima de 30 anos também contratam a internet pelos mesmos motivos.

Segundo Moran (2000), com o uso da internet na educação, surgem diversas possibilidades, tais como: o acesso a materiais didáticos on-line, acesso a programas educativos, filmes, palestras, artigos, treinamento, troca de experiências dentre outras possibilidades. Sendo acessíveis de qualquer lugar a qualquer hora. Mas para que esse uso seja eficaz, é fundamental que os professores estejam devidamente capacitados tecnicamente, fazendo uso dessa poderosa ferramenta.

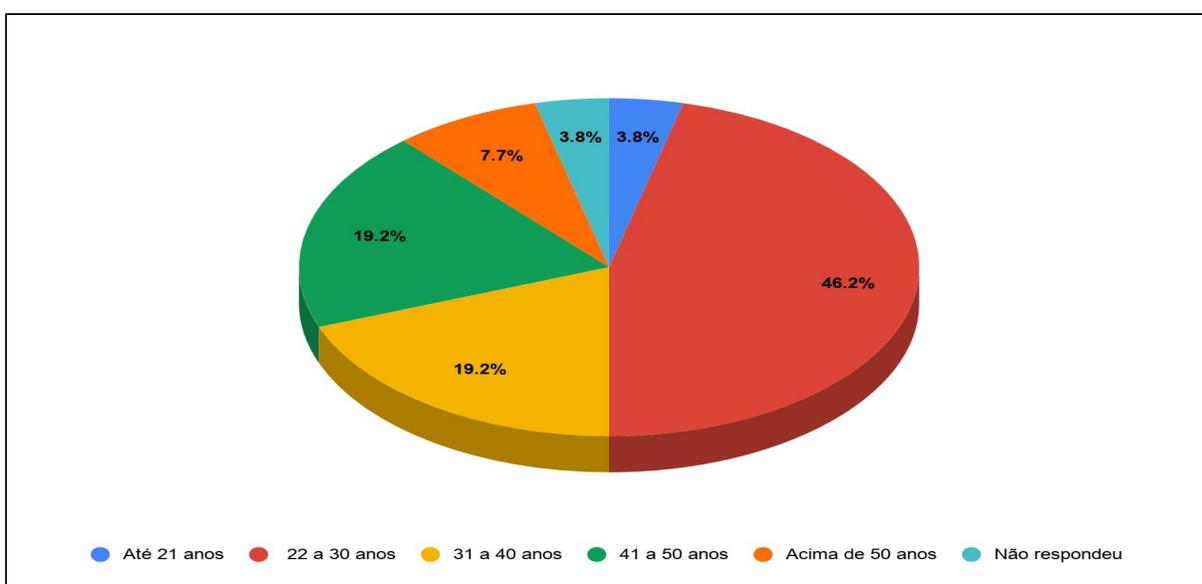


Gráfico 01: Faixa etária.

Fonte: Autor, Pesquisa de Campo, 2019.

Sobre o estado civil, a pesquisa apresenta que dos clientes pesquisados 42,3% são solteiros e 30,8% casados. Os resultados mostram uma diferença significativa referente aos solteiros obterem mais o uso da internet do que os casados, pelo motivo de que pessoas casadas possuem menos tempo disponível durante o dia para usar a internet, devido ao cuidado com a casa e filhos. A internet em si é repleta de informações e novidades que encantam a todos seus consumidores, desta maneira alcançando todo tipo de usuário.

Quanto à escolaridade o Gráfico 02 nos apresenta que, em sua maioria representado por 50,0% dos clientes possuem ensino médio, 19,2% ensino superior completo, e outros 15,4% possuem alguma especialização na profissão que exercem.

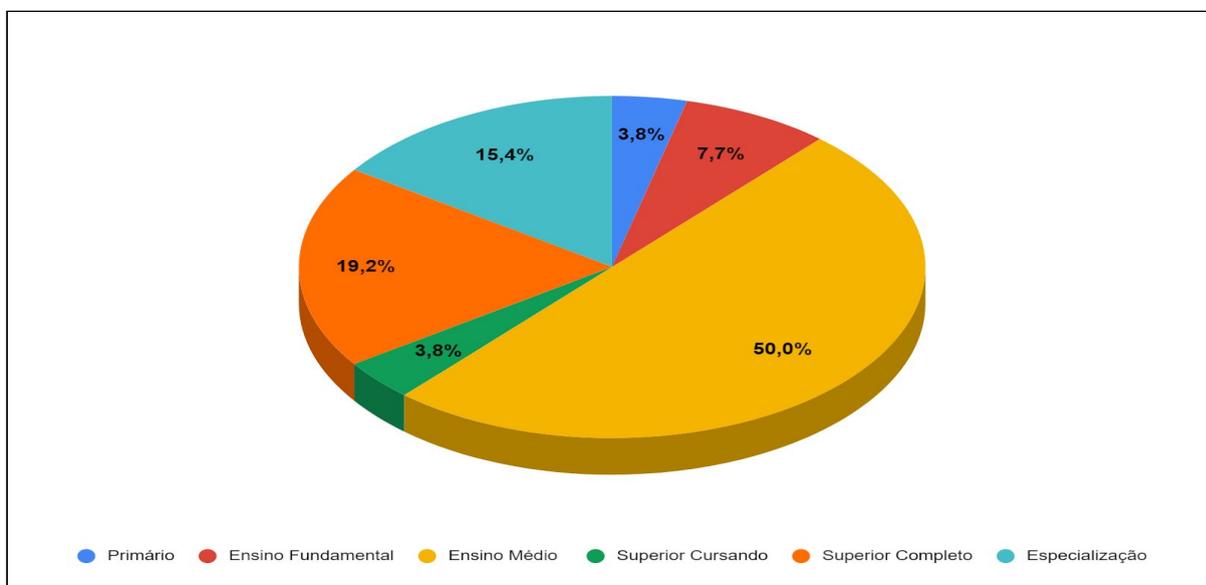


Gráfico 02: Escolaridade.

Fonte: Autor, Pesquisa de Campo, 2019.

Em relação a profissão, observa-se no Gráfico 03 uma predominância bastante significativa, ou seja, 69,2% dos clientes são empregados com carteira assinada, 23,1% são funcionários públicos, e apenas 3,8% seguem a linha empresarial, um fator que está diretamente ligado a esta diferença no percentual é devido a empresa atender um número consideravelmente maior de pessoas físicas em relação às jurídicas.

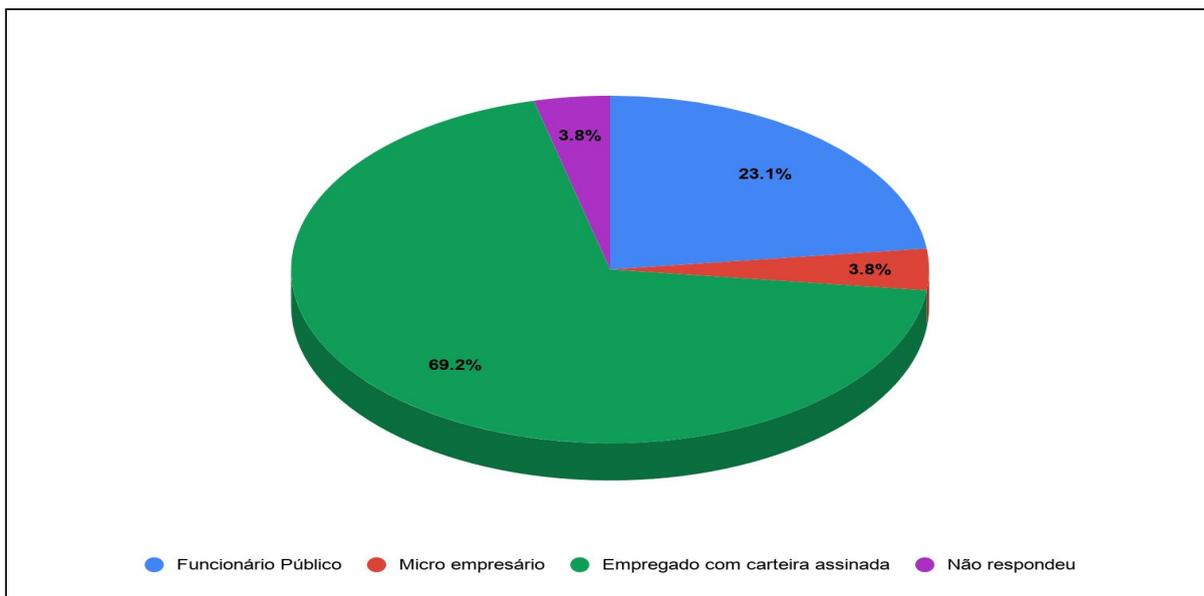


Gráfico 03: Profissão.

Fonte: Autor, Pesquisa de Campo, 2019.

No Gráfico 04, observa-se que 34,6% dos entrevistados são clientes da empresa a menos de um ano, 38,5% são clientes de 2 a 5 anos e 15,4% são clientes de 6 a 10 anos. Percebe-se que a maioria dos clientes da empresa já utilizam dos seus serviços a mais de um ano, demonstrando que a mesma presta serviço de qualidade aos seus usuários o que mantém os mesmos satisfeitos e fiéis a Ampernet. Os resultados assim como os últimos anos nos mostram o quanto o mercado digital está crescendo, a internet está sendo usada com mais frequência e abundância a cada dia.

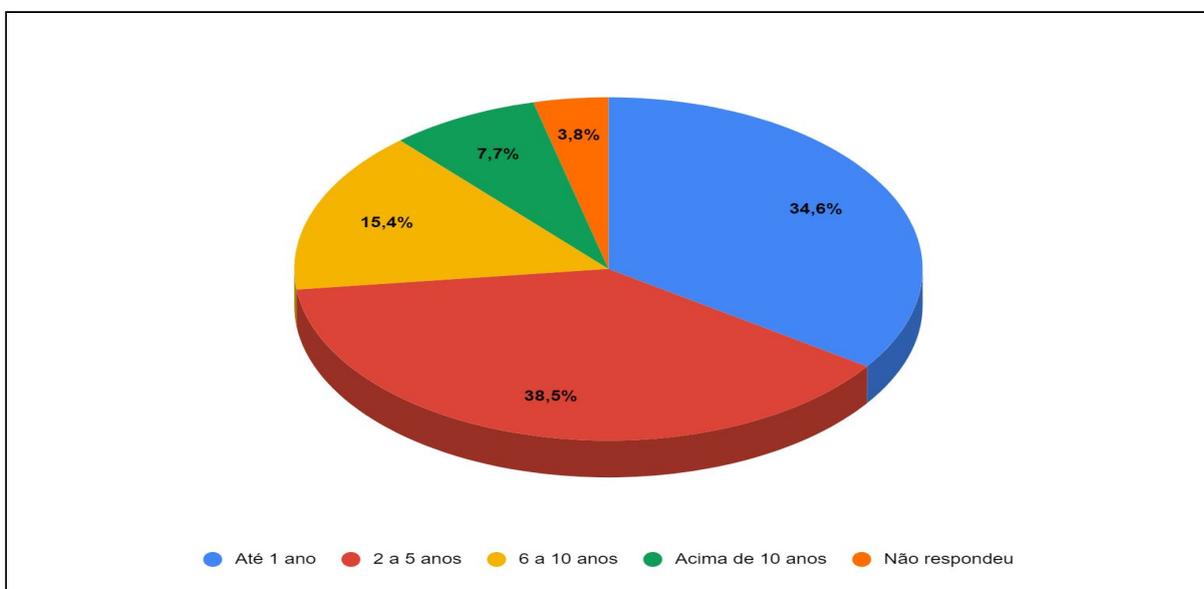


Gráfico 04: A quanto tempo é cliente da empresa.

Fonte: Autor, Pesquisa de Campo, 2019.

O Gráfico 05 apresenta que a maioria dos clientes pesquisados, ou seja, 42,3% têm renda mensal de R\$ 1.000,00 a R\$ 2.000,00, 26,9% de R\$ 2.001,00 a R\$ 3.000,00; 15,4% têm renda mensal de até um salário mínimo. Esses números representam o quanto a internet está mais acessível a todas as faixas salariais. Devido ao grande número de empresas novas que oferecem internet, com isso a oferta ficou maior e o preço mais acessível de um modo a atender o maior número de pessoas.

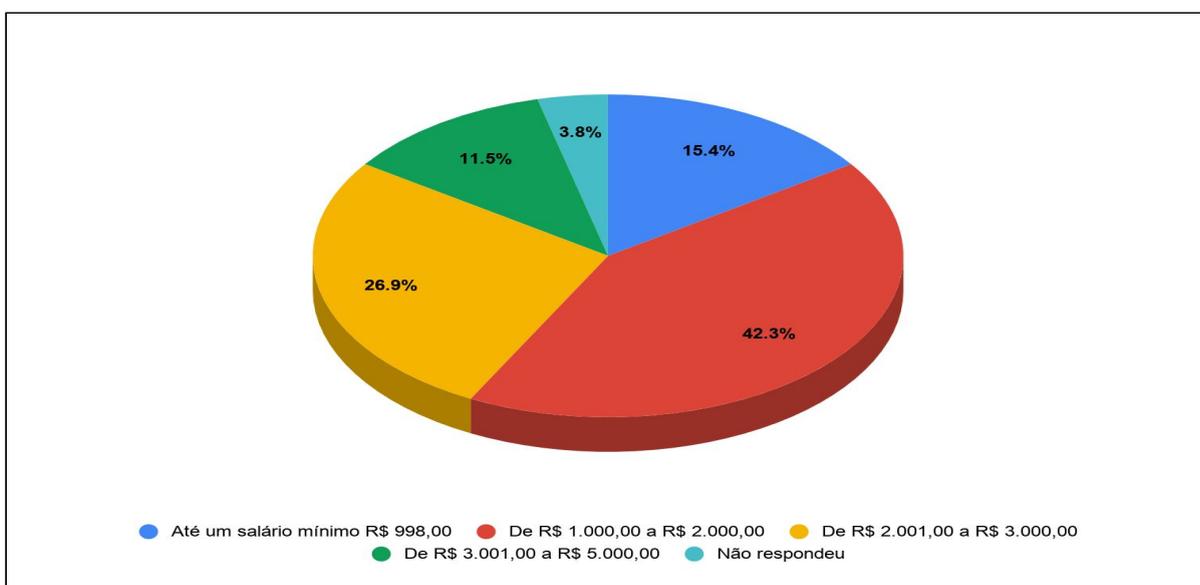


Gráfico 05: Renda mensal.

Fonte: Autor, Pesquisa de Campo, 2019.

Quanto ao local onde os clientes residem, a pesquisa apresenta uma diversidade de locais onde 61,5% residem na área urbana distribuídos em vários bairros, 15,4% residem na área rural, os outros 23,1% dos entrevistados optaram por não responder o bairro onde mora. Outro fato que os resultados mostram é que a internet nos últimos anos também está chegando com força nas áreas do interior.

É importante destacar que a tecnologia está cada vez mais atingindo todos os segmentos da sociedade, inclusive o meio rural, isso traz desenvolvimento e complexidade. Conforme OCEPAR (2014), a difusão das tecnologias de informação e comunicação, especialmente da internet, tornou-se uma necessidade para o meio rural, tanto quanto já era para o urbano, visando atender a demanda por informações atualizadas e constantes, pois o conhecimento deixou de ser privilégio e tornou-se fator de desenvolvimento da agricultura.

Quanto ao valor da mensalidade, no Gráfico 06 pode-se observar que a maioria, ou seja 32% pagam R\$ 88,00 que refere-se aos planos de 15MB, 24% pagam R\$ 66,00 que refere-se ao plano de 2MB e outros dois planos também são destaques o de R\$ 76,00 referente ao plano de 3MB e o de R\$ 48,00 referente ao plano de 1 MB cada um deles representados por 12% dos entrevistados.

Outro aspecto que podemos observar com este gráfico é que os clientes procuram contratar um plano que venha suprir as suas necessidades e que não tenha um valor alto, para que não comprometa a renda familiar.

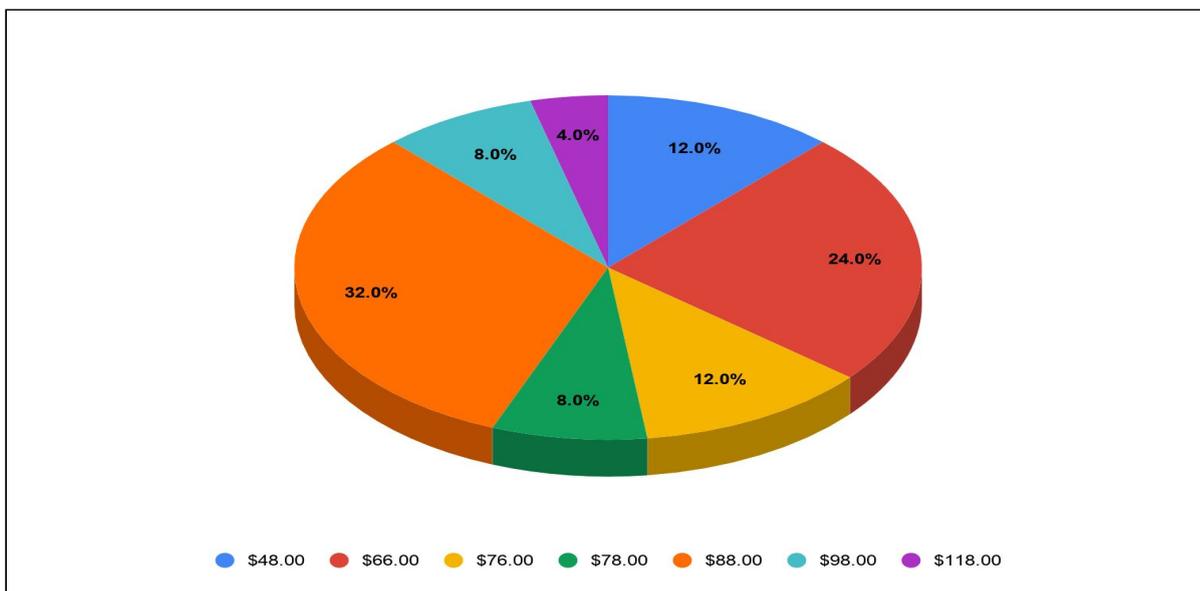


Gráfico 06: Valor da sua mensalidade.

Fonte: Autor, Pesquisa de Campo, 2019.

O Gráfico 07 apresenta os principais motivos que levou à contratar um plano de internet, o resultado é bastante relevante 53,3% dos entrevistados alegam que contrataram a internet para uso ligado ao entretenimento seja para jogos online, músicas, acesso a notícias, redes sociais, 29,3% contrataram os serviços devido aos trabalhos escolares e 16,7% devido à necessidade do trabalho. Esse fato está esclarecido devido a mobilidade da internet chegar a vários lugares, assim como o crescimento de smartphones e aparelhos compatíveis com a internet, de um modo que seja utilizado cada vez mais.

Segundo Torres (apud ARAÚJO; RIOS, 2012, p. 3), “a internet é uma rede de milhões de pessoas, de todas as classes sociais, que buscam informações, diversão e relacionamento e que comandam, interagem e interferem em toda e qualquer atividade ligada à sociedade e aos negócios”. Desta forma, novos canais de

comunicação surgem, e as pessoas passam a gerir novas informações através dos grupos sociais.

Conforme Neri (2011), no período inicial da vida profissional e, conseqüentemente, no início da maturidade do indivíduo, o desejo de consumo é normalmente maior do que a renda obtida, o que resulta em uma demanda muito maior por empréstimos nessa fase do ciclo de vida.

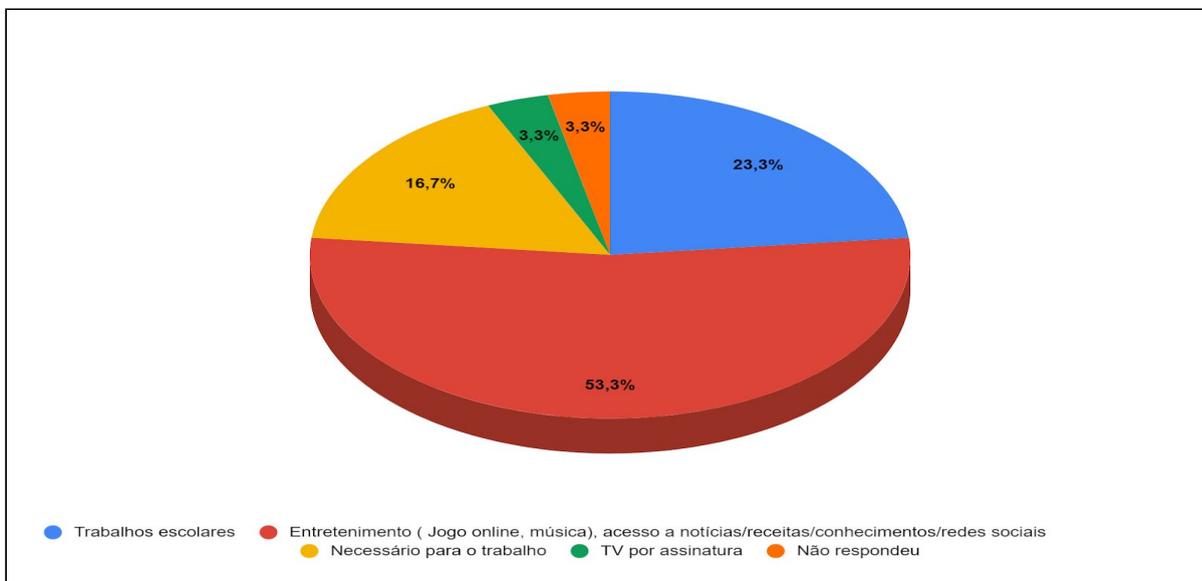


Gráfico 07: Qual os dois principais motivos que levou você a contratar um plano de internet.

Fonte: Autor, Pesquisa de Campo, 2019.

Quando se trata dos meses que mais atrasam o pagamento, no Gráfico 08 observa-se que 46,2 % alegam nunca ter atrasado mensalidade, 30,8% optou por não responder e 11,5% informou que atrasou pagamento no mês de março, outros dois meses também aparecem nas pesquisas é janeiro e fevereiro, estão diretamente ligados aos meses no qual os rendimentos diminuem devidos as férias de final de ano e também as cobranças de impostos que ocorrem neste período.

Outra situação que influencia diretamente no atraso do pagamento é a falta de planejamento financeiro, um conjunto de ações, controle e procedimentos, possibilita entre outras coisas, montar um orçamento, acompanhar as contas, saber se há sobras ou falta de recursos, tomar providências para nivelar orçamento no caso de falta e fazer investimentos no caso de sobra de recursos.(MELO, 2012, p.1).

É importante saber administrar seu orçamento, não gastar mais do que recebe, pois se ocorrer alguma situação inesperada poderá comprometer sua renda,

gerar inadimplência e em alguns casos quando se demora para resolver a situação ter o cadastro bloqueado e o nome no SERASA.

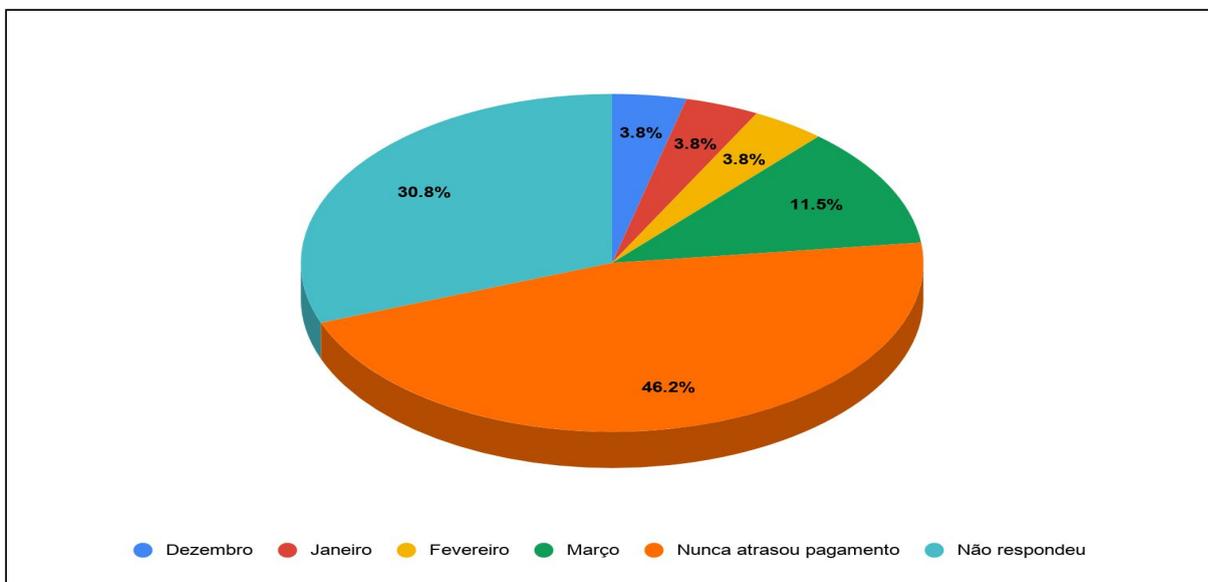


Gráfico 08: Meses que atrasou o pagamento.

Fonte: Autor, Pesquisa de Campo, 2019.

Em relação ao Gráfico 09, podemos observar como os clientes da empresa Ampernet Telecomunicações classificam o pagamento da mensalidade de internet onde 65,4% prioriza o pagamento em 1º plano (assim que recebe), 15,4% priorizam como 2º plano procuram primeiro pagar todas as contas básicas: luz, água, gás, supermercado, e, outros 15,4% prioriza outras contas fixas (aluguel, prestação, seguro) e depois pago a Ampernet. A internet atualmente é considerado um item necessário em casa, assim como água; luz e telefone. E para a grande maioria acabam priorizando o gasto da internet em seus orçamento.

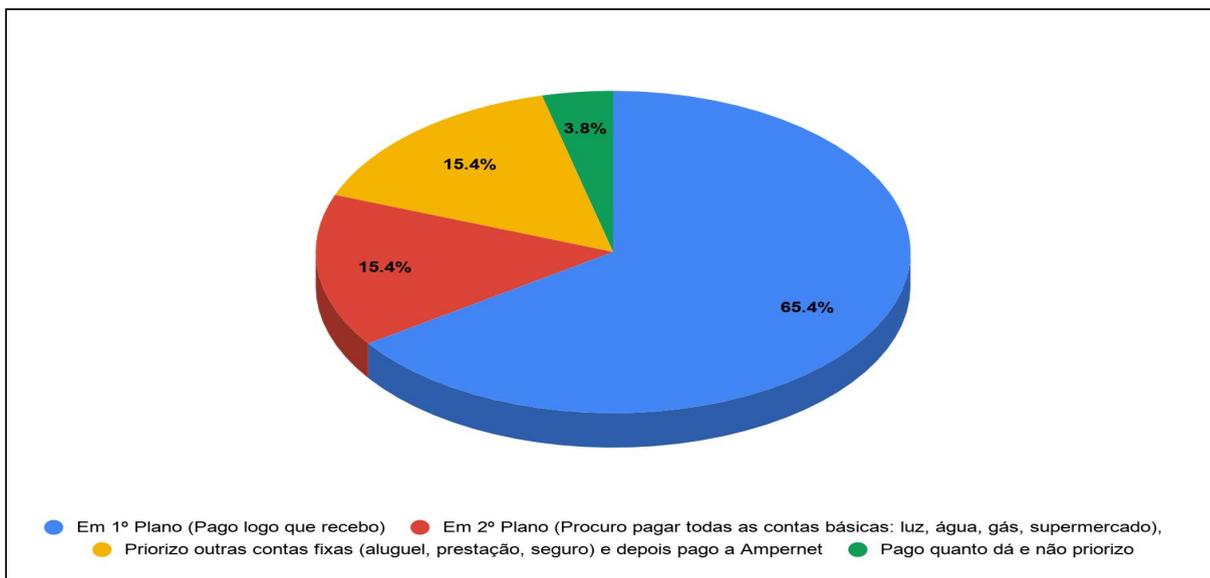


Gráfico 09: Dentro de suas obrigações mensais de pagamento, como você prioriza o pagamento da Ampernet.

Fonte: Autor, Pesquisa de Campo, 2019.

Com menos recursos no orçamento (mas as mesmas contas), é preciso priorizar pagamentos, deixando por último aqueles que supostamente podem ser renegociados ou pagos com atraso. (SERASA, 2018).

O Gráfico 10 nos apresenta as principais causas da inadimplência, conforme pesquisa pode-se observar que com 22,2% o descontrole financeiro é a principal causa de inadimplemento dos clientes, 14,8% alegam que deixam de efetuar o pagamento por não estarem utilizando e outros 7,4% apontam a diminuição de renda como motivo para o não pagamento das mensalidades.

O descontrole financeiro que é a principal causa da inadimplência da empresa Ampernet é causado por diversas razões: excesso de compras, falta de planejamento dos gastos mensais, esquecimento, orçamento diminuído e desemprego.

A segunda causa da inadimplência na empresa, é por não estar utilizando o serviço, isso ocorre pela insatisfação com o serviço prestado, o cliente mudou-se de local ou cidade, e outros motivos pessoais.

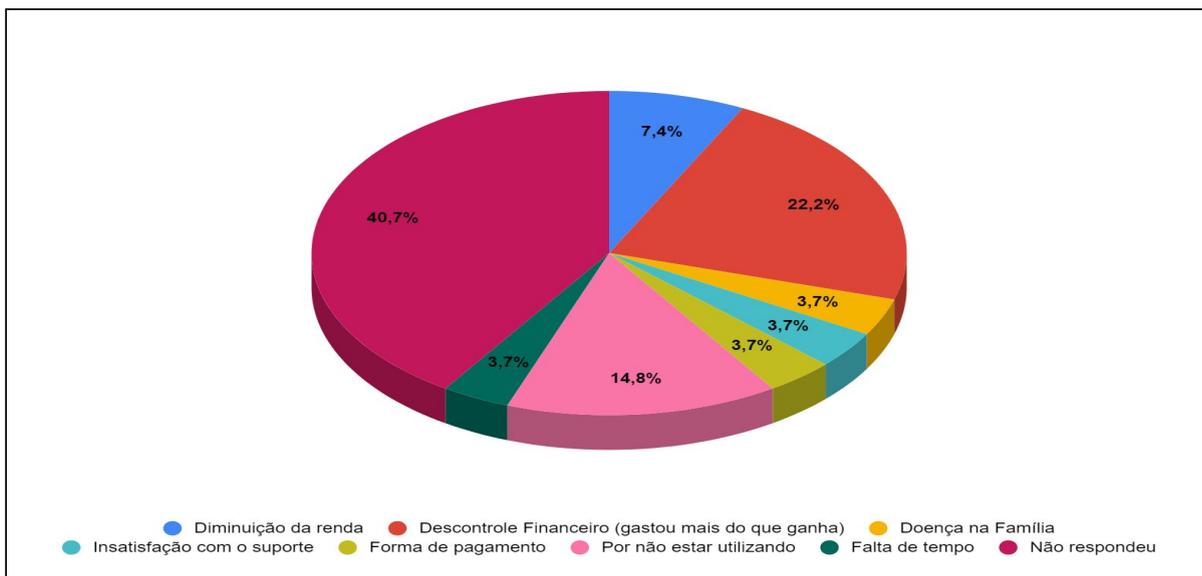


Gráfico 10: Causas da inadimplência.

Fonte: Autor, Pesquisa de Campo, 2019.

Conforme Junior e Perez (2006), a inadimplência cresce mais a cada dia no setor de telecomunicações, devido a isso as empresas do setor deixam de arrecadar recursos que são importantes para a melhoria de seus serviços. Com a preocupação de diminuir os índices de inadimplência e melhorar a qualidade de atendimento aos seus clientes, as operadoras de telecomunicações buscam sempre identificar o perfil dos usuários inadimplentes e também realizar um trabalho de prevenção a fraudes.

Quando os clientes atrasam os pagamentos, é feito os procedimentos de cobrança, ferramenta muito importante para as organizações. Uma política de cobrança estruturada é um mecanismo fundamental para o controle financeiro da empresa, técnicas básicas e simples podem ser utilizadas de forma eficaz, a fim de diminuir a inadimplência. (SANTOS; ESTENDER, 2016).

O procedimento de cobrança é efetuado via telefone, por e-mail, através do envio de SMS com informativos de atraso, e também utilizado o WhatsApp. Este último meio de cobrança, assim como os demais citados são legalmente permitidos desde que não ultrapassem as 20:00 horas.

O faturamento dos valores das mensalidades ocorre no dia 1º de todo mês, no dia 04 os boletos são enviados ao cliente, pois a forma de cobrança mais utilizada é o envio do boleto via e-mail, outras formas são cobrança em carteira onde o cliente faz o pagamento diretamente na empresa, o débito em conta e uma pequena parcela dos clientes possuem carnê, a data de vencimento do boleto pode

ser escolhida pelo cliente dentro das seguintes opções 10, 15, 20 e 25, cinco dias antes do vencimento do boleto é enviado um SMS informando a data do vencimento do boleto e também com a numeração do código de barras o boleto, se não for identificado o pagamento do boleto após cinco dias o vencimento é enviado um novo SMS com um informativo que não foi identificado o pagamento.

A suspensão dos serviços ocorre após 35 dias de atraso do primeiro pagamento. Porém conforme Art. 90 do Regulamento da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), transcorridos 15 (quinze) dias da notificação de existência de débito vencido ou de término do prazo de validade do crédito, o Consumidor pode ter suspenso parcialmente o provimento do serviço. Também no Art. 93 da ANATEL diz que, após transcorridos 30 (trinta) dias do início da suspensão parcial, o Consumidor poderá ter suspenso totalmente o provimento do serviço. A empresa optou por fazer somente a suspensão total do serviço, que ocorre após os prazos definidos pela Anatel, mesmo assim está dentro do regulamento.

As cobranças voltam a ser feitas depois da suspensão dos serviços, sendo feito da seguinte forma:

- A primeira ligação ocorre cinco dias após a suspensão, ou seja, com 40 dias de atraso da primeira mensalidade nesta tentativa de contato primeiramente tenta-se contato por telefone/ ligação, se não for possível é utilizado o WhatsApp para contato, onde é chamado e confirmado se o número é realmente da pessoa que precisa ser cobrada;
- Segunda ligação ocorre após vinte dias que o cliente já está suspenso, com 55 dias de atraso, é tentado contato via telefone/ ligação e e-mail;
- Terceira ligação ocorre após cliente estar com o plano inativo por trinta dias, após 60 dias de atraso, esta terceira ligação é uma tentativa de reter o cliente, é oferecido ao mesmo 50% de desconto no valor que se encontra em débito, caso o mesmo continue utilizando os serviços da empresa, primeiramente é tentado contato por telefone e se não for possível é chamado cliente no WhatsApp. Nesta promoção o cliente só tem direito a uma vez.

As mensagens utilizadas para o contato com o cliente sejam por qualquer um dos meios utilizados é padrão, alterando somente nome do cliente e valor da mensalidade, de acordo com o plano contratado pelo cliente.

No contato com o cliente é informado a mensalidade que se encontra em atraso, o valor da parcela e o valor total da dívida, caso ocorra a negociação, é enviado por e-mail um novo boleto atualizado.

Durante a negociação são sugeridas algumas formas de pagamento caso o cliente não tenha condições de pagar o valor total em aberto se possuir apenas duas mensalidades em aberto pode pagar a mais atrasada e deixar a outra para pagar nos próximos dias, se possui três ou mais mensalidades em aberto pode pagar 60% do valor em aberto e o outros 40% em 30 dias (entrada + 30 dias), pode parcelar no cartão de crédito a quantidade de vezes feita no cartão pode variar de acordo com o valor que o cliente deve.

Se não houver nenhum tipo de acerto ou negociação após estas ligações, é dado início ao processo de inclusão no Sistema de Proteção ao Crédito, os clientes só são incluídos se as informações do sistema estiverem de acordo com as informações contidas no contrato, se a assinatura foi feita pelo contratante ou por uma outra pessoa

Primeiro é localizado o contrato do cliente, depois gerado ordem de serviço para retirar os equipamentos caso os mesmos sejam comodato, se os equipamento não forem retirados é enviado uma notificação extrajudicial e boleto do valor dos equipamentos para comunicar o cliente que precisa fazer a devolução e em caso de extravio fazer pagamento do mesmo, após 30 dias do vencimento do boleto referente aos equipamentos é feito a inclusão, cobrando os valor até a data da suspensão do serviços, valor do equipamentos se possuir e multa rescisória se não foi cumprido a fidelidade acordada em contrato.

Conforme Art. 70 do Regulamento da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL), a prestadora do SCM (Serviço de Comunicação Multimídia) pode oferecer benefícios aos seus assinantes e, em contrapartida, exigir que estes permaneçam vinculados à prestadora por um prazo mínimo.

### 3 CONCLUSÃO

O presente trabalho teve como propósito traçar o perfil do cliente, identificar e caracterizar os fatores que influenciam na inadimplência no serviço de internet da empresa Ampernet Telecomunicações de Ampére -PR.

Com a realização da pesquisa percebe-se que, a maioria dos clientes são jovens entre 18 e 30 anos, com ensino médio completo, residem no perímetro urbano, trabalham com carteira assinada, possuem um plano de internet que varia entre R\$ 66,00 e R\$ 88,00 valores que se enquadram nos gastos mensais. Alguns priorizam o pagamento da internet em primeiro plano, outros priorizam as demais contas da casa e se sobram pagam a internet, os clientes em sua maioria contratam a internet para entretenimento seja para acesso a redes sociais, jogos online, notícias.

Após a realização da pesquisa pode-se observar que o maior motivo pelo qual os clientes atrasam o pagamento está diretamente ligado a questões financeiras, seja por diminuição da renda ou descontrole financeiro, outro motivo que se destaca é que os clientes deixam de efetuar o pagamento por não estarem utilizando.

Conforme descrito neste trabalho, a empresa oferece aos clientes todos os meios possíveis de pagamento, para que não ocorra a inadimplência dos mesmos. Os resultados nos mostram que, as principais causas da inadimplência não estão ligadas a empresa e sim a falta de controle financeiro dos clientes.

Para reduzir o número de inadimplência a empresa possui um departamento de cobrança bem estruturado, que realiza o contato com os clientes inadimplentes e faz negociações de dívidas. Porém é preciso estar sempre se aperfeiçoando e buscando alternativas para diminuir a inadimplência.

Sugere-se para empresa que efetue o cadastro correto dos clientes com o máximo de informações possíveis, pois isso auxiliará o departamento financeiro no momento de enviar os boletos, manter as informações de contato atualizada para que facilite o contato com os clientes no momento da cobrança e, que no atraso de uma parcela já inicie o processo de cobrança para que não se estenda o período de atraso para outro mês. Outra alternativa que pode ser usada é 5 dias após o

vencimento do boleto enviar uma notificação na rede de que o pagamento encontra-se em atraso e caso esse pagamento não ocorra tornar a fazer o processo com 20 dias de atraso, nesta notificação de conter a informação de quantos dias o boleto está em atraso e um link de acesso para a impressão do boleto.

## REFERÊNCIAS

AMPERNET TELECOMUNICAÇÕES. **Conheça a Empresa.** Disponível em: [www.ampernet.com.br/grupo-ampernet](http://www.ampernet.com.br/grupo-ampernet). Acesso 05 de abril de 2019

ANATEL, **Resolução nº 614, de 28 de maio de 2013.** Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2013/465-resolucao-614#art70>. Acesso: 30 de junho e 2019

ANATEL, **Resolução nº 614, de 28 de maio de 2013.** Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/legislacao/resolucoes/2014/750-resolucao-632#art90>. Acesso: 30 de junho e 2019

ARAÚJO, Luana Leite Pereira de; RIOS, Riverson. **A Popularização das Redes Sociais e o Fenômeno da Orkutização.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Recife - PE – 14 a 16/06/2012.

ASSAF NETO, A.; SILVA, C. A. T. **Administração do capital de giro.** 3 ed. São Paulo: Atlas 2002.

ASSAF NETO, A.; LIMA, F. G. L. **Curso de administração financeira.** São Paulo: Atlas, 2009.

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e técnicas da administração financeira.** - São Paulo: Atlas, 1989

BERNARDES, Amanda Crescenti Budóia; REIS, Bruna Thayse de Carvalho Vigarani dos; HORITA, Ricardo Yoshio. **Administrando a inadimplência em tempos de crise.** Lins, 2009

DAROS, Mariane; PINTO, Nelson Guilherme Machado. **Inadimplência no Serviço de Internet:** Um estudo de caso sobre as suas causas em uma empresa de telecomunicações de Palmeira das Missões – RS, 2016

FERREIRA, J. A. L. A.; ALVES, R. F.; TÓFOLI, I. **Análise e Decisão de Crédito – Um Fator Potencial para Redução da Inadimplência.** São Paulo, 2009

FIORENTINI, Dielis Heder. **Sistema de Controle Interno para a Área Financeira em uma Empresa de Pequeno Porte**. 2004. 89 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2004.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. 12ª ed. São Paulo: Perarson Prentice Hall, 2010.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

JUNIOR, Adelar José Schuler; PEREZ, Anderson Luiz Fernandes. **Análise do perfil do usuário de serviços de telefonia utilizando técnicas de mineração de dados**. RESI – Revista Eletrônica de Sistemas de Informação, nº1, SC, 2006.

LUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual da Contabilidade das Sociedades por Ações**. Fipecafi – Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras, FEA/USP. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MORAIS, Szabo. **Administração financeira: princípios, fundamentos e práticas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. p 33.

MORAN, José Manuel. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. São Paulo: Papirus, 2000.

NERI, Marcelo. **A nova classe média: o lado brilhante da base da pirâmide**. São Paulo: Saraiva, 2011.

NONNEMACHER, Celina. **Estudo Bibliográfico sobre o tema inadimplência e, cooperativa de crédito**. Monografia (Pós Graduada em Gestão Contábil e Financeira). UTFPR, Pato Branco, 2015.

OLIVEIRA, A. A. dos S. **Cobrançabilidade: Gestão de Crédito e Cobrança em uma Empresa de Alimentos Cearense**. Artigo Científico Faculdade 7 de Setembro para título de Bacharel em Administração de Empresas. Fortaleza, 2010.

OCEPAR. **Novas Tecnologias: O meio rural e o acesso à informação**. 2014. Disponível em: [www.paranacooperativo.coop.br/ppc/index.php/sistema-ocepar](http://www.paranacooperativo.coop.br/ppc/index.php/sistema-ocepar). Acesso em: 01/07/2019.

PETTENON, Giane Maiara. **Estudo sobre a inadimplência no comércio de vestuário do município de Pinhal de São Bento. 2018**. TCC (Bacharel em Administração). Faculdade de Ampére, Ampére, 2018.

PINTO, N. G. M.; CORONEL, D. A. **Inadimplência no Serviço de TV por Assinatura: Um estudo sobre as suas causas em uma empresa do setor da cidade de Santa Maria – RS**. Sinergia, v. 16, n. 2, p. 41-51, 2012.

SANTOS, Elaine Bronze dos; ESTENDER, Antônio Carlos. **Análise da inadimplência associativa de uma entidade de classe.** Revista Científica do ITPAC, Araguaína, v.9, n.1, Pub.9, Fevereiro 2016.

SEBRAE, **Inadimplência:** como evitar e resolver, 2006, p.4.

SERASA EXPERIAN, **Recupera dívidas.** Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/recuperar-dividas>. Acesso em 18 de maio de 2019.

SERASA EXPERIAN, **Conheça as 7 principais causas de inadimplência no Brasil hoje.** Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/consultaserasa/blog/conheca-as-7-principais-causas-de-inadimplencia-no-brasil-hoje>. Acesso em 18 de maio de 2019