

**POLÍTICA DE CRÉDITO PARA PEQUENAS EMPRESAS**

**Micaelly Rodrigues Mudesto ¹**

Graduanda em Administração pela UniEVANGÉLICA - GO

**Ieso Costa Marques ²**

Orientador do Trabalho de Conclusão de Curso UniEVANGÉLICA - GO

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

¹Micaelly Rodrigues Mudesto - Bacharelando no curso de Administração pelo Centro Universitário de Anápolis (UniEVANGÉLICA) –Brasil –Email:micaelly2.0rodrigues@hotmail.com

² Ieso Costa Marques – Professor do curso de Administração do Centro Universitário de Anápolis (UniEVANGÉLICA) – Brasil - Email: iesocosta@unievangelica.edu.br

**RESUMO**

A politica de crédito é um parâmetro fixado dentro de uma organização que viabiliza condições de prazos aos clientes, e segurança ao capital da empresa. Sendo que, a partir da análise, é possível determinar o nível de crédito a ser liberado ao cliente, considerando também o nível de risco da negociação. O presente trabalho nasceu a partir do seguinte problema de pesquisa: Qual seria a melhor maneira de estabelecer uma política de crédito para os clientes de uma pequena empresa do segmento de materiais para construção. O objetivo geral foi à investigação de qual a melhor forma para concessão de crédito para clientes. Diante dos estudos e análises feitas, resultados foram alcançados na empresa, por meio de métodos utilizados para a identificação dos problemas que a empresa enfrentava, com prazos determinados para a execução, que foi utilizado durante o estudo e na pesquisa, houve uma grande redução no índice de inadimplência, porém também ocorreu redução no fluxo de vendas a prazo, reduzindo o alto índice de inadimplência.

 **Palavras – chave:** Crédito, inadimplência.

*ABSTRACT*

*The credit policy is a parameter set within an organization that enables conditions of deadlines to customers, and security to the capital of the company. Being that, from the analysis, it is possible to determine the level of credit to be released to the client, also considering the level of risk of the negotiation. The present work was born from the following research problem: What would be the best way to establish a credit policy for the clients of a small company in the construction materials segment. The overall objective was to investigate the best way to grant credit to clients. In the face of the studies and analyzes made, results were achieved in the company, through methods used to identify the problems faced by the company, with deadlines set for execution, which was used during the study and in the research, there was a great reduction in default rate, but there was also a reduction in the flow of forward sales, reducing the high rate of delinquency.*

*Keywords: Credit, default.*

**1. INTRODUÇÃO**

Atualmente empresas vêm enfrentando mudanças e sofrendo dificuldades em meio à crise, isso faz com que busquem novas informações e novos recursos para estabelecer mudanças em suas práticas gerenciais para melhor abordagem acerca de suas necessidades.

Para um bom resultado financeiro que visa lucro e aumento de capital para a empresa é seus sócios a elaboração de um planejamento financeiro é necessária para que os lucros e metas sejam alcançados.

A política de crédito é para isso, os gestores precisam conhecer os pontos fortes e pontos fracos para criar e implementar novas técnicas para gerir esse processo de constantes mudanças e alcançar melhor resultado.

As pequenas e médias empresas estão inseridas em um cenário de constante concorrência, para isso e necessário estabelecer fidelidade com o cliente, facilitando a boa negociação, promovendo vendas seguras, e o alcance das metas estabelecidas por meio da concessão de crédito.

Dentro deste modelo de política de crédito há expectativa de retorno, porém com o risco associado. Em função da política de crédito e esse risco associado, as empresas se encontram no dever de adotar ferramentas para gerir a prática para a análise controle de risco de crédito, e a permissão de crédito ao cliente.

A administração de contas a receber deve produzir informações diariamente, que são necessárias para departamento de crédito, vendas, comercialização, contas a pagar que estão ligados inteiramente.

Diante do entendimento da importância da política de crédito para o alcance de metas das empresas, este trabalho tem a pretensão de investigar os aspectos da política de crédito e as ferramentas para melhor implementa-la.

A justificativa deste trabalho é buscar formas para gerir e resolver problemas em relação à permissão de crédito, práticas que necessita de informações baseando em análise e estudo, com base em pesquisas bibliográficas. O presente trabalho nasceu a partir do seguinte problema de pesquisa: *Qual seria a melhor maneira de estabelecer uma política de crédito para os clientes de uma pequena empresa do segmento de materiais para construção?*

O objetivo geral é investigar qual a melhor forma de concessão de crédito, para uma empresa varejista do segmento de materiais para construção, com base em um estudo de caso, que têm como propósito analisar algumas operações na politica de crédito na empresa (X), localizada em Campo Limpo de Goiás que necessita de novos planos de ação para a concessão de crédito.

Os objetivos específicos são: a) conhecer a administração financeira da empresa, para maior segurança na negociação do seu capital com o cliente b) investigar qual a melhor forma de conceder crédito ao cliente. c) investigar a melhor forma de conhecer o perfil do cliente para a concessão de crédito.

**2 REFERENCIAL TEÓRICO**

**2.1 Administração Financeira**

De acordo com Hoji (2017, p.03) “a geração permanente de lucro e caixa contribui para que uma empresa moderna cumpra suas funções sociais por meio de geração e pagamento de impostos, treinamento e remuneração adequada dos empregados, investimentos em melhoria ambiental”.

O termo finança trata da arte é ciência da gestão do dinheiro, praticamente todos os indivíduos e organizações estão envolvidos com atividades financeiras, pois constantemente, recebem, levantam, gastam e investe dinheiro, finanças e dividido em duas grandes áreas: serviços financeiros e administração financeira (OLIVEIRA, 2016 *apud* GITMAN 2004).

O objetivo da administração financeira de uma empresa é a maximização de seu valor de mercado, pois dessa forma estará sendo aumentada a riqueza dos proprietários das empresas. A análise financeira é uma ferramenta que possibilita uma visão detalhada dos resultados alcançados. Indicadores como o aumento das vendas, o retorno sobre o capital investido pelos proprietários, o valor das ações e até a notoriedade da empresa no mercado podem estar presentes. A comparação dos indicadores da empresa com os que seus concorrentes fornecem instrumentos para novos direcionamentos das ações estratégicas e operacionais da empresa. A comparação dos indicadores e resultados alcançados com as metas estabelecidas assume papel relevante na premiação dos dirigentes e colaboradores. A divulgação dos resultados pode fortalecer a imagem e reputação da empresa e dos seus dirigentes, perante investidores, analistas e credores (SILVA, 2017).

A administração financeira consiste em uma análise minuciosa dos dados financeiros disponíveis sobre a empresa, como das condições internas e oportunidades econômicas que afetam a empresa. Dados financeiros disponíveis podem incluir demonstrações contábeis, programas de investimentos, projeções de vendas e projeção de fluxo de caixa. Está tácito que devemos trabalhar com informação de boa qualidade para chegarmos a um relatório de análise com a correção necessária (CHIAVENATO, 2014).

Todas as movimentações empresariais envolvem recursos e devem ser conduzidas para o alcance do lucro. As funções típicas do administrador financeiro de uma empresa são: análise, planejamento e controle financeiro, tomadas de decisões de investimentos e tomadas de decisões de financiamentos (HOJI, 2017).

Análise, planejamento e controle financeiro; consiste em coordenar, monitorar e avaliar todas as atividades da empresa, por meio de informações financeiras, bem como participar sempre das decisões estratégicas, para estimular as operações (HOJI, 2017).

As decisões de investimentos dizem respeito à destinação dos recursos financeiros para aplicação em ativos circulantes e não circulantes, realizáveis em longo prazo e ativos permanentes, considerando-se a relação adequada de risco e de retorno dos capitais investidos (HOJI, 2017).

As decisões de financiamentos são tomadas para captação de recursos financeiros para o financiamento dos ativos correntes e não correntes, considerando-se a combinação adequada dos financiamentos a curto é longo prazo e a estrutura de capital (HOJI, 2017).

**2.2 Gestão de capital de giro da empresa**

A administração do capital de giro diz respeito à administração das contas dos elementos de giro, ou seja, dos ativos e passivos correntes (circulantes), e a reciprocidade existente entre eles. Neste conceito, são estudados fundamentalmente o nível adequado de estoques que a empresa deve manter, seus investimentos em créditos a clientes, critérios de gerenciamento do caixa e a estrutura dos passivos correntes, de forma consistente com os objetivos enunciados pela empresa e tendo por base a manutenção de determinado nível de rentabilidade e liquidez (ASSAF NETO, 2012).

Os passivos circulantes: os mais importantes tratados são: duplicatas a pagar, títulos a pagar, despesas provisionadas a pagar como: salários e títulos a pagar, juros a pagar, ou seja, despesas do regime de competência, ainda não pagas (CHIAVENATO, 2014).

A presença de ativos correntes na estrutura financeira das empresas é essencial para viabilizar financeiramente seus negócios e contribuir para a formação do retorno econômico do investimento realizado (ASSAF NETO, 2012).

Todos os bens e direitos que podem ser convertidos em dinheiro a curto prazo são classificados como ativo circulante. Entendem-se como ativos de curto prazo os valores realizáveis (conversíveis em dinheiro) até o final do exercício social seguinte. Caso o ciclo operacional da empresa seja maior que um ano, por exemplo, 15 meses, o curto prazo será de 15 meses (HOJI, 2017).

Na apuração de balanços intermediários, são classificados no subgrupo de ativo circulante os bens e direitos realizáveis no prazo de 12 meses, ou no prazo do ciclo operacional, se este for maior. Por exemplo, um balanço intermediário, levantado no mês de junho, considera como de curto prazo os ativos que vencem até o mês de junho do ano seguinte (HOJI, 2017).

**2.3 Análise de Cadastro**

Cadastro é conjunto de dados e informações transcritos para uma ficha própria, possibilitando eventuais consultas futuras para a concessão de crédito. Ainda na concepção do autor, todas as informações que forem solicitadas ao cliente, devem ser comprovadas através de documentos, e todos os dados devem estar completos (SCHNEIDERS, 2014 *apud* LANSINI, 2003, p 19).

A análise de crédito não deve ocorrer apenas na ocasião da primeira venda a prazo. A situação do cliente, mesmo daqueles antigos e tradicionais, deve ser constantemente monitorada e atualizada, quanto aos aspectos de pontualidade, capacidade de pagamento e situação financeira. As informações financeiras podem ser obtidas por intermédio de entidades especializadas como o Serviço de Proteção ao Crédito - SPC e Centralização de Serviços Bancários S.A e Serasa (HOJI, 2017).

De acordo com Assaf Neto (2012, p.125) “Crédito diz respeito à troca de bens presentes por bens futuros. De um lado, uma empresa que concede crédito troca produtos por uma promessa de pagamento futuro. Já́ uma empresa que obtém crédito recebe produtos e assume o compromisso de efetuar o pagamento no futuro”.

A análise de crédito pode ser feita com base em técnica conhecida como 5 Cs, que se referem aos seguintes aspectos: caráter, capacidade, capital, colateral e condições (HOJI, 2017).

Caráter refere à intenção de pagar, conjunto de boas e más qualidades pessoa do proponente, face aos seus hábitos de pagamento. Ele está relacionado à honestidade do tomador, à intenção, à vontade e à determinação dele honrar ou não seus compromissos e suas obrigações, pois cada transação de crédito é uma promessa de pagamento futuro (SILVA, 1950).

A capacidade e a determinação de pagar o caráter não terá validade se o cliente não tiver capacidade de cumprir seus compromissos financeiros. O potencial de o cliente cumprir com os compromissos financeiros pode ser obtido por meio da análise das demonstrações financeiras e informações financeiras adicionais, em instituições como a Serasa. Deve enfocar alguns dos seguintes aspectos: idade, formação acadêmica, histórico profissional, ambiente cultural, capacidade de adaptação a novos cenários econômicos e tradição no ramo do negócio em que atua (HOJI, 2017).

Para o capital a análise da estrutura econômica e financeira comprova o nível de solidez financeira da empresa. Os índices de liquidez obtidos por métodos tradicionais não significam, necessariamente, que a empresa terá capacidade de continuar com as atividades, pois o capital investido em giro deve ser considerado como capital fixo e não como capital circulante. A análise da necessidade líquida de capital de giro evidencia, com bastante quanto a empresa precisa de capital para financiar suas operações é possível avaliar se a empresa terá capacidade de expandir suas atividades, considerando-se disponibilidade a oferecer as possíveis fontes de recursos de longo prazo (HOJI, 2017).

O colateral ou garantia é caracterizado pelo patrimônio que o cliente possui. A garantia geralmente vai amparar a organização de não perder totalmente o valor concedido na operação de venda no crédito comercial é mais conhecido no mercado de crédito como uma garantia, ou seja, uma garantia secundária exigida para proteger os seus credores de situações adversas decorrentes de eventuais perdas de capacidade financeira (SANTOS, 2010).

As condições econômicas atuais o cenário econômico em que a empresa está inserida, o ramo de atividade em que ela atua. Se for esperada forte recessão, mas o ramo de atividade em que a empresa atua for substancialmente promissor, o risco de inadimplência será minimizado. As condições gerais dos negócios das partes envolvidas devem levar em consideração a existência de reciprocidades, consideradas as limitações de cada parte, quando a empresa compra da empresa para a qual vende (HOJI, 2017).

 Assaf neto (2012 p.141) “A análise de crédito por pontuação tenta incorporar uma série de variáveis na concessão de crédito, variáveis estas que podem abranger aspectos como localização, situação patrimonial, garantia”.

Quadro 1 Crédito por pontuação

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **1.Dados essenciais** | **2. Dados Complementares** | **3. Dados de localização** |
| Comprovação da renda | Imóvel comprovado | Endereço dos pais  |
| Trabalho mais de seis meses | Referência comercial | Endereço para referência  |
| Residência mais de seis meses | Outras rendas comprovadas | Conhece funcionários da loja |
| Profissão definida | Cônjuge com renda comprovada  | Possui telefone |
| Casado | Mercadorias sem risco | ---- |
| Prestação no limite | ---- | ---- |
| Desconhecido no SPC | ---- | ---- |
| Pontuação |
| (x2) | (x2) |  |
| Pontuação Geral30 Indicação19 a 29 Indicado para cartão de crédito13 a 18 Aprovação normal 09 a 12 Aprovação só com entrada 06 a 08 Aprovação só com aval e entrada Até 05 Negar crédito |

**Fonte: PEREIRA, (1990)**

**2.4 Concessão de Crédito**

De acordo com Assaf Neto (2012, p.126) “A política de crédito fixa os parâmetros da empresa em termos de vendas a prazo. Na política de crédito, estarão os elementos fundamentais para a concessão, a monitoria e a cobrança do crédito”. Diante do estudo realizado neste trabalho que poderá colaborar para a diminuição de vendas duvidosas e uma segurança no capital da empresa é aumento no fluxo de caixa de uma forma segura

A política de crédito trata dos seguintes aspectos: prazo de crédito, seleção de clientes e limite de crédito. Uma política de crédito liberal aumenta o volume de vendas muito mais do que uma política rígida, porém gera mais investimento em contas a receber e mais problemas de recebimento, o que exige maior rigidez na cobrança (HOJI, 2017).

As contas a receber são geradas pelas vendas a prazo, que são feitas após a concessão de crédito. As vendas a prazo geram riscos de inadimplência e despesas com análise de crédito, cobrança e recebimento, mas alavancam as vendas, isto é, aumentam o volume de vendas e, consequentemente, o lucro. As vendas a prazo são condições necessárias para aumentar o nível de operações e o giro dos estoques e, assim, ganhar a escala e maximizar a rentabilidade (ASSAF NETO, 2014).

No ato da concessão de crédito se não houver controle prefixado com regras e normas pode ser um desastre no fluxo da concessão de crédito. Existem ferramentas, procedimentos e serviços que auxiliam a administrar as contas a receber. Se a empresa tratar com seriedade as Contas a Receber, os clientes também o farão. Deve-se então: a) Criar políticas e procedimentos que auxiliem o credor a tomar decisões rápidas com facilidade, b) Treinar os funcionários sobre a importância da administração de Contas a Receber c) Assegurar-se de que o cliente entende a política de cobrança da empresa, d) Usar instrumentos e serviços disponíveis de comprovada eficácia na cobrança, como, por exemplo, um sistema informatizado que facilite o manuseio das informações sobre as vendas efetuadas, cadastro de clientes, e) serviço de cobrança terceirizado, se necessário (SILVA, 2009).

**2.4 Gestão da Politica de Cobrança**

As políticas de cobrança representam os processos e medidas adotadas pela empresa para o recebimento das contas a receber nas datas de seus vencimentos. As políticas de cobrança podem ser avaliadas pelo número de clientes inadimplentes ou incobráveis. Na realidade, esse número depende também das políticas de crédito nas quais a empresa se baseou para conceder crédito aos clientes (HOJI, 2017)

Para um período médio de cobrança há um custo de manutenção de contas a receber em carteira. Quanto maior o volume de duplicatas a receber, maior será́ a os custos para mantê-las. Se a empresa diminuir seus padrões de crédito, deverá ocorrer um aumento nas duplicatas a receber e no custo de sua manutenção, ao passo que, se a empresa apertar os padrões de crédito, ocorrerá uma diminuição das duplicatas a receber e do custo de mantê-las (CHIAVENATO, 2014).

**3. METODOLOGIA**

De acordo com Vergara (2016) existem várias formas de se classificar os tipos de pesquisa, conforme os critérios utilizados pelos autores. A autora propõe dois critérios básicos: a) Quanto aos fins, b) Quanto aos meios.

Quanto aos fins, a pesquisa foi bibliográfica, pois foi realizado um estudo estruturado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral.

Após a definição do objetivo passamos para a delimitação do tema, no qual foi identificado o problema que a empresa enfrentava em relação à gestão da politica de crédito, onde foi desenvolvido um estudo por base inicial pesquisa bibliográfica, que tem a pretensão abrange por tempo indeterminado.

Quanto aos meios, a pesquisa foi de Estudo de caso, pois foi restrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como pessoa, família, produto, empresa, com caráter de profundidade e detalhamento.

O estudo de caso permitiu encontrar informações sobre a situação que a empresa se encontrava na sua concessão de crédito. Com algumas pesquisas realizadas na empresa em uma conversa com colaboradores do setor financeiro da empresa para o conhecimento do presente estudo que foi útil para guiar e trazer as dificuldades na qual a mesma se encontrava, buscando a solução do problema que enfrentava por meio do estudo do caso da empresa.

**4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

A empresa (x) que atua no ramo de atividade da construção civil enfrenta um cenário econômico nada agradável para este tipo de atividade, apelando assim para novas técnicas para adquirir meios de aumentar o seu fluxo financeiro, mas de uma forma que não sufoca o capital que a empresa possui, e não trazendo riscos financeiros para a empresa, no processo de tomada de decisões é necessário buscar as melhores ferramentas para a gestão de créditos e contas a receber, foi feita a pesquisa sobre a empresa no dia 13 junho de 2019.

Grandes resultados foram alcançados na empresa, por meio de planos de ação e ferramentas que foi utilizado durante o estudo e na pesquisa, houve uma grande redução no índice de inadimplência, porém também ocorreu redução no fluxo de vendas a prazo, pois os acessos a condições de crédito tornam se mais restrito, porem trouxe mais segurança ao capital da empresa.

A análise SWOT é uma ferramenta que foi utilizada para a identificação e avaliação dos ambientes interno e externo, para a formulação de táticas para a otimização do desempenho no mercado, foram analisadas também as oportunidades e as ameaças, o ambiente externo diz respeito às questões fora da empresa e que fogem do seu controle mas está ligado aos problemas que ela enfrenta.

Análise SWOT empresa (x)

|  |  |
| --- | --- |
| **Forças** | **Fraquezas** |
| * Bom atendimento ao cliente;
* Preço competitivo;
* Capital disponível;
* Bem localizada;
 | * Falha na comunicação entre colaboradores do setor financeiro na concessão de crédito.
* Falta de pessoas especificas para cadastro e consulta;
 |
| **Oportunidades** | **Ameaças** |
| * Nova politica de crédito do governo;
* Melhorias dos cenários econômicos;
 | * Concorrência;
* Crise econômica;
* Inadimplência generalizada;
 |

O estudo realizado foi uma proposta para a solução e realização da concessão de crédito, e política de cobrança na empresa (x), com o propósito de solucionar o risco do cadastro, o plano proposto para a empresa é o meio de consulta SERASA, a análise de crédito por pontuação, é o 5 CS do crédito. Se prosseguir com alguns conceitos básicos sobre a administração financeira como: a) Levantar e analisar os cadastros de clientes e fixar limites de crédito; b) Proceder à cobrança e recebimento das duplicatas nos vencimentos estabelecidos; c) Proceder à cobrança e recebimento de saques de exportação; d) Controlar as duplicatas em carteira e em cobrança bancária; e) Providenciar cobrança dos inadimplentes; f) Negociar renovação de crédito; g) Controlar cobrança, caso também seja terceirizada (Silva, 2009).

 O plano de ação tem como motivo identificar a causa do problema que a empresa enfrenta, o motivo pelo qual ela esta passando por estes problemas, a quem deve recorrer para a solução dele, quando deve iniciar , identificar os custos da execução.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **O que?** | **Por que?** | **Quem?** | **Quando?** | **Quanto custa?** |
| Alta inadimplência. | Falta de uma política de crédito. | Diretor Financeiro | Imediato.  | Custos relacionados a contratação de um analista de crédito.  |
| Falta de pessoas especificas para setor de crédito e consultas. | Falta do setor financeiro para crédito. | Analista financeiro | Imediato.  | Custo de contratação de analista. |
| Concorrência. | Oferecendo crédito fácil.  | Diretor geral. | Imediato. | Custo de novos investimentos. |
| Falha na comunicação do financeiro e no setor de crédito. | Falha na imposição de regras de comunicação entre colaboradores. | Diretor geral | Imediato | Custo de software que possui dados conjuntos.  |

**5 CONCLUSÃO**

De acordo com: (Silva, 2009) para uma empresa é de grande importância ter politicas de crédito, vendas e cobranças, pois gera maior fluxo financeiro proporcionando alavancagem de vendas, recebimento de contas a receber é baixo índice de inadimplência basta seguir os conceitos da administração financeira para gerir.

O presente estudo foi claro e específico quanto ao problema que a empresa enfrentava no seu setor de concessão de crédito, para o alcance de seus resultados seria necessário deixar algumas maneiras de sua gestão passada e aderir ao novo modelo proposto pelo estudo realizado na empresa, que com o propósito de solucionar os problemas da concessão de crédito, trazendo para empresa grandes resultados com redução de inadimplentes mas com um fluxo de vendas no crédito menor, porém com mais segurança ao capital da empresa.

 A empresa obteve maiores resultados por meio do auxílio do gerente geral, que se dispôs sobre a situação que a empresa se encontrava na sua política de crédito que era centralizadora não havia informações necessárias no cadastro de clientes, por meio deste presente estudo foi elucidado e compreendido por todos, como deve estabelecer uma política de crédito que não só aumenta o fluxo de caixa da empresa, mas que tem segurança no investimento ao cliente. Conclui que presente estudo obteve resultados precisos na politica de crédito da empresa, os objetivos foram alcançados, como na gestão financeira para a solução de problemas com o capital da empresa trazendo mais segurança em negociações com o cliente, e na busca de informações pessoais para a composição de cadastro do cliente, assim reduzindo os altos índices de inadimplência e assegurando a boa gestão financeira da empresa.

**6 REFERÊNCIAS**

ASSAF NETO, Alexandre, 1946-**Administração do capital de giro** / Alexandre Assaf Neto, César Augusto Tibúrcio Silva. – 4. ed. – São Paulo: Atlas, 2012.

CHIAVENATO, Idalberto **Gestão financeira: uma abordagem introdutória** / Idalberto Chiavenato. – 3. ed. – Barueri, SP : Manole, 2014.

GITMAN, Lawrence Jeffrey. [**Princípios de Administração Financeira.**](http://www.buscape.com.br/principios-de-administracao-financeira-pearson-10-edicao-gitman-lawrence-8588639122.html) Pearson Addison Wesley, 10ª edição. São Paulo-SP, 2004.

HOJI, Masakazu **Administração financeira e orçamentária: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, orçamento empresarial** / Masakazu Hoji. – 12. ed. – São Paulo: Atlas, 2017.

SILVA, José Pereira da. **Análise financeira das empresas** / José Pereira da Silva. – 13. ed. rev. e ampl. – São Paulo, SP: Cengage Learning, 2017.

SILVA, Edson Cordeiro da, 1950-**Introdução à administração financeira : uma nova visão econômica e financeira para a gestão de negócios das pequenas e médias empresas** / Edson Cordeiro da Silva.- Rio de Janeiro : LTC, 2009.

VERGARA, Sylvia Constant **Projetos e relatórios de pesquisa em administração** / Sylvia Constant Vergara. – 16. ed. – São Paulo: Atlas, 2016.