

Thainá de Fátima Massutti

Faculdade de Tecnologia de Assis
thaina.massutti@fatec.sp.gov.br

Dra. Fernanda Reis da Silva

Faculdade de Tecnologia de Assis
frsilva.prof@gmail.com

PAPEL DA TECNOLOGIA NO CONTROLE DE CONTAS A RECEBER NO COMÉRCIO VAREJISTA.

RESUMO

Este artigo enfatiza a importância da gestão eficiente das contas a receber e o papel crucial da tecnologia neste processo. Ele destaca as vantagens para aqueles que utilizam tecnologia e seus desafios bem como os impasses para aqueles que não a utilizam. A evolução tecnológica levou a mudanças no mercado, incentivando as empresas a adotarem ferramentas tecnológicas para melhorar a produtividade. No contexto das contas a receber, a tecnologia trouxe benefícios como redução do tempo de gestão e melhoria do relacionamento com o cliente. A análise dos resultados oferece uma compreensão das perspectivas dos comerciantes que utilizam e daqueles que não utilizam tecnologia, permitindo uma comparação entre teoria e prática.

Palavras-chave: Inadimplência. Tecnologia. Empresa. Gestão de contas a receber. Desafios.

ABSTRACT

This article emphasizes the importance of efficient accounts receivable management and the crucial role of technology in this process. It highlights the advantages for those who use technology and its challenges, as well as the impasses for those who don't. Technological evolution has led to changes in the market, encouraging companies to adopt technological tools to improve productivity. In the context of accounts receivable, technology has brought benefits such as reducing management time and improving customer relations. Analyzing the results allows us to understand the perspectives of merchants who use and those who don't use technology, enabling a comparison between theory and practice.

Keywords: Default. Technology. Company. Accounts receivable management. Challenges.

1 INTRODUÇÃO

A concessão de créditos é uma das estratégias utilizadas pelas empresas para manterem-se competitivas no mercado, que consiste na venda de um produto ou serviço onde o pagamento não é feito de forma imediata, ou seja, é criada uma relação de confiança entre cliente e empreendedor onde há uma promessa de pagamento no futuro (Teixeira; Oliveira, 2009).

Essa prática é muito utilizada, principalmente, em pequenos municípios, onde as pessoas tendem a se conhecerem mais e, devido a isso, há uma certa crença de que esse tipo de relação comercial tende a ser mais fácil de gerir e há uma maior garantia de que o acordo inicial entre as partes será realmente respeitado (Guimarães *et al.*, 2019). Porém, nem sempre o compromisso é realizado da forma como foi definido, atrasos podem acontecer ou até mesmo a não efetivação do pagamento, o que pode acarretar alguns problemas para o negócio já que “não receber um pagamento no dia marcado, pode atrapalhar o fluxo de caixa, e pode colocar em risco a saúde financeira da empresa” (Brida, 2016, p.14).

Diante disso, segundo Guimarães *et al.* (2020), é importante que as empresas adotem estratégias eficazes que as auxiliem no processo de controle das contas a receber de seus clientes, e é neste contexto que a utilização de ferramentas tecnológicas podem ser suas grandes aliadas, pois estas realizam tarefas de forma automatizada tornando os processos mais ágeis e simplificados. Visto que, “[...]a tecnologia está gerando grandes transformações, que estão ocorrendo à nossa volta de forma ágil e sutil” (Alves, [2013?], p.8), e que, a sobrevivência de uma organização está atrelada diretamente à sua adaptabilidade frente às mudanças que surgem no ambiente em que estão inseridas (Conke, 2013), a implementação de sistemas informacionais se torna fundamental como ferramenta de apoio à gestão empresarial, já que impactam positivamente na sua produtividade e eficácia, podendo ser verificadas em empresas de todos os tamanhos, apesar de que sua intensidade varia de acordo com o âmbito e o contexto em que cada uma se encontra (Alves, [2013?]).

Sendo assim, este trabalho possui como objetivo geral a identificação dos desafios enfrentados pelos empreendedores do comércio varejista do município de Palmital-SP, no uso da tecnologia no processo de cobrança dos clientes em situação de inadimplência. Ademais no que concerne os objetivos específicos, está a identificação dos comerciantes que já utilizam alguma ferramenta tecnológica para isso e quais as vantagens e desafios identificados por eles, bem como os impasses enfrentados por aqueles que não as utilizam, para então destacar as diferenças e semelhanças percebidas entre teoria e prática à respeito do uso da tecnologia na gestão de contas a receber de um negócio.

Para que assim seja possível evidenciar a importância de tratar sobre o problema em questão, uma vez que ele afeta diretamente a saúde financeira da empresa, que pode enfrentar dificuldades financeiras, comprometendo seu desempenho no mercado, limitando sua capacidade em lidar com os desafios que aparecem e até mesmo causando sua falência (SEBRAE, 2024).

Dessa maneira, se torna inegável a relevância que os gestores tenham conhecimento sobre os impactos significativos que a gestão eficiente de contas a receber de seus clientes pode gerar para o negócio. Essa compreensão dá a oportunidade também para refletir sobre as contribuições cruciais que a tecnologia pode fornecer a este processo em específico, com a finalidade de auxiliar os gestores a ampliarem suas perspectivas sobre o assunto e adotarem uma visão mais estratégica que promova a saúde financeira de sua empresa a fim de mantê-la, constantemente, competitiva no mercado.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 A importância da gestão de contas a receber para as empresas

Segundo Sebrae (2023), a gestão de contas a receber de uma empresa, se aplica basicamente a todos os valores que esta tem a receber de terceiros, o que em sua maioria derivam de vendas feitas a prazo aos clientes. Logo, “a administração dos valores a receber dentro das organizações torna-se de essencial importância, devido ao aspecto que expressiva porcentagem dos investimentos das empresas estarem alocados nas contas a receber” (Potrich; Linhares, 2009, p.19).

Ademais, essas contas também são importantes devido ao seu impacto sobre o capital de giro da organização que, basicamente, consiste na disponibilidade de dinheiro que a empresa possui e sua capacidade em utilizar seus recursos em um curto prazo, ou seja, gerir de forma eficaz as contas a receber afeta positivamente o capital de giro da empresa, que por sua vez, garante liquidez imediata contribuindo para o sucesso financeiro a longo prazo (Alves *et al.*, 2019).

Em virtude disso, é possível verificar de forma prática as consequências da falta de capital de giro para a sobrevivência de uma empresa, através de uma pesquisa realizada pelo SEBRAE- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas que realizou um estudo entre os anos de 2018 e 2021, onde fez um levantamento sobre a taxa de sobrevivência das empresas no Brasil e as causas que levaram muitos empreendedores a fecharem suas portas.

No relatório final de 2020, ano que foi marcado pelo início da pandemia do Coronavírus, na questão relativa aos motivos que levaram o empreendedor a fechar seu negócio, 21,5% dos entrevistados alegaram que a falta de capital de giro - entre outros problemas financeiros- contribuiu para a mortalidade de sua empresa (SEBRAE, 2021). Portanto, é relevante que os gestores se atentem ao máximo se a gestão de contas a receber de sua empresa está sendo realizada de forma eficaz, pois, como afirma Aguiar (2023, p.12),” [...] ter uma boa gestão é poder enxergar o caminho a ser percorrido e prever situações, para que o empreendedor saiba como agir da forma mais assertiva possível”.

2.2 Evolução e importância do uso da tecnologia na cobrança

Com a evolução rápida da tecnologia junto à necessidade das organizações em se adaptarem às mudanças constantes que vêm ocorrendo no mundo, a adoção de ferramentas tecnológicas na gestão dos negócios veio como um ótimo diferencial para elas, visto as contribuições para a melhoria de processos através da automação que resultaram em agilidade e maior produtividade para a empresa (Carvalho, 2014).

De acordo com o Sebrae (2023), os métodos de cobrança antes do surgimento das tecnologias modernas eram pouco eficientes, realizados normalmente por telefone, cartas, ou até mesmo pessoalmente, o que não resultavam em efeitos positivos para a empresa, visto as dificuldades de gestão, rastreamento dos clientes e até o comprometimento da relação com estes, no caso de cobranças pessoais.

Sendo assim, a busca pela transformação tecnológica em um departamento tão importante como o de contas a receber, pode trazer muitos benefícios para as empresas, sendo alguns deles:

Redução de erros manuais: a digitalização dos processos de contas a receber pode reduzir significativamente a ocorrência de erros manuais, melhorando a precisão e a confiabilidade dos dados. **Melhoria no relacionamento com clientes:** a transformação digital no departamento de contas a receber pode permitir a adoção de soluções individualizadas para atender às necessidades específicas de cada cliente, melhorando a experiência e a satisfação do cliente. **Redução da inadimplência:** a transformação digital ajuda a reduzir significativamente o problema da inadimplência uma vez que a tecnologia pode proporcionar uma estrutura operacional organizada e fluida para atender aos clientes[...]. **Aumento da produtividade:** a adoção de soluções digitais pode tornar as atividades do departamento de contas a receber ágeis, permitindo que a equipe se concentre em tarefas de maior valor agregado. **Redução de custos no departamento:[...]** Trata-se de benefício muito atraente, pois a busca por maneiras de reduzir custos é uma das principais preocupações dos gestores. **Acesso a dados em tempo real:** com soluções digitais, é possível ter acesso a dados em tempo real sobre o desempenho financeiro da empresa, permitindo tomadas de decisões assertivas e estratégicas (Bono; Maciel; Bono, 2023, local 2375).

Além disso, ao explorar uma perspectiva histórica da evolução digital, é possível observar que a partir dos anos 60 e nas décadas seguintes, os chamados Sistemas de Informação (SI), deixaram de ser apenas ferramentas para processamento de dados de transações comerciais. Pois, ao longo do tempo, eles foram aprimorados permitindo assim seu uso mais abrangente, apoiando assim a gestão das empresas nas suas mais diversas áreas (Sousa, 2012).

Outrossim, em vista da variedade de sistemas, aplicativos e ferramentas tecnológicas disponíveis atualmente que são utilizadas como suporte ao processo de cobrança das empresas, neste trabalho será abordado, especificamente, o sistema ERP e os benefícios e desafios que permeiam a utilização desta ferramenta nas empresas, uma vez que “nos últimos anos, os sistemas integrados de gestão [...] passaram a ser largamente utilizados pelas empresas. Eles são apresentados como "solução" para a maioria dos problemas empresariais” (Mendes; Filho, 2002, p.1).

2.3 Sistema ERP nas empresas

O ERP ou “*Enterprise Resource Planning*”, é um sistema de gestão que integra os diferentes setores de uma empresa de forma a centralizar os dados em um só ambiente, facilitando o trânsito de informações por toda organização, eliminando riscos de duplicidades de dados e auxiliando no gerenciamento dos processos para torná-los mais ágeis (TOTVS, 2023).

Em um estudo realizado pela Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) em conjunto com a Fundação Getúlio Vargas (FGV) no ano de 2021 sobre a maturidade digital das MPEs (Micro e Pequenas Empresas) brasileiras, foram apresentados dados relevantes sobre o nível em que cada setor da economia se encontrava com relação a sua maturidade digital que, mesmo com a aceleração da transformação tecnológica promovida pela pandemia do Coronavírus, não revelou um desenvolvimento significativo com relação às mudanças que estavam ocorrendo na época (Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial, 2021).

No Mapa da Digitalização das MPEs, criado a partir do estudo descrito anteriormente, demonstrou-se que o setor do comércio brasileiro apresentou a menor pontuação de maturidade digital sendo de 36,75%, em comparação com outros setores pesquisados, como o de serviços com 43,73 % e o industrial com 40,49% (ABDI,2021). Ademais, uma das possíveis causas para esse fenômeno, é a dificuldade que as empresas desse porte possuem para adquirir tecnologias que agregam valor ao seu negócio devido à falta de recursos para o investimento nessas ferramentas (Mendes; Filho, 2002).

No contexto dos sistemas ERPs, as micro e pequenas empresas não tiveram uma adesão imediata a esta ferramenta, mesmo quando o negócio apresentava fortes indícios de que uma mudança precisava ser feita em seu modelo de gestão, tudo isso devido às dificuldades relacionadas à implantação e nos custos envolvidos neste processo (Musskopf, 2010).

Sendo assim, é importante que os gestores façam um bom planejamento antes de implementar sistema como este em sua empresa, é preciso que sejam considerados diversos pontos, como: analisar os sistemas disponíveis e suas funções, a confiabilidade dos fornecedores, os impactos que o sistema trará para os setores do negócio, os custos envolvidos, treinamento e capacitação dos funcionários, monitoramento do sistema para reduzir a taxa de erros, suporte etc. (SEBRAE, 2023).

2.3.1 Sistema ERP como ferramenta de cobrança

Os sistemas ERPs são constituídos por módulos, e um de seus principais é o financeiro, que é responsável por todo o fluxo de caixa da organização, ou seja, todo o dinheiro que entra e sai dela, este módulo realiza várias atividades, dentre muitas, ele faz o controle das contas a pagar e a receber da empresa, além de emitir relatórios financeiros, gerenciar planos e orçamentos, o mesmo ainda se integra à outros módulos importantes, como o de Customer Relationship Management (CRM) que gerencia o relacionamento com o cliente no processo de vendas e pós vendas, por exemplo (TOTVS, 2023).

Sendo assim, o gestor é capaz, através da integração desses módulos (financeiro com CRM), gerenciar as contas a receber da empresa e, ainda, promover a comunicação com os clientes que se encontram na situação de inadimplência, fazendo isso tudo de forma automatizada. Essa incorporação pode agregar valor ao negócio, visto que, segundo Baracho (2011), o CRM promove a fidelização do cliente ao estabelecer métodos de conexão que se preocupam em manter um bom relacionamento com ele, utilizando o levantamento e a análise de dados para isso.

Portanto, a fim de alcançar o sucesso no processo de cobrança e na fidelização do consumidor, a empresa deve estar adaptada à utilização do sistema que adquiriu, principalmente no que concerne aos métodos de abordagem do cliente. Pois, nos dias de hoje, o setor responsável pelas práticas de agregar valor ao cliente no pós-vendas trabalham diretamente ao de contas a receber, com o objetivo principal de manter o melhor vínculo possível com este, em todas as etapas desta relação comercial (Bono; Maciel; Bono, 2023).

3 METODOLOGIA

Visando alcançar os objetivos, geral e específicos, este estudo se baseou em uma abordagem de pesquisa descritiva, que segundo Koche (2002) descreve como os fatos acontecem de acordo com a ocorrência espontânea destes, ou seja, fazendo a averiguação deles após sua manifestação. Ademais serão utilizados dados quantitativos para a delimitação dos resultados deste trabalho.

Conforme definem Kauark, Manhães e Medeiros (2010), a pesquisa quantitativa busca interpretar os números para assim embasar seus resultados, sendo assim, os dados serão coletados por meio da aplicação de questionários dirigidos aos comerciantes do comércio varejista do município de Palmital-São Paulo. A seleção dos participantes será realizada de forma aleatória e aqueles que optarem por participar serão incluídos na amostra.

O questionário será disponibilizado através da plataforma Google Forms, já que, como afirmam Marconi e Lakatos (2003) é uma forma de coletar informações onde o entrevistado deverá responder algumas perguntas, que deverão ser respondidas na ausência daquele que as elaborou, ou seja, o entrevistador.

Além disso, este método pode apresentar vários tipos de perguntas, mas para este estudo serão utilizadas perguntas fechadas, pois ainda conforme Marconi e Lakatos (2003), são aquelas que limitam as respostas, onde a pessoa terá de escolher opções já fornecidas pelo questionário, facilitando assim a tabulação dos resultados por parte do pesquisador.

Portanto, é importante destacar que não será levado em consideração o porte da empresa a ser entrevistada, permitindo assim a participação de uma ampla variedade de estabelecimentos, desde lojas de roupas pequenas até mercados, visando fornecer uma análise mais completa e abrangente de todo comércio varejista de Palmital-SP.

4 ANÁLISE DE RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa obteve um total de 33 (trinta e três) respondentes, que ao serem questionados, primeiramente, sobre o tempo de atuação que possuem no comércio do município de Palmital, 33,3% (11) afirmam estar de 1 a 5 anos, 18,2% (6) de 6 a 10 anos, 27,3% (9) atuam de 11 a 20 anos e 21,2% (7) estão a mais de 20 anos.

Por conseguinte, com relação à pergunta sobre a concessão de crédito para clientes, 60,6% (20) afirmam conceder apenas para clientes antigos já conhecidos pelos proprietários do negócio, já 36,4% (12) não fazem o consentimento de crédito aceitando apenas pagamentos à vista ou em cartão de débito/crédito, e apenas 3% (1) afirmou conceder para qualquer pessoa que solicitar o crédito.

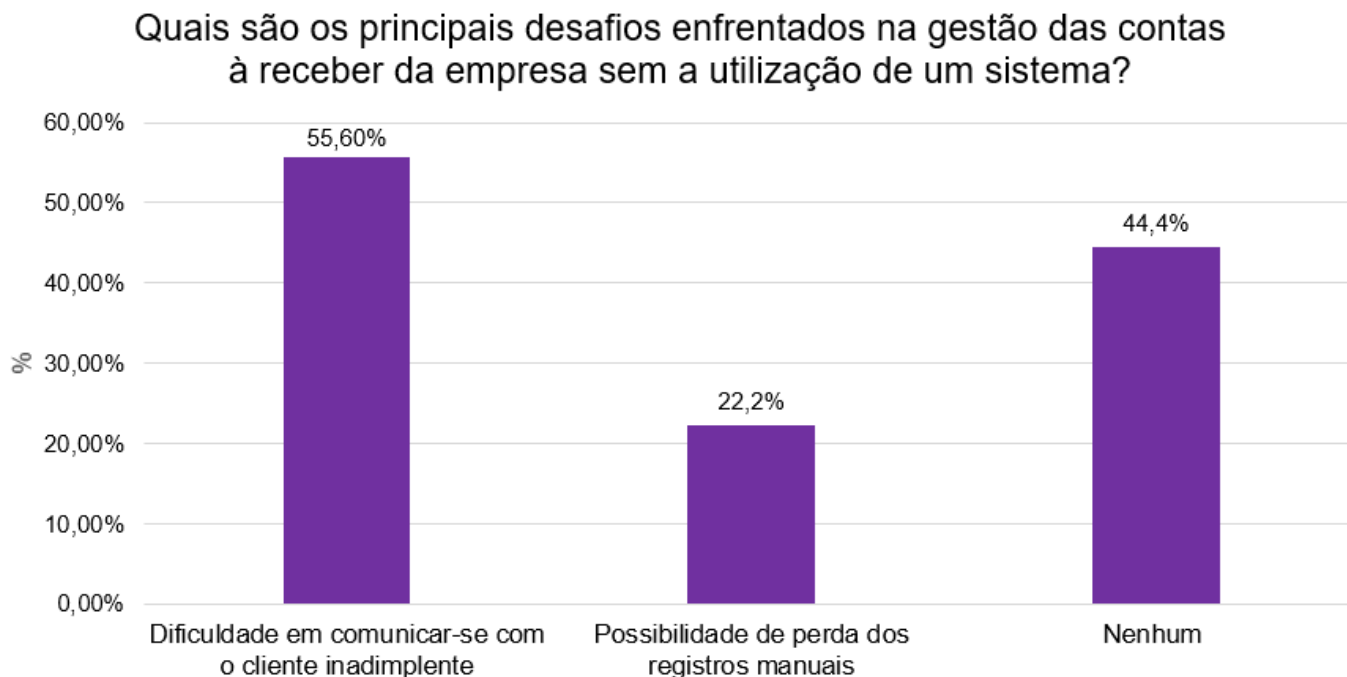
Na pergunta relacionada ao uso de algum software pelo comerciante para a gestão dessas contas a receber, 57,1% (12) responderam que “Sim” e 42,9% (9) utilizam apenas notinhas de papel para os registros delas. Já sobre a questão do impacto quantitativo que a implementação deste sistema teve sobre a redução de inadimplências e atrasos nos pagamentos de fiados: 50% (6) responderam a opção de 0 a 10% de redução; 8,3% (1) respondeu de 11 a 20% ; 8,3% (1) respondeu de 21-30%; 25% (3) afirmaram que tiveram uma diminuição de mais de 30% e 8,3% não houve redução (1), haja vista que este é um dos efeitos positivos resultantes da implementação de uma ferramenta tecnológica neste departamento de uma empresa (Bono; Maciel; Bono, 2023).

Segundo TOTVS (2022), utilizar um sistema auxilia na diminuição de tempo dedicado a tarefas repetitivas. Sendo assim, quanto a redução percentual no tempo gasto na gestão dessas contas a receber em específico que o sistema produz, 8,3% (1) afirma ter tido de 0 a 10%, 25% (3) de 11 a 20%; 33,3% (4) de 21 a 30%; 25% (3) responderam que tiveram uma redução de mais de 30% e 8,3% (1) respondeu que não houve redução.

Ademais, ainda de acordo com Bono, Maciel e Bono (2023) gerir as contas a receber utilizando diversas ferramentas tecnológicas pode se tornar um impasse para a organização, conforme a isso no que concerne os desafios de utilização do software na empresa, a proporção percentual para cada opção apresentada foi de: 33,3% (4) responderam que a maior dificuldade é a de integração com sistemas já existentes na empresa; 33,3% (4) afirmam que a sincronização com outras plataformas é o mais difícil e 33,3% (4) afirmam não ter nenhum desafio de utilização.

Outrossim, retomando a ideia de Sebrae (2023) que um dos problemas enfrentados pelas empresas que utilizam os meios tradicionais de cobrança é a dificuldade no rastreamento dos clientes inadimplentes, com relação aos respondentes que não utilizam nenhum sistema atualmente, foi perguntado sobre os desafios que estes enfrentam com relação à gestão dessas contas a receber em sua empresa, onde 55,6% (5) afirmam ter dificuldade de comunicar-se com o cliente inadimplente; 22,2% (2) admitem que a possibilidade de perda dos registros manuais é um de seus desafios e 44,4% (4) relataram não ter nenhum empasse nesta forma de gerir, como pode ser observado na Figura 1.

Figura 1



Fonte: Elaborado pela autora com dados da pesquisa (2024)

Por fim, a última pergunta dirigida especificamente aos que ainda não usam um sistema como apoio na gestão de contas a receber dos clientes foi se pretendem ou estudam a possibilidade de implementação futura, a questão teve resposta de 33,3% (3) que sim e 66,7% (6) que não.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em suma, foi possível observar de acordo com as respostas dos comerciantes que utilizam um sistema na gestão de contas a receber que, apesar de todos afirmarem perceber uma redução tanto na inadimplência quanto no tempo dedicado gerindo essas contas, essa diminuição, segundo a maioria, não foi tão significativa, o que confronta a certo ponto os referenciais teóricos deste trabalho.

Além disso, outro ponto interessante foi sobre as dificuldades enfrentadas por eles, onde os desafios se concentram especificamente em problemas de integração e sincronização entre o sistema utilizado e os outros, o que abre espaço para uma investigação futura sobre quais os aspectos estratégicos e/ou tecnológicos que contribuem para este desafio.

Desse modo, é possível afirmar que este estudo pode abrir espaços para novas discussões a respeito deste tema, visto que, não foram encontrados na internet muitos materiais de cunho acadêmico que explorem, especificamente, sobre este assunto. Sendo assim, há alguns aspectos encontrados neste trabalho que possam ser considerados como ponto de partida para uma nova pesquisa, como, por exemplo: “qual o tipo de sistema utilizado pelos comerciantes na gestão de contas a receber?”, “foram realizados estudos preliminares à

implementação do sistema na empresa?”, “por quais motivos alguns empreendedores ainda não utilizam nenhuma tecnologia neste processo?”, entre outros.

Portanto, é imperativo que este assunto seja cada vez mais levantado, visto seu forte impacto na sobrevivência de qualquer negócio, principalmente, no contexto das micro e pequenas empresas que são a maioria nos comércios de pequenos municípios, como de Palmital, por exemplo. Explorar esses temas permite que os empreendedores ampliem suas perspectivas e se tornem mais receptivos às mudanças que ocorrem no mercado a cada dia, permitindo não somente o desenvolvimento de seu negócio através da tecnologia, mas também, de toda comunidade em que este se encontra.

6 REFERÊNCIAS

ABDI- Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial. Mapa da Digitalização das MPEs Brasileiras. **Jornada Digital**.2021.25 p. Disponível em: https://api.abdi.com.br/file-manager/upload/files/Mapa_da_Digitaliza%C3%A7%C3%A3o_das_MPEs_Brasileiras_1_____1_.pdf. Acesso em: 14 abr. 2024.

AGUIAR, V.S. A GESTÃO FINANCEIRA NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Revista científica**, Fortaleza, Ceará, v.11, p.1-16, 2023. Disponível em: https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/54_artigo_cientifico_-_vitor_revisao.pdf. Acesso em: 14 abr.2024.

ALVES, C.A.L. A importância da tecnologia da informação nas empresas. [2023?]. 11f. Artigo (Semana Acadêmica) - Curso Bacharelado em Administração de Empresas pela Faculdade Integrada Ipiranga. Belém, Pará, [2013?]. Disponível em: <https://semanaacademica.org.br/system/files/artigos/artigosistemadeinformacaonasempresas.p df>. Acesso em: 9 mar. 2024.

BARACHO, D.C. **Customer Relationship Management (CRM): gestão de relacionamento com o cliente**.2011.47p. Monografia (Especialização em Logística Estratégica e Sistemas de Transporte) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2011.Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUBD-AQ3J6F/1/daniel_c_baracho_monografia.pdf. Acesso em: 14 abr. 2024.

BONO, P.L. A; MILAN, A.L.A; BONO,L.F.A.**Cobrança inteligente**:Transformando a gestão decontas a receber em uma experiência positiva ao cliente.1. ed.São Paulo: Saint Paul Editora Ltda, 2023.

BRIDA, L. **Estudo de caso sobre a gestão da inadimplência em uma empresa do ramo demateriais de construção**. 2016. 33 p. Trabalho de conclusão de curso (Especialização em Gestão Contábil e Financeira) - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, UTFPR, PatoBranco, 2016. Disponível em: https://riut.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/22279/3/PB_EGCF_IX_2015_03.pdf. Acesso em: 16mar. 2024.

CARVALHO, J.P.**Tecnologia da informação como apoio à estratégia das organizações**.2014,47 p. Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014. Disponível em:https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUOS-9V4MMS/1/joao_paulo_carvalho_tcc_final_5_formatacao_final.pdf. Acesso em: 14 abr. 2024.

CONKE, L.S.O pensamento estratégico no século XX: Explicações Históricas. **Revista Ibero Americana de Estratégia**, São Paulo, v. 12, n.4, p. 211-234, oct./dez.2013. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/riae/article/view/15329/pdf>. Acesso em: 9 mar. 2024.

DUARTE, H. M. Q; GORALSKI, E. M; HAHN, G. K. **Estudo sobre as causas da inadimplência no comércio do município de Ampére-PR**. 2019. 19p. Trabalho de conclusãode curso (Bacharelado em Administração) - Faculdade de Ampére, FAMPER, Ampére, 2019.Disponível em: <https://www.famper.com.br/arquivos/documentos/tcc/56/c3ac27ebb52b28f9.pdf>. Acesso em:10 mar.2024.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas S.A, 1991. 158 p. Disponível em: https://www.fc.unesp.br/Home/helber-freitas/tcci/gil_como_elaborar_projetos_de_pesquisa_-anto.pdf. Acesso em: 16 mar. 2024.

GUIMARÃES, C.A.T. B; *et al.* **Vantagem do uso de sistemas de informação no comércio varejista**. Revista Dimensão Acadêmica, Cachoeiro de Itapemirim, v.5, n.2, p.93-109, jul./dez.2020. Disponível em: <https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2021/03/revista-dimensao-academica-v05-n02-artigo07.pdf>. Acesso em: 31 mar. 2024.

JÚNIOR, P.S.P. et al. Gestão Financeira dos Valores a Receber: uma visão dos índices, ferramentas e fatores inerentes. **Revista Interação**, Minas Gerais, v. 1, n.1, p. 1-13, ago.2019. Disponível em: <https://periodicos.unis.edu.br/index.php/textosparadiscussao/article/view/220>. Acesso em: 6 abr. 2024.

KAUARK, F. S. MANHÃES, E.C. MEDEIROS, C. H. **Metodologia da pesquisa: um guia prático**. Itabuna, Bahia: Via Litterarum, 2010. 89 p. Disponível em: https://pgcl.uenf.br/arquivos/livrodemetodologiadapesquisa2010_011120181549.pdf. 16 mar. 2024.

KOCHE, J.C. **Fundamentos de Metodologia Científica: Teoria da ciência e iniciação à pesquisa**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Editora Vozes Ltda, 2002. 177 p. Disponível em: http://adm.ufrpe.br/sites/ww4.deinfo.ufrpe.br/files/Fundamentos_de_Metodologia_Cienti%CC%81fica.pdf. Acesso em: 16 mar. 2024.

MARCONI, M. A; Lakatos, E.M. **Fundamentos de metodologia científica**.5. ed.São Paulo: Atlas S.A, 2003. 305 p. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7710716/mod_resource/content/1/Fundamentos%20de%20metodologia%20cient%20C3%ADfica.pdf. Acesso em: 16 mar. 2024.

MENDES, J. V; FILHO, E.E. Sistemas integrados de gestão ERP em pequenas empresas: um confronto entre o referencial teórico e a prática empresarial. **Gestão e Produção**, São Paulo, v.9, n.3, p.277-296, dez. 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gp/a/GmLSKVc7dpRYdBhtbChHDcv/?lang=pt>. Acesso em: 14 abr.2024.

MUSSKOPF, Júlio Grandi. **Efeitos da adoção de um sistema ERP no gerenciamento de um comércio**. 2010. 49 p. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/29788>. Acesso em: 14 abr.2024.

POTRICH, A.C; LINHARES, T.S. **gestão de contas a receber no comércio Varejista de materiais de construção: Um estudo de caso**. 2009. 69f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2009. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/25101/Microsoft%20Word%20-%20TCC%20formatado%20e%20pronto%20arrum.pdf?sequence=1>. Acesso em: 16 abr.2024.

RICHARDSON, M. SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Controle de contas a receber e a importância para a sua empresa**, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/controle-de-contas-a-receber,c84164ce51b9410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 13 abr. 2024.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Como acompanhar a saúde financeira da empresa?**, 2024. Disponível em: <https://cc.bingj.com/cache.aspx?q=sa%20bade+financeira+de+uma+empresa+sebrae&d=4696147677181160&mkt=pt-BR&setlang=pt-BR&w=IWq1m4yrxq1Xj-75W-5id9gPRwposje0>. Acesso em: 10 mar. 2024.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Pesquisa Sobrevivência das Empresas, **Meta Pesquisa de Opinião**. 2021.102 p. Disponível em: <https://drive.google.com/drive/u/0/home>. Acesso em: 14 abr.2024.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Tipos de cobrança: conheça a nova era da cobrança**, 2023. Disponível em: <https://www.serasaexperian.com.br/blog-pme/tipos-de-cobranca/>. Acesso em: 13 abr. 2024.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Quando o varejo precisa de ERP?**, 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/quando-o-varejo-precisa-de-erp,b488f15271c67810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 14 abr.2024.

SOUSA, J. A. **Sistemas de Informação: Uma visão histórica conceitual**. 2012. 54 p. Monografia. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUOS-984VQ6/1/desousa_monografia_gei_ci_ufmg_.pdf. Acesso em: 14 abr.2024.

TEIXEIRA, E. G; OLIVEIRA, L. G. Concessão de Crédito ao Consumidor. **Fórum de Administração**, Franca, São Paulo, v. 1,n.1. p. 1- 12,2009. Disponível em:<http://periodicos.unifacef.com.br/forumadm/article/view/623/641>.Acesso em:14 abr. 2024.

TOTVS - Equipe TOTVS. **O que é ERP?**.2023. Disponível em: https://www.totvs.com/blog/erp/o-que-e-erp/#o_que_e_erp. Acesso em: 14 abr. 2024.

TOTVS - Equipe TOTVS. **Sistema de gestão: tipos, vantagens e como escolher**. 2022.Disponível em: <https://www.totvs.com/blog/negocios/sistema-de-gestao/>.Acesso em: 14abr. 2024.

TOTVS - Equipe TOTVS. **Módulos do ERP: o que são, tipos e quais os principais**.2023. Disponível em: <https://www.totvs.com/blog/erp/modulos-do-erp/>. Acesso em: 14 abr.2024.