



O Perfil dos Novos Devedores nas Organizações da Serra Gaúcha: Um Estudo sobre Inadimplência num Período de Crise Econômica

Edson Fontana da Silva, Robinson Clei Ribeiro

RESUMO

Estudo realizado na cidade de Caxias do Sul, no estado do Rio Grande do Sul, com o objetivo de traçar um perfil do crescente número de empresas inadimplentes, no que tange aos fatores e características apresentados no modelo da pesquisa aplicada, dentro de um mercado regionalmente delimitado, no atual período, onde o cenário econômico nacional vive uma de suas mais sérias crises, de cunho financeiro, de credibilidade e confiança. Além disso, mostra-se como um importante instrumento na condução dos negócios para as organizações.

Palavras Chave: inadimplência, perfil e tomada de decisões.

1 INTRODUÇÃO

A questão de liberação de crédito, em meio a uma negociação comercial, por si só, já constitui numa atividade de risco, visto que se está a avaliar se vai ou não conceder a uma determinada pessoa, de natureza física ou jurídica, a condição de que ela efetue os pagamentos referente a essa transação comercial, de forma parcelada, em prazo pré acordado, via instituições bancárias ou via negociação direta, essa última popularmente chamada de cobrança em carteira (SANDRONI, 1999).

Em geral, as pessoas e empresas têm uma preferência ligeiramente maior por resultados seguros em relação aos negócios que configurem algum risco. É notório que as pessoas odeiam perder, e esse viés da aversão à perda afeta diretamente sua decisão, ainda com mais força, que sua preferência a situações em que haja ou não certos riscos. Dada uma escolha entre um lucro certo e um lucro arriscado, se houverem subsídios suficientes para se estabelecer essa relação, naturalmente a maioria ficará com o lucro certo e evitará o risco (WAGNER, 2009).

Quando se fala em risco, está se analisando que, existem diversos fatores que podem influenciar na condição que o tomador de crédito poderá enfrentar e, por outro lado, o cedente deve estar atento no momento em que toma decisão de liberar ou não, tais como política econômica, sazonalidade, dependência do governo e etc. Muitos fatores que talvez possam estar claros ao público envolvido, ou ainda mostrar-se como uma ferramenta nova, ao cedente (SANTI FILHO, 1997).

Dessa forma se torna fundamental uma análise detalhada quanto a alguns fatores inerentes a concessão de crédito, com o objetivo de identificar os possíveis riscos nas diversas situações, evidenciando e concluindo a condição mais próxima possível a real capacidade de pagamento do tomador, além de traçar recomendações no que se refere a forma como o crédito será concedido, em caso de aceite, sob a ótica de proteção dos ativos da empresa e da manutenção de uma relação comercial saudável, onde todos terminem satisfeitos e seguros da melhor negociação possível, com a minimização de riscos (RODRIGUES, 2012).

Dessa forma o objetivo desse trabalho é identificar o perfil de empresas inadimplentes no atual contexto de recessão econômica vivido no Brasil, como forma de apontar variáveis e fatores de risco específicos do momento atual, auxiliando os gestores no processo de tomada de decisão, no que tange a concessão de crédito.



2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Ao passo em que os pesquisadores definem o que se deseja identificar a partir de um trabalho de exploração de conceitos, a próxima etapa consiste em definir a forma ideal pela qual se chegará nos dados que se buscam, o que deveras não consiste em matéria simples, se fazendo necessário a utilização de conhecimentos anteriores pré-conhecidos, além de escolha de metodologia adequada (LAKATOS e MARCONI, 1990).

Quando se pensa em identificar pontos específicos, num determinado cenário, que ao serem somados podem indicar uma tendência ou um novo conceito, a forma mais tradicional de se buscar isso é através de uma pesquisa quantitativa, que através de perguntas de múltipla escolha, direciona os resultados para um processo de estudo que embora se mostre mais restrito e genérico, garante também um índice de grande assertividade (EDISON E NIRMALA, 2011).

No entanto, para se chegar a uma análise dos fatores encontrados, a pesquisa de caráter descritivo permite descrever as características encontradas em determinado fenômeno ou no estabelecimento de relação entre variáveis, a partir de um questionário previamente aplicado (SILVA E MENEZES, 2000; VERGARA, 2000).

Dessa forma encontra-se no presente estudo uma mescla de pesquisa quantitativa descritiva com identificação de fatores a partir de uma pesquisa aplicada, bem como a dissertação sobre os resultados obtidos.

2.1 ETAPAS DA PESQUISA E AMOSTRAGEM

Para a etapa de coleta de dados, os pesquisadores elaboraram um questionário de tal forma que permitisse a auto-gestão por parte do respondente, de maneira simples e objetiva, através de um software livre da plataforma *Google (Google Drive e Google Docs)*, utilizando-se apenas de um contato prévio por via telefônica para explicar a origem e a importância do estudo em questão. Tal questionário apresentou 8 (oito) questões com respostas de múltipla escolha, direcionando de forma a estabelecer gráficos posteriores e as pertinentes análises.

O mesmo foi elaborado com base em conhecimento já existente, com ênfase nas experiências de mercado dos autores, bem como amparado em referencial teórico (LAKATOS E MARCONI, 1990).

Segundo HAIR et al. (2006, p. 160) é notório, que ao passo em que se aplica um questionário de múltiplas respostas, por não haver um domínio do respondente sobre o mesmo ou sobre o software, é possível que ocorram perdas de informações, devido aos diferentes perfis dos questionados e sua conseqüente diferença na interpretação das informações, além de uma baixa taxa de retorno.

Nesse viés, os pesquisadores buscaram contatar cada um dos entrevistados, apresentando-se como acadêmicos de renomada instituição de ensino superior, explicando a importância da pesquisa para uma dissertação de mestrado, bem como a conseqüente produção de conhecimento que poderá ser disponibilizado para publicações, além de orientar para a melhor forma possível de responder, via contatos telefônicos e e-mails.

Sendo assim, na primeira amostragem foram enviados um total de 11 (onze) questionários, de maneira experimental, para avaliar a recepção e assertividade das respostas. Desse total, 10 (dez) responderam, equivalendo a 90% de taxa de retorno e apenas 1 (um) foi descartado por não ter todas as questões devidamente respondidas. Como os respondentes não mencionaram dificuldades e nem apresentara sugestões, seguiu-se a pesquisa, enviando mais 191 questionários, obtendo-se mais 40 respostas, equivalente a 21,35% de retorno.

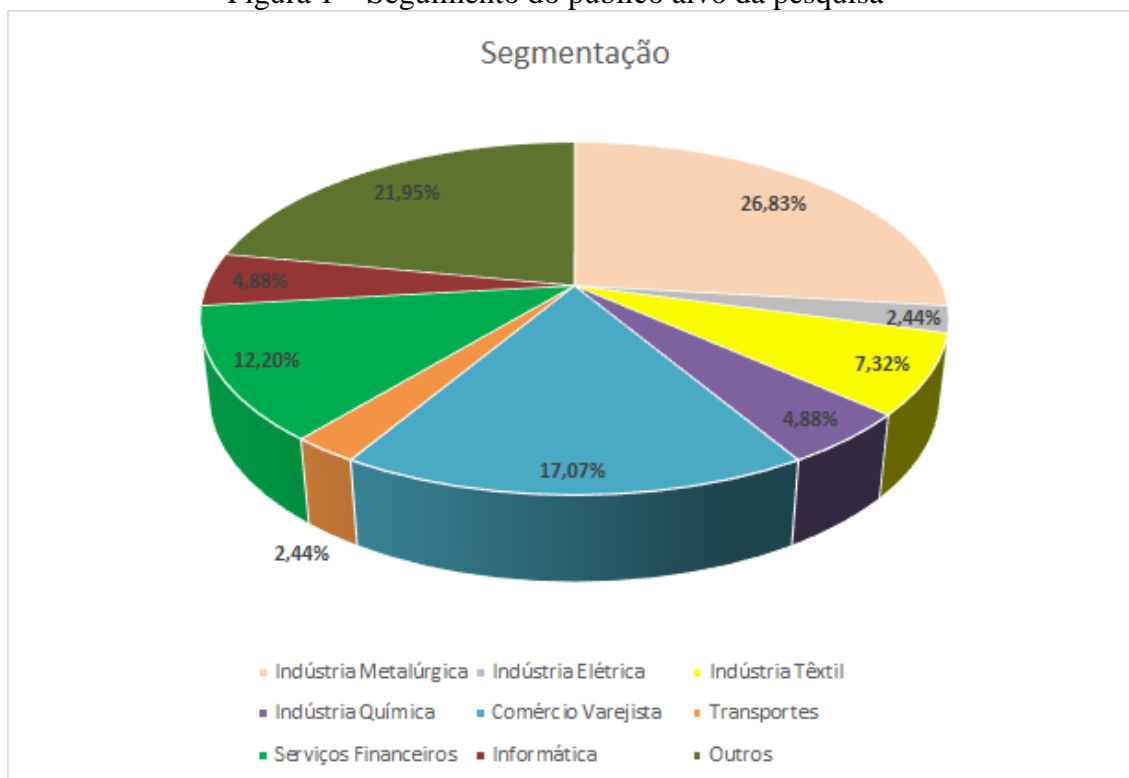
O questionário em questão apresenta-se no final deste trabalho, com o objetivo de certificar a veracidade das informações, bem como validar a metodologia utilizada.



3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Inicialmente a pesquisa buscou identificar quem compunha o público pesquisado, de forma a dar maior abrangência àqueles que buscarem o conhecimento, permitindo uma melhor identificação com sua área de atuação, aplicando dessa forma os conceitos expostos ou comparando a sua situação através de similaridades de organizações ou cargos, visando minimizar riscos na condução de seus negócios. Tal classificação se faz necessária, pois cada organização tem diferentes características, e se estabelece como um indivíduo único, dentro de um meio social, vivendo sua própria realidade. Entretanto, como personalizar um estudo, para cada indivíduo ou empresa, torna-se tarefa dificultosa e não permite levar exemplos e conhecimentos para outros, de forma abrangente, busca-se tipificar as mesmas em grupos, por características semelhantes entre si (HALL, 2004).

Figura 1 – Seguimento do público alvo da pesquisa



Fonte: Próprio autor.

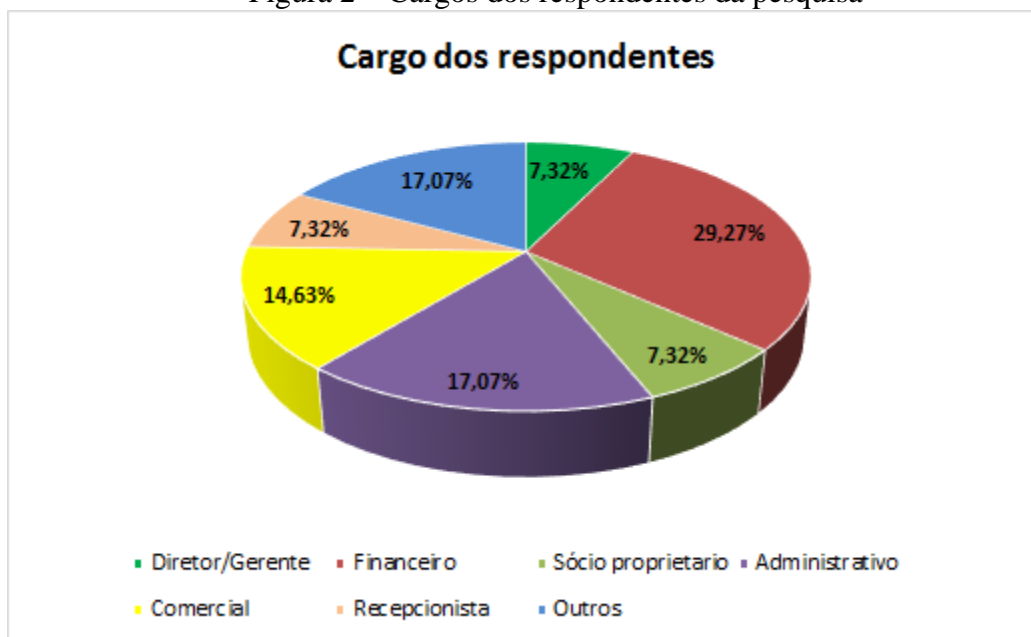
Dessa forma, o presente estudo identificou no universo pesquisado, que o público participante aqui está dividido de acordo com as características da região, destaque para 26,83% que pertencem ao segmento metalúrgico, área que predomina na economia local, seguida de 17,07% de Comércio Varejista, segundo força da economia local, que dá vazão a grande produção da indústria local, seguido por 12,20% de serviços financeiros, chegando nesses três segmentos a um total de 56,1% com apenas esses setores. Chama atenção que o restante dos 43,9% estão divididos em vários segmentos diferentes, o que denota e reafirma o perfil empreendedor da região. Dessa forma mostra-se uma tendência de predomínio de organizações que geram grande riqueza a economia local, com uma abrangência bem expressiva, o que permite remeter à amplas avaliações. Para uma análise organizacional adequada, é importa considerar as empresas a partir de suas áreas funcionais e também compará-la as demais (CAMPOS, 2016).



Para que a assertividade das informações estivesse garantida identificou-se o cargo ocupado pelo profissional responsável pelo fornecimento dos dados necessários no questionário aplicado. Essa preocupação também se deu porque sabemos que as empresas são geridas por e para pessoas, sendo elas recursos estratégicos de uma organização, onde é impossível as duplicar ou copiar os comportamentos, o que denota sua importância diante das competências e responsabilidades (KLUYVER E PEARSE, 2010). Mostra-se ainda de suma importância, além de identificar o título do cargo, saber quais são as ações realizadas pelo ocupante, de que maneira cada indivíduo realiza essas atividades e por que motivo, para então chegar no perfil e na pessoa correta (MARRAS, 2012).

Assim sendo, identificamos que a maioria das pessoas responsáveis pela divulgação das informações com dizes a crédito e inadimplência são profissionais da área financeira (29,27%), Administrativo (17,07%) ou Diretores, Sócios ou Gerentes (14,64%), chegando assim a um total de 60,98%, grande representatividade sobre o total, dentro de um padrão coerente com quem realmente deve estar a frente de tais atividades. Mas em contrapartida a pesquisa identificou dentro da categoria “outros”, profissionais da área de produção, engenharia e tecnologia da informação, que são áreas aparentemente sem ligação direta com a gestão financeira das empresas, o que pode ser temeroso para a correta condução de atividades a partir desses dados, o que deveria exigir imediata correção de rumos.

Figura 2 – Cargos dos respondentes da pesquisa



Fonte: Próprio autor.

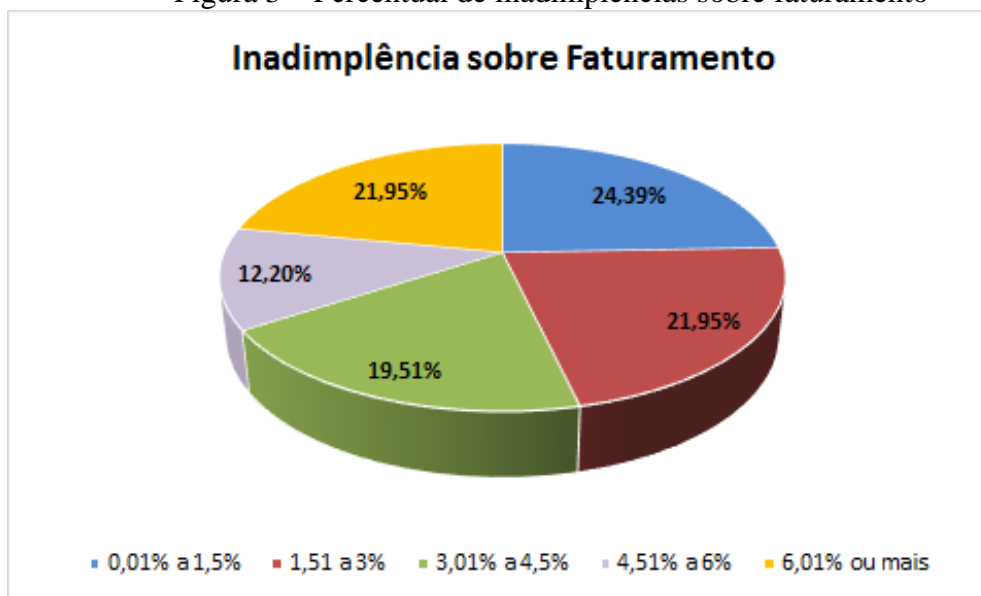
Entende-se que numa organização há dados que são sigilosos e seu segredo se faz necessário para a proteção de seus negócios e manutenção das atividades de maneira autossustentável. Por trás de tais informações podem estar os detalhes de uma vantagem competitiva, que torna a empresa diferenciada no mercado perante aos seus concorrentes, possibilitando-lhe melhores resultados econômicos e dessa forma, como proteção, é natural que as empresas tenham receio em divulgar certas informações, que no seu entendimento poderiam transformar uma vantagem competitiva sustentável, ou duradoura, numa vantagem temporária que se perde ao passo em que outra organização possa copiar (BARNEY E HESTERLY, 2011). Mas para essa continuidade de negócios é fundamental também saber o montante de valores monetários a receber, que se encontram em aberto. Dessa forma utilizou-se percentuais sobre o faturamento, sem que os faturamentos propriamente ditos fossem



divulgados ou solicitados, protegendo as organizações da necessidade de divulgar os seus números de vendas.

Estabeleceu-se patamares de diferentes percentuais sobre o faturamento, solicitando que apontassem em qual índice se enquadravam. O gráfico que segue mostra equilíbrio entre as categorias criadas, mas ao mesmo tempo percebe-se que as organizações que tem índice de 3% ou mais, de inadimplência sobre o seu faturamento, somadas correspondem a 53,66% do total pesquisado em nível local, o que se mostra acima da média nacional verificada, ou uma tendência de forte crescimento, se comparado a informações disponíveis. Segundo dados do Jornal Valor Econômico, o ano de 2015 já apresentava números recordes de inadimplência em nível de Brasil, chegando a um total de 1,08% dos valores financeiros de todas as empresas, contra 0,8% do ano de 2014. Ainda pela mesma fonte, se considerarmos apenas as pequenas e microempresas, esse número é ainda mais expressivo, chegando a um total de 4,8% ao final de 2015, acréscimo de 32,23% em relação a 2014, que fechou em 3,63%.

Figura 3 – Percentual de inadimplências sobre faturamento



Fonte: Próprio autor.

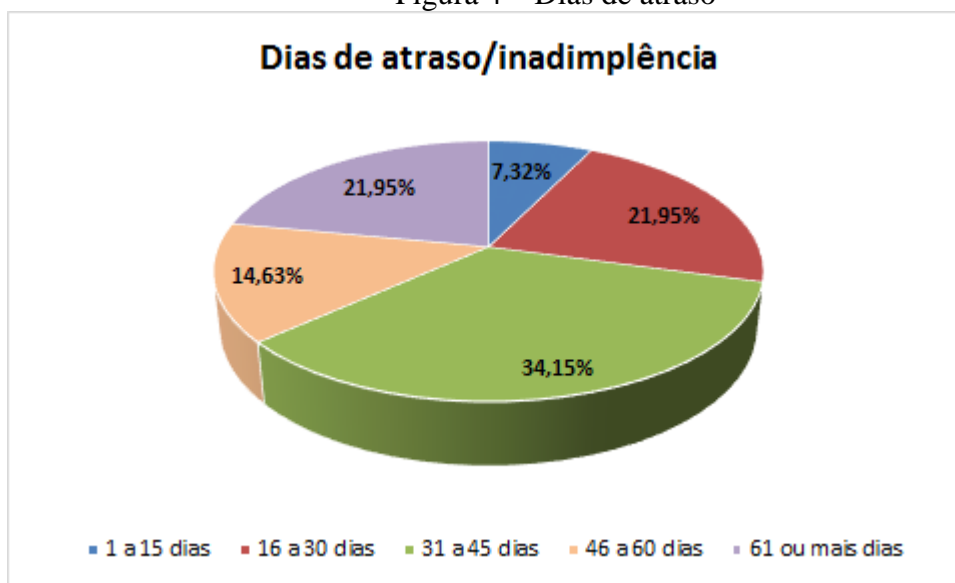
Tão importante quanto saber o montante a receber, é saber também quanto tempo os inadimplentes costumam levar para quitar suas pendências, em dias corridos, como forma de prever fluxo de caixa ou mesmo planejar ações preventivas e corretivas para tal, visando um equilíbrio para a organização.

Ainda de acordo com a Serasa Experian, o ano de 2015 apontava uma minoria de 2,7% dos atrasos de até 30 dias. Com atrasos de 31 a 60 dias, também um índice relativamente baixo, alcançando 3,4%. O estudo desse instituto mostra no mesmo período pesquisado por ela, uma grande inadimplência, que alcança mais um ano de atraso, chegando a marca de 68,7%.

Nota-se na atual pesquisa, conduzida em nível local, uma diferença bem expressiva ao que se verificava a cerca de um ano, em âmbito nacional. Verificou-se que os maiores atrasos ainda estão limitados a um total de até 45 dias, que somados correspondem a 63,42%, embora 21,95% signifiquem mais de 60 dias, o que já pode estabelecer sério risco para as organizações, em função de suas obrigações financeiras.



Figura 4 – Dias de atraso

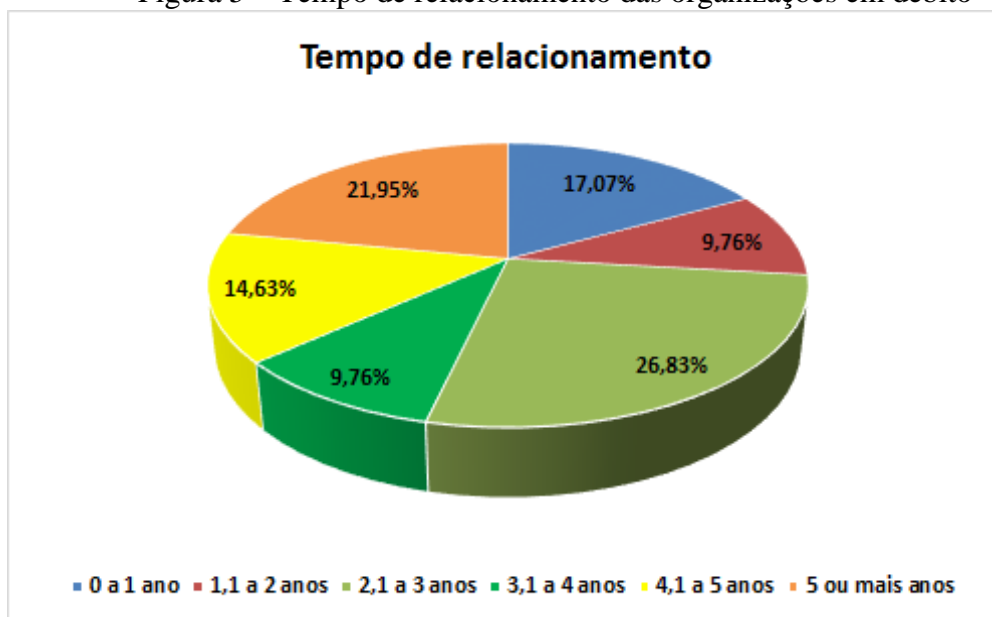


Fonte: Próprio autor.

No momento da análise de crédito se utilizam diversos fatores para a concessão ou não do mesmo ao tomador de negócio. Dentre esses fatores há indicadores financeiros, estatísticos e mesmo de técnicas subjetivas, onde podem encontrar-se os quesitos tempo de relacionamento e tempo de fundação.

O caráter também é um desses fatores relacionados a predisposição do tomador em efetuar ou não o pagamento, porém é uma característica difícil de definir em meios matemáticos. Porém o tempo de relacionamento entre vendedor e adquirente pode ser determinante para se estabelecer o fator confiança (ARAI, 2015).

Figura 5 – Tempo de relacionamento das organizações em débito



Fonte: Próprio autor

No aspecto tempo de relacionamento, verificamos que as organizações que encontram-se em débito, identificadas nesse trabalho, correspondem majoritariamente (53,66%) àquelas que possuem no máximo três anos de relações comerciais com o concessor

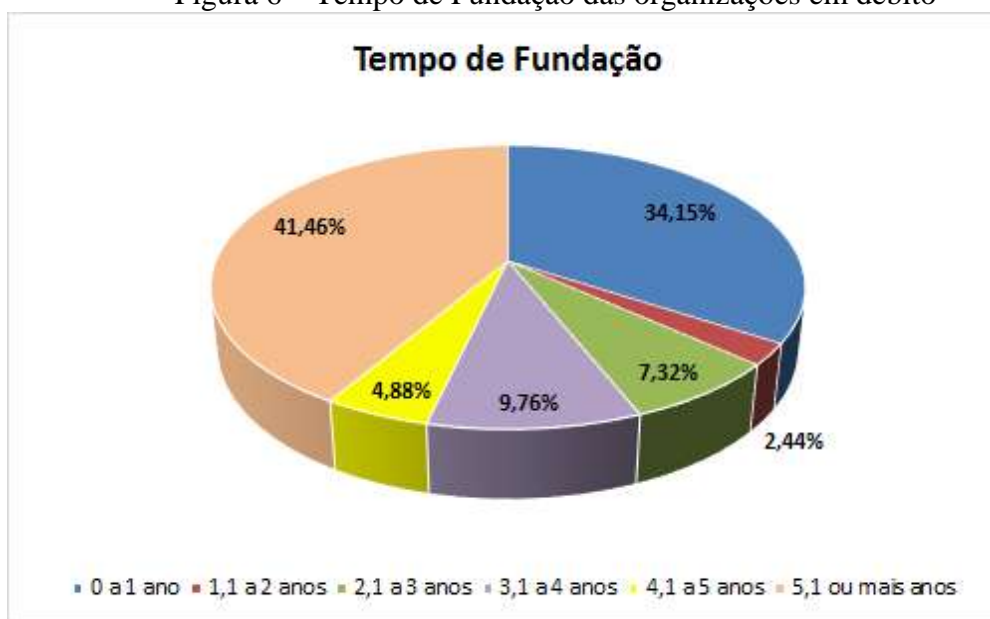


de crédito, o que pode denotar pouco conhecimento sobre a história ou o perfil dos mesmos, enquanto as que possuem cinco anos ou mais, respondem por apenas 21,95% do resultado de inadimplência verificada, ou poderíamos dizer que 78,05 das empresas que se relacionam a cinco ou mais anos, encontram-se plenamente em dia com suas obrigações financeiras, enquanto aquelas que tem somente até três anos de registros de negociações, apenas 46,34% estão adimplentes.

Com a finalidade de seguir traçando um comparativo, verifica-se pelo Serasa Experian, que o perfil de empresas devedoras chegava no ano de 2015 a 6,4% quando consideradas empresas de até um ano de fundação, 37% de empresas com dois a cinco anos de atividades, 22,7% de empresas com seis a dez anos de funcionamento, somente 12,7% para organizações com onze a quinze anos de vida e finalmente 21,3% para empresas com mais de 15 anos de atividades.

Como existe um índice expressivo de empresas com até cinco anos de fundação (58,55%) e uma tendência de crescimento nesse patamar, o presente estudo se focou nesse período e chegou aos seguintes números. Encontramos empresas jovens, com no máximo um ano de fundação correspondendo a 34,15% dos índices de inadimplência, o que mostra mais de um terço do total, fator preocupante, pois são empresas que podem rapidamente desaparecer do mercado e significar perda total desse ativo. Por outro lado verifica-se também um alto índice de empresas com mais de 5 anos, destoando da mesma forma do cenário nacional e mostrando uma tendência extrema de empresas que outrora bem estabelecidas, podem agora estar passando por dificuldades e a avaliação se faz necessária a toda negociação.

Figura 6 – Tempo de Fundação das organizações em débito



Fonte: Próprio autor.

Quando é mencionada a busca por maneiras de se avaliar o crédito, busca-se sobremaneira minimizar os riscos de calote e as possibilidades de não recebimento dos valores financeiros outorgados aos tomadores de crédito.

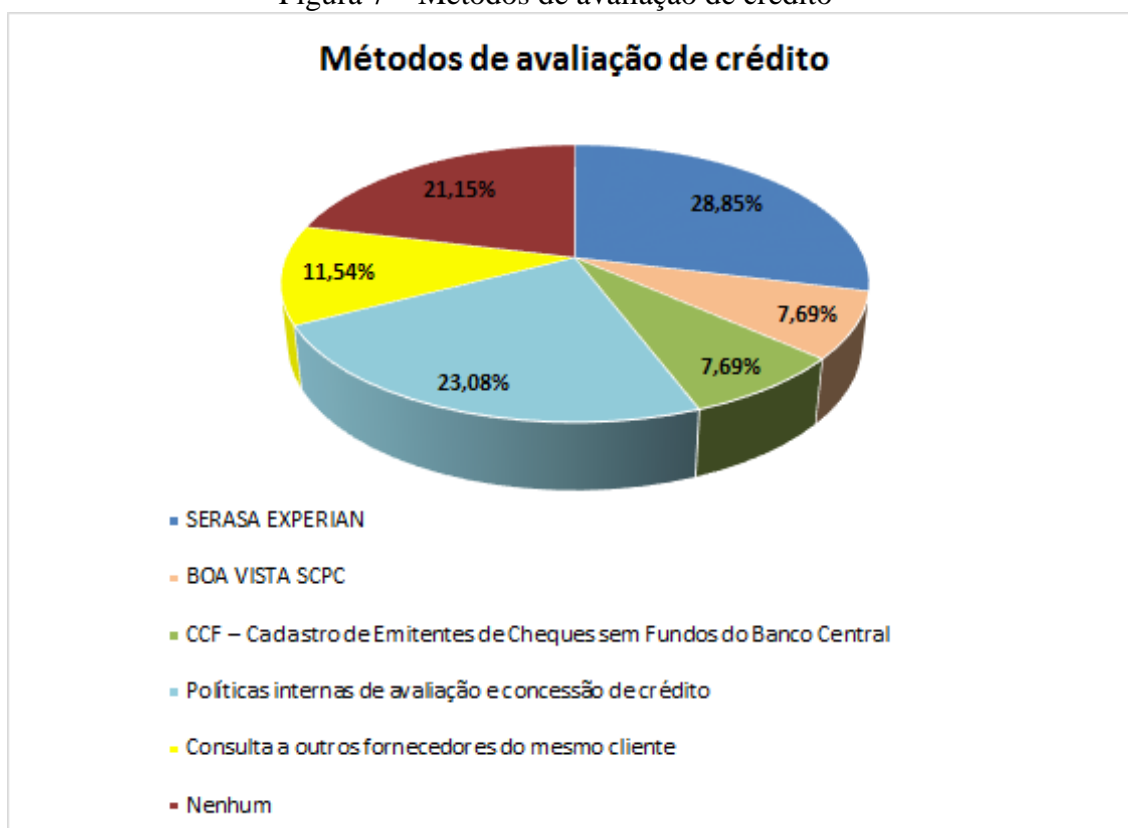
Embora não existam maneiras exatas de se verificar os riscos, e mesmo a literatura não seja unânime em estabelecer metodologias padrão, é preciso ter boa compreensão sobre o mercado financeiro e fontes de informações eficientes e confiáveis, além de boa compreensão e profissionais qualificados para interpretação dos mesmos (DUARTE JUNIOR, 2005). Mas como nessa pesquisa não se pode identificar perfil de profissionais, e sim apontar



características da tomada de decisão de conceder ou não crédito, entende-se que a busca de informações por métodos confiáveis é fundamental e por isso perguntou-se aos pesquisados de que forma buscam informações sobre os requerentes de crédito, com base em tradicionais órgãos estabelecidos ou mesmo de práticas de mercado usuais.

Observa-se boas práticas, no momento em que se detecta que 44,23% dos respondentes se utilizam de Serasa, Boa Vista ou CCF, órgãos oficiais de consulta ao crédito e ainda 23,08% tem políticas próprias para avaliar. Por outro lado um fator que pode responder por grande parte da inadimplência é o fato de que 21,15% dos pesquisados admitir que não dispõe de nenhuma ferramenta externa ou terceirizada, e até mesmo política interna de avaliação e concessão de crédito para verificar o potencial financeiro do buscador de crédito, deixando totalmente em aberto a escolha ou possibilidade desses efetuarem ou não o pagamento.

Figura 7 – Métodos de avaliação de crédito



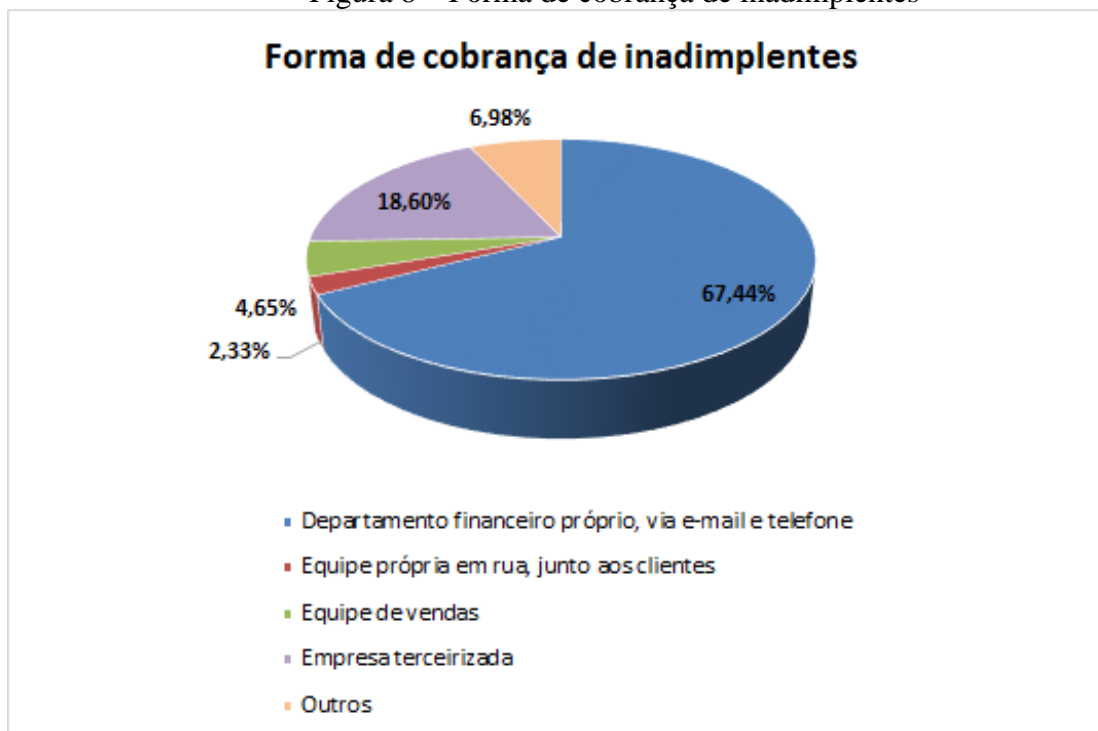
Fonte: Próprio autor.

Uma vez concedido o crédito, por mais rigoroso que o método de avaliação possa ser, sempre há o risco de não pagamento, e nesses casos é necessário que se tenha procedimentos básicos para efetuar a cobrança (RODRIGUES, 2012). Assim sendo, investigou-se se haviam essas práticas e quais são utilizadas no universo regional pesquisado.

Identificou-se que a grande maioria (74,42%) utiliza-se de recursos próprios para fazer a busca por receber o que lhe é devido, evitando despesas com agências ou terceiros. Nesse ponto é possível e recomendável que se faça um detalhamento maior das práticas internas de cobrança, para buscar identificar quais são mais utilizadas e também quais são as mais eficazes, ficando dessa forma espaço para um novo trabalho de pesquisa mais detalhado num ponto específico.



Figura 8 – Forma de cobrança de inadimplentes



Fonte: Próprio autor.

4 CONCLUSÕES

A partir da pesquisa realizada nota-se que a falta de metodologia por grande parte dos envolvidos, no que tange a busca por maneiras de se proteger no momento de decidir se concederá ou não o crédito é um dos pontos mais graves identificados, pois em momentos normais já é aconselhável verificar as condições das empresas com quem se negocia, tão ou mais importante o é em um momento que se vive uma das mais sérias crises econômicas da história do Brasil.

Outro quesito que chama atenção é a dificuldade de cumprimento nos pagamentos das empresas com até uma ano de atividade representarem uma inadimplência semelhante a empresas estabelecidas a mais de cinco anos no mercado, onde é possível pensar que a crise econômica motive algumas pessoas desempregadas à empreender, porém sem a estrutura ou conhecimento necessários, acabam sucumbindo em pouco tempo, ao passo que empresas já consolidadas também sofrem com o momento econômico, embora não necessariamente deixem de quitar definitivamente as suas obrigações. Obrigações que podem chegar a níveis preocupantes, demonstrados nos percentuais sobre o faturamento, o que por sua vez exige atenção e assertividade no momento da cobrança, buscando evitar-se que os atrasos em dias de vencimento cheguem a índices que apontam pagamento em cartório, o que gera despesas e demora, quando os títulos são protestados, mesmo com as organizações que já tem relacionamento, visto que o estudo apontou um índice 34,15 % com 61 ou mais dias de atraso, ou seja, com dificuldades ou com falta de cumprimento para com suas obrigações.

Finalmente é importante verificar que 67,44 % dos respondentes são profissionais ligados de alguma forma aos resultados financeiros das empresas, embora o ideal é que esse índice apontasse para a totalidade dos mesmos, uma vez que esses respondem pelo equilíbrio financeiro da organização e devem, conforme último indicador, buscar formas de equilibrar análise, cobrança e manutenção dos negócios.



REFERÊNCIAS

ARAI, Carlos. **Administração de Crédito e risco**. 1ª edição; São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2015.

BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. Pearson Prentice Hall, 2011

CAMPOS, Leticia Mirella Fischer . **Administração estratégica: planejamento, ferramentas e implantação**; Curitiba: Editora intersaberes, 2016.

EDISON, J. SILVIA; NIRMALA, V. **Research Methodology in Nursing**. 1ª edição; Kerala: Jaypee Brothers Medical Publishers, 2011.

HALL, Richard H. **Organizações: estruturas, processos e resultados**. 8.ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

KLUYVER, Corlenis A.; PERACE, John A. **Uma Visão Estratégica**. 3ª edição; São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de remuneração**. 2ªedição; São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

RODRIGUES, Chrystian Marcelo. **Análise de crédito e risco**. 1ª edição; São Paulo: Câmara Brasileira do Livro, 2012.

SANTI FILHO, Armand. **Avaliação de riscos de crédito: para gerentes de operações**. São Paulo, Atlas, 1997.

SERASA EXPERIAN. **Noticias**, disponível em: < <http://noticias.serasaexperian.com.br/inadimplencia-atinge-mais-da-metade-das-empresas-e-bate-recorde-revela-serasa-experian/>>. Acesso em 20 de dezembro de 2016.

WAGNER, John A.; HOLLENBECK, John R. **Comportamento organizacional : criando vantagem competitiva**. 2.ed. São Paulo: Saraiva, 2009. Disponível em: <<https://ucsvirtual.ucs.br/startservico/MIB/>>. Acesso em: 20 de dezembro de 2016.



ANEXO 1

Pesquisa:

- 1) Analisando as atividades de sua empresa, como você a classifica:
 - a) () Indústria Metalúrgica
 - b) () Indústria Elétrica
 - c) () Indústria Alimentação
 - d) () Indústria Têxtil
 - e) () Indústria Química
 - f) () Indústria Madeira/Mobiliário
 - g) () Comércio Varejista
 - h) () Comércio Atacadista
 - i) () Transportes
 - j) () Serviços Financeiros
 - k) () Alimentação
 - l) () Informática
 - m) () Educação
 - n) () Serviços Domésticos
 - o) () Outro. Qual: _____

- 2) Com base no seu volume de negócios, você considera sua empresa de porte:
 - a) () Micro
 - b) () Pequena
 - c) () Média
 - d) () Grande
 - e) () MEI (micro empresário individual)

- f) O valor financeiro, de obrigações financeiras não pagas pelos seus clientes, correspondem a qual percentual de seu faturamento total:
 - a) () 0,01% a 1,5%
 - b) () 1,51 a 3%
 - c) () 3,01% a 4,5%
 - d) () 4,51% a 6%
 - e) () 6,01% ou mais

- g) Dos atuais clientes inadimplentes, de quantos dias é o atraso médio:
 - a) () 1 a 15 dias
 - b) () 16 a 30 dias
 - c) () 31 a 45 dias
 - d) () 46 a 60 dias
 - e) () 61 ou mais dias

- h) Entre os atuais clientes inadimplentes, qual é o tempo de relacionamento (ha quanto tempo são clientes – marque as duas opções mais relevantes):
 - a) () 0 a 1 ano
 - b) () 1,1 a 2 anos
 - c) () 2,1 a 3 anos
 - d) () 3,1 a 4 anos
 - e) () 4,1 a 5 anos
 - f) () 5 ou mais anos



- i) Entre os atuais clientes inadimplentes, qual é o tempo de fundação dessas empresas (há quanto tempo elas foram registradas junto ao Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – marque as duas opções mais relevantes)
- a) () 0 a 1 ano
 - b) () 1,1 a 2 anos
 - c) () 2,1 a 3 anos
 - d) () 3,1 a 4 anos
 - e) () 4,1 a 5 anos
 - f) () 5 ou mais anos
- j) Sua empresa adota alguma das seguintes práticas para a avaliação e concessão de crédito (marque até duas opções mais relevantes):
- a) () SERASA EXPERIAN
 - b) () BOA VISTA SCPC
 - c) () CCF – Cadastro de Emitentes de Cheques sem Fundos do Banco Central
 - d) () Políticas internas de avaliação e concessão de crédito
 - e) () Consulta a outros fornecedores do mesmo cliente
 - f) () Nenhum
- k) Como é realizada a cobrança junto aos clientes inadimplentes (marque até duas opções mais relevantes):
- a) () Departamento financeiro próprio, via e-mail e telefone
 - b) () Equipe própria em rua, junto aos clientes
 - c) () Equipe de vendas
 - d) () Empresa terceirizada
 - e) () Outra: _____