

## Área Temática: Finanças

### Um Comparativo entre a Teoria e a Prática: A Realidade da Atividade de Fomento Mercantil – *Factoring* na Cidade de Campina Grande – PB

#### AUTORES

**NADIR RAQUEL CUNHA FRANÇA**

Universidade Federal de Pernambuco

nadir.raquel@gmail.com

**SÍDIA FONSECA DE ALMEIDA**

Universidade Federal de Campina Grande

sidia.fonseca@gmail.com

**PAOLINE LEVY PEREIRA ALMEIDA**

Universidade Federal de Campina Grande

paoline@terra.com.br

**WILSON ROBERTO DA SILVA**

Universidade Federal de Campina Grande

wilsonrobertosilva@gmail.com

#### Resumo

Este artigo trata de uma pesquisa sobre o perfil da atividade de Fomento Mercantil - *Factoring* na cidade de Campina Grande – Pb, no que se refere a características quantitativas e qualitativas, cujo objetivo geral identificar as divergências existentes entre o desenvolvimento da atividade de *factoring* na cidade de Campina Grande – PB e as bases formais que normatizam esta operação, confrontando também as atividades praticadas pelos empresários formais e informais. Trata-se, pois, de uma pesquisa de caráter exploratório, constituída de uma revisão bibliográfica e de uma pesquisa de campo, cujas variáveis principais foram o perfil das empresas, perfil dos clientes e as características operacionais das atividades praticadas. Os dados foram tratados segundo os parâmetros básicos da estatística descritiva. Foi evidenciada a presença de divergências entre a prática da atividade de *factoring* na cidade e as bases que normatizam esta operação no Brasil, principalmente no que concerne aos objetivos e serviços prestados pelos empresários locais. Comparando-se as atividades praticadas pelos empresários formais e informais identificou-se que não há muitas disparidades quanto ao porte e organização destas, embora haja diferenças entre o perfil de sua clientela em termos de quantidade e setor de atuação.

**Palavras-chave:** Fontes de Financiamento de Curto Prazo; Fomento Mercantil – *Factoring*; Características e Bases Legais do *Factoring*.

#### Abstract

This article approaches a research on the profile of the activity of Mercantile Promotion - *Factoring* in Campina Grande - Pb, as for the quantitative and qualitative characteristics. The research had as its main objective to identify the existing divergences between the activity of *factoring* development in city and the formal bases that establish standards for this operation,

also collating the activities practiced for the formal and informal entrepreneurs. A research of exploring was carried through, constituted of a bibliographical revision, whose main variable had been the companies profile, the customers profile and the operational characteristics of the practiced activities. The data had been treated according to the basic parameters of the descriptive statistics. The results had evidenced the presence of divergences between the practical of the factoring in the city and the bases that establish standards for this operation in Brazil, mainly in that it concerns to the objectives and services given for the local entrepreneurs. Comparing the activities practiced for the formal and informal entrepreneurs was identified that it doesn't have many disparities in relation to the posture and organization of these. However, was perceived differences between the profile of its clientele in amount and performance sector terms.

**Keywords:** Sources of Financing of Short Term; Factoring; Characteristics and Legal Bases of Factoring.

## 1. Introdução

Segundo estudos realizados por especialistas, existem no Brasil, 16 milhões de micro, pequenas e médias empresas, que são responsáveis por 60% dos postos de trabalho e 20% do PIB do país, mas que recebem apenas cerca de 10% dos recursos disponibilizados pelo sistema financeiro nacional, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o que representa para tais empresas grande entrave econômico ao seu desenvolvimento, fato que pode justificar o fechamento anual de cerca de 453 mil empresas brasileiras.

Embora as instituições bancárias apresentem hoje maior empenho na liberação de recursos para negócios de menor porte, as linhas de crédito oficiais encontradas no mercado ainda não são suficientes para atender a demanda de tais empresas. Essa escassez de capital no mercado aliada ao encarecimento das taxas de juros, tem limitado cada dia mais a capacidade de crescimento e competitividade das empresas nacionais.

A necessidade de superação dos obstáculos econômicos e conquista de novos mercados têm conduzido os pequenos e médios empresários à busca de novas alternativas de recursos para fomentar os seus ativos e expandir suas vendas, sem aumentar suas dívidas.

Neste contexto, destacam-se entre as diversas opções para captação de recursos de curto prazo encontrados no mercado, as empresas de Fomento Mercantil – *Factoring*, que podem configurar-se como importantes fontes, ao lado das instituições financeiras, de recursos para o financiamento de curto prazo das empresas.

Embora esta atividade seja recente no Brasil, tendo iniciado-se em 1982, as empresas de *factoring* representam hoje fonte de captação de recursos bastante procurada pelas empresas brasileiras, tendo movimentado em 2002 cerca de 30 bilhões de reais.

As sociedades de fomento mercantil, profissionalmente administradas, devem prestar importantes serviços às pequenas e médias empresas, assessorando-as na compra de matéria-prima, avaliação dos riscos, acompanhamento de contas a receber e a pagar, administração do fluxo de caixa, orçamento de custos, análise de novos produtos, desenvolvimento mercadológico e acompanhamento das atividades dos compradores finais, que são os devedores da operação.

No Brasil, segundo a Associação Nacional de *Factoring* - ANFAC (2006) encontram-se hoje cerca de 1000 empresas de *factoring* formalizadas, administradas por economistas (28%), administradores (22%), advogados (20%), engenheiros (15%), contadores (10%) e

outros profissionais (5%). Desse total, 50% são ex-bancários e mais da metade tem mais de 40 anos.

O fomento mercantil atende hoje a cerca de 100.000 micro, pequenas e médias empresas, cujo mercado-alvo é, em sua maioria, o segmento de pequenas e médias indústrias, sendo o setor que mais se utiliza das atividades de *factoring* é a indústria metalúrgica (25%), seguido pelas empresas comerciais (15%), prestadores de serviços (11%), indústria têxtil (8%), química (4%), gráfica (3,5%), sucro-alcooleira (1,5%), empresas de transportes (1 %). Os demais clientes, do setor industrial (calçadista, agronegócios, embalagem, moveleira, alimentícia), reúnem os 31 % restantes para compor o quadro das empresas-clientes das empresas de *factoring* brasileiras (ANFAC, 2006).

Tais empresas buscam na atividade de *factoring* a captação de recursos financeiros de curto prazo que ofereçam menor burocratização em comparação com o sistema bancário, mesmo arcando com maiores custos. Neste contexto, cabe destacar as diferenças existentes entre a atividade de *factoring* e as operações de desconto de títulos oferecidas pelas instituições bancárias. Outro dilema enfrentado hoje pelas sociedades de Fomento Mercantil é o exercício ilegal de atividade de *factoring* exercida por muitos, que acaba por influenciar a associação da imagem de empresas sérias a práticas de agiotagem.

Dentro desta realidade, procurou-se, neste estudo, esclarecer os objetivos e obrigações das empresas de *factoring* no Brasil, especificamente em Campina Grande – Pb, distinguindo suas operações das atividades realizadas pelas instituições financeiras. É válido salientar que este estudo não tem a pretensão de defender ou atacar a atividade de *factoring*, seja ela formal ou informal, ou ainda as atividades das instituições bancárias.

Segundo informações do SEBRAE/PB, as micro, pequenas e médias empresas paraibanas podem contar hoje com 18 Sociedades de Fomento Mercantil instaladas no estado da Paraíba, sendo 11 destas localizadas em João Pessoa, 06 em Campina Grande e 01 na cidade de Patos.

Dessa forma, a importância desta pesquisa pode ser justificada pela carência de estudos científicos cujo foco seja as práticas operacionais da atividade de *factoring* na região, especificamente na cidade de Campina Grande – PB.

Pretendendo preencher tal lacuna, contribuindo ainda para a ampliação do marco teórico pertinente ao tema, buscou-se responder a seguinte indagação: ***Quais as divergências existentes entre o desenvolvimento da atividade de factoring na cidade de Campina Grande – PB e as bases formais que normatizam esta operação?*** Assim, para responder a este questionamento, norteador da presente pesquisa, estabeleceu-se o seguinte objetivo geral:

- Identificar as divergências existentes entre o desenvolvimento da atividade de *factoring* na cidade de Campina Grande – Pb e as bases formais que normatizam esta operação no Brasil.

Em função de tal objetivo geral, buscou-se cumprir os seguintes objetivos específicos:

- Mapear as empresas formalizadas e não formalizadas que afirmam desenvolver atividade de *factoring* em Campina Grande – Pb;

- Traçar o perfil das atividades desenvolvidas pelos empresários, formais e não formais, de *factoring* na cidade de Campina Grande – Pb;

- Relacionar as diferenças percebidas entre as atividades realizadas pelas empresas de *factoring* formalizadas e as que não o são;

- Comparar os serviços prestados pelos empresários que desenvolvem atividade de *factoring* em Campina Grande – Pb e a definição desta operação constante no art. 28 da lei 8.981/95, ratificada pela resolução 2.144/95 do Conselho Monetário Nacional.

## **2. Revisão Bibliográfica**

## 2.1 Histórico da Atividade de Fomento Mercantil – *Factoring*

O termo *factoring*, expressão inglesa, hoje universalizada, deriva do latim *factor*, termo que designava comerciante que recebia de Roma a incumbência de desenvolver atividades econômicas e comerciais em províncias distantes. Tratava-se, por conseguinte, do que hoje em dia se conhece como agente de fomento mercantil ou comercial (LEITE, 2004).

A origem do *factoring* moderno remonta ao século XVI. Na época, a Inglaterra enviava aos EUA os chamados *cotton-factors*, empreendedores britânicos ou irlandeses, para prestar assistência à incipiente indústria têxtil local. No ano de 1808, em Nova York, surgiu a primeira sociedade de *factoring* americana quando um rico negociante que assessorava a comercialização de produtos de pequenas indústrias têxteis propôs a seus clientes comprar-lhes à vista o que vendiam a prazo. Dessa forma, as empresas passaram a transferir ao *factor* seus créditos a receber, resultantes de vendas a terceiros, assumindo o *factor* as despesas de cobrança e os riscos de não-pagamento (LEITE, 2004).

Ainda segundo Leite (2004) os aspectos jurídicos dessa atividade foram estudados pela primeira vez em 1974 em Roma, pelo *Institut International pour l'Unification du Droit Privé* (Instituto Internacional para Unificação do Direito Privado) – UNIDROIT. Em maio de 1988, o UNIDROIT organizou a Convenção Diplomática de Ottawa, patrocinada pelo Governo do Canadá, para tratar especificamente do *factoring*. Participaram da Convenção 52 países, entre estes o Brasil. As conclusões do encontro foram reunidas em documento assinado por todos os participantes e ficaram conhecidas como Doutrina Ottawa, que vem servindo, desde então, de fundamento ao desenvolvimento das atividades de fomento mercantil.

A Doutrina Ottawa define a atividade de *factoring* como “*prestação cumulativa e contínua de acessoria creditícia, mercadológica, gestão de crédito, seleção de riscos, administração de conta a pagar e a receber, compras de direitos creditórios resultantes de vendas mercantis a prazo ou de prestação de serviços*” (LEITE, 2005, p. 4).

Esta definição consta do art. 28 da lei 8.981/95, ratificada pela resolução 2144/95, do Conselho Monetário Nacional.

Atualmente, o *factoring* é uma atividade legal, amparada na legislação e em atos administrativos e normativos, que mantiveram a essência da definição estabelecida em Ottawa.

## 2.2 Definição de Fomento Mercantil – *Factoring*

Sabe-se que comprar e pagar a prazo são hábitos do consumidor brasileiro. Entre as formas mais utilizadas para esse fim estão: o parcelamento no cartão de crédito, no crediário e também a emissão de cheques pré-datados, que reduzem a burocracia, evitando, eventualmente, o preenchimento de cadastros. Atentas a essa realidade, inúmeras empresas estão encontrando no cheque pré-datado uma alternativa para fazer dinheiro em caixa, através das operações de *factoring*.

A empresa de *factoring* é uma sociedade mercantil, limitada ou anônima, cuja existência legal nasce com o arquivamento de seus atos constitutivos na Junta Comercial, não necessitando de autorização do BACEN para funcionar. Convém esclarecer ainda que, como empresa, a *factoring* tem diretores, gerentes, operadores e funcionários, contabiliza seus negócios e deve pagar regularmente os seus impostos (FALCÃO, 2001)

Dessa forma, a atividade de *factoring* consiste na prestação de serviços e de compra de direitos mercantis, de forma a adquiri-los e negociá-los definitivamente, com total assunção dos riscos inerentes ao seu recebimento. Porém, se constatada fraude na formação do crédito, a empresa de *factoring* tem todo direito de agir contra a sua empresa-cliente.

As operações de factoring constituem-se em uma modalidade de financiamento de curto prazo, com benefícios concentrados potencialmente nas micro, pequenas e médias empresas, por não encontrarem oferta satisfatória de recursos de financiamento de capital giro no mercado. Como a importância de tal segmento empresarial é relevante em qualquer economia, sobretudo naquelas subdesenvolvidas, que absorvem grande parcela de mão-de-obra não qualificada, a atividade de factoring pode proporcionar o reequilíbrio do fluxo monetário da empresa carente de liquidez imediata, através da canalização dos valores aplicados em contas a receber (realizável) para seu disponível (ASSAF NETO, 2005a).

Uma importante característica das operações de *factoring* consiste na transferência, juntamente com os valores a receber, dos riscos referentes a tais ativos, reforçando a liquidez imediata de seus clientes e absorvendo o risco pelo recebimento desses valores realizáveis.

Dessa forma, uma economia importante que pode advir da atividade de Fomento Mercantil para a empresa-cliente diz respeito aos gastos relativos à instalação e ao funcionamento de um departamento de crédito e cobrança, responsabilidade que passa a ser assumida pela *factoring*.

O fomento mercantil (*factoring*) é um conjunto de serviços que deve ser prestado por empresa profissionalmente habilitada, especializada em praticá-lo e destina-se a ajudar pequenas e médias empresas, o seu mercado-alvo, em atividades que acarretam um custo elevado e são, normalmente, negligenciadas, já que muitas vezes tais empresas não têm condições financeiras de contratar um profissional para cuidar do seu departamento administrativo e financeiro (SEBRAE, 2006).

De acordo com estudos desenvolvidos por Monteazano *apud* Assaf Neto (2005a), as mais importantes formas operacionais de *factoring*, conforme praticadas na experiência norte-americana, podem ser descritas da forma seguinte:

No primeiro tipo, definido como *Operações Liquidadas no Vencimento*, a empresa vendedora negocia seus valores a receber com a *factoring* e recebe a importância convencionada somente quando do vencimento do referidos títulos vencidos.

Uma segunda modalidade operacional ocorre quando a casa de *factoring* antecipa o pagamento dos títulos adquiridos da empresa-cliente; denomina-se *Operações de Adiantamentos sobre Títulos Comprados pelo Agente* (Factor).

Outra modalidade de *factoring* envolve um adiantamento de recursos por conta de vendas ainda não realizadas, obrigando a empresa-cliente a resgatar junto ao *factor* em data futura, ou seja, quando da efetiva comercialização de seus produtos ou serviços e conseqüente emissão dos títulos de crédito (duplicatas). Essa modalidade é denominada *Operações de Adiantamentos sobre Títulos a Serem Emitidos*.

Ainda segundo Assaf Neto (2005a), uma quarta modalidade, *Factoring Contra a Entrega de Mercadorias*: recebendo a empresa-cliente um pedido de uma compradora, e não tendo aquela armazenada em seus estoques os produtos demandados, consulta o *factor* sobre a viabilidade de pagar seu fornecedor, e o reembolso à casa de *factoring* ocorrerá somente após a realização da venda. Ao aceitar o negócio, o *factor* efetua o pagamento ao fornecedor, o qual libera fisicamente a mercadoria solicitada pela empresa vendedora.

Tradicionalmente, a empresa de fomento comercial somente opera com pessoas jurídicas, ou seja, o título de crédito (normalmente duplicata) que vier a ser adquirido de empresas clientes deverá originar-se de um saque contra outra pessoa jurídica.

Por sua definição e filosofia operacional, as empresas de *factoring* não podem fazer a intermediação de dinheiro no mercado financeiro. São empresas comerciais de atividade complexa que conjugam prestação de serviços com compra de direitos. Estas dependem fundamentalmente seus recursos próprios captados através de empresas de crédito, ou via bancos, e o segredo de seu sucesso reside na administração eficiente do seu passivo. O *factoring* é uma atividade cujo fundamento é a prestação de serviços, de forma ampla e

abrangente, pressupondo “sólidos conhecimentos de mercado, de gerência financeira, de matemática financeira, de estratégia operacional e de contabilidade, para exercer suas funções de parceiros dos clientes” (FALCÃO, 2001).

Na essência, o *factoring* atua na intermediação de recursos para as pequenas e médias empresas que se encontram em dificuldades para obter recursos via operações de crédito junto aos bancos. Estas, que podem não dispor de suporte para o acompanhamento de suas operações de crédito e financiamento, e não podendo arcar com as reciprocidades exigidas pelos bancos, buscam antecipar os recursos resultantes de suas vendas a prazo e avaliam o custo/benefício de se recorrer às operações de *factoring* (FORTUNA, 2005).

De acordo com pesquisas realizadas pelo SEBRAE em 2006, a principal vantagem encontrada pelas micro e pequenas empresas em uma operação de *factoring* é *não* gerar o endividamento. Para as empresas com problema cadastral no Serasa ou no Serviço de Proteção ao Crédito (SPC), este tipo de operação passa a ter uma maior importância, dado que a empresa de *factoring* tem maior preocupação na qualidade do título que está comprando (sacado) do que na empresa que está vendendo o título (sacador).

A principal desvantagem fica por conta do custo da operação, que tende a ser maior do que o de uma operação de crédito, decorrente do fato de que o risco do recebimento é transferido das mãos do proprietário do título para a empresa de *factoring*, obedecendo a lei de mercado: quanto maior o risco da operação maior será o custo (SEBRAE, 2006).

A micro e pequena empresa que negocia recebíveis com empresas *factoring* tem que estar atenta a sua responsabilidade comercial de entrega do produto ou prestação do serviço, objeto do título sacado e negociado. No caso do comprador (sacado), devolver o produto comprado por desacordo comercial, atraso na entrega, desconformidade da especificação, danos causados na entrega, nota fiscal emitida errada ou qualquer motivo que prejudique o cumprimento da operação comercial pactuada, a responsabilidade de liquidação do título junto a *factoring* passa a ser do vendedor (sacador), que deve restituir o valor da operação de venda ou negociar a substituição do título por outro. Caso contrário, estará sujeito a ação cível e criminal (SEBRAE, 2006).

Todavia, há uma parcela da sociedade brasileira que ainda associa o *factoring* às práticas onzenárias, vulgarmente conhecidas como agiotagem. Também, em outros países, ocorreu o mesmo fenômeno, na implantação do *factoring*, por ignorância e má informação (FALCÃO, 2001).

Pode-se firmar que estas empresas estão desvirtuando o *factoring*, pois, travestidas da roupagem de *factoring*, se dedicam a práticas de agiotagem e outras atividades ilegais ou atribuídas unicamente a instituições financeiras. Enquadram-se na contravenção, estando submetidas às penalidades e sanções da lei. Daí vale o entendimento de que qualquer pessoa física ou jurídica - não precisa ser empresa de *factoring* - que realize operações com características daquelas privativas das instituições financeiras podem ser fechadas pelo BACEN e classificadas como mercado “marginal”, sujeitas às penalidades previstas no art. 44, § 7º, da Lei nº 4.595/64 e processo administrativo e penal (FALCÃO, 2001).

O *factoring* é, por excelência, um mecanismo destinado a prestar apoio e assistência ao pequeno e médio empresário e suprir-lhes as deficiências de capital de giro. Em linhas gerais, o *factoring*, por sua agilidade e flexibilidade, pode configurar-se como um agente inibidor da desintermediação financeira, saneador do mercado de liquidez e também um excelente instrumento para dinamizar e estimular o comércio através do apoio que pode oferecer no desenvolvimento dos negócios.

### **2.3 Distinção entre Empresas de *Factoring* e Instituições Financeiras**

Nos últimos tempos a mídia tem vinculado com maior frequência, notícias sobre *factoring*. Verifica-se, entretanto, que a maioria dos textos demonstra vagos, superficiais, incorretos e equivocados conceitos em torno deste mecanismo, que o comparam precipitadamente com a atividade bancária e de outras instituições financeiras. Dessa forma, após definir a atividade de Fomento Mercantil - *Factoring* cabe-nos fazer uma fundamental distinção entre uma instituição financeira e uma empresa de *factoring*.

*Factoring* não é banco nem instituição financeira. *Factoring* presta serviços e compra créditos. Banco capta recursos no mercado, empresta dinheiro com juros, faz crédito direto ao consumidor ou crédito pessoal, administra consórcios e necessita de autorização do Banco Central para funcionar (FORTUNA, 2005).

Embora lhes sejam assegurados os mesmos limites de crédito bancário autorizados pelo sistema financeiro, é expressamente vedado à empresa de *factoring*, e a qualquer outra que não esteja autorizada a funcionar pelo BACEN, exercer atividades ou praticar operações destinadas por lei a bancos e congêneres, inclusive intermediar títulos públicos ou privados, e captar recursos de terceiros no mercado, que se constitui ilícito administrativo (lei nº 4.595, de 31/12/1964) e criminal (lei nº 7.492, de 16/06/86). A infração às normas que regulam o setor pode acarretar punições, entre as quais multa e retenção de 1 a 4 anos.

O *factoring* tem atividades definidas, diferenciadas do sistema bancário, pelas características de suas atividades e pela natureza dos serviços prestados. Dentre os serviços que devem ser prestados pela empresa de *factoring*, de acordo com a Associação Nacional de *Factoring* - ANFAC (2006a), estão a consultoria administrativa/financeira, com análise de riscos, cobrança de títulos de vendas e compra de ativos, oferecendo pagamento imediato.

O *factoring* complementa a ação dos bancos e demais instituições financeiras, autorizadas a operar pelo Banco Central. As atividades de ambos são específicas, diferenciadas e não competitivas.

É importante ainda que se faça a diferenciação entre as operações de desconto de cheques, realizadas pelos bancos comerciais e múltiplos com carteira comercial, e as operações de *factoring* até aqui mencionadas.

Segundo Fortuna (2005), operações de desconto bancário consistem basicamente em um adiantamento dos recursos financeiros recebíveis em data posterior pela empresa-cliente, relativos as suas venda a prazo ou a um direito de crédito.

Nesta operação, o crédito recebido antecipadamente é menor do que o valor correspondente ao valor de face do título em sua data de vencimento. Se, no vencimento, o sacado não cumprir com o pagamento do título, o banco tem o direito de regressar ao cedente, exigindo deste a devolução do crédito antecipado, ou seja, o banco tem o direito de regresso.

Já nas operações de *factoring*, embora também haja um desconto sobre o valor de face do título adquirido que, neste caso, tem como base o **fator de compra**, não há, legalmente, o direito de regresso, por se tratar de uma operação comercial de compra do faturamento ou do direito de crédito. Dessa forma, esta operação não se caracteriza como atividade financeira, pois não se pode devolver o contrato (representado pelo título) para o vendedor original da mercadoria, não tendo o direito de regresso e nem podendo parcelar os pagamentos.

A ANFAC (2006b) deixa claro que os negócios de *factoring* como *factoring*, não se confundem com os bancários. Banco, com a captação de recursos faz empréstimos, enquanto que o *factoring*, com seus recursos compra direitos à vista. Na operação bancária há retorno, ida e volta. *Factoring* é instrumento de mobilização de créditos (no sentido jurídico de direitos) e de gestão comercial. As empresas de *factoring* como não podem receber depósito de terceiros, não estão sujeitas às rígidas normas do sistema bancário, cujo controle pela autoridade está voltado para proteger os depositante e investidores (ANDRADE, 2004).

Consagrado o princípio de que banco capta e empresta dinheiro e a empresa de *factoring* presta serviços e compra direitos, não resta dúvida de que estão bem demarcadas as

fronteiras de atuação de ambas instituições. Na verdade, são atividades que se completam ou se complementam. Alguns bancos já utilizam os serviços de empresa de fomento mercantil como importante filão a explorar para obter redução dos seus custos, diminuir seus riscos e aumentar sua rentabilidade (CORREIA, 2000).

## 2.4 Operacionalização da Atividade de Fomento Mercantil – *Factoring*

A sociedade e o mercado em geral desconhecem os princípios do fomento mercantil, o que gera a errônea percepção de que a empresa de *factoring* efetua, de forma esporádica, apenas descontos de cheques e duplicatas e que lida essencialmente com pessoas físicas. O fomento mercantil se vincularia, ao contrário, à atividade de produção, que agrega valores, em contraposição à atividade de consumo, que representa a aquisição motivada por satisfação pessoal (LEITE, 2004).

A receita operacional das empresas de *factoring* tem dois componentes: a comissão cobrada dos serviços que tem de prestar (de 0,5% a 3% “*ad valorem*”) e o diferencial na compra dos créditos mercantis oriundos das vendas de seus clientes. Sobre a nota fiscal de serviços emitida em cada operação, a empresa de *factoring* recolhe o ISS à Prefeitura local. Em relação ao imposto de renda, ele incide sobre toda a receita bruta auferida (FALCÃO, 2001).

Por se tratar o *factoring* de uma transação mercantil à vista, não é cabível a cobrança de juros, sendo as condições e o preço da operação previamente estipulada entre as partes interessadas.

Segundo Assaf Neto (2005b), esse valor de aquisição dos títulos de crédito é apurado mediante a aplicação do **fator de compra**, que incorpora todos os custos incorridos pela empresa de *factoring*, incluindo suas despesas operacionais, impostos, custos de oportunidade do capital investido e margem de lucro esperada. Partindo dessas informações, podem ser efetuados os seguintes cálculos para se obter o valor do fator a ser aplicado sobre o valor dos títulos em negociação:

- **Custo de Oportunidade:** Também denominado taxa de fundeamento. Equivale a remuneração mínima exigida na aplicação do capital.

Efetiva (*i*): x%

Transformação em taxa de desconto (*d*):

$$d = \frac{i}{1 + i}$$

- **Fator**

Custo de Oportunidade (%)

Despesas Fixas(%)

Despesas Bancárias (%)

(+) Margem de Lucro Desejada (%)

Fator antes dos impostos (%)

- **Impostos:** são incorporados na taxa do fator de compra da forma “por dentro”, sendo seu cálculo processado pelo critério “por fora”, ou seja:

$$\text{Fator} + \text{Impostos} = \frac{\text{Fator antes dos impostos}}$$

## 1 - Impostos 100

Esse fator representa o custo da operação de *factoring*, devendo ser comparado com a taxa de desconto de duplicatas cobradas pelos bancos, funcionando como um parâmetro de referência para avaliar a atratividade da operação.

De acordo com o SEBRAE (2006), os percentuais dos impostos que incidem sobre a atividade de *factoring* são: COFINS (7,65%), PIS (1,5%), CSSLL (9%), IR (15%) e ISS (5%).

### ▪ **Preço de Compra dos Títulos**

Se o fator for aplicado pelo critério “por fora”, o preço de compra dos direitos creditórios será dado por:

$$\frac{\text{Valor Nominal} \\ (-) \text{ Fator (\%)}}{\text{Valor de Compra}}$$

A taxa efetiva da operação será:

$$\text{EFE (i)} = \frac{\text{Valor Nominal}}{\text{Valor de compra}} - 1$$

Se aplicado o critério de juros “por dentro”, a taxa efetiva para o mês será o fator depois dos impostos (fator + impostos).

O parâmetro utilizado pelo setor para a fixação do custo de capital é o rendimento do CDB (Certificado de Depósito Bancário), por mais se assemelhar à formação da carteira do setor. Atualmente o fator de compra, diariamente fornecido pela ANFAC, em sua *home page*, está em torno de 4,07%. Chegou, no entanto a 35,4% ao mês em 1994, em virtude da inflação. Além disso, crises internacionais como as ocorridas na Tailândia e na Rússia, respectivamente em 1997 e 1998, também contribuíram para a ocasional elevação daquele índice, em decorrência de pressões de alta sobre a taxa SELIC (ANFAC, 2006a).

Como visto, ao cuidar da gestão financeira e dos negócios do cliente, a empresa de *factoring* deve ter ampla e profunda experiência de assessoramento, além de sólidos conhecimentos de mercado, de gerência financeira e matemática e de estratégia empresarial.

Finalmente, vale insistir na diferenciação das atividades de *factoring*, que não devem se confundir com um simples empréstimo, desconto de duplicatas, adiantamento de recursos, compra de duplicatas ou de faturamento, crédito pessoal ou crédito direto ao consumidor, captação de recursos em real ou dólar, administração de consórcios, etc. Todas essas atividades são desempenhadas ora por instituições financeiras, ora por administradoras de consórcio, sendo que estão sob a égide da Lei nº 4.595/64 e da Lei nº 8.177/91, respectivamente, e se subordinam à fiscalização e controle do Banco Central (FALCÃO, 2001).

Na verdade, o *factoring* é uma atividade comercial mista atípica, resumindo-se na equação de prestação de serviços + compra de créditos (direitos creditórios) resultantes de vendas mercantis. *Factoring* é, pois, fomento mercantil, porque expande os ativos de seus clientes, aumenta-lhes as vendas, elimina seu endividamento e transforma as suas vendas a prazo em vendas à vista.

### **3. Aspectos Metodológicos**

A pesquisa realizada pode classificar-se como exploratória, por não se dispor de informações acerca de determinado fenômeno, ou seja, “quando não se tem informação sobre determinado tema e se deseja conhecer o fenômeno” (RICHARDSON *et al*, 1999, p. 66). Trata-se também de uma pesquisa descritiva, pois “se deseja descrever as características de um fenômeno” (RICHARDSON *et al*, 1999, p. 66). Além de ser considerada uma pesquisa quantitativa, pois “cuida de quantificar opiniões, dados, informações, com a utilização de recursos e técnicas estatísticas” (FIOREZE, 2003, p. 28).

Vale ressaltar que não houve necessidade de aplicação de recursos estatísticos complexos, sendo suficiente o uso de alguns parâmetros mais simples da estatística descritiva como moda, média e frequência.

O universo da pesquisa era inicialmente formado por 7 empresas de *factoring* formalizadas, atuantes no município de Campina Grande – Pb. Com a atualização de dados, constatou-se o fechamento de uma empresa deste setor – por falecimento do proprietário - passando o universo a ser constituído por 6 empresas atuantes.

Além disso, constatou-se a presença de pessoas físicas não formalizadas que afirmam exercer também atividade de *factoring* na cidade. Por trabalharem com relevante volume de recursos monetários, foram também incluídos no universo da pesquisa.

A amostra escolhida para a realização da pesquisa foi composta por todo o universo de empresários formais de *factoring* da cidade, tendo em vista o número reduzido de empresas. Assim, pretendeu-se eliminar a possibilidade de distorções nos resultados a serem encontrados.

Quanto à amostra representante dos empresários não-formais, foram escolhidos 6 empresários, igual número em relação as empresas não formalizadas, como forma de manter equilíbrio nas comparações realizadas. Tal amostra caracteriza-se como intencional, visto que foi selecionada entre os empresários não-formais, que afirmam exercer atividade de *factoring* na cidade, e que movimentam grande volume de recursos monetários em determinada agência bancária da cidade.

Os sujeitos da pesquisa foram as pessoas que respondem diretamente pelas empresas que integram o plano amostral da pesquisa (empresários, diretores, sócios ou gerentes).

Os dados foram coletados através de: a) Pesquisa Bibliográfica, por meio da leitura de livros, projetos e relatórios de pesquisa e sites na *Internet*, com os diversos dados relacionados ao assunto; objetivando colher informações e contextualizar a realidade das empresas de *factoring* em Campina Grande – Pb; e b) Pesquisa de Campo, com a aplicação de um formulário adaptado de Pereira da Silva (2005) e França e Duarte (2006), tendo como parâmetros os objetivos do trabalho, já mencionados anteriormente, através do qual foram coletados os dados oriundos de fontes primárias.

O instrumento utilizado na presente pesquisa para efeitos de coleta de dados foi um formulário, elaborado com o objetivo de contextualizar a realidade dos empresários que praticam atividade de *factoring* em Campina Grande – Pb, com base nas variáveis selecionadas a partir da Fundamentação Teórica, dividido em três módulos, a saber: o primeiro módulo, que contém dados de identificação das empresas (Perfil da empresa); o segundo módulo, que é composto por questões pertinentes as empresas-clientes dos entrevistados (Perfil dos Clientes); o terceiro módulo, que trata das questões referentes à operacionalização das atividades das empresas (Características operacionais).

#### **4. Apresentação e Análise dos Resultados**

Numa visão geral sobre o perfil das empresas formais e informais que praticam a atividade de *factoring* em Campina Grande – Pb, pode-se perceber que não há muita disparidade com relação ao porte e organização destas.

Constatou-se certa maturidade dos empresários quanto ao tempo de atuação no mercado, tendo a maioria (66,66%) entre 5 e 10 anos. Há ainda, um empresário formal que atua na cidade há 15 anos, afirmando ser o empresário de *factoring* pioneiro no estado. Os empresários de *factoring* da cidade de Campina Grande – Pb trabalham prioritariamente com capital próprio e dos sócios.

As empresas formalizadas são todas matrizes, onde apenas uma possui filial, localizada na cidade João Pessoa – Pb. Todas estas empresas são registradas na Junta Comercial e um número significativo destas (66,66%) são filiadas a ANFAC ou outras associações, como o SINFAC (Sindicato Nacional das *Factoring*) ou a Associação Brasileira de *Factoring* (ABFAC), associação recentemente surgida, e que não foi citada neste estudo pela escassez de informações disponibilizadas nos meios consultados. Para a maioria das empresas formais, estas formalidades imprimem uma maior credibilidade junto aos clientes e instituições financeiras, que, em alguns casos, utilizam a filiação a ANFAC como critério decisivo na liberação de recursos solicitados pelas empresas de *factoring*.

A maioria dos empresários informais (66,66%) não demonstra interesse em formalizar suas operações, acreditando que o registro na Junta Comercial não trará nenhuma mudança ou benefício para a sua atividade. Alguns empresários consideram os custos envolvidos e as exigências requeridas como fatores que restringem o interesse para a formalização das empresas, pois comprometeriam o retorno do negócio.

No que concerne à carteira de clientes com os quais operam, observa-se certa heterogeneidade entre as empresas formais e informais.

Os empresários formais operam com um maior número de clientes (40, em média), que são, em sua totalidade, pessoas jurídicas, que atuam nos setores da indústria, comércio e serviços da região. Tais clientes são criteriosamente selecionados, utilizando-se consultas a órgãos de proteção ao crédito, análise patrimonial e realizando-se ainda visitas e entrevistas com os clientes, de maneira a formular cadastro com o perfil das atividades e experiência no mercado. Um item relevante é o de que nenhuma das empresas realiza consulta ao cadastro de outras do setor para capturar informações sobre os clientes. Tal fato ratifica a impressão percebida da não cooperação das empresas entre si, o que deixa lacunas quanto a oportunidades estratégicas, como a criação de um sistema integrado de cadastro de clientes, que ampliaria as informações sobre os mesmos e poderiam colaborar com a diminuição dos riscos nas negociações realizadas.

Já os empresários informais atuam com uma clientela que, geralmente, não ultrapassa 25 clientes, sendo todos também pessoas jurídicas, mas pertencentes, em sua maioria ao setor de comércio. Para selecionar tais clientes são também utilizados os órgãos de proteção ao crédito e análise patrimonial. No entanto, realizam-se também consultas ao cadastro de outros empresários, como forma de reconhecer a segurança econômico-financeira dos clientes.

No que concerne aos aspectos operacionais, verificou-se também certa disparidade entre as atividades dos empresários formais e informais, principalmente no que se refere aos serviços que estes disponibilizam aos seus clientes.

Todas as empresas formais operam a atividade básica de uma *factoring* – compra de ativos, oferecendo pagamento imediato. Metade destes empresários oferecem aos seus clientes, ainda, serviços de gestão de caixa, controle de contas a pagar e a receber e consultoria administrativo-financeira. Alguns poucos trabalham também com a gestão de estoques, análise de risco, cobrança de títulos de venda e orientação dos clientes na compra de matéria-prima ou produtos a serem comercializados. Vale ressaltar que dois empresários formais declararam praticar também o desconto de duplicatas, atividade, por lei, proibida para instituições não financeiras, constituindo-se em ilícito penal.

A atividade de desconto de duplicatas é também praticada pela maioria dos empresários não formais, que afirmaram oferecer também aos seus clientes serviços de análise econômico-financeira das contas, análise dos riscos e consultoria administrativa/financeira.

Dentre as formalidades exigidas durante as operações de *factoring*, observou-se que todas as empresas formais firmam com seus clientes o contrato de Fomento Mercantil e emitem nota fiscal em cada operação. A grande maioria destes solicita também cópias das notas fiscais dos produtos/serviços referentes às duplicatas negociadas e envia carta aos sacados informando a compra da duplicata/cheque. Todos os empresários procuram manter-se informados sobre as atividades de seus clientes, mantendo um relacionamento próximo com estes.

A maioria dos empresários não formalizados também busca obter informações sobre as empresas clientes de forma a estreitar as relações com estas. Apenas um destes empresários afirmou solicitar cópias das notas fiscais dos produtos/serviços referentes às duplicatas negociadas. Dois dos empresários informais consultados declararam não cumprir com nenhuma das formalidades exigidas nas operações.

Dentre as modalidades de *factoring* praticadas pelos empresários formais e informais, que atuam em Campina Grande – PB, observa-se predominância das Operações de Adiantamentos sobre Cheques/Duplicatas, tendo alguns poucos empresários afirmado praticar também Operações de Adiantamentos sobre Cheques/Duplicatas a Serem Emitidos.

Quanto aos aspectos quantitativos da atividade formal de *factoring* na cidade, observou-se que boa parte destas empresas fecha em média de 75 a 100 transações por mês. Estas transações têm volumes não homogêneos, onde há tanto clientes que negociam grande volume de títulos, como outros que negociam menor volume. No geral, este volume depende do porte e setor de atuação da empresa-cliente. Os cheques/duplicatas negociados têm, em sua maioria, um valor entre R\$500,00 e R\$1.500,00, ou um valor que pode oscilar até, no máximo, R\$ 2.500,00. O percentual médio de devolução de cheques por falta de fundos ou inadimplência de duplicatas está entre 5% e 10%.

Neste caso, apenas quatro destas empresas afirmaram realizar a cobrança do valor diretamente ao titular/sacado dos cheques ou duplicatas, conforme define o contrato de Fomento Mercantil, tendo duas empresas afirmado realizar esta cobrança diretamente a sua empresa-cliente, ferindo o aspecto do *não direito ao regresso* que norteia as operações formais de Fomento Mercantil. De maneira igual, em caso de não pagamento pelos titulares ou sacados dos títulos, as quatro empresas inicialmente citadas afirmaram também realizar a cobrança a sua empresa-cliente. Tal comportamento é fundamentado em um contrato denominado, pelos empresários, de *operacional*, firmado concomitantemente ao contrato de Fomento Mercantil, e que visa garantir à empresa de *factoring* o recebimento do valor caso o sacado ou titular não cumpra com sua obrigação de pagamento dos títulos.

Observou-se que os empresários informais negociam, em sua maioria, em média, até 25 transações/mês. Da mesma forma como acontece com as empresas formais, as transações têm quantidades não homogêneas de cheques ou duplicatas, volume que dependerá do porte das empresas. Grande parte destes empresários negocia títulos de valor situado entre R\$500,00 e R\$1.500,00, ou um valor que pode oscilar até, no máximo, R\$ 2.500,00. Tais empresários trabalham com um percentual médio de devolução de cheques por falta de fundos ou inadimplência de duplicatas entre 5% e 10%. Neste caso, a cobrança é realizada diretamente a sua empresa-cliente, ou seja, tais empresários trabalham com o *direito de regresso* em suas operações.

Quanto à taxa média do *fator de compra*, identificou-se que as empresas formais operam com um percentual entre 2% e 4%, valor, na grande maioria das vezes, referenciado com base no fator disponibilizado pela ANFAC.

Os empresários não formais também trabalham com um percentual médio de fator de compra entre 2% e 4%, no entanto, este é referenciado nas taxas praticadas pelos concorrentes ou definida por cálculos próprios, considerando-se as despesas fixas, despesas bancárias, margem de lucro e impostos.

Quando detectada necessidade de captação de recursos para financiar suas atividades correntes, percebeu-se que tanto os empresários formais quanto os informais recorrem, geralmente, as mesmas fontes, sendo as mais utilizadas o crédito rotativo disponibilizado pelas instituições financeiras, a captação de recursos junto aos sócios/proprietários e as operações de redesconto de cheques/duplicatas, respectivamente. Vale ressaltar que metade dos empresários informais revelou nunca ter necessitado captar recursos monetários para financiar suas atividades, afirmação feita também por um empresário formal – o proprietário da mais tradicional empresa de *factoring* da cidade.

## 5. Considerações Finais

Diante dos resultados ora apresentados pôde-se chegar com maior precisão à realidade da prática da atividade de *factoring* na cidade de Campina Grande - Pb, principalmente no que concerne às peculiaridades de sua clientela e de suas operações, bem como na comparação entre as bases que normatizam esta atividade no Brasil.

Pode-se perceber que não há muita disparidade com relação ao porte e organização destas. No entanto, no que concerne à carteira de clientes com os quais operam, observa-se certa heterogeneidade entre as empresas formais e informais. No que concerne aos aspectos operacionais, verificou-se também certa disparidade entre as atividades dos empresários formais e informais, principalmente no que se refere aos serviços que estes disponibilizam aos seus clientes.

Assim, em linhas gerais, pode-se perceber que há tanto consideráveis semelhanças como relevantes disparidades entre o perfil das atividades de Fomento Mercantil praticada pelos empresários, formais e informais, da cidade de Campina Grande – Pb. Embora não se tenha encontrado um grande número de empresas de *factoring* na cidade, estas apresentam experiência de mercado, mas trabalham ainda de maneira isolada e competitiva, inexistindo consciência de associação como forma de oferecer maior possibilidade para o alcance de outros mercados da região.

Com relação às atividades de *factoring* praticadas pelas empresas, formais e informais, da cidade e as bases formais que normatizam esta operação no Brasil (art. 28 da lei 8.981/95 ratificada pela resolução 2.144/95 do Conselho Monetário Nacional) encontrou-se consideráveis disparidades, principalmente no que concerne aos objetivos centrais que norteiam estas operações.

As bases normativas afirmam que as empresas de *factoring* devem, prioritariamente prestar às pequenas e médias empresas serviços como a organização contábil/fiscal, gestão de caixa e estoques, controle de contas a receber e a pagar, análise dos riscos, negociação com fornecedores etc. E, como contraprestação por tais serviços, a empresa de *factoring* adquire o direito de compra dos créditos resultantes das vendas mercantis ou serviços realizados pelas suas empresas-clientes.

No entanto, observou-se que os empresários da cidade têm como atividade norteadora de sua existência a compra dos ativos de suas empresas-clientes, sendo os demais serviços prestados entendidos como um diferencial oferecido aos clientes, e não como uma exigência legal.

Além disso, dentre os serviços que, segundo o referencial teórico consultado, devem ser prestados pelas empresas de *factoring* no Brasil e os que são oferecidos pelos empresários da cidade de Campina Grande - Pb, observou-se o não atendimento de alguns dos quesitos,

tanto por parte dos empresários formais como por parte dos empresários não formalizados, como a organização contábil-fiscal, orçamento de custos, pesquisas para conhecimento do mercado dos produtos/serviços prestados pelas empresas-clientes e a consultoria na negociação com fornecedores.

## Referências

- ANDRADE, Ana B. Magalhães de. **Factoring – Fomento comercial**. DireitoNet, São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://www.direitonet.com.br/artigos/x/16/15/16/>>. Acesso em: 11/02/2006.
- ANFAC. Associação Nacional de *Factoring*. São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://www.anfac.com.br>>. Acesso em: 08/10/2006.
- \_\_\_\_\_. **Cartilha do factoring**. São Paulo: Set. 2006. Disponível em: <<http://www.anfac.com.br/jsp/arquivos/cartilha2006.pdf>>. Acesso em: 22/09/2006.
- ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- \_\_\_\_\_. **Mercado Financeiro**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- CORREIA, Cristiana. Empresa de *Factoring*. Agência de Notícias SEBRAE. [S.I.], 2000. Disponível em: <<http://www.biblioteca.sebrae.com.br/>>. Acesso em 03/01/2006.
- FALCÃO, G. J. Legislação que regula as empresas de Fomento Mercantil – *Factoring* no Brasil. Brasília: Câmara dos Deputados, 2001. Disponível em: <<http://www.câmara.gov.br/publicações>>. Acesso em: 28/01/2006.
- FIGUEIREDO, Romeu. **Metodologia da pesquisa: como planejar, executar e escrever um trabalho científico**. 2ª ed. João Pessoa: Editora Universitária, 2003.
- FORTUNA, Eduardo. **Mercado Financeiro: produtos e serviços**. 15 ed. Rio de Janeiro: Qualymark Ed., 2005.
- LEITE, Luiz Lemos. **Factoring no Brasil**. 10 ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- \_\_\_\_\_. *Factoring – Solução para a pequena e média empresa*. In: **Temas para Promoção Comercial**. v.3. [S.I]: Itamaraty, 2004. Disponível em: <<http://www.braziltradenet.gov.br/publicações>> . Acesso em: 29/01/2006.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- SEBRAE. AGÊNCIA DE NOTÍCIAS. [S.I.], 2006. Disponível em: <http://asn.interjornal.com.br/site/index.kmf>>. Acesso em 03/01/2006.