

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA

MONOGRAFIA DE FINAL DE CURSO

**O FUNCIONAMENTO DO FACTORING NO BRASIL E SEUS PRINCIPAIS
BENEFÍCIOS**

Daniel Steinbruch

Nº de Matrícula: 9414366

Orientador: José Henrique Tinoco

Dezembro de 1998

“ As opiniões expressas neste trabalho são de responsabilidade única e exclusiva do autor”

ÍNDICE

I. INTRODUÇÃO	5
I.1 Conceituação Histórica	7
II. A ESTRUTURA DAS FACTORING	9
II.1 Modalidades do Factoring	13
II.2 A Relação Com Seus Clientes	15
III. AS FUNÇÕES DO FOMENTO MERCANTIL	19
III.1 O Mercado-alvo	21
III.2 Os Benefícios para a economia	25
IV. A ATIVIDADE DE FOMENTO	26
IV.1 Análise do Risco.....	28
V. CONCLUSÃO.....	33
VI. BIBLIOGRAFIA.....	36

I. INTRODUÇÃO:

Com a grande competição entre os mercados globalizados, as economias passam a depender cada vez mais da existência de um sistema financeiro bem desenvolvido que canalize poupanças de setores menos produtivos para áreas onde o retorno sobre o capital investido é mais alto. Dessa forma é gerada capacidade para investir em novos equipamentos, novas técnicas de produção, pesquisa, e outros empreendimentos que aumentam a produtividade da economia como um todo. Por outro lado, os indivíduos que têm preferências por consumo presente também demandam crédito para a compra imediata de bens e serviços.

Conseqüentemente, a demanda por recursos tanto parte dos produtores quanto pelos consumidores está promovendo o crescimento em larga escala da indústria de crédito.

Nos dias de hoje, a maioria dos novos empreendimentos não evoluem e quebram no primeiro ano por falta de recursos. Essa necessidade de capital não se restringe apenas os novos negócios, e mesmo estabelecimentos mais tradicionais podem por se encontrar ocasionalmente, em situações de insolvência.

Com o excessivo aparato burocrático de acesso ao crédito, e as altas taxas de juros cobradas pelos bancos comerciais, as empresas têm cada vez mais recorrido a métodos alternativos para obter os recursos necessários ao giro de seus negócios.

Uma solução que está ganhando muita popularidade no comércio de crédito, é a atividade de factoring.

Segundo Roberto Ogasavara o factoring, constitui numa operação em que uma instituição intermediária conhecida por factor adquire o faturamento de uma empresa vendedora e também lhe presta diversos serviços, mediante o recebimento de uma determinada remuneração.¹

Na verdade o factoring que consiste principalmente no fornecimento de recursos a uma empresa mediante a compra de seus direitos futuros (como cheques a prazo e duplicatas a receber) com um deságio sobre o valor de face desses ativos é um termo técnico para um conceito básico que já existe há séculos.

A venda de ativos (mercadorias) para se obter os recursos necessários para o giro dos negócios datam dos tempos em que os comerciantes da Babilônia necessitavam contornar as dificuldades encontradas na comercialização de suas mercadorias.

¹ OGASAVARA, Roberto Shoji. Aspectos econômicos do Factoring. In: Conjuntura Econômica Nº4, abril/84.

I.1 Conceituação Histórica

Por volta de 500 a.C. os romanos derrotaram os fenícios e assumiram o controle do mediterrâneo. Com o intuito de manter sua hegemonia sobre os territórios conquistados e explorar suas possibilidades comerciais, os romanos, estabeleceram em pontos estratégicos da península Ibérica, a figura do factor (agente), um comerciante conhecido e bem sucedido em determinada região que se encarregava de promover o comércio local. Além de prestar informações creditícias sobre outros comerciantes, recebia e armazenava mercadorias provenientes de outras praças e fazia cobrança, pela qual recebia em pagamento uma remuneração. Factor quer dizer aquele que faz alguma coisa, que desenvolve ou fomenta uma atividade. O factor dos romanos era o agente mercantil.

A função do factor era garantir e facilitar os bons negócios. Como esse agente era profundo conhecedor do mercado e da tradição creditícia dos comerciantes locais, ele tornava-se um grande intermediário nas trocas comerciais.

A partir do período dos grandes descobrimentos (meados do séc. XV) e as colonizações, os factors passaram tanto a administrar e vender nas colônias os estoques de mercadorias (principalmente têxteis) dos proprietários europeus quanto a garantir o pagamento como agentes de confiança.

Com o tempo a função do factor deixou de ser de um simples intermediário ou consultor de negócios entre fornecedores e compradores e passou a adiantar com recursos próprios aos fornecedores o valor das vendas por estes efetuadas antes mesmo de os compradores fazê-lo. Dessa forma o factor pagava - com um deságio - à vista ao

fornecedor e na base da confiança efetuava cobrança junto ao comprador final daquela mercadoria.

“Assim surgiu o sentido moderno do factoring, ou seja, com a venda dos créditos oriundos da venda dos bens, pelos produtores ou fornecedores, os factors adquiriram o direito de cobrá-los, como seus legítimos proprietários. dessa forma o factor que assumia papel de prestador de serviços de comercialização, distribuição e administração, adquiriu a função de fornecedor de recursos.”²

A atividade financeira de factoring, surgiu no Brasil, com a criação da ANFAC (Associação Nacional de Factoring) em 1982. As empresas de factoring, também conhecidas como empresas ou sociedades de fomento mercantil, compram direitos futuros - como cheques pré datados e duplicatas a receber- de empresas que necessitam de crédito imediato para fins tais como: capital de giro, pagamento de pessoal, investimentos, outros, pagando esses direitos com um desconto. Desta forma, empresas que se encontram em situação ilíquida (com muitos cheques pré datados) poderão utilizar-se das sociedades de fomento para obter recursos que cubram suas necessidades de capital de giro, ao invés de esperar meses para receber os créditos de seus clientes.

Por fim, esta monografia busca apresentar de forma clara ao leitor o funcionamento de uma factoring enfatizando os grandes benefícios para o desenvolvimento da economia além de esclarecer algumas visões populares e equivocadas sobre o tema.

² Leite Luiz Lemos - *Factoring no Brasil*. São Paulo: Atlas, 1997, p.21

II. A ESTRUTURA DAS FACTORING

O factoring é uma atividade comercial de iniciativa empresarial que presta diversos serviços de acessoria creditícia como a gestão de crédito, seleção de riscos, e compras de direitos futuros resultantes de vendas ou prestações de serviços de outras empresas.

No Brasil, foi instituída, com a criação da Anfac; órgão que provê ampla assistência jurídica, operacional, técnica, contábil, fiscal e política às cerca de 700 empresas de fomento associadas. A Anfac estruturou-se de tal forma que pôde assegurar às suas associadas condições plenas de operacionalidade. Este órgão possui seu Código de Ética regido pelos princípios de auto-regulamentação sumarizando todos os procedimentos, normas e práticas que caracterizam o factoring.

Por ser uma atividade comercial em que não há captação de poupança pública, o Fomento mercantil não necessita sujeitar-se aos rígidos controles regulamentares criados pelas autoridades com fins de se proteger o investidor, nem de autorização do Banco Central para funcionar. I.e., como as factorings não colocam em risco recursos de terceiros, a assunção do risco é de competência plena de seus sócios. O mesmo não acontece com os bancos comerciais, já que estes são depositários da poupança pública, pertencendo a categoria regulatória das instituições financeiras.

As atividades bancárias e de fomento são complementares. Não são concorrentes. Factoring é o mecanismo estimulador da produção e da mão de obra.

Enquanto o banco é processador, captador e emprestador de dinheiro a juros, a empresa de factoring presta serviços e compra direitos de empresas a um preço acertado entre ela e seu cliente.³

A organização de uma empresa de factoring se sustenta em 4 setores:

- 1) Operacional**
- 2) Financeiro**
- 3) Administrativo**
- 4) Jurídico**

O setor operacional cuida da análise dos clientes potenciais através de: visitas aos cliente selecionados, do exame dos balanço ou balancetes e de informações obtidas via cadastros bancários ou de terceiros. E se relaciona com os cliente efetivos: registrando as operações de desconto; efetuando o cálculo do fator de compra e examinando os documentos apresentados junto ao borderô.

É muito importante que a área de cadastro –uma subdivisão do setor operacional- obtenha informações sobre a situação jurídica e financeira (tempo de existência, examinar a lista dos clientes/ sacados de cada cedente, a existência de títulos protestados, cheques devolvidos,) dos possíveis clientes. Dessa forma fica mais fácil conhecer o risco de se operar com determinada empresa.

³ Os clientes das Factoring também são conhecidos como empresas cliente ou cedentes, já os clientes dos cedentes, são chamados de sacados.

Já o setor financeiro que está subdividido em tesouraria; cobrança; e controle, é responsável pelo fluxo de caixa, pelos pagamentos e recebimentos, lançamentos contábeis, pela execução dos créditos aos clientes, pelo controle da fonte de recursos pela elaboração do orçamento da empresa, pela disponibilização das linhas de crédito, além de encaminhar ao cadastro o nome de clientes inadimplentes, e ao serviço jurídico os títulos protestados e sem solução administrativa.

O setor administrativo, composto pelas áreas de contabilidade recursos humanos e almoxerifado, executa todos os serviços e registros contábeis da empresa, encaminha ao setor financeiro os documentos para pagamentos de impostos e taxas, mantém em dia as conciliações bancárias, efetua o recrutamento, seleção e admissão de pessoal, elabora a folha de pagamentos, cria a agenda dos serviços de pessoal, controla o material estocado (inclusive o nível de reposição), recebe a requisição de material de setores e providencia inventários periódicos.

Por último, o setor jurídico trata de análise dos contratos e estatutos sociais dos cedentes, cuida das dívidas vencidas após atos administrativos, adota medidas judiciais para recuperação dos créditos, além de ser responsável por assuntos das áreas fiscal e trabalhista, sob o aspecto jurídico.

De maneira geral, existem outras caracterizações mais abrangentes para se processar o factoring.

“O Unidroit (Institut International Pour l’Unification du Droit privé – Roma), após exaustivas pesquisas chegou a conclusão de que efetivamente só se concretiza o factoring se ocorrer a combinação que inclua pelo menos dois dos seguintes serviços:”⁴

i) gestão de crédito; ii) administração de contas a receber; iii) cobrança iv) proteção contra riscos de crédito; v) fornecimento de recursos.

O serviço mais característico de uma factoring é o desconto dos direitos futuros de outras empresas. Esse desconto funciona como um preço pago por um crédito futuro. Ou seja, uma empresa que prestou algum serviço e/ou efetuou uma venda recebendo um crédito - em geral cheques ou duplicatas- que realizarem-se numa data futura, poderá vender esse direito à uma sociedade de fomento por um preço inferior ao valor de face deste ativo. Dessa forma, a factoring transforma vendas a prazo em vendas à vista.

Por exemplo: a empresa C&k recebeu por suas vendas cheques para o prazo de 30 dias no valor de R\$ 100.000,00 de seus clientes, mas necessita de recursos para pagamento de compromissos atuais. Alternativamente, poderá vender seus direitos futuros (cheques no valor de R\$ 100.000,00) à factoring Faxe Mercantil recebendo no ato R\$ 95.000,00. Nesse caso, o fator de desconto utilizado foi de 5% ao mês.

Verifica-se ainda, que para que uma factoring possa oferecer operações e serviços, existe a necessidade de recursos que os financiem. Diante disso, as empresas deste ramo podem lançar mão de três diferentes fontes. A primeira se refere aos recursos próprios, os quais estão diretamente relacionados com as características do mercado onde a empresa atua. No Brasil, pelo cenário de grande instabilidade econômica, esta modalidade de fonte de financiamento é muito utilizada. A segunda diz respeito aos empréstimos bancários e operações com 'Comercial Papers'. (São os chamados recursos de terceiros). Finalmente tem-se os recursos do mercado de capitais, representados quando da emissão de ações, debêntures simples ou conversíveis em ações. A utilização simultânea destes recursos leva a factoring a não limitar o nível de operações e de ter a flexibilidade para acolher as flutuações no volume de negócios realizados.

⁴ Leite, Lemos Luiz - *Factoring no Brasil*. São Paulo: Atlas, 1997 p.49

II.1 Modalidades do Factoring

O factoring é uma atividade comercial mista, atípica. Sua atividade basicamente consiste na execução cumulativa e contínua de serviços aliada à compra de direitos da empresa, resultados de vendas de seus produtos e mercadorias, ou de prestação de serviço entre a empresa cliente e a empresa de factoring. Partindo-se do pressuposto da prestação de serviços, atualmente no Brasil, opera-se o factoring dentro das seguintes modalidades:

- a) convencional;
- b) maturity;
- c) trustee;
- d) exportação;

O factoring convencional, também conhecido como 'discount factoring' caracteriza-se pela compra de créditos futuros, adiantando-se aos clientes os recursos que só estariam disponíveis nas datas de vencimento.

Esse tipo de operação se realiza da seguinte forma: A empresa cliente entrega parte de seu faturamento - com suas devidas notas fiscais -, a factoring, que por sua vez verifica a legitimidade das mesmas. A seguir, a empresa de fomento, comunica aos compradores (sacados), que o pagamento relativo ao faturamento deve ser realizado diretamente a ela. Com isso, é concedido o adiantamento à empresa cliente com o devido fator de desconto. No entanto, a factoring retém de reserva, uma porcentagem do total a ser pago do título, para fazer frente a eventuais problemas comerciais da empresa cliente tais como: erros na entrega de mercadoria, atrasos de remessa e até inadimplência. Por último, caso não haja nenhum dos problemas mencionados, a reserva

será devolvida ao cliente. Este tipo de factoring permite que empresas solucionem seus problemas financeiros ao transformar imediatamente seu créditos em moeda, fortalecendo seu caixa. Nesta modalidade, o pagamento é feito à vista pela sociedade de fomento mercantil, sendo cobrado do cliente uma comissão 'ad valorem' sobre o valor total dos créditos negociados.

O maturity, diz respeito a modalidade em que a factoring realiza basicamente os serviços de crédito e cobrança, assumindo o risco do crédito. Não há nenhuma forma de adiantamento pelos créditos adquiridos. Nesse caso a sociedade de fomento recebe os títulos dos cedentes e o pagamento relativo a esses créditos ocorrerá somente na data de vencimento. Pelos serviços prestados, a factoring cobra uma comissão 'ad valorem' sobre o volume total dos títulos adquiridos. Essa comissão é variável, dependendo do risco envolvido.

A modalidade trustee se refere a um produto idealizado pela Anfac em 1988. Trata-se da gestão financeira e de negócios da empresa cliente da sociedade de fomento mercantil. Aqui são administradas todas as contas do cliente que passa a trabalhar com caixa zero, otimizando sua capacidade financeira.

Por último, a modalidade exportação, é aquela que visa a comercialização de bens no exterior. Ou seja, servirá para comercializar no exterior bens produzidos pelo segmento de nossas pequenas e médias empresas, que não têm a menor possibilidade de fazê-lo. É uma modalidade frequentemente empregada na Europa, entretanto no Brasil, ainda não está totalmente desenvolvida.

II.2 A Relação com as Empresas Clientes

As empresas que utilizam os serviços de uma factoring são chamadas de empresas clientes. Esses serviços, são muito mais amplos do que se imagina. Além do desconto dos direitos, as factoring ajudam as empresas clientes a organizar a contabilidade, a controlar o fluxo da caixa, a acompanhar suas contas a receber e a pagar, a fazer o orçamento de custos, e a buscar novos clientes. Verifica-se que o fomento mercantil, pode oferecer inúmeros benefícios diretos e indiretos para a empresa cliente, cabendo destacar os seguintes:

I) Diretos

- a) parceira: aconselhamento ao empresário em suas decisões importantes e estratégicas, além do apoio às suas atividades rotineiras;

- b) melhora da competitividade no ramo de negócio e racionalização dos custos, permitindo-lhe aprimorar a produção e as vendas. (Com os serviços da factoring, o empresário está livre para dedicar-se exclusivamente na atividade principal de sua empresa que é a produção de vendas).

- c) a redução de custos operacionais, aumento de liquidez, elevação do grau de alavancagem e diminuição dos custos financeiros.

- d) Ampliação do capital de giro com acesso às fontes legais de recursos, com disponibilidade imediata de dinheiro, amenizando as restrições impostas as micro e pequenas empresas, que dependem de difíceis empréstimos.

II) Indiretos:

- a) Aprimoramento de estruturas financeiras através da simplificação contábil e da redução de custos fixos nas vendas a prazo, eliminando esforços de cobrança de crédito duvidoso.
- b) Reorganização interna dos setores administrativos e contábil, com redução de custos internos.
- c) Maior confiança de expansão nas vendas das empresas.
- d) Otimização da capacidade gerencial do empresário em termos de compras e vendas produtiva.
- e) Maior estabilidade empresarial - o factoring assume riscos de impontualidade do comprador, ou de insolvência da empresa com títulos a vender.

Esse relacionamento com a empresa cliente se constrói sob a idéia de que o bom desempenho de uma factoring está diretamente ligado ao sucesso de suas empresas clientes, portanto, a primeira poderá assumir responsabilidades com a última, que vão muito além de compromissos financeiros.

Uma empresa que esteja passando por dificuldades financeiras poderá utilizar-se dos descontos de seus ativos para gerar caixa. No entanto, pela aplicação do pressuposto básico das finanças de que o risco está diretamente -positivamente- ligado ao retorno, o fator cobrado pela factoring deverá ser maior quanto pior for a situação da empresa cliente. Desse modo, apesar as empresas de fomento cobrarem um desconto mais alto para uma empresa em dificuldade financeira, será muito importante auxiliar na recuperação desta empresa.

O agente de fomento mercantil deve estar preparado para dar ampla assistência a suas empresas clientes para que alcancem equilíbrio financeiro e possam expandir seus negócios.

O factoring é especialmente indicado para empresas novas e em processo de crescimento. Dificilmente, empresas nascentes conseguem financiar seus investimentos com a massa de lucro gerada pelo seu empreendimento. Na maioria das vezes é necessário recorrer a recursos de terceiros para agilizar o giro dos negócios. É justamente aí que começam os problemas. Estas empresas normalmente esbarram nas altas taxas de juros cobradas pelos bancos comerciais, no demorado processo de recuperação do capital investido e acabam sendo engolidas por outras empresas que residem no mercado a mais tempo. Com a operação de factoring o ciclo de negócios da empresa se reduz enquanto a impossibilidade de se aumentar a produção pela espera das realizações de longo e médio prazo, é extinta. Desse modo as empresas podem aumentar seus lucros, mesmo quando se consideramos o preço pago pelo desconto.

Suponha uma situação hipotética : a empresa ABC tem custos totais (pagamento de pessoal, contas de luz, aluguel, impostos) de R\$ 3.000, seu investimento mínimo mensal e de R\$ 7.000 e a cada R\$ 7.000 investido na produção gera um faturamento total de R\$ 20.000 distribuídos em R\$ 10.000 à vista e R\$ 10.000 a vencer em 6 meses. No primeiro mês ABC investe R\$ 7.000 e após descontar seus custos totais sobrarão R\$ 7.000 para reinvestir na produção, o que gerará novamente o faturamento de R\$ 20.000. Pode-se perceber que só no decorrer de 6 meses - caso não possa recorrer a recurso de terceiros - a empresa ABC poderá investir em um mesmo mês R\$14.000 na produção. Porém, muitas vezes a concorrência é acirrada, e a demanda não pode esperar por 6 meses. Dado sua necessidade de crescer, a empresa poderia utilizar o factoring e vender

seus direitos futuros de R\$ 10.000 por R\$ 7.000 à vista. Podendo investir no mesmo mês, o dobro em produção, seu faturamento líquido aumenta de R\$17.000 para R\$ 34.000. Nesse caso com a transformação das vendas a prazo em vendas à vista, a redução dos ciclo dos negócios estimulou o crescimento da empresa.

III. AS FUNÇÕES DO FOMENTO MERCANTIL

Nos últimos tempos, a mídia tem veiculado com maior frequência, notícias sobre factoring. Entretanto, grande parte dos textos demonstra vagos, superficiais, e equivocados conceitos em torno desta atividade, comparando-a precipitadamente com a agiotagem. Além de ser uma atividade com bases legais, o factoring traz grandes benefícios às empresas – clientes e a economia como um todo. “Agiotagem é um termo de conotação pejorativa, que significa o comércio especulativo de empréstimos clandestinos e informais, cobrando juros excessivos com vistas a auferir lucros exagerados ou vantagens exorbitantes”.⁵ Frequentemente, os agiotas, através de anúncios em jornais, atraem as pessoas em dificuldades financeiras ou endividadas que, no desespero, aceitam pagar juros de, no mínimo, 15% ao mês, com pagamentos estipulados para prazos curtos que são garantidos com cheques pré-datados, contas bancárias e com outros bens.

Desde a criação da Anfac, o fomento mercantil é uma atividade cujos fundamentos são regidos, basicamente, pelos princípios do direito mercantil. De fato, o suporte legal e operacional das vendas mercantis, prestação de serviços e cessão de crédito, são garantidos por artigos do código comercial e civil e por atos declaratórios e circulares do Banco Central. Com o desenvolvimento e a expansão dessa atividade, em fevereiro de 1993 foi criada a FEBRAFAC - Federação Brasileira de Factoring,

entidade sindical de nível superior que juntamente com a ANFAC, objetiva a defesa dos legítimos interesses dos empresários de factoring e de seus filiados.

As 700 empresas de fomento mercantil filiadas a ANFAC são sociedades legalmente constituídas, com sua atividade econômica definida no seu objeto social. Estas empresas contabilizam todas as suas operações realizadas - hoje da ordem de R\$1 bilhão mensal - com base no contrato de fomento mercantil celebrado com suas 50 mil empresas clientes (exclusivamente pessoas jurídicas), pagam regularmente todos os seus impostos (IR, CSLL, COFINS, PIS, INSS, CPMF e ISS), inibem a desintermediação financeira e auxiliam na melhora da liquidez do sistema econômico.

Pode-se concluir que o fomento mercantil é um mecanismo de suporte ao segmento da pequena e média empresa, que traz grandes benefícios para economia, e além de ser uma atividade juridicamente legal, é incompatível com a caracterização de agiotagem.

⁵ Homepage da Anfacs – *Factoring não é agiotagem*..

III.1 O Mercado – Alvo

Antes de se apresentar a área de atuação do fomento mercantil, deve-se destacar as atividades não pertencentes ao factoring.

O Factoring não pratica atividades privativas de instituições financeiras autorizadas e fiscalizadas pelo Banco Central como: captação de recursos, financiamento ao consumo, arrendamento mercantil, empréstimos mediante garantias reais ou pessoais, nem atividades características de agiotagem como: desconto de cheque pós datado, empréstimo mediante transferência de propriedade de veículo, e procuração com amplos poderes para alienação de bens e imóveis.

O mercado-alvo do fomento mercantil são empresas que costumam apresentar dificuldades para identificar e dimensionar as suas deficiências, principalmente no que tange ao acompanhamento de suas contas a receber e a pagar, controle de estoques, formação de custo e preço de seus produtos, atividades que, por acarretar um custo elevado, normalmente são negligenciadas, até porque, por ser pequena, a empresa não tem condições financeiras de contratar um profissional para cuidar do seu departamento administrativo e financeiro. Como no passado o (factor), o agente do fomento mercantil não deixa de ser um consultor financeiro.

Podemos classificar em três tipos o perfil da clientela alvo do factoring:

a) Empresas industriais sem acesso ao mercado industrial. São empresas em crescimento e em busca de caixa. Através do factoring, podem obter o nível de recursos desejados e alcançar redução de seus custos, maior competitividade de seus preços e produtos.

b) Empresas que apesar de terem acesso ao mercado de crédito, não possuem conhecimentos técnicos que lhes garantam a iniciativa de barganha com as instituições financeiras. São empresas que dispõem de limites de crédito com os bancos, mas não sabem com eles negociar. Este tipo de empresa tem recorrido ao factoring para obter um custo de capital mais baixo e utilizando-se dos serviços das sociedades de fomento mercantil, terminaram como seus clientes.

c) Empresas dirigidas por pessoas com excelente nível técnico, em seu ramo de atividade, mas utilizam os serviços do factoring para cuidar da gestão de caixa, enquanto concentram suas atenções na produção. Geralmente, essas empresas utilizam-se da modalidade do factoring, conhecido como trustee.

O perfil de uma empresa candidata potencial no Brasil para operar com o factoring está delimitado num faturamento mensal entre US\$ 30.000 e US\$ 800.000, além de ser necessário apresentar produtos com boa aceitação no mercado.

Uma idéia muito equivocada é que as empresas que recorrem as factorings são aquelas que estão falindo; isso não é verdade; aproximadamente 70% das empresas que utilizam os serviços das empresas de fomento estão crescendo e não quebrando.

De 1993 a 1997 as empresas - clientes de factoring foram predominantemente do setor industrial, seguido das empresas comerciais, empresas prestadoras de serviços e por último as empresas de transporte.

Segue abaixo o quadro com as distribuições dos clientes das empresas de fomento:

Direcionamento do fomento mercantil por ramo de atividade

* Setor/ Ano	1993	1994	1995	1996	1997
1 IND.METALÚRGICA	25,00%	28,00%	20,00%	15,00%	18,00%
2 IND.QUÍMICA	18,00%	20,00%	15,00%	8,00%	10,00%
3 IND.GRÁFICA	12,00%	10,00%	8,00%	5,00%	3,00%
4 IND.TEXTIL/CONFEC.	8,00%	10,00%	10,00%	3,00%	2,00%
5 IND.SUCRO-ALCOOL.	0,50%	1,00%	1,00%	0,50%	0,50%
6 OUTRAS INDÚSTRIAS	14,00%	15,00%	15,00%	21%	25,00%
7 EMPRESAS COMERC.	11,00%	12,00%	10,00%	25%	21,00%
8 PREST.SERVIÇOS	10,00%	3,00%	20,00%	22%	20,00%
9 EMP.TRANSPORTE	1,50%	1,00%	1,00%	0,50%	0,50%

*dados, ANFAC

Como podemos perceber, o setor industrial apesar de ser o maior cliente das empresas de fomento, vêm perdendo espaço para os demais setores. Destacando-se o aumento de 100% no movimento por parte das empresas prestadoras de serviços e de 95% das empresas comerciais no período de 1993 a 1997.

Em termos de nível, o volume negócios entre as factoring e suas empresas clientes pode ser representado pela evolução de sua carteira no período de 1993 a 1997 de acordo com o quadro a seguir:

Evolução da carteira e do nº factoring associadas no período

Período *	Carteira	Associadas
1993	R\$ 3.500.000.000,00	430
1994	R\$ 6.100.000.000,00	435
1995	R\$ 8.600.000.000,00	430
1996	R\$ 11.400.000.000,00	655
1997	R\$ 14.750.000.000,00	726

valores a preços médios de 1997 * dados, Anfac

O setor de factoring, no exercício de 1996, segundo dados da ANFAC, movimentou recursos da ordem de R\$ 12 bilhões, atendendo a cerca de 50 mil pequenas e médias empresas e garantindo, assim, a existência de 500 mil empregos diretos e indiretos.

Enquanto o volume de negócios seguiu uma tendência de crescimento de 43 % ao ano, o número de empresas de fomento associadas a Anfac praticamente dobrou no período de 93 a 97.

Como mostra a tabela a seguir, em 97 com o movimento de aproximadamente R\$ 15.000.0000 (a preços médios de 1997) podemos destacar o estado de São Paulo como detentor de mais de 60% dos negócios além de concentrar 297 das 726 empresas de fomento associadas a Anfac.

Volume de negócios das empresas de factoring associadas a Anfac distribuídos por área

REGIÃO/ ESTADO	CARTEIRA *	ASSOCIADAS
São Paulo	R\$ 10.000.000.000	297
Sul	R\$ 2.650.000.000	181
Centro –Leste	R\$ 1.471.800.000	136
Norte – Nordeste	R\$ 628.200.000	112
TOTAL	R\$ 14.750.000.000	726

valores a preços médios de 1997 * dados, Anfac

A centralização das atividades de factoring em São Paulo está associada ao grande número de indústrias plantadas neste estado.

Finalmente, o fomento mercantil que tem sido aplicado principalmente ao setor industrial, passando a atuar também nas áreas de serviços e comércio serve como um alternativa a liquidez, contribui para o incremento das atividades produtivas e para o aumento de produtividade da economia.

III.2 Os Benefícios para a Economia

O factoring, apresenta grandes contribuições à economia nacional. Dentre elas podemos destacar:

i) Desconcentração do mercado financeiro: o fomento a um mercado financeiro competitivo força a baixa de juros, reduz o mercado paralelo e os spreads extorsivos.

Conseqüentemente, o consumo aumenta gerando mais empregos e produto na economia como um todo.

ii) Aumento da produtividade: a injeção de recursos nacionais e externos em atividades produtivas, reduz a especulação em operações de open-market, over-night, CDBs, LTNs e ORTNS diminuindo a incerteza e aumentando os investimentos na produção (o que aumenta a produtividade média por trabalhador na economia).

iii) Com o fomento das exportações de bens, mercadorias e serviços a balança de comercial sai beneficiada.

iv) Inibe a ação de intermediários que praticam a agiotagem, colaborando no controle exercido pelas autoridades monetárias. (O receio de interferência do factoring, no controle de expansão de moeda exercida pelo Banco Central ou sobre as limitações ao crédito doméstico, em caso de ocorrência de preços abusivos, ou de cartorização é infundado, segundo a ANFAC).

IV. A ATIVIDADE DE FOMENTO.

A atividade de factoring inicia-se com o Contrato de Fomento Mercantil. Este é o contrato principal firmado entre a empresa de factoring e seu cliente; nele se encontram todas as normas e condições, bem como as relações de negócios entre as partes. Será tido como a lei maior, na relação factoring/cliente e consiste na aquisição, por uma empresa especializada, de créditos faturados pelo cliente-comércio, indústria ou prestação de serviço. O contrato transfere à factoring seus direitos creditórios, oriundos de venda mercantil ou de prestação de serviços. Esta transferência é dada através de endosso pleno, em preto, sem direito de regresso.

Trata-se de um contrato bilateral, oneroso, atípico, mercantil e consensual, distinguindo-se do desconto, ante a inexistência de responsabilidade regressiva contra o credor inicial-cliente endossante - aquele que o crédito cedeu à empresa de factoring, (a quem cabe promover a cobrança amigável ou judicial do crédito).

Há casos em que a empresa de factoring poderá regressar contra o cliente como, por exemplo, quando houver vício nos títulos de crédito, devolução da mercadoria, inexecução do serviço contratado, etc.

Ressalta-se, portanto, a importância de ser celebrado o Contrato de Fomento Mercantil logo no início das relações factoring/cliente, pois será através das cláusulas nele inseridas que dar-se-ão os negócios e evitar-se-á desacordo entre os contratantes.

Entretanto, tem-se verificado que algumas empresas de factoring não tem levado a sério a celebração do contrato de Fomento Mercantil, quanto a direitos e obrigações das partes, e, quando obrigadas a buscar em juízo seus direitos, seja contra o cliente seja contra o devedor, decaem do direito por falta de tal documento.

Outros problemas são observados no que diz respeito aos direitos e obrigações dos contratantes: muitas operações de factoring são realizadas sem as devidas cautelas, ou seja, não são exigidos os documentos acessórios ou obrigatórios que dão à duplicata sua condição de exigibilidade e liquidez. Como por exemplo, a nota fiscal e respectivo comprovante de entrega e recebimento da mercadoria e/ou da prestação de serviço.

Tais documentos são imprescindíveis para uma boa operação, pois será através deles que a empresa de factoring terá respaldo para cobrá-los, evitando-se, desta forma, realizar operações duvidosas com duplicatas "frias" ou "simuladas" que, sem sombra de dúvida, resultarão em prejuízos.

É fundamento da atividade de factoring a transferência da titularidade dos créditos (dos direitos creditórios) da empresa-cliente para a empresa de "factoring". Esta, juridicamente, passa a ser a única e legítima proprietária destes créditos, desde que não haja qualquer contestação de sua legitimidade, legalidade e veracidade. Como tal, a empresa de "factoring" é a única e legítima credora, que pode receber o pagamento dos títulos representativos dos créditos, autorizar prorrogação ou abatimento e habilitar-se em processo de falência ou concordata. A empresa cliente responde pelos riscos da evicção, ou seja, responde e responsabiliza-se pelos riscos e prejuízos

decorrentes de créditos com vícios de origem ou mal constituídos. Nesta hipótese, as sociedades de fomento mercantil têm todo o direito de agir contra a sua cliente, exigindo ressarcimento sob qualquer modalidade, inclusive garantias do seu direito de credora.

Para cada operação comprada, o sistema calcula um fator proposto conforme os parâmetros cadastrados antecipadamente. O fator de desconto é maior quanto mais alto for o risco de se operar com uma empresa cliente. Geralmente, esse fator é calculado após uma análise detalhada do risco apresentado pela empresa cliente.

IV.1 A Análise dos Riscos

Deve-se ressaltar, que as empresas de fomento comercial, para qualquer que seja o tipo de perfil da clientela, devem proceder a uma análise rigorosa do novo cliente, procurando conhecer suas condições econômico-financeiras, seu produto, seu mercado, sua organização e planos. Neste aspecto, Fábio Gallo Garcia destaca: *“Além desta verificação, é muito importante a análise de sua capacidade potencial de geração de lucro. Isto porque o risco da operação de factoring, baseia-se principalmente no cliente, pois basta haver um problema com a mercadoria para que a cobrança fique prejudicada. E caso este cliente não tenha condições (operacionais ou financeiras) para reparar o erro, a liquidação torna-se impraticável pelas vias normais. Sendo que qualquer liquidação que envolva advogados ou tramites legais gera prejuízo.”*⁶

⁶ GARCIA, Fabio Gallo. *Operações de Fomento comercial*. Tese de Pós graduação, FGV, São Paulo, 1989

Com isso, é essencial a análise do relacionamento da empresa cliente com seus compradores. Também é importante, que a factoring considere a diversificação de seus clientes, já que são grandes os riscos de se operar com um só ramo comercial.

Geralmente, a análise do risco começa com uma visita a um cliente potencial. Neste momento são levados em conta fatores mais subjetivos, como perspectivas para o crescimento, indicações pessoais e boa apresentação da empresa. Já no cadastro, são recolhidas informações referentes a títulos protestados, inadimplência, e até sobre a carteira de clientes. É muito importante conhecer a composição desta carteira, uma vez que no ato de uma operação os direitos serão transferidos à factoring. Pelo contrato, se uma factoring comprar um cheque sem fundo por exemplo, a empresa cliente é responsabilizada pelo ressarcimento no financeiro, no entanto, pode acontecer desta empresa se encontrar em dificuldade para cobrir a inadimplência de seu cliente, e se tornar inadimplente com a factoring. Para se conhecer melhor o risco de uma operação, devem ser analisados os balanço ou balancetes e utilizadas informações obtidas via cadastros bancários ou de terceiros.

É muito oportuno deixar claro que na teoria as factorings são responsáveis pela análise de crédito do sacado, não tendo direito de regresso sobre a empresa cliente, caso adquira um título de um 'mau-pagador' (isto é, caso a factoring adquira um cheque sem fundo sem solução, o prejuízo e dela.) Todavia, na prática, no Brasil, isto não ocorre, pois todas as empresas de factoring acabam por operar com o direito de regresso, e neste caso o responsável em última instância acaba sendo a empresa cliente.

O fator calculado, subdivide-se em dois componentes: Um que leva em conta os percentuais mensais de custos (administrativo, tributário, financeiro e de encaixe) que fica em média em 2% ao mês, e outro que se relaciona com o risco do cliente podendo variar de 2 a 5% ao mês. Com isso, o sistema calcula o fator de compra proposto, como também emite uma planilha para atendimento externo aos clientes.

Para comprovar a execução desse pressuposto fundamental, as sociedades de fomento mercantil são obrigadas a emitir nota fiscal, para conferir-lhe o caráter de continuidade e cumulatividade que lhe é inerente e o custo de compra de créditos (representados por duplicatas a receber na quase totalidade dos casos), que é calculado em função do grau de risco da empresa sacada, prazo e do custo do fundamento dos recursos da sociedade de fomento mercantil.

A análise do risco de crédito é imprescindível para que a factoring possa proceder suas operações. Existem alguns métodos de avaliação, que devem ser citados neste trabalho. Os principais métodos se traduzem em: *abordagem convencional*, onde o risco de crédito é avaliado através dos “ 5C ” (que devem ser analisados em conjunto, para que seja possível julgar se o crédito poderá ser fornecido): caráter (considerado o ponto mais importante da administração de crédito, pelo qual o comprador honra suas obrigações), capacidade (habilidade do cliente pagar o débito no momento do vencimento), capital (uma garantia, caso os dois primeiros “ C ” falhem), colateral (diz respeito aos ativos que o comprador fornece em garantia do risco do crédito), e condições (fatores essenciais com relação a análise do contexto econômico em que um comprador está inserido); *análise discriminante*, que é uma técnica estatística utilizada na construção de um modelo de análise.

Muitas instituições possuem técnicos especializados em processar as informações obtidas, são os analistas de crédito. Cabe a estes, caso os demonstrativos do cliente não retratem a realidade operacional, conseguir dados que permitam que a empresa de factoring conheça a real situação da empresa cliente.

É sabido, que demonstrações financeiras fornecem uma série de dados sobre uma empresa, se acordo com as regras contábeis. Uma análise de balanço transforma estes dados em informações. Esta mostrará se a empresa vem sendo bem ou mal administrada, se tem ou não condições de pagar suas dívidas, se é lucrativa, se vem evoluindo ou regredindo, se é eficiente, se tem grandes chances de falir. Assim sendo, deve ser elaborado um relatório de análise de balanço o qual deverá apresentar várias informações, entre as quais: situação financeira, situação econômica, desempenho, tendências e perspectivas e eficiência na utilização dos recursos.

Existem algumas técnicas de análise de balanço, dentre elas destacam-se: análise vertical e horizontal, que presta-se fundamentalmente ao estudo de tendências; análise do capital de giro, onde através do cálculo dos índices de rotação ou prazos médios (recebimento, pagamento e estocagem) é possível analisar-se os investimentos e o financiamento do capital de giro, bem como avaliar-se a capacidade de administração deste capital pela empresa; análise de retorno operacional dos investimentos, a qual permite uma ampla decomposição dos elementos que influem na determinação da taxa de rentabilidade de uma empresa e que explica quais os principais fatores que levaram ao aumento ou a queda de rentabilidade, além de possibilitar a identificação das alternativas de modificação no quadro; análise de alavancagem financeira, que compara o custo das diferentes alternativas de capitais de terceiros com o custo do capital próprio;

análise da demonstração das origens e aplicações de recursos e do fluxo de caixa que, por dar possibilidade de se construir a demonstração do fluxo líquido de caixa, mostra claramente a situação financeira da empresa e de sua gestão de caixa; análise prospectiva, um tipo de análise que supera em muito os resultados que se obtém pela simples análise do passado, pelo fato de utilizar técnicas previsionistas que incorporam novas variáveis.

Com esta análise, a sociedade de fomento pode optar em operar com um fator mais alto, ou até em não operar com um cliente. Num caso onde a análise indique que a empresa potencial, se encontra em situação extremamente ilíquida e que não tenha boas perspectivas de futuro, essa empresa pode ser descartada.

Por tudo isto, podemos observar que a análise de balanços é fundamental para que uma empresa de factoring possa tomar suas decisões operacionais com um maior conhecimento do risco de seus clientes.

V. CONCLUSÃO

O presente trabalho, procurou mostrar o funcionamento das sociedades de fomento no Brasil bem como sua relação e benefícios às empresas clientes e à economia como um todo. Embora o factoring, como instituição, tenha sido criado apenas na segunda metade do século XX seu conceito básico (a venda de ativos (mercadorias) para se obter os recursos necessários para o giro dos negócios) data dos tempos em que os comerciantes da Babilônia necessitavam contornar as dificuldades encontradas na comercialização de suas mercadorias.

Verificamos que na sua essência o factoring continua o mesmo, ou seja, sua forte vocação é a de auxiliar as transações comerciais.

Entretanto, nos dias de hoje as sociedades de fomento, representadas por quatro modalidades (trustee, maturity, convencional e exportação), abrangem serviços muito mais amplos do que se imagina.

Além do desconto dos direitos, as factoring ajudam as empresas clientes a organizar a contabilidade, a controlar o fluxo da caixa, a acompanhar suas contas a receber e a pagar, a fazer o orçamento de custos, e a buscar novos clientes. Desse modo, o agente de fomento mercantil provê ampla assistência à suas empresas clientes para que alcancem equilíbrio financeiro e possam expandir seus negócios.

Mais adiante foram esclarecidas as principais diferenças entre factoring e os bancos comerciais onde se concluiu que apesar de distintas, funcionam como atividades complementares.

Por outro lado, é importante ressaltar, que toda operação de factoring envolve um risco. Verifica-se o instrumental da análise de balanços é de grande importância para que empresas de factoring possam conhecer melhor os seus clientes. Esta ferramenta viabiliza um estudo mais profundo de determinada empresa e serve de parâmetro para o cálculo do risco e, conseqüentemente, o fator desconto de uma operação.

Por fim, a atividade de factoring no Brasil vem ganhando espaço na economia principalmente pelos grandes benefícios tanto no contexto macro - criação de empregos, instrumento anti-recessivo, alternativa para o crescimento econômico, desintermediação financeira- quanto no contexto micro - com os benefícios para as empresas de pequeno e médio porte.

Inúmeras tentativas governamentais de se dar apoio a essas empresas fracassaram. Numerosos dispositivos de subsídios e incentivos foram instituídos pelo governo nos últimos 50 anos e nenhum deles se mostrou eficaz a favor do pequeno e médio empresário.

São crescentes as suas dificuldades de acesso às fontes normais de financiamento, seja pelo aparato burocrático regulatório, seja pelos riscos que oferecem a atividade das instituições financeiras.

Podemos concluir que a atividade de factoring veio para preencher uma lacuna existente no nosso sistema econômico destinando-se a otimizar a capacidade gerencial

do pequeno e médio empresário além de garantir-lhe suprimento de suas necessidades de capital de giro e contribuir para o aumento da eficiência na economia.

VI. BIBLIOGRAFIA:

- LEITE, Luiz, Lemos. *Factoring no Brasil* 5ª Edição
- FORTUNA, Eduardo. *Mercado Financeiro* 7ª Edição
- OGASAVARA, Roberto Shoji. *Aspectos econômicos* In: Conjuntura econômica nº 4
- Anfac – *Cartilha do FACTORING* 8ª Edição

Outras fontes de dados

- Homepage da Anfac - dados estatísticos e informações do mercado de factoring.
 - Matérias de Jornais, revistas - Publicações em geral sobre factoring.
 - Informativos - Factoring Informativo nº 20 Ano VI
-