



FANESE – Faculdade de Administrações e Negócios de Sergipe
Núcleo de Pós-Graduação e Extensão – NPGE
MBA EM GESTÃO EMPRESARIAL E INTELIGÊNCIA
ORGANIZACIONAL

ANDRÉ SILVEIRA MELO

**FACTORING NO BRASIL: OBJETIVOS E VANTAGENS DO FACTORING PARA
AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS**

Aracaju/SE
7 de agosto de 2014

FACTORING NO BRASIL: OBJETIVOS E VANTAGENS DO FACTORING PARA AS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

André Silveira Melo*

*André Silveira Melo. Graduado em Gestão de Recursos Humanos. Aluno do curso de Gestão Empresarial e Inteligência Organizacional “V”, na Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe – FANESE.

RESUMO

O intuito dessa pesquisa é levar ao conhecimento do grande público o Factoring Fomento Mercantil. Apresentando-o como uma alternativa para o problema de capital de giro das micro e pequenas empresas, entre outras atribuições.

Será que as organizações de fomento mercantil seriam uma boa saída para a falta de capital de giro nessas organizações?

A metodologia usada nesse trabalho pretende mostrar desde o surgimento, até a chegada do factoring no Brasil, identificar suas características, e através do entendimento obtido nas pesquisas realizadas para confecção desse artigo, identificar se o fomento mercantil é mesmo vantajoso para o setor das micro e pequenas empresas brasileiras.

Comprovando o que já se observa a algum tempo por meio do crescimento desse seguimento no Brasil e do número cada vez maior de empresas que passam a trabalhar em parceria com as factorings.

Palavras-chaves: Micro e Pequenas Empresas, Fomento Mercantil, Parceria.

INTRODUÇÃO

A competitividade hoje em dia está acirrada para qualquer tipo de organização, desde as pequenas e médias empresas, até as grandes corporações e grupos empresariais, porém, as maiores organizações têm grande apoio das instituições financeiras, o que não acontece da mesma forma com as pequenas empresas. Apesar de ter havido alguma melhora na taxa de sobrevivência dessas empresas nos dois primeiros anos de atividade o número de falência ainda é muito alto, e um dos principais motivos é a falta de capital de giro. Com essa situação, a busca por diferenciais competitivos é imprescindível, esse artigo busca explicar como funciona e quais as vantagens competitivas que o empresário terá se optar por uma parceria com uma Factoring.

CONCEITO DE FACTORING

Factoring é o seguimento empresarial que trabalha em parceria com outras empresas-clientes, principalmente, de pequeno e médio porte, e geralmente dos setores industrial e/ou atacadista, no tocante a compra de direito de crédito oriundos das vendas a prazo desse nicho de mercado. Além desse, outra função muito importante, ele atua como uma espécie de consultoria empresarial para seus clientes, prestando serviços como: avaliação de fornecedores, clientes e sacados, acompanhamento de contas a pagar e a receber, fluxo de caixa, entre outros.

Segundo Leite (2011. p.4) “Factoring é uma atividade comercial mista atípica = serviços + mais a compra de créditos (direitos creditórios) resultantes de vendas mercantis”

ORIGEM HISTÓRICA DO FACTORING

Pouco conhecido do grande público se comparado a bancos e financeiras, o factoring não é tão recente quanto parece, seu início se dá ainda no século XVI. Na época das grandes descobertas a dificuldade de locomoção e comunicação atrapalhava o crescimento da indústria europeia principalmente a inglesa, uma das civilizações mais desenvolvidas até então. O que fez surgir uma espécie diferente de sujeito na relação comercial, que até então era direta apenas entre produtores e compradores. Tratava-se de um intermediário na relação comercial, um agente que se deslocava até as civilizações mais distantes, incumbindo-se da venda e da cobrança das mercadorias produzidas e vendidas pelos industriários da Europa, esse tal “novo sujeito” na operação era chamado de *Factor*.

Mais tarde já no século XVII com o início da colonização inglesa na América do norte, esse tipo de relação comercial, tendo a intermediação do factor se tornou cada vez mais importante, em meio a toda dificuldade de comunicação e logística da época, a exploração do conhecimento do factor nesses novos mercados se tornava indispensável, através da sua experiência a respeito das mercadorias que os colonos gostariam de comprar, política de vendas, e quais colonos eram os melhores pagadores. Assim a Europa conseguia se balizar a fim de ter sempre

compradores para sua produção e principalmente liquidez, o que trazia um crescimento sólido para a sua indústria.

Os agentes recebiam às mercadorias e se encarregavam das vendas e das cobranças das mercadorias vendidas, com o passar do tempo e o crescimento desse tipo de negócio, os factors passaram a pagar os comitentes europeus pela mercadoria no ato do recebimento, aumentando seu poder de barganha pelo valor da comissão a qual tinham direito, e se encarregavam da guarda e venda dessas mercadorias entre os colonos. Já os comerciantes europeus conseguiam vender suas mercadorias na América recebendo com dedução da comissão do factor, porém à vista.

Evoluiu desse modo, o factoring de um simples contrato de comissão para constituir um contrato em que o factor assume a posição de financiador dos comerciantes, adquirindo os seus créditos, mediante o pagamento dos mesmos em épocas aprazadas, mas, em regra antes do vencimento. (MARTINS, 1990, apud RIZZARDO, 2004 p. 24).

Depois da independência americana em 1776 começaram a surgir algumas leis protecionistas para regradar o comércio com a Europa que ainda era muito intenso, bem como, proteger a indústria local principalmente a têxtil. Com essa mudança de cenário o factor precisou se adaptar passando a financiar a indústria têxtil americana que mesmo organizada não dispunha de capital de giro e patrimônios, garantias que eram exigidas pelos bancos.

Apenas em 1808 na cidade de Nova York um factor de sucesso chamado Willian Iselin que já prestava serviços a uma carteira de clientes da indústria têxtil, constituiu a primeira sociedade com a denominação de factoring. Menos de uma década depois disso mais uma lei protecionista norte americana pôs um fim definitivo ao capital europeu no território americano.

A palavra *factoring* é de origem inglesa, enraizada no latim – do verbo *fecere* (fazer), de onde provém o substantivo *factor* (declinação nominativa), *factoris* (declinação genitiva), com o significado de aquele que faz alguma coisa, que desenvolve ou fomenta uma atividade. O sufixo *ing* é proveniente do inglês que acoplado ao substantivo *factor*, expressa em fazendo, ou em agindo. CORREA, Paulo. Um estudo de caso sobre as Empresas de Factoring no Espírito Santo. 2004.130 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getulio Vargas. Vitória. 2004.

O êxito da indústria americana e a integração industrial entre os países fizeram com que o factoring dos EUA tomasse o caminho inverso dos factors que vieram da Europa para a América, as sociedades de factoring notaram a necessidade de migrarem, para atender as indústrias americanas em solo europeu e dar suporte em relação á solvência dos credores nas exportações para o velho continente.

Os principais países onde o factoring se estabeleceu e ainda possui atividade são: França, Alemanha, Bélgica, Itália, Suécia, Noruega, Espanha, Portugal. Cada nação com suas particularidades no tratamento do fomento mercantil, porém mantendo a essência do factoring.

No Brasil a idéia do Factoring se dá em 1968, meio que por acaso em uma inspeção realizada por funcionários do Banco Central a um banco de investimentos em São Paulo, onde foi encontrado em um demonstrativo contábil, no ativo do balancete, ao invés da grafia “financiamento de capital de giro” constava a palavra “Factoring” que até então era totalmente desconhecida no Brasil. A partir daí foram realizados diversos estudos pelo banco central para o entendimento do que era, e qual sua área de atuação. Foi observado nessas pesquisas que o mercado no qual o factoring se destinava atuar (o das micro e pequenas empresas) não tinha cobertura a contento por parte do sistema financeiro daquela época.

No ano de 1982 em 11 de Fevereiro o factoring é lançado no Brasil, no Rio de Janeiro, com a fundação da ANFAC (Associação Nacional das Empresas de Fomento Comercial) por Luiz Lemos Leite, ex-funcionário do Banco Central que participou da inspeção do banco de investimentos em São Paulo, onde foi encontrada pela primeira vez a grafia *factoring*, e também participou dos primeiros estudos sobre o tema no Brasil.

O compromisso da ANFAC é de fortalecer o sistema brasileiro de fomento mercantil e suas relações com a sociedade, como também, contribuir para o desenvolvimento socioeconômico e sustentável do país. (Em: <http://www.anfac.com.br/v3/anfac-sobre.jsp#anfac>. Acesso em: 7 de Novembro de 2013).

Por conta de uma política de contingenciamento elaborada pelo governo de João Figueiredo, foi emitida a circular nº 703, de 16-6- 82, documento que colocava em dúvida as características do factoring, induzindo que estas se confundiam em

alguns pontos com características típicas e exclusivas das instituições financeiras e dos bancos. Outra iniciativa desse governo por conta dessa política foi o envio de um telex emitido pelo Banco Central para o Departamento Nacional de Registro de Comércio que proibia as juntas comerciais em todo país de acatar pedidos de constituição de empresas desse seguimento.

Só em 30 de setembro de 1988 uma nova circular sobre esse assunto foi emitida, a de número 1.359 que colocava fim a todas as dúvidas que recaiam sobre o factoring. Essa medida veio depois de uma análise profunda no texto da circular de nº 703, de 16 de junho de 1982, feita pelo senhor Wilson do Egito Coelho, que durante muitos anos foi chefe do departamento jurídico do Banco Central, onde ficou esclarecido que essa circular não proibia a prática do fomento comercial, e os pontos contidos nela não tipificavam a atividade proposta pelas empresas de factoring no Brasil. A partir daí o factoring teve sua liberação e começou a se expandir pelo país.

COMO FUNCIONA A OPERAÇÃO DE FACTORING

Como já foi dito nesse trabalho, o fomento mercantil trata-se de uma antecipação de recebíveis proveniente de vendas de direitos de crédito, a qual um fornecedor tem diante de um comprador pela transferência de um produto ou execução de um serviço, essa transferência de crédito é feita através de títulos de crédito que podem ser: Letra de Câmbio, Conhecimento de Transporte, Conhecimento de Depósito, Warrant, Nota Promissória e os mais conhecidos e aplicados no Brasil cheques e duplicatas.

Nas operações de factoring bem como nas demais operações financeiras o sujeito que adquire as mercadorias é chamado de “sacado”, pois, é quem sacará o valor a ser pago pela compra. Já para o fornecedor, sujeito que cede às mercadorias ou presta um serviço a outrem, e nessas operações é o cliente da empresa de factoring é chamado de cedente.

Abaixo segue um fluxograma para facilitar o entendimento sobre um modelo de operação de factoring na sua forma *Convencional* uma das mais aplicadas no Brasil.

CONVENCIONAL – É a compra de títulos de crédito das empresas/clientes.



São cinco os principais modelos de operação de factoring encontrados, além do já comentado modelo de Convencional existem mais quatro modelos:

MATÉRIA-PRIMA – A factoring nesse caso transforma-se em intermediário entre seu cliente e o fornecedor de matéria prima. A factoring paga à vista pela matéria-prima junto ao fornecedor, e o cliente paga a factoring com o faturamento gerado através da venda dessas mercadorias.

MATURITY – A factoring nesse caso administra as contas a receber da empresa-cliente, eliminando preocupação com cobrança.

TRUSTEE – Além da cobrança e da compra de títulos, a factoring presta assessoria administrativa e financeira às empresas-clientes.

IMPORTAÇÃO/EXPORTAÇÃO – Nessa modalidade, a exportação é intermediada por duas empresas de factoring (Uma de cada país envolvido), que garantem a operacionalidade do negócio.

DIFERENÇA ENTRE FACATORING E BANCOS

Assim como no início de suas atividades no Brasil até hoje o factoring gera controvérsia para alguns em relação à semelhança de suas atividades com as

atividades típicas das instituições financeiras. Como já foi dito nesse artigo a circular de número 703 de 16 de junho 1982 emitida pela diretoria do Banco Central, pois em dúvida o desenvolvimento dessa nova atividade, que na época estava ainda em fase pré-operacional, só após o estudo realizado pelo senhor Wilson do Egito Coelho a fim de esclarecer, essas atividades puderam se desenvolver no país. A principal confusão em relação aos bancos e factoring, e o ponto onde mais se assemelham se dá no *desconto* de direitos de crédito no caso dos bancos, ou na *compra* desses direitos no caso da factoring. O presente projeto define as atividades do factoring e dos bancos como atividades complementares, apontando como três das principais características do fomento mercantil: a prestação contínua de serviço, remuneração através do “ad valorem” e “fator de compra”, e compra dos direitos de crédito. O que não correspondem às atividades bancárias em que suas mais aparentes características são: a remuneração através dos juros e a captação dos recursos no mercado. No quadro abaixo segue essas e outras diferenças entre essas duas instituições:

BANCOS	FACTORING
Atividade financeira	Atividade comercial
Intermédia recursos de terceiros, da poupança, Empréstimos e financiamentos.	Prestação de serviços, e compra créditos (direitos creditórios).
Remuneração através dos Juros.	Remuneração através do <i>ad valorem</i> e/ou fator de compra.
Capital de terceiros.	Capital próprio.
Órgão regulador: Banco Central.	Órgão regulador: Código Civil – Lei n. 3.071 de 01/01/1916 – Artigos 275 aos 296, 441 aos 457, 593 aos 609, 1065 a 1078 e 1216 a 1236.
Clientela com Pessoas Físicas e Jurídicas.	Clientela exclusivamente da Pessoa Jurídica.

VANTAGENS DO FACTORING

- Acesso a fonte legal de recursos, com disponibilidade imediata de dinheiro;
- Recebimento à vista das vendas a prazo, melhorando o fluxo de caixa para movimentar os negócios;
- Poder de barganha com fornecedores por conta do pagamento à vista pela matéria-prima;
- Assessoria administrativa, aprimoramento das estruturas financeiras, simplificação contábil, redução de custos operacionais;
- Maior estabilidade empresarial – o factoring assume o risco da impontualidade dos clientes;
- Análise de riscos na concessão de crédito a clientes, possibilitando o aumento de limite aos melhores sacados, otimizando as vendas;
- Cobrança dos títulos, reduzindo o endividamento das empresas com clientes inadimplentes;

No fomento mercantil como em qualquer outra atividade, há alguns riscos em sua operação. O limite para a operação do factoring no Brasil é muito curto em relação a sua área de atuação e abrangência, fazendo com que empresas que não tenham a ética e a moral como norteadores de suas ações, utilizem-se de meios e métodos que caracterizam operações de outras instituições, ultrapassando assim seu limite operacional e descaracterizando o fomento mercantil, ou mesmo se utilizem de métodos ilegais que possam caracterizar até mesmo agiotagem.

Outro grande risco é a incapacidade de honrar com o que foi pactuado em contrato com o cliente em relação ao limite de crédito, ou até mesmo no “fator de compra”, em relação à capacidade financeira da empresa de factoring. Podemos elencar algumas situações em que o empresário deve estar atento ao começar uma parceria com uma factoring, riscos que podem ser minimizados quando o empresário toma algumas precauções, como:

- Se certificar que a empresa de factoring esteja filiada a ANFAC.

- Procurar informações no mercado sobre forma de atuação da empresa com qual se deseja criar parceria.
- Verificar o Know How que a empresa tem sobre o negócio do factoring.
- Fazer comparações entre empresas do mesmo seguimento, levando em consideração os pontos acima citados, em busca do melhor custo/benefício para sua empresa.

CONCLUSÃO

Neste trabalho abordamos o tema Fomento Mercantil ou Factoring, contando sua história, desde seu surgimento na Europa até sua chegada ao Brasil. Procuramos apresentar suas características, os principais modelos encontrados e explicar como funciona uma operação de Factoring, a fim de indicá-lo como uma opção, um diferencial competitivo para o concorrido mercado das micro e pequenas empresas.

Concluindo que a parceria das pequenas e médias empresas com uma factoring é proveitosa, levando em consideração as vantagens que esse negócio pode trazer ao empresário, vantagens como: o recebimento à vista das vendas a prazo, assessoria administrativa, análise de risco; são só alguns dos benefícios apontados e que podem fazer a diferença a favor do empresário.

Porém, como em qualquer outro negócio, é preciso que se tenha cuidado ao contratar um serviço, buscar referência da empresa é uma boa alternativa de segurança. No caso das factoring essas informações podem ser adquiridas junto a parceiros comerciais, concorrentes ou mesmo diretamente na ANFAC.

O principal objetivo dessa pesquisa que é o de tornar conhecido do grande público o seguimento de fomento mercantil, foi alcançado com êxito, utilizando uma linguagem simples e direta tornou mais fácil o entendimento para os leitores, desde quem vê o tema pela primeira vez ou até para quem já tem algum conhecimento sobre o assunto, uma vez que depois da análise dessa pesquisa é possível identificar facilmente uma operação de factoring e observar se suas vantagens atendem as necessidades do leitor e/ou de um determinado negócio.

ABSTRACT

The aim of this research is to inform the general public Factoring Fomento Mercantil. Presenting it as an alternative to the problem of working capital for micro and small businesses, among other assignments.

Does organizations promoting market would be a good solution to the lack of working capital in these organizations?

The methodology used in this paper intends to show from the onset, until the arrival of factoring in Brazil, identifying characteristics, and through the understanding reached in the consultations undertaken in preparation of this article, to identify whether the market is even advantageous for promoting the sector of micro and small Brazilian companies.

Confirming what has been observed for some time through the growth of this follow-up in Brazil and the growing number of companies that are working in partnership with the factorings number.

Keywords: Micro and Small Enterprises, Fomento Mercantil Partnership.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RIZZARDO, Arnaldo. Factoring. 3ª ed. São Paulo: Revistas dos Tribunais, 2004.

LEITE, Luiz. Factoring no Brasil. 12ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CORRÊA, Paulo. Um estudo de caso sobre as empresas de Factoring do Espírito

Santo. 2004. 130 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) – Escola

Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getulio Vargas. Vitória. 2004.

VON BOROWSKI, Alessandra. A atividade de Factoring no mercado brasileiro. 2006. 150 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Econômico) – Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná. Curitiba. 2006.

