

FACTORING: UM ESTUDO DESSE MECANISMO DE APOIO ÀS PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

Helbio Henrique Stabile (G – UEM)

RESUMO

O presente ensaio teórico teve como principal objetivo, a partir da revisão da literatura, realizar um estudo, de forma introdutória, sobre o contrato de *factoring*. O *factoring* está presente no cenário econômico-financeiro do Brasil e vem gradativamente demonstrando sua importância dentro desse contexto. O contrato de faturização se instalou no Brasil por volta do início dos anos 80, e essa atividade ainda hoje é motivo de polêmica e desconfiança. É muito discutida sua forma de atuação no mercado, o que tem levado sua comparação ao exercício da agiotagem e com a prática de atividades típicas de instituições financeiras. O *factoring* traz vantagens como à simplificação nas providências de conseguir capital de giro para as empresas e também desvantagens, pois se revela uma operação cara, nem sempre conveniente a uma empresa, e que pode revelar o prenúncio da insolvência ou incapacidade financeira. O *factoring* é um importante mecanismo de apoio às pequenas e médias empresas, porém sua escolha deve ser devidamente estudada e analisada para avaliar seus custos e as reais vantagens para a empresa.

Palavras chaves: Capital de giro. *Factoring*. Riscos.

1 INTRODUÇÃO

O contrato de *factoring*, também denominado contrato de faturização, muito nos fascina, isto pelo fato de ser uma espécie ainda não suficientemente regulada em nosso ordenamento jurídico, muito embora seja de utilização freqüente no âmbito comercial (RIZZARDO, 1997). Fran Martins (1995) apresenta que o contrato de *factoring* é aquele em que um comerciante cede a outro os créditos, na totalidade ou em parte, de suas vendas a terceiros, recebendo o primeiro do segundo o montante desses créditos, mediante o pagamento de uma remuneração. Tal contrato se caracteriza, portanto, pela cessão de créditos, mediante remuneração de um comerciante a uma empresa de *factoring*, sendo que esta assume os riscos pelo inadimplemento dos referidos créditos. Por ser um contrato de cessão de crédito, o *factoring* representa, ainda, verdadeira alienação ou venda do faturamento (ARRIERO, 1999). A introdução do contrato de *factoring* no Brasil é comumente citada como um meio de auxiliar as pequenas e médias empresas na obtenção de capital de giro, sem as dificuldades geralmente observadas no desconto bancário, muitas vezes de difícil acesso aos pequenos comerciantes (AMARAL, 2000; BULGARELLI, 2000).

O estudo do *factoring* torna-se de grande interesse, conforme Amaral (2000), pelo fato das empresas de faturização se distinguirem das instituições financeiras porque estas não realizam operações especulativas e sim operações de crédito, enquanto as empresas de faturização realizam operações de risco. Tal questão ainda não é de total conhecimento para muitos pequenos e médios empresários e sua compreensão traria maior esclarecimento no momento da busca de capital de giro para estes empreendedores.

De qualquer forma, ainda que se admita que empresas de faturização e instituições financeiras realizem ambas as operações de risco, observa-se que as últimas procedem com mais cautela na aplicação de suas disponibilidades, até porque sobre elas incide fiscalização mais rígida do Poder Público (AMARAL, 2000).

2 CONCEPÇÃO DE *FACTORING*

A correta conceituação de *factoring* é desconhecida pela maior parte das pessoas. Muitos confundem as empresas de *factoring* com bancos, financeiras ou mesmo agiotas. Entretanto, este tipo de empresa não realiza atividades de nenhuma destas três entidades. As atividades de uma empresa de *factoring* englobam desde a prestação de serviços até o provimento de caixa para as empresas que precisem saldar os seus compromissos de curto prazo (KATAYAMA, 2003).

O sentido tradicional de *factoring* não oferece maiores dificuldades. Pode-se afirmar que se está diante de uma relação jurídica entre duas empresas, em que uma delas entrega à outra um título de crédito, recebendo, como contraprestação, o valor constante do título, do qual se desconta certa quantia, considerada a remuneração pela transação (RIZZARDO, 1997).

A ANFAC (Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil ou *Factoring*) é a principal entidade representativa do setor do fomento mercantil brasileiro, sendo uma entidade civil, sem fins lucrativos, de caráter privado e de âmbito nacional. Tem por objetivo divulgar os verdadeiros conceitos do *factoring*, como mecanismo socioeconômico de apoio gerencial e financeiro, bem como prestar toda assistência necessária às sociedades de fomento mercantil filiadas (ANFAC, 2012d).

O *factoring* é o fomento comercial ou mercantil e refere-se a venda pura e simples, das contas a receber, com deságio, a uma instituição financeira. O *factor* é uma instituição financeira especializada na compra de contas a receber de empresas. Entretanto, não seria exatamente o mesmo que obter um empréstimo de curto prazo, o *factoring* de contas a receber assemelha-se a tomada de crédito usando contas a receber como garantia (FORTUNA, 2004; GITMAN, 2010).

Muitos autores têm procurado dar dimensões mais amplas, principalmente Luiz Lemos Leite, a maior autoridade brasileira sobre o assunto (RIZZARDO, 1997). Segundo Lemos (1991), o *factoring* é uma atividade de mercantil que se destina a ajudar, sobretudo, o segmento das pequenas e médias indústrias a expandir seus ativos, a aumentar suas vendas e fazer dívidas. *Factoring* é uma atividade complexa, cujo fundamento é a prestação de serviço, ampla e abrangente, que pressupõe sólidos conhecimentos de mercado, de gerência financeira, de matemática e de estratégia, para exercer suas funções de parceiro dos clientes. O sentido da parceria é essencial ao exercício efetivo do *factoring*.

Passou a espécie de atingir novos rumos, como gestão financeira, administração do crédito ou de contas a receber ou pagar, planejamento econômico e de mercados, seleção e cadastramento de clientes, assessoria creditícia e até elaboração de política de conquista de mercados, além de outros envolvimento (RIZZARDO, 1997).

O *factoring* insere-se entre as novas técnicas utilizadas modernamente na atividade econômica. Enquanto o *leasing* e o *franchising*, por exemplo, dizem respeito a técnica de

comercialização, já o *factoring*, liga-se à necessidade de reposição de capital de giro nas empresas, geralmente nas pequenas e médias. É semelhante ao desconto bancário, numa mobilização dos créditos de uma empresa, necessitando de recursos, a empresa negocia os seus créditos cedendo-os à outra, que se incumba de cobrá-los, adiantando-lhe o valor desses créditos ou pagando-os no vencimento. Obriga-se a pagá-los, mesmo em caso de inadimplemento por parte dos devedores da empresa (BULGARELLI, 2000).

Martins (1995) conceitua como o contrato de faturização ou *factoring*, aquele em que um comerciante cede a outro os créditos, na totalidade ou em parte, de suas vendas a terceiros, recebendo o primeiro do segundo o montante desses créditos, mediante o pagamento de uma remuneração.

Rizzardo (1997) enfatiza a mesma idéia, em que *factoring* ou faturização, uma pessoa recebe de outra a cessão de créditos oriundos de operações de compra e venda e outras de natureza comercial, assumindo o risco de sua liquidação. Encarrega-se de sua cobrança e recebimento.

Normalmente, quanto ao contrato de *factoring*, Gitman (2010) apresenta que se estipulam com exatidão as condições e os procedimentos para compra de uma conta. O *factor*, assim como o credor em um desconto de contas a receber, escolhe as contas que deseja comprar, selecionando apenas aquelas que parecem ter um risco de crédito aceitável. Quando o *factoring* ocorre em bases contínuas, o *factor* acabará tomando as decisões de crédito da empresa, uma vez que isso garantirá a aceitação das contas. O *factoring* geralmente ocorre com notificação e o *factor* recebe o pagamento da conta diretamente do cliente. Também, a maioria desse tipo de vendas de contas a receber dá-se sem recurso, o que significa que o *factor* concorda em assumir todos os riscos do crédito.

Para Bulgarelli (2000), a empresa que se incumba de cobrar os créditos chama-se *factor* e a sua atuação em relação à empresa cedente abrange as funções de garantia, de gestão de crédito e de financiamento.

De acordo com Diniz (1993 *apud* RIZZARDO, 1997), contrato de faturização ou *factoring* é aquele em que um industrial ou comerciante (faturizado) cede a outro (faturizador), no todo ou em parte, os créditos provenientes de suas vendas mercantis a terceiro, mediante o pagamento de uma remuneração, ou consiste no desconto sobre os respectivos valores, ou seja, conforme o montante de tais créditos. É um contrato que se liga à emissão e transferência das faturas.

Uma empresa faz a venda de seus produtos a outra. O pagamento não se concretiza à vista, postergando-se para um prazo, em geral, de trinta ou sessenta dias. A empresa vendedora emite uma duplicata contra o comprador, que é o título representativo do valor devido. Em seguida, a mesma empresa vendedora transfere o título a outra empresa, que é o *factoring*. Além de receber de imediato o seu crédito, se libera das custas que teria se ela tivesse os serviços de cobrança. Contrata-se, pois, com outra empresa a compra e venda do crédito. Esse contrato tem, normalmente, a duração de um ano e contém uma cláusula de renovação automática. Uma vez realizado o contrato, o vendedor simplesmente remete à empresa de *factoring* todos os títulos que recebe pelas vendas que efetuou, podendo alguns ou todos ser recusados (RIZZARDO, 1997).

O cliente do *factoring* é, em regra, o fabricante ou distribuidor de uma mercadoria, o qual, em troca de pagamento de uma comissão ao *factor* (a pessoa que pratica o *factoring*), entrega a este os créditos comerciais que possui contra seus compradores, afim de que o *factor* se ocupe de sua administração, contabilização e cobrança, ao mesmo tempo garantindo-o contra a falta de pagamento, a insolvência ou a quebra dos compradores, sem direito de repetição ou regresso, de tal forma que o cliente não correrá qualquer risco pelo não-pagamento dos créditos cedidos (ARRIERO, 1999; FCI, 2012a; RIZZARDO, 1997).

Cessão de títulos de crédito, mediante o pagamento de seu valor, com uma remuneração por tal adiantamento de valor (esse também o conteúdo admitido por todos). Ou o mecanismo

negocial através do qual uma pessoa jurídica cede a outra pessoa jurídica seus direitos creditórios, em caráter definitivo, sem possibilidade de exercer o cessionário o direito de regresso (RIZZARDO, 1997).

Luiz Kignel (1992 *apud* RIZZARDO, 1997, p. 14) e Bulgarelli (2000, p. 542) fazem uma síntese abrangente que envolve três funções do *factoring* resumidas:

- Garantia: assume a responsabilidade pelo pagamento do crédito, ainda que exista inadimplemento do devedor da empresa cedente, salvo nulidades ou vícios do crédito;
- Gestão de crédito: procede ao exame dos créditos, à sua cobrança e ainda pode ocupar-se da própria contabilidade e faturamento;
- Financiamento: se necessário, adianta os recursos referentes aos créditos cedidos.

Esta amplidão aparece no Projeto de lei 230, de 1995, sobre a regulamentação do *factoring* no Brasil, apresentado pelo senador José Fogaça, em cujo art. 1º está a definição:

Entende-se por fomento mercantil, para os efeitos desta lei, a prestação contínua e cumulativa de serviços de assessoria creditícia, mercadológica, de gestão de crédito, de seleção de riscos, de acompanhamento de contas a receber e a pagar e outros serviços, conjugada com a aquisição pro labore de créditos de empresas resultantes de suas vendas mercantis, a prazo, ou de prestação de serviços (RIZZARDO, 1997, p. 14).

3 DENOMINAÇÃO DE *FACTORING*

A palavra é inglesa, mas tem sua origem no latim, do verbo *facere* (fazer), de onde é proveniente o substantivo *factor* (caso normativo), *factoris* (caso genitivo), com o significado de aquele que faz, e que para os romanos representava um agente comercial, ou intermediário de comerciante nas trocas de produtos em locais afastados ou distantes. Já o sufixo *ing* deriva do inglês. Acoplado a *factor*, expressa “em fazendo”, ou “em agindo” (BULGARELLI, 2000; RIZZARDO, 1997).

A partir das primeiras manifestações no direito brasileiro, adotou-se a denominação “faturização”, mas foi rechaçada por inexistir o termo em nosso vernáculo. *Factoring* nada tem a ver com “faturização”. Etimologicamente, “faturização” nada significa. A partir de 1800 nos Estados Unidos, quando *factoring* assumiu um significado atual e moderno, é que agregou às suas atividades de prestadora de serviços a compra de direitos gerados pelas vendas realizadas por seus clientes (RIZZARDO, 1997).

No Brasil, pessoas mal-informadas ou desinformadas usam a palavra “faturização”, ignorando seu radical latino (*factor, is*). A palavra “faturização” é nova e não consta, efetivamente, em muitos de nossos dicionários. Provém certamente de “fatura”, que, em direito mercantil, é o documento representado a venda de mercadorias, pelo qual o vendedor faz conhecer ao comprador as mercadorias vendidas, discriminando-as por quantidade, qualidade, espécie, tipo e outras características, inserindo também o preço das mesmas e as condições de entrega e pagamento. Sua emissão é obrigatória, nos termos da Lei 5.474, de 1968. Constitui a demonstração ou a prova da venda mercantil. Dela se extrai a duplicata, que é remetida ao comprador, com a indicação da dívida e o modo pelo qual deve ser feito o pagamento (RIZZARDO, 1997).

O termo *factoring*, cuja tradução para “faturização” foi proposta por Fábio K. Comparado, e que passou a ser adotada pela doutrina brasileira, vem significando, basicamente, a operação já descrita (BULGARELLI, 2000).

Segundo Rizzardo (1997), os neologismos sempre surgem, e decorrem da própria evolução das coisas. Como aparecerem novas formas de condutas e de relações econômicas, jurídicas e sociais, a tendência é encontrar denominações condizentes com o sentido que encerram, aproveitando palavras já existentes e significativas de seus conteúdos. Assim, não parece

inapropriada, ou injustificada, a designação introduzida para manifestar este tipo de operação em nossa realidade jurídica.

Portanto, abrange o *factoring* a compra de ativos das empresas ou de créditos resultantes de vendas mercantis, e o fenômeno mercantil, mais no sentido de gestão comercial. A denominação mais aceita, para qualquer forma de atividade, é a *factoring*, dada a sua generalização e sua origem histórica (RIZZARDO, 1997).

4 ELEMENTOS HISTÓRICOS

Segundo Leite (1991) e a FCI (2012a), as origens da *factoring* remontam do “Código de Hamurabi”, há mais de dois mil anos antes da nossa era. Para Bulgarelli (2000), sua origem foi na Inglaterra, se século XVIII, e na Europa somente em 1960.

Também se tem afirmado que na antiguidade os comerciantes tinham a praxe de confiar suas mercadorias a agentes (*factors*) a guarda e venda em outros lugares. Além disso, no comércio do Mediterrâneo era corrente o pagamento de comissões a agentes para a venda e cobrança de créditos, inclusive para prestar informações sobre outros comerciantes a fim de verificar o real risco da realização de negócios. Surgiram legítimos consultores mercantis, em geral, comerciantes prósperos que aconselhavam outros menores mediante o pagamento de uma comissão, uma autêntica gestão de negócios (MARTINS, 1995).

A disseminação da *factoring* ocorreu com o comércio de têxteis exportados pela Inglaterra para a sua colônia americana. Pela dificuldade da distância, os comerciantes ingleses tomaram como prática comum a intercessão de agentes na qual transportavam e vendiam os seus produtos na América (ROCHA, 2000).

O sistema apresentava características especiais nos Estados Unidos, ainda colônia inglesa, onde os *factors* não apenas administravam os estoques de produtos (principalmente têxteis, roupas e outras mercadorias) para os seus proprietários na Europa e os vendiam, mas também, garantiam o pagamento como agentes *del credere*. Com o tempo, os *factors* prosperaram, passaram a pagar a vista aos seus fornecedores o valor das vendas por estes efetuadas, antes mesmo de os compradores fazê-lo. O *factor*, a par dos serviços prestados, substituiu o comprador, pagando a vista ao fornecedor, melhorando o padrão de crédito e efetuando a cobrança junto ao comprador final daquela mercadoria (LEITE, 1994 apud ROCHA, 2000, p. 3; RODIÈRE apud BULGARELLI, 2000).

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* adquiriam o direito de cobrá-los, como seus legítimos proprietários. O *factor*, que no seu sentido primitivo prestava serviços de comercialização, distribuição e administração, agregou a função de fornecedor de recursos (LEITE, 1991).

A configuração do *factoring* como compra de crédito sem o direito de regresso, ou sem responsabilidade pela solvabilidade, de acordo com Rizzardo (1997), veio reconhecida mais expressamente a partir da segunda metade do século XX. Firmou-se a idéia de aquisição, a título oneroso, de créditos, mas sem direito de regresso, que prevaleceu até a década de 1980. Evoluiu o Conselho Nacional de Crédito no Brasil, para uma abrangência maior de atividades, passando as empresas a desempenhar vários serviços, como gestão dos créditos, administração de contas, seleção de riscos, indicação de clientes, programação das disponibilidades ativas, assessoria contábil, cobrança de dívidas, tudo se encaminhando para o fomento mercantil.

5 ESPÉCIES DE *FACTORING*

Leite (1991), Rizzardo (1997) e Rocha (2000) elencam de forma muito clara e objetiva as principais espécies ou modalidades de *factoring* praticadas no Brasil:

- Convencional: ou *conventional factoring* é a compra de direitos creditórios ou ativos, representativos de vendas mercantis a prazo ou de prestação de serviços mediante notificação feita pelo vendedor (endossante-cedente) ao comprador (sacado-devedor). Não há antecipação ou adiantamento de recursos. O pagamento é feito à vista pela sociedade de fomento mercantil;
- *Trustee*: produto idealizado em 1988 pela ANFAC e genuinamente integrado na filosofia do *factoring*. Trata-se da gestão financeira e de negócios da empresa-cliente, que passa a trabalhar com caixa zero, otimizando sua capacidade financeira;
- Exportação: serve para comercializar no exterior bens produzidos por empresa-cliente do *factoring*. Largamente utilizado na Europa e no Extremo Oriente;
- Compra de matéria-prima: a empresa de *factoring* faz a intermediação da compra de matéria para seu cliente, negociando diretamente com o fornecedor, visando obter melhor preço de compra.

Já o *maturity factoring*, diferencia-se do convencional, porque os títulos de crédito são remetidos pela empresa-cliente à sociedade de fomento mercantil e por esta liquidados no vencimento ou para Martins (1995), faturização no vencimento.

No *factoring* convencional, ou tradicional ou *old line factoring* as faturas representativas dos títulos de créditos são liquidadas antes do vencimento das mesmas, e por isso, muito próximo do *desconto bancário*. Os recursos são adiantados pela empresa faturizadora, ficando ela, consequentemente, com os títulos (ROCHA, 2000).

Citado por Rizzardo (1997), oportuna a lição de Lucca (1986), refere-se que se trata da forma mais tradicional das operações de faturização, sendo oferecida ao faturizado a mais variada gama de serviços e contratos, compreendendo, geralmente, os seguintes: aquisição à vista dos créditos com renúncia do direito de regresso, gestão de tais créditos, notificação da cessão ao devedor etc.

A doutrina acrescenta ainda o "*collection type factoring agreement*", ou seja, paga-se ao cliente após o recebimento da fatura. Aqui o *factor* atua simplesmente como cobrador dos títulos do faturizado. Martins (1995) propôs a divisão do *factoring* em interno e externo. A faturização interna seria aquela em que as operações seriam realizadas dentro do mesmo país ou dentro de uma região. Se a faturização se relacionar com operações a serem realizadas fora do país, como em operações de importação e exportação, dar-se-ia a esse tipo o nome de faturização exterior.

6 CARACTERÍSTICAS DO CONTRATO DE *FACTORING*

Sabe-se que o *factoring*, de acordo com Rizzardo (1997), se realiza sobretudo na aquisição de créditos do faturizado. Então, as características dizem com a tipicidade ou a especialidade do negócio.

Pode-se dizer que na operação de *factoring* estão envolvidos uma empresa-cliente (sacador), que consiste na pessoa que vende seus ativos e uma empresa compradora (*factor*), que fornecerá o dinheiro ao sacador, com deságio sobre o valor de face desse ativo (ARRIERO, 1999).

A operação envolve grandes riscos para o faturizador, posto que não fica reservado o direito de voltar-se contra o cliente, ou o titular do crédito transferido. Constata-se, ainda, a

probabilidade do não-pagamento das contas por uma série de outros motivos (RIZZARDO, 1997).

Em primeiro lugar, cuida-se de um contrato aleatório. Não fica o *factor* com segurança no recebimento do valor constante no título. É que, no *factoring*, por não se considerar um contrato bancário, impede-se o estabelecimento de garantias reais. “Não se admite o direito de regresso contra o endossante, ou o transferente do título. O faturizador assume a responsabilidade pela solvabilidade do devedor”. (ARRIERO, 1999; RIZZARDO, 1997, p. 30).

Outra característica é a liberdade de escolha das faturas que interessam e que oferecem segurança. Não está o titular da empresa obrigado a aceitar todos os créditos, mas apenas aqueles que lhe interessam, e que, após criteriosa análise, merecem a aprovação. Unicamente as dívidas escolhidas pelo titular da empresa tornam-se objeto do contrato. Diante do alto grau de risco dos negócios, é natural que assiste a total liberdade em oferecer e aceitar os negócios. (RIZZARDO, 1997).

O contrato é essencialmente oneroso, nele cobram os faturizadores pela atividade que exercem. As taxas de remuneração fixam-se bem mais elevadamente que em outros setores de fornecimento de crédito, diante do risco a que se submetem as empresas que atuam no setor. Martins (1995) afirma que o contrato de faturização dá lugar a remuneração do faturizador por uma determinada importância, que é a contraprestação recebida para fazer frente aos riscos a que se sujeita e ao desembolso das importâncias pagas ao faturizado.

Ao ser firmado o contrato, o faturizador se investe no direito de receber dos compradores, cujas dívidas lhe foram transferidas, as importâncias das mesmas. Notificado de que houve uma cessão de suas dívidas para o faturizador, o cliente do faturizado não pagará a este a importância de seu débito, mas ao *factor*, que na realidade passa a ser o seu credor. Caso o pagamento seja feito em mãos do faturizado, a este compete transferir a importância para o faturizador, sob pena de poder este agir contra ele (RIZZARDO, 1997).

Remunera-se pelo risco que ocorre ante a possibilidade do não recebimento e remunera-se para compensar o adiantamento das importâncias pagas. Compreende-se, assim, porque os custos são maiores que nos contratos bancários. Vale ressaltar a isenção do faturizado da responsabilidade de pagar o crédito cedido. Não recai nele qualquer obrigação de reembolsar, pelo valor recebido, o título que transferiu.

Diz-se consensual o contrato, posto que se aperfeiçoa com o consentimento das partes. Uma vez manifestada a vontade, torna-se obrigatória a responsabilidade no cumprimento das cláusulas. O bilateral considera-se, como qualquer outro contrato, destina obrigações e direitos para cada um dos intervenientes. O *factor* adquire os créditos e o cliente entrega ou transfere tais créditos. Há o compromisso de adquirir e pagar pelos créditos, de parte do *factor*, e de entregar e transferir, relativamente ao faturizado (ANFAC, 2012a; BULGARELLI, 2000; RIZZARDO, 1997).

O contrato é nominado. Há uma denominação, adotada por resoluções de Banco Central e até lei (Lei 8.981, de 1995, art. 28, § 1º, letra c-4). Usam-se as expressões *factoring*, faturização e fomento de crédito mercantil ou comercial (RIZZARDO, 1997).

Outra característica apontada por Rizzardo (1997), é a comutatividade, em que traz vantagens e obrigações ou prestações recíprocas para os pactuantes, que devem se equivaler. Não é admitida a vantagem excessiva de uma das partes.

Mais um aspecto apresentado por este autor é a inadmissibilidade do direito de regresso contra o cliente ou a empresa que transferiu os créditos. Tal se dá a menos que constituído irregularmente o crédito, ou se não representa uma efetiva transação. Também abrange a possibilidade de escolha ou seleção dos títulos, embora de um mesmo cliente. Admite-se a recusa dos créditos daqueles devedores que não interessam ao *factor*. É inviável o negócio se

há obrigação de aceitar qualquer título, situação que levaria a falcaturas ou criação artificial de créditos.

O sistema Brasileiro de Fomento Mercantil, integrado pela ANFAC e por seus 18 sindicatos patronais, que congrega cerca de 1.000 empresas de fomento mercantil associadas, exerce uma relevante e incontestável função socioeconômica ao dar assistência a uma clientela de mais de 150.000 empresa, pequenas e médias. O mercado alvo destas, garantem a sobrevivência de um mercado de mão-de-obra da ordem de 2,5 milhões de empregos formais e indiretos (ANFAC, 2012a).

A pujança do mercado de fomento mercantil está representada na seguinte figura 1.

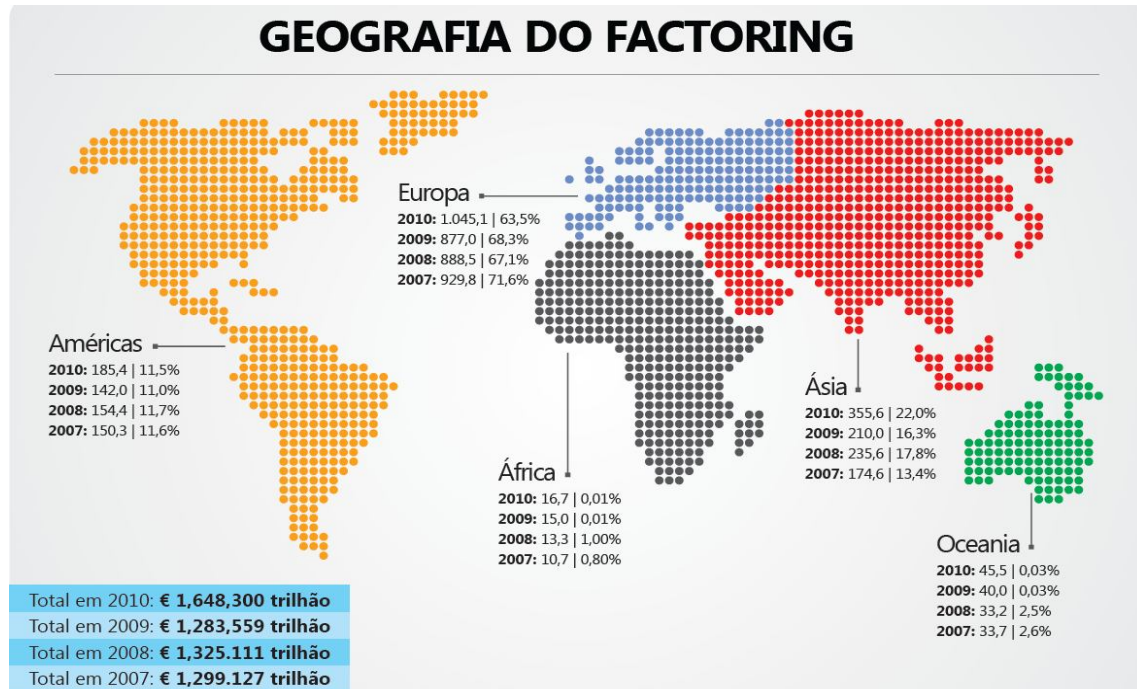


Figura 1: Geografia do factoring

Fonte: FCI (2012b).

7 VANTAGENS DO FACTORING

A primeira vantagem prende-se à simplificação nas providências de conseguir capital de giro para as empresas. Negociam-se os títulos, com vencimento até certo prazo, sem a necessidade de um cadastramento rigoroso, e mesmo independentemente das situação econômica da empresa negociadora (RIZZARDO, 1997).

A possibilidade de conversão imediata de contas a receber em caixa, sem preocupação com os pagamentos pelos clientes é uma vantagem que fazem com que o *factoring* seja atraente para muitas empresas, principalmente micro, pequenas e médias empresas. Outro aspecto favorável é a garantia de um padrão conhecido de fluxos de caixa. Além disso, se o *factoring* for realizado em bases contínuas, a empresa pode eliminar seus departamentos de crédito e cobrança (ARRIERO, 1999; GITMAN, 2010).

O recebimento antecipado dos créditos destaca-se como um dos grandes fatores que impulsiona o *factoring*, representando uma perspectiva de socorro nos momentos de grande apuro, de baixa produção e de acentuada recessão no país. Daí vem o resultado que todas as empresas buscam e necessitam, que é o de converter a conta de ativo realizável em ativo

disponível. Reduz-se o ciclo de momentos ou passos entre o investimento e o ingresso de divisas, ou o resultado prático da atividade (RIZZARDO, 1997).

Por se tratar de mais uma opção de obtenção de recursos no mercado financeiro, o *factoring* conduz a um mercado financeiro competitivo, contribuindo para a baixa de juros, quando oferecendo menores taxas de juros para o pequeno e médio empresário, em comparativo com os juros reais. O *factoring* contribui também para o aumento da produtividade, injetando recursos em atividades produtivas, reduzindo assim, as especulações em operações da ciranda financeira (ARRIERO 1999, ANFAC, 2012d).

A garantia contra o inadimplemento do devedor representa a total segurança do comerciante ou fabricante. A vantagem nesse caso, é relativa à sua pessoa. Com a venda dos títulos, não mais corre o risco contra o inadimplemento dos créditos transferidos. A impontualidade em receber créditos trazia transtornos no atendimento dos compromissos financeiros, às vezes desestruturando toda a vida econômica da empresa. Tudo isso sem levar em conta a constante ameaça de insolvabilidade dos devedores. Com a prática do *factoring*, mesmo com maiores custos, usufrui a sociedade comercial ou industrial de mais espaço financeiro, pois o produto de sua atividade traz imediato retorno de liquidez e disponibilidade (RIZZARDO, 1997).

Constitui o *factoring*, de acordo com Rizzardo (1997), a única forma das empresas, em dificuldades econômicas, com títulos protestados, ou cobranças judiciais, em obter recursos financeiros, e procurar superar crises, que podem ser momentâneas, ou derivar de contingências inesperadas da própria economia em si. Sobretudo nos momentos nos momentos de crise, quando há dificuldades em se conseguir crédito, revela-se o *factoring* um instrumento indispensável, já que os bancos têm em vista a situação econômica e financeira das empresas que buscam empréstimos. À empresa de fomento comercial é importante, sobretudo, a qualidade dos ativos, sem criar exigibilidade ou garantias.

De maneira geral, desaparecem as vendas a prazo, passando para vendas à vista. É o que ocorre com a negociação dos títulos. Reduz-se o período de tempo entre as saídas e as entradas, em caixa, do dinheiro. Isto leva a pagar matérias-primas no momento da aquisição, com reflexos inclusive no preço, sempre mais favorável que se o pagamento for a prazo. Há garantia e segurança nas transações, inclusive no mercado externo, posto que os pagamentos não mais são problemas do produtor ou comerciante. Ocorre uma tranquilidade maior e confiança nas atividades desenvolvidas (RIZZARDO, 1997).

8 DESVANTAGENS DO FACTORING

No que se refere às desvantagens, Arriero (1999) e Rizzardo (1997) alerta sobre a necessidade de se deixar claro que o *factoring* revela-se uma operação cara, nem sempre conveniente a uma empresa, e que pode revelar o prenúncio da insolvência ou incapacidade financeira.

Quanto aos custos das operações, é evidente que pode acarretar a elevação dos preços a níveis não competitivos. Em vista da remuneração paga ao *factor*, o comerciante ou industrial terá que diminuir a sua margem de lucro, ou vê-se obrigado a vender mais caro os produtos, para fazer frente aos custos (RIZZARDO, 1997).

Pode acontecer em alguns casos em que os encargos, englobando juros e comissão pelo risco, sem incluir a correção monetária, atingem a ordem de vinte a quarenta por cento no mês. Com isso, infere-se a alta margem entre o custo da mercadoria e o preço na sua colocação junto ao comércio. Constitui este dado um fator determinante da inflação, proporcionando a especulação financeira. Proporciona a formação de uma classe de pessoas parasitas no setor produtivo, causando uma verdadeira sangria na economia das empresas. Quando, pois, não vem dirigido e controlado o *factoring*, pode levar à descapitalização e à insolvência dos que dele se socorrem (RIZZARDO, 1997).

A respeito dos custos do *factoring*, englobam comissões, juros pagos sobre adiantamentos e juros recebidos sobre saldos excedentes. O *factor* deposita na conta de uma empresa o valor de face das contas recebidas ou devidas que tiver comprado, abatendo desse valor suas comissões, que costumam ser de 1% a 3% do valor de face das contas a receber. Os juros cobrados sobre adiantamentos são, de modo geral, de 2% a 4% acima da taxa básica e incidem sobre o valor efetivamente adiantado. Os juros pagos por saldos em conta ficam, em geral, entre 0,2% e 0,5% ao mês (GITMAN, 2010).

Relativamente às formas comuns de conseguir crédito, ou financiamentos, e mesmo ao desconto bancário de títulos, verifica-se um custo superior. Além de juros, correção monetária e eventualmente taxas de comercialização, estes componentes de remuneração, deverá o cliente pagar um equivalente ao risco, ou à margem de insegurança que suporta o *factor* referentemente aos devedores insolventes ou que simplesmente não pagam por várias outras razões, como desaparecimento do domicílio, contestações judiciais demoradas ou retardamento forçado, acusações de exceções pessoais e desconstituição irregular das sociedades (RIZZARDO, 1997).

9 CONSTITUIÇÃO DA EMPRESA DE *FACTORING*

Depois de tudo que foi exposto, conclui-se que a atividade relacionada ao *factoring* tem caráter mercantil ou comercial. Está afastada qualquer vinculação com o sistema financeiro.

Dentro dessa ótica, a exploração do *factoring* pode ser desenvolvida por várias pessoas jurídicas ou físicas, constituídas aquelas através de contrato social e as últimas por meio de declaração de firma individual. Os atos constituídos devem ser arquivados na Junta Comercial (com a posterior inscrição perante a Fazenda Federal e Estadual, e a obtenção de alvará ou licença junto ao município) (ANFAC, 2012a; RIZZARDO, 1997).

Em 1986, o Tribunal Federal de Recursos decidiu e encerrou o processo em que se discutia a legalidade da Circular nº 703 do Banco Central, que praticamente proibia a atividade no Brasil, nestes termos (ANFAC, 2012a):

Não pode o Banco Central do Brasil interferir nas funções de registro comercial, reguladoras pela Lei nº 4.726/65. Estas funções competem às Juntas Comerciais, sob a supervisão e orientação técnica do Departamento Nacional do Registro do Comércio. Não há confundir o registro comercial de firmas como seu funcionamento. Controle e discalização deste, quando implique atividades financeiras, é que cabe ao Banco Central (ANFAC, 2012a, p. 1).

Não é necessária qualquer providência perante o Banco Central do Brasil, por não integrarem as empresas o Sistema Financeiro Nacional. Na verdade, não estão as mesmas submetidas a nenhum controle do Banco Central. Como sociedades ou firmas mercantis, sujeitam-se aos regramentos do Código Comercial e às leis avulsas que disciplinam atividades comerciais comuns. Não possui, então, o Banco Central qualquer poder de ação, controle e regulamentação sobre o *factoring* (RIZZARDO, 1997).

O importante é delinear os elementos que contera o contrato social ou a declaração de firma individual. De modo geral, segue-se o padrão ou modelo que se utiliza para a formação de qualquer sociedade mercantil ou firma individual (ANFAC, 2012a; RIZZARDO, 1997).

Tratando-se de sociedade por quotas de responsabilidade limitada, qualificam-se os sócios, com todos os dados identificadores e cadastrais; se cuidar-se de firma individual, a qualificação envolverá o respectivo titular. No caso de sociedade quotas, aplica-se o objeto de contrato: a formação de uma sociedade limitada. Se tratar-se sociedade por ações, obedece-se o caminho utilizado para a constituição de sociedades anônimas (RIZZARDO, 1997).

Em seguida, colocam-se o prazo de duração da sociedade ou empresa, ou da firma individual, e o local da sede e do foro. Por conseguinte, descreve-se o objetivo social. Não se incluirão termos que expressem a atividade financeira, como “banco”, “crédito”, “empréstimo”, “financiamento”. Quanto a razão social, diante da proibição do exercício de funções próprias dos bancos, não constarão termos como “financeiro”, “investimento”, “banco” e outros que revelem a intermediação creditícia. Já na denominação da empresa comercial, podem figurar as palavras “comércio”, “representação”, “empreendimentos”, “negócios”, “administração”, “assessoria”, “participações”, “fomento mercantil” ou “fomento comercial” (RIZZARDO, 1997).

Prevê, a respeito, o art. 2º do Projeto de Lei 230, sobre o *factoring*:

A sociedade de fomento mercantil se constitui sob a forma anônima ou limitada, terá por objeto social exclusivo a prática de fomento mercantil, definido no art. 1º desta Lei, e adotará em sua denominação as expressões “fomento mercantil” ou “fomento comercial” (RIZZARDO, 1997, p.63).

10 FATOR ANFAC

O fator ANFAC, segundo a própria entidade (2012c), é um indicador publicado diariamente pela ANFAC e sinaliza o preço de referência de créditos para o mercado do fomento mercantil (mero parâmetro).

A composição do fator (referência de preço pelo qual são adquiridos os direitos creditórios originados de vendas mercantis), leva em conta os seguintes itens (ANFAC, 2012c):

- Oportunidade do capital próprio;
- Custo fixos;
- Custo variáveis;
- Impostos operacionais;
- Despesas de cobrança;
- Expectativa de risco/lucro.

No plano federal, devem ser pagos os seguintes impostos: IRPJ e CSSLL, PIS e COFINS (sistema não-cumulativo). No plano municipal, o ISS incidente sobre a prestação de serviços. No plano estadual, não há impostos (ANFAC, 2012b).

No contexto do *factoring*, em geral, diz-se que o fator representa a precificação da compra de créditos e nele estão computados todos os itens de custeio de uma empresa de fomento mercantil.

Na composição do cálculo do fator, a ANFAC utiliza como indicativo do custo a oportunidade à taxa do Certificado de Depósito Bancário (CDB), que é um título emitido por uma instituição financeira de primeira linha, com taxa de juros prefixada por período de 30 dias (ANFAC, 2012c). A Tabela 1 apresenta as médias do fator de 23 de julho a 31 de agosto de 2012.

MÉDIAS DO PERÍODO (30 dias úteis)			
Fator	Média alta	Média baixa	Ad valorem
3,64%	3,69%	3,58%	0,81%

Tabela 1: Médias do fator ANFAC do período de 23/07/2012 a 31/08/2012

Fonte: ANFAC (2012c, p. 1).

11 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De todo o exposto algumas conclusões se impõem a respeito do contrato de *factoring*, tal como sua enorme relevância tanto na atividade comercial interna quanto externa, agilizando os negócios, mobilizando créditos e incrementando a atividade financeira como um todo.

Sua crescente importância, tendo em vista seu rudimentar aparecimento histórico bem como sua aceitação no mercado financeiro, muito embora, ainda, requeira delineamentos mais precisos no que concerne à sua estruturação jurídica.

O *factoring* configura um contrato híbrido, complexo, no qual prevalece a cessão de crédito, tendo, na verdade, por substrato uma verdadeira alienação ou venda do faturamento.

Portanto quando se estuda as empresas de *factoring*, está-se avaliando a sua relevância para o mercado de empresas de menor porte (onde também se inclui as médias), sua contribuição, e até que ponto o ambiente institucional comporta o seu funcionamento, como afirma Dodl (2006). Sob o contexto brasileiro, as atividades de *factoring* surgiram no momento em que as micro e pequenas empresas adquiriam relevância frente à conjuntura econômica de desemprego e baixo crescimento, nos anos 1980.

Com sua formalização registrada em 1982, com a criação da ANFAC, o fomento mercantil no Brasil nasceu sob uma conjuntura econômica marcada pela falta de perspectivas no âmbito do investimento privado, e pela carência de recursos oriunda do rompimento com o padrão de financiamento vigente até o final da década de 1970. No que se refere ao arcabouço normativo, o *factoring*, no início de suas atividades, deparou-se com dificuldades relacionadas à confusão de sua definição legal, o alcance de seu escopo de trabalho, vis-à-vis às atividades privativas de instituição financeira (DODL, 2006).

A cada momento da história e sob as condições institucionais vigentes, atividade de *factoring* deve exercer o seu papel como resposta à demanda de mercado. No que tange ao contexto brasileiro, as necessidades apresentadas pelas empresa estavam concentradas no acesso ao crédito, como consequência do rompimento progressivo com as fontes externas de recursos.

O *factoring* é um impor tanto mecanismo de apoio à pequenas e médias empresas, porém sua escolha deve ser devidamente estudada e analisada para avaliar seus custos e as reais vantagens para a empresa.

12 REFERÊNCIAS

- AMARAL, Débora Gomes do. O contrato de factoring. **Caderno jurídico**, Juiz de Fora, 2000. Artigos, p. 29-38. Disponível em: <http://www.viannajr.edu.br/ftp/caderno_juridico.pdf#page=25>. Acesso em: 25 de março de 2012.
- ANFAC. **Factoring**. O que é factoring? 2012a. Disponível em: <<http://www.anfac.com.br/v3/factoring-o-que-e.jsp#factoring>>. Acesso em: 20 de março de 2012.
- _____. **Factoring**. Perguntas frequentes sobre factoring. 2012b. Disponível em: <<http://www.anfac.com.br/v3/factoring-perguntas-frequentes.jsp#factoring>>. Acesso em: 21 de março de 2012.
- _____. **Fator**. Fator ANFAC (factoring). 2012c. Disponível em: <<http://www.anfac.com.br/v3/anfac-fator.jsp#anfac>>. Acesso em: 01 de setembro de 2012.
- _____. **Sobre**. 2012d. Disponível em: <<http://www.anfac.com.br/v3/anfac-sobre.jsp#anfac>>. Acesso em: 20 de março de 2012.
- ARRIERO, Márcia Aparecida Soares. **Mecanismos de apoio à pequena empresa: a polêmica factoring x agiotagem**. 1999. 62 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em

Administração Financeira e Bancária) - Centro Universitário Ibero-Americano. Disponível em:

<http://www.administradores.com.br/_resources/files/_modules/academics/academics_2517_201002281827118c26.pdf>. Acesso em: 19 de março de 2012.

BERTOLO, Luiz. **Factoring**. 2010. Disponível em:

<<http://www.bertolo.pro.br/AdminFin/HTML/FACTORING.htm>>. Acesso em: 24 de março de 2012.

DODL, Alessandra Von Borowski. **A atividade de factoring no mercado brasileiro**. 2006. Disponível em:

<<http://dspace.c3sl.ufpr.br/dspace/bitstream/handle/1884/6338/MESTRADO%20-%20%C3%9ALTIMA%20VERS%C3%83O-2006%20-%20REVISADO.pdf?sequence=1>>.

Acesso em: 25 de março de 2012.

FCI. **About factoring**. 2012a. Disponível em: <<http://www.fci.nl/about-factoring>>. Acesso em: 21 de março de 2012.

_____. **FCI members**. 2012b. Disponível em: <<http://www.fci.nl/fci-members/select-a-member/>>. Acesso em: 21 de março de 2012.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado financeiro: produtos e serviços**. 15.ed. ver. atual. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.

GITMAN, Lawrence J. **Princípios de administração financeira**. Tradução Allan Vidigal Hastings. Revisão técnica Jean Jacques Salim. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

KATAYAMA, Daniel Mizusaki. **Modelos de crédito aplicados a empresas de factoring**. São Paulo, 2003. Disponível em: <http://deltaamika.com.br/pdf_files/modelos_credito.pdf>.

Acesso em: 19 de março de 2012.

LEITE, Luiz Lemos. **Factoring**. Rio de Janeiro: Suma Econômica, 1991.

MARTINS, Fran. **Contratos e Obrigações Comerciais**. 13. ed. rev. atual. Rio de Janeiro: Forense, 1995

RIZZARDO, Arnaldo. **Factoring**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 1997.

ROCHA, Marcelo Hugo da. Estudo sobre o contrato de factoring. **Revista Jus Navigandi**, 2000. Disponível em: <<http://jus.com.br/revista/texto/634/estudo-sobre-o-contrato-de-factoring>>. Acesso em: 20 de março de 2012.