

Fatores que impulsionam as MPE a recorrer às empresas de Factoring em um município da Zona da Mata – MG

Amanda Prado Fernandes (UFV) - amanda_pradofernandes@yahoo.com.br

Simone Martins (UFV) - simonemartins_2005@yahoo.com.br

Adriel Rodrigues Oliveira (UFV) - aroli@ufv.br

Resumo:

Este trabalho teve como motivação a escassez de estudos sobre empresas de fomento mercantil (factoring) no Brasil, principalmente na região da Zona da Mata mineira. A pesquisa tem como objetivo apontar os fatores que despertam o interesse das micro e

pequenas empresas a escolherem uma empresa de factoring para a captação de recurso, averiguando se as negociações estão de acordo com a legislação que rege as empresas de fomento mercantil. O trabalho é qualitativo, exploratório com viés descritivo. Os procedimentos técnicos usados para obter os dados secundários foram pesquisa bibliográfica e pesquisa documental. Já os dados primários foram coletados por meio de entrevistas semiestruturadas

direcionadas aos empresários de empresas de factoring e de micro e pequena empresa do comércio da cidade analisada. O método de interpretação dos dados utilizado foi a análise de conteúdo. Os resultados, no geral, constataam que a necessidade de capital de giro leva as micro e pequenas empresas a recorrerem aos serviços das empresas de fomento mercantil. Estas, por sua vez, cobram um preço maior que o mercado pelo serviço, devido à

agilidade da operação e apresentam certa desconformidade com a legislação.

Palavras-chave: *Fomento Mercantil. Factoring. Micro e Pequena Empresa*

Área temática: *Gestão de Custos para Micros, Pequenas e Médias Empresas*

Fatores que impulsionam as MPE a recorrer às empresas de Factoring em um município da Zona da Mata – MG

Resumo

Este trabalho teve como motivação a escassez de estudos sobre empresas de fomento mercantil (factoring) no Brasil, principalmente na região da Zona da Mata mineira. A pesquisa tem como objetivo apontar os fatores que despertam o interesse das micro e pequenas empresas a escolherem uma empresa de factoring para a captação de recurso, averiguando se as negociações estão de acordo com a legislação que rege as empresas de fomento mercantil. O trabalho é qualitativo, exploratório com viés descritivo. Os procedimentos técnicos usados para obter os dados secundários foram pesquisa bibliográfica e pesquisa documental. Já os dados primários foram coletados por meio de entrevistas semi-estruturadas direcionadas aos empresários de empresas de factoring e de micro e pequena empresa do comércio da cidade analisada. O método de interpretação dos dados utilizado foi a análise de conteúdo. Os resultados, no geral, constatam que a necessidade de capital de giro leva as micro e pequenas empresas a recorrerem aos serviços das empresas de fomento mercantil. Estas, por sua vez, cobram um preço maior que o mercado pelo serviço, devido à agilidade da operação e apresentam certa desconformidade com a legislação.

Palavras-chave: Fomento Mercantil. Factoring. Micro e Pequena Empresa

Área Temática: Gestão de Custos para Micros, Pequenas e Médias Empresas.

1 Introdução

O mercado passa por movimentos e situações que geram novas formas de tecnologia, alteram o meio-ambiente além de transformações sociais, culturais e econômicas. Todo esse fenômeno resulta em um mercado dinâmico e turbulento que afeta a todas as organizações, independente do seu porte ou da sua natureza. É nesse contexto que as micro e pequenas empresas (MPE) também se encontram.

Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2006), as microempresas representaram 94,2% do total de firmas, no Brasil, sendo que em conjunto com empresas de pequeno porte somam 99% de empresas brasileiras. Quanto à distribuição das empresas por setor, as áreas de serviços e comércio são as que apresentam maior concentração dessas empresas: cerca de 80% das MPE trabalham nesses setores.

As micro e pequenas empresas têm importante participação na economia brasileira tanto na geração de emprego como de renda, devido aos vários estabelecimentos encontrados no território brasileiro, conforme dados estatísticos essas empresas representam 20% do Produto Interno Bruto (PIB), empregando cerca de 14 milhões de pessoas, ou seja, 60% dos empregos formais, no país.

Diante de um mercado altamente competitivo é comum que os micros e pequenos empresários se sintam ameaçados e vulneráveis às pressões do mercado já que as grandes empresas dispõem de tecnologia capaz de deixar os produtos e serviços ofertados a um custo menor tornando-o mais competitivo. É comum que MPE empresas busquem fomentar seus

ativos investindo em capital de giro para ofertar seus produtos e serviços, sobrevivendo ao mercado. Segundo Silva (2008) o valor de dinheiro necessário para completar as obrigações do caixa por falta de capital de giro é conhecido como capital de terceiro ou então capital alheio.

No cenário brasileiro, o Sistema Financeiro Nacional oferece várias linhas de captação de recursos. No entanto, os empresários de MPE apresentam dificuldades em conseguir crédito devido à falta de garantia, o excesso de burocracia, o alto custo do crédito, além da necessidade de estar em dia com as obrigações fiscais. De acordo com Rovere (S.D), mesmo tendo várias linhas de financiamento direcionadas para as MPE o simples fato de não estarem em dia com as obrigações fiscais exclui a maioria das micro e pequenas empresas. Mas a necessidade, das MPE, de fomentar seus ativos, expandir suas vendas sem aumentar suas dívidas cresce com a competitividade do mercado, por isso elas buscam novas formas de captar recursos, as quais se encontram muitas instituições financeiras e as empresas de fomento mercantil – factoring.

No Brasil, a existência das empresas de factoring é recente, tendo seu início formal ocorrido na década de 80, com a criação da Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil – Factoring - ANFAC, cujos esforços vêm superando dificuldades e impulsionando o setor. As empresas de factoring compram créditos gerados nas vendas de suas empresas clientes, além de prestar importantes serviços técnicos, como: assessorar a administração das compras, acompanharem as contas a receber e a pagar, avaliar do risco da operação.

A atividade de fomento mercantil é destinada exclusivamente às pessoas jurídicas, principalmente às micro e pequenas empresas, que buscam capital para o giro. França (2007) explica que as operações de *factoring* trazem benefícios para as micro e pequenas empresas por não encontrarem oferta satisfatória de recursos de financiamento de capital de giro no mercado, pois constituem uma modalidade de financiamento de curto prazo.

Apesar da atividade das empresas de *factoring* serem recentes, tendo 27 anos de atuação, no ano de 2007 o fomento mercantil atendeu e prestou serviços a uma clientela de aproximadamente 130 mil pequenas e médias empresas dos mais variados setores além de terem movimentado cerca de R\$80 bilhões em 2008, segundo dados pesquisa da ANFAC.

Atualmente, a Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil–Factoring congrega cerca de 141 mil empresas de pequeno e médio porte. A maior concentração dessas empresas está na região Sudeste (ANFAC, 2009). As MPE clientes dessas associadas buscam atender suas necessidades de crédito em curto prazo, mesmo que o fato implique um custo maior, uma vez que a situação do crédito é difícil devido às exigências e à burocratização que muitas instituições financeiras apresentam.

Diante do contexto explicitado, este trabalho procurou conhecer as atividades das empresas de *factoring*, esclarecendo os direitos e as obrigações das partes relacionadas em uma negociação de fomento mercantil, destacando as diferenças entre *factoring* e instituições financeiras, principalmente em uma cidade da Zona da Mata Mineira. É importante ressaltar que não é proposta deste trabalho defender ou atacar as empresas de *factoring*, mas sim conhecer as atividades realizadas por estas.

Segundo dados do Sindicato das empresas de *factoring* de Minas Gerais – SINFAC-MG, a região da Zona da Mata Mineira possui 12 empresas filiadas a este sindicato. No município estudado apresenta duas empresas, sendo uma associada ao SINFAC-MG.

Desse modo, a justificativa do trabalho se baseia na carência de estudos científicos na área de fomento mercantil, sobretudo na Região em questão. Pretendeu-se responder o seguinte questionamento: Quais fatores que induzem os empresários de MPE a recorrerem às empresas de *factoring*? As operações de crédito estão de acordo com a legislação vigente?

O presente estudo teve como objetivo geral apontar os fatores que motivam as micro e pequenas empresas a escolherem uma empresa de *factoring* para a captação de recurso, averiguando se as negociações estão de acordo com a legislação da *factoring*.

Assim sendo, em função do objetivo geral estabeleceram-se os seguintes objetivos específicos:

- I. Descrever a concessão de crédito das empresas de *Factoring*, situadas em Viçosa;
- II. Identificar a política das empresas de *factoring* apresentando os serviços prestados por ela;
- III. Conhecer de que forma a empresa de *factoring* ajuda na administração das micro e pequenas empresa, analisando se estão de acordo com o que prevê a legislação;
- IV. Conhecer e analisar os motivos que levam as MPE a utilizarem os serviços das *factoring*.

2 Referencial Teórico

2.1 Histórico do Fomento Mercantil – *factoring*

A atividade das empresas de *factoring* possui origens muito antigas. Remete-se ao surgimento da figura do *factor* à época do Império Romano, quando a incorporação de novos territórios apresentava como instrumento de poder a organização da economia em regiões conquistadas, através da exploração do comércio local. Os *factors* eram estabelecidos em pontos estratégicos do território, normalmente, comerciantes bem sucedidos e conhecedores do mercado, que forneciam informações, armazenavam mercadorias que vinham de outras localidades e faziam a cobrança. Segundo Leite (1999), de uma maneira geral, os *factors* prestava serviço de consultoria/assessoria mediante uma remuneração.

Para Wargaftig (2001) o berço do *factoring* é a Inglaterra. No contexto da colonização dos Estados Unidos foi o processo histórico que provocou o impulso necessário ao aumento da atividade que passou a se agrupar em serviços de natureza financeira.

Segundo Leite (1999), em Nova York surgiu a primeira empresa de *factoring* americana, no ano de 1808, quando um rico comerciante que assessorava a comercialização de produtos de pequenas indústrias têxteis sugeriu a seus clientes comprar-lhes à vista o que vendiam a prazo. Assim sendo, as empresas passaram a transferir ao *factor* seus créditos a receber, resultantes de vendas a terceiros, assumindo o *factor* as despesas de cobrança e os riscos de não-pagamento.

No cenário brasileiro a atividade de *factoring* teve início em um momento turbulento, no qual predominava a escassez de crédito, hiperinflação e baixo crescimento do Produto Interno Bruto. Contudo, em 11 de fevereiro de 1982 foi fundada a ANFAC – Associação Nacional das Empresas de Fomento Comercial, com o intuito de reunir as empresas de *factoring*, divulgando seus objetivos e vantagens desta operação para o mercado alvo: as micro e pequenas empresas. Leite (1999) afirma que para as empresas filiadas à ANFAC será disponibilizada uma ampla assistência jurídica, operacional, técnica, contábil, fiscal e política.

2.2 Definição de Fomento Mercantil

A atividade de *factoring* é destinado exclusivamente às pessoas jurídicas, principalmente as micro e pequenas empresas, que busca por capital para o giro. Silva (2008) diz que a empresa de *factoring* ou fomento mercantil é uma sociedade mercantil limitada ou anônima, registrada na Junta Comercial, não necessitando de qualquer autorização governamental, como é o caso das instituições financeiras que necessitam da autorização, de acordo com a Lei nº 4595/1964.

Segundo Falcão (2001), *factoring* desenvolve atividade comercial mista e atípica, não financeira, tendo o reconhecimento pelo BACEN, através da Circular nº 1.359/88.

A atividade de *factoring* apresenta seis modalidades. No Brasil são realizadas cinco, sendo as seguintes de acordo com Leite (1999):

- *Convencional*: compra dos títulos de créditos da empresa cliente, que será considerada endossante cedente (vendedora), o sacado devedor (comprador) será a empresa de *factoring*. A operação será realizada à vista.
- *Maturity*: ainda não é praticado no Brasil, se difere em relação ao convencional por liquidar os títulos de créditos no vencimento.
- *Trustee*: a empresa-cliente passa a trabalhar com seu caixa 0 (zero) aperfeiçoando sua capacidade financeira, devido à gestão financeira e dos negócios da empresa-cliente.
- *Exportação*: é mais utilizado na Europa e no Extremo Oriente, trata-se da comercialização dos bens produzidos pelas clientes das empresas de *factoring*.
- *Compra de matéria-prima*: a empresa de *factoring* negocia diretamente com o fornecedor da empresa-cliente almejando melhor preço de compra.

A atividade de *factoring* vem crescendo devido a facilidades e dinamismo atendendo as necessidades do mercado. Essas empresas vêm se adaptando de acordo com o contexto econômicos e institucionais que as empresas clientes estão submetidas. Percebe-se que a atividade de *factoring* vem se fortalecendo sobre dois pontos de atuação sendo: prestação de serviço e compra de recebíveis, concentram suas atividades na modalidade convencional.

Para ser empresa de *factoring* devem-se praticar duas das seguintes funções: gestão de crédito, administração das contas a receber, cobrança, proteção contra riscos de créditos e fornecimentos de recursos, explica Wargaftig (2001). Wargaftig (2001) expõe ainda que a remuneração seja composta por dois fatores distintos: a comissão pelos serviços prestados, cobrada "ad valorem" e o preço de compra dos créditos, negociados entre as partes. A seleção de risco e gestão de crédito, assessoria creditícia ou mercadológica, acompanhamento de contas a receber e a pagar ou ainda outros serviços que as empresas-clientes necessitem equivale à remuneração pela prestação de um ou mais serviços da empresa de *factoring*.

Não são consideradas atividades de *factoring*: operações onde o contratante não seja Pessoa Física, empréstimo com garantia, empréstimo via cartão de crédito, alienação de bens, financiamento ao consumo, operações privativas das instituições financeiras e ausência de contrato de fomento mercantil.

A empresa de *Factoring* tem seu objetivo no campo econômico e não é considerada uma instituição financeira, portanto não é regida pelo Banco Central do Brasil (BACEN). A micro e pequena empresa adquirem capital de giro a partir da venda de títulos de créditos sendo que as empresas de *Factoring* utilizam de recursos próprios tendo a função também de auxiliar a gestão de suas clientes. Quanto à concessão de crédito por parte das instituições financeiras são regidas pelo BACEN, sendo que os créditos são descontados e financiados mediante a aprovação de cadastro e das garantias que as MPE têm a oferecer ao banco. Para Wargaftig (2001) a diferença básica entre *factoring* e instituições bancárias esta ligada ao modo de operação. As empresas de *factoring* não emprestam recursos, mas sim presta serviços e compra créditos tendo o preço certo e ajustado com o cliente. Já as instituições bancárias fazem intermediação com o capital, ou seja, capta e empresta dinheiro, cobra juros em relação ao prazo determinado, a margem do banco – *Spread* – é ajustado em relação ao custo de captação e o preço de financiamento.

2.3 Legislação das empresas de *factoring*

A negociação da atividade de fomento mercantil gera um contrato bilateral, ou seja, geram obrigações para ambas as partes contratantes. O faturizador é o empresário da empresa de *factoring*, aquele que é responsável pela gestão dos créditos do faturizado, assumindo os riscos de inadimplência dos devedores do faturizado e também garantindo o pagamento das faturas, objeto de faturização. Já o faturizado é a empresa cliente da empresa de *factoring*, tendo como obrigação o pagamento da faturização e prestação de assistência ao faturizador no recebimento do crédito faturizado.

As empresas de *factoring* não possuía uma lei específica que regulasse suas atividades até pouco tempo, todavia era amparada pelo ordenamento jurídico legal vigente no país.

Em 2 de abril de 2008 foi aprovado por unanimidade o projeto de Lei PLC nº 13/2007 que dispõe sobre as operações de fomento mercantil. O PLC nº 13/2007, é composto de 17 artigos que agrupam um conjunto de dispositivos reguladores. O apoio explícito do Banco Central materializa um amplo e difuso embasamento legal e operacional.

A discussão entre pensadores são distintas, quando se trata da Lei específica do fomento mercantil, uns defendem a atual lei outros pronunciam que a *factoring* não precisa de lei específica. Para o presidente da ANFAC, Luiz Lemos Leite a ausência de uma disciplina legislativa específica impedia o desenvolvimento eficaz da atividade, no país.

Segundo Desbesel (2008) destacou, o art. 2º do PLC 13/2007:

“Entende-se por fomento mercantil para os efeitos desta Lei a prestação contínua por sociedade de fomento mercantil de um ou mais dos seguintes serviços a sociedades ou firmas que tenham por objetivo o exercício das atividades mercantis ou de prestação de serviços, bem como a pessoas que exerçam atividade econômica em nome próprio e de forma organizada.”
I – acompanhamento de processo produtivo ou mercadológico;
II – acompanhamento de contas a receber e a pagar;
III – seleção e avaliação de clientes, devedores ou fornecedores.

E o art. 15, III, letra “d”, da Lei nº. 9.249/95 *factoring* é:

“... prestação cumulativa e contínua de serviços de assessoria creditícia, mercadológica, gestão de crédito, seleção e riscos, administração de contas a pagar e a receber, compras de direitos creditórios resultantes de vendas mercantis a prazo ou de prestação de serviços (factoring).”

A regulamentação inseriu a atividade de fomento mercantil no ordenamento jurídico do Brasil, determinando suas especificidades e prevendo as possíveis sanções aplicáveis em caso de descumprimento da legislação. Com a formalização também ampliou o campo de atuação operacional das empresas de *factoring*, pois adotou o conceito de direitos creditórios assim definidos, pela Resolução nº 2907/ 2001, do CMN – Conselho Monetário Nacional como: “os direitos e títulos representativos de crédito, originários de operações realizadas nos segmentos comercial, industrial, agronegócio, imobiliário e de prestação de serviços, os warrants; contratos mercantis de compra e venda de produtos, mercadorias e/ ou serviços para entrega ou prestação futura; bem como em títulos ou certificados representativos desses contratos” (ANFAC, 2008).

2.4 Cenário das micro e pequenas empresas

A Lei Complementar nº123/2006 define micro e pequena empresa, pelo critério de receita bruta anual:

Art. 3º Para os efeitos desta lei consideram-se microempresas ou empresas de pequeno porte a sociedade empresária, a sociedade simples e o empresário a que se refere o art. 966 da Lei 10.406/2002, devidamente registrados no Registro de Empresas Mercantis ou no Registro Civil de Pessoas Jurídicas conforme o caso, desde que:

I – no caso das microempresas, o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais);

II - no caso das empresas de pequeno porte, o empresário, a pessoa jurídica, ou a ela equiparada, aufera, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 240.000,00 (duzentos e quarenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00 (dois milhões e quatrocentos mil reais).

A grande representatividade das micro e pequenas empresas podem ser garantidas através do quadro com dados de pesquisa do SEBRAE (2008). Sendo responsável pela maior parcela de empresas formais no Brasil, influenciando diretamente na economia.

Porte	Comércio	Serviços	Indústria	Construção	Total
Micro e Pequena	493.933	465.777	137.735	36.636	1.134.081
Micro	427.609	390.103	114.123	31.394	963.229
Pequena	66.324	75.674	23.612	5.242	170.852
Média	4.851	8.956	5.142	1.087	20.036
Grande	2.724	8.195	908	163	11.990
TOTAL	501.508	482.928	143.785	37.886	1.166.107

Quadro 1 – Número de estabelecimentos, por setor de atividade e porte Região Sudeste 2006 (Fonte: adaptado de MTE. Rais, 2008)

É notória a representatividade das MPE do setor do comércio e serviços, porém apesar da importância econômica que as MPE apresentam no cenário nacional no que tange a geração de emprego, renda e valor adicionado, ela encontra-se em freqüentes dificuldades de sobrevivência e manutenção de capital de giro. Kassai (2006) descreve que uma empresa pode-se deparar em uma situação incontrolável, em consequência de saldo negativos do fluxo de caixa, influenciados por altas taxas de juros e saldos devedores, levando à necessidade de obtenção de capital de terceiros.

Sousa (2007) afirma que os problemas mais freqüentes que podem ocorrer com as MPE, variam conforme a sua atividade e volume dos negócios. Porém são comuns algumas questões como: vendas cíclicas, a concorrência com custos mais baixos, formação de preços errados ocasionando prejuízo, baixa de lucratividade, custos fora de controle, deficiente negociação com fornecedores e clientes, falta de capital de giro, estoque mal dimensionado quando mantido num patamar elevado, acima do necessário conduz à imobilização desnecessária de capital. Também são consideradas dificuldades que as MPE's encontram: maquinário obsoleto que por sua vez pode provocar interrupção na produção e elevados custos de manutenção, prazos de venda e de compra desajustado, elevada inadimplência de clientes, distribuição antecipada de lucros por longo período e por fim, mão de obra em desacordo com as necessidades.

A taxa de mortalidade de MPE é elevada segundo pesquisa divulgada pelo SEBRAE em 2002 a taxa era de 49,4% e na região Sudeste era de 48,9%.

Segundo boletim divulgado pelo SEBRAE (2005) as principais razões para encerramento das atividades das empresas brasileiras são decorrentes de falhas gerenciais ligadas à falta de capital de giro devido ao descontrole no fluxo de caixa, problemas financeiros, baixo lucro devido ao endividamento, má localização da empresa retratando uma falha no planejamento inicial. A falta de clientes, concorrência mercadológica e inadimplência pressupõem falhas no planejamento inicial da empresa e por último a elevada tributação também é responsável pelo encerramento das atividades das empresas. Como pode ser percebido na tabela abaixo:

Tabela 1 – Ranking das dez principais razões para encerramento das atividades da empresa extinta, segundo as opiniões espontâneas dos proprietários (Brasil)

Razões	Nº de citações	Percentual
Falta de capital de giro	51	24,1%
Impostos altos / tributos	34	16,0%
Falta de clientes	17	8%
Concorrência	15	7,1%
Baixo lucro	13	6,1%
Dificuldade financeira	13	6,1%
Desinteresse na continuação do negócio	13	6,1%
Maus pagadores /inadimplência	13	6,1%
Problemas familiares	8	3,8%
Má localização da empresa	8	3,8%

Fonte: SEBRAE (2005)

A conjuntura de crédito difícil, de falta de demanda e de estoques altos faz com que as médias e pequenas empresas sofram a concorrência das empresas de maior porte no mercado de crédito, sendo preciso recorrer à ajuda de capital alheio, evitando o fechamento da empresa.

Na tentativa de conseguir o empréstimo a MPE produz informações contábeis, Kassai (2006) explica que empresas que não refletem a situação real em suas contabilidades, encontram mais dificuldades para obterem empréstimos em instituições financeiras. Recorrendo ao desconto de duplicatas, Wargaftig (2001) explica que o desconto de duplicata, adiciona-se ao problema da análise de crédito do sacado afetando na decisão do banqueiro quanto à realização ou não das operações de desconto, sendo geralmente limitado este crédito concedido. Sendo necessário recorrer ao factoring. Segundo Silva (2008) a empresa de factoring exerce a função de fornecer recursos necessários para o giro da empresa, melhorando assim a gestão empresarial reduzindo o custo e aumentando a produtividade e inclusão dos produtos e serviços, fornecidos pela empresas cliente, no mercado consumidor.

“A taxa de retorno agrega um outro componente que é taxa de risco do país, e, dependendo da proporção de capitais de terceiros utilizados, pode comprometer a própria continuidade de uma empresa. Um desequilíbrio entre os prazos de estocagem, vendas e pagamentos pode comprometer seriamente o ciclo de caixa e absorver eventuais margens de lucros”. (KASSAI, 2006, p.3)

3 Procedimentos Metodológicos

Para alcançar os objetivos que consiste em apontar os fatores que despertam o interesse das MPE a escolherem o *factoring* para captar recursos, verificando se as negociações estão de acordo com a legislação das empresas de factoring realizou-se uma pesquisa qualitativa.

A pesquisa é classificada como exploratória com viés descritivo. Exploratória, pois segundo Gil (2009) aprimora idéias ou descobertas de fenômenos, uma vez que há pouco estudo na área abordada; e descritiva, por descrever características de determinada população, conforme Vergara (2005), além de estabelecer relações entre variáveis.

Quanto aos procedimentos técnicos utilizados, a pesquisa é bibliográfica, vez que se trata de um estudo com base em materiais publicados, acessíveis ao público em geral, segundo Vergara (2005); é pesquisa documental, pois informações sem tratamento analítico como arquivos de órgãos públicos, privados e sindicatos também foram utilizadas.

O universo do presente estudo direcionado em um município na Região da Zona da Mata Mineira conta com duas empresas de factoring tendo, em média, 70 empresas clientes, atuantes no município, as demais empresas pertencem às cidades vizinhas. A amostra é qualificada como não probabilística por acessibilidade, não envolvendo procedimentos estatísticos selecionando as empresas devido à facilidade de acesso a elas, sendo assim é a amostra é composta por todas empresas de factoring do município, já que o município apresenta um número reduzido de empresas de factoring e 10% das empresas clientes dessas factoring.

Os dados primários foram coletados através de entrevistas semi-estruturadas, direcionada aos responsáveis pelas empresas que constituem a amostra do trabalho. Os dados secundários, por sua vez, foram alcançados por meio da revisão bibliográfica e análise documental.

Na tentativa de estabelecer as relações que há entre as empresas de factoring e as variáveis da pesquisa, foi utilizado o método de análise de conteúdo para a interpretação dos dados coletados. “A análise de conteúdo corresponde a uma técnica de pesquisa para a descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo evidente da comunicação” Oliveira (2003:76).

4 Análise de Resultado

De modo geral as MPE entrevistas, clientes das *factoring* do município analisado, percebeu-se certa homogeneidade quanto ao perfil. No que tange ao tempo de existência dessas empresas constatou-se que a idade média está entre 5 a 10 anos de atuação no mercado. Dos empresários dessas empresas, 57% apresentam formação acadêmica, concluído o ensino superior, demonstrando certa maturidade em relação ao mercado. Os gerentes dessas empresas é o próprio dono, sendo ele o responsável por qualquer tomada de decisão. Durante a coleta de dados verificou-se que a maioria dos empresários tomaram a iniciativa de abrir seu próprio negócio a partir de uma experiência em outra empresa, o qual era funcionário, abrindo sua empresa de maneira informal e posteriormente formalizando, não se atentando com problemas futuros.

Todas as empresas, em questão, são do ramo do comércio, as quais utilizam a venda à vista e a prazo, como políticas de venda, sendo a prazo na forma de cheque, crediário, cartão e boleto bancário, tendo o cheque à forma mais utilizada para pagamento a prazo. Apesar da concorrência das empresas, no mercado, facilitando a venda do consumidor 28,57% das empresas utilizam somente o cheque como forma de pagamento a prazo.

Em consonância com o referencial teórico muito MPE são vulneráveis ao mercado estando sujeitas a vários obstáculos para manter suas atividades. Entre as várias dificuldades que as empresas de pequeno porte estão sujeitas, 85% apresentam dificuldades em manter

capital de giro. Os motivos são os mais variados sendo eles apresentados na figura que segue abaixo:

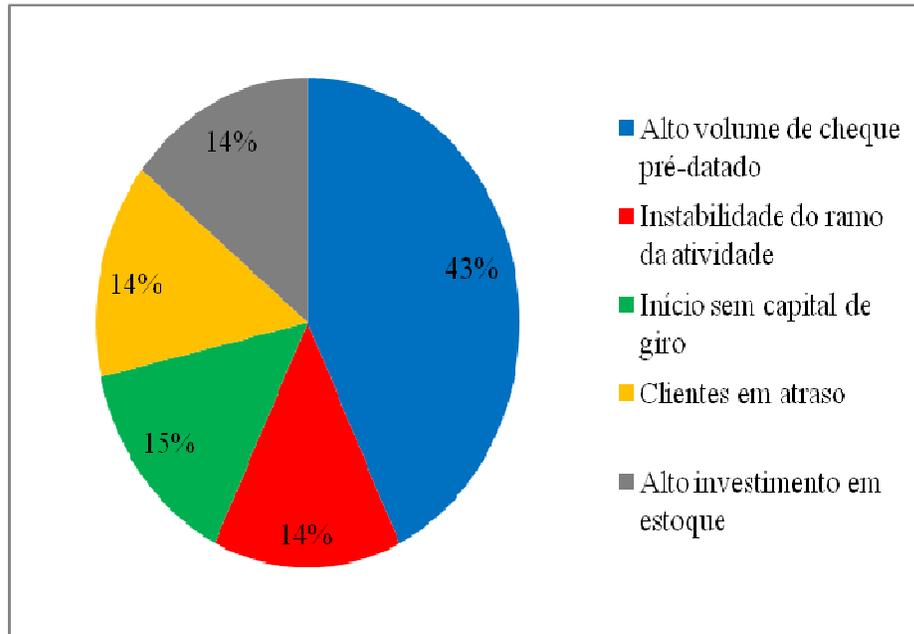


Figura 1- Motivos que dificultam a manutenção de capital de giro (Fonte: Pesquisa 2009)

A principal causa que impede a manutenção de capital de giro é o alto volume de cheque pré-datado que as empresas recebem, uma vez que o cheque é considerado a forma de pagamento a prazo mais utilizada. Seguido pelo início da atividade comercial sem capital de giro. Com 14%, os obstáculos são os clientes em atraso, alto investimento em estoque, uma vez que a empresa oferta produtos de alto custo e por fim devido a instabilidade do ramo de atividade.

Já que a necessidade de capital é elevada para o sustento das atividades nas empresas analisadas, 71,43% dessas empresas também utilizam instituições financeiras para a captação de recursos, além de recorrerem aos serviços prestados pelas *factoring*.

Como a atividade da empresa de *factoring* é recente, conforme mencionado, muitas MPE no município não tem conhecimento dessas empresas, sendo que 42,86% das unidades analisadas conhecem devido a amizade com os proprietários das empresas de *factoring* ou indicação de algum amigo que já recorreu a estas empresas.

As empresas são clientes das empresas de *factoring* em média há mais de 2 anos, constatando que 57,14% das empresas recorrem periodicamente as *factoring*, já 14,29% utilizam seus serviços raramente e 28,57% das empresas não recorrem a *factoring* mais.

Dos serviços que o *factoring* pode oferecer, somente 14,29% além de utilizar a venda do cheque também recebe assessoria financeira, os demais 85,71% das empresas utilizam só a compra de duplicatas a receber, por parte das empresas de fomento mercantil.

Quanto as motivações que as que as MPE encontram ao recorrer as *factoring* são: a falta de apresentação de garantias, agilidade na negociação, ausência de burocracia, o suprimento da escassez de capital de giro e por não ter limite reduzido.

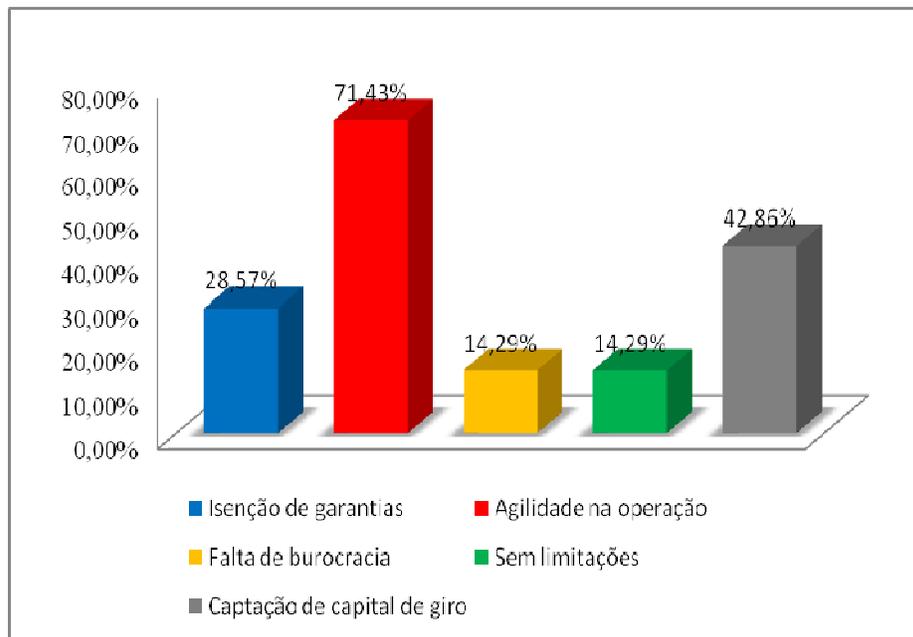


Figura 2- Motivação das MPE para recorrerem a factoring (Fonte: Pesquisa 2009)

Em se tratando dos empecilhos que as empresas de factoring apresentam, destaca-se o alto juro cobrado, 85,71% dos empresários apontam esse fator como uma desvantagem que as factoring apresentam. As taxas cobrada pelo serviço varia entre 3 a 5%, no mercado em instituições financeiras cobram uma taxa que varia entre 1 a 3%.

Os empresários entrevistados apontam que os documentos exigidos pelas empresas de fomento mercantil assemelham-se com os exigidos em instituições financeiras, porém em bancos, instituições financeiras, o grau de formalidade e burocracia é maior. Desses empresários 42,86% recorrem somente ao *factoring* atualmente, já tiveram experiências com instituições financeiras, mas não foram bem sucedidas, devido ao limite reduzido, burocracia e outras restrições. Já 47,14% dos empresários recorrem aos bancos também, pois os mesmos oferecem mais oportunidade a um custo menor.

As principais diferenças percebidas pelos responsáveis de MPE entre as instituições financeiras (banco) e as empresas de *factoring* são: a rapidez da negociação nas empresas de fomento mercantil, excesso de burocracia em bancos, a questão do limite reduzido nos banco, o alto juro cobrado e a facilidade de acesso nas *factoring*.

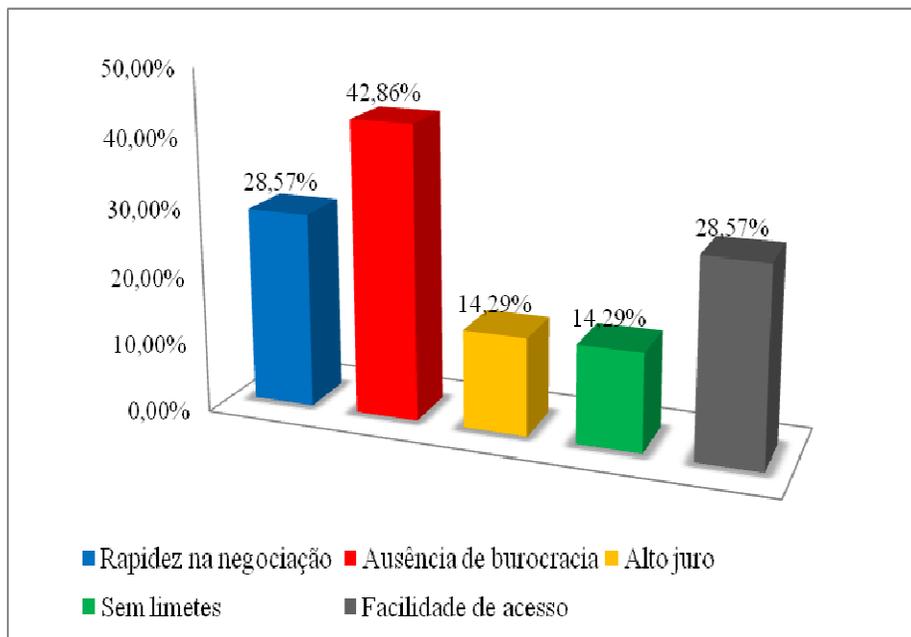


Figura 3- Diferenças entre factoring e instituições financeiras (Fonte: Pesquisa 2009)

Em caso de inadimplência, tendo o cheque negociado devolvido pelo banco, implicará a cobrança da empresa cliente, da *factoring*, o valor de face do cheque mais o juros.

O município da região da Zona da Mata mineira estudado tem duas empresas de factoring que apresentam como característica de perfil e serviços prestados os dados apresentados a seguir.

As empresas, analisadas estão no mercado um a 10 anos e outro há 12 anos, em concordância ao apresentado no referencial teórico ao apresentar que a empresa de *factoring* tem suas atividades recentes no Brasil. Os empresários dessas *factoring* afirmam que o trabalho de suas empresas é reconhecido no mercado, porém muitos empresários confundem os serviços com agiotagem, dificultando o trabalho.

Como serviços prestados são Compra e venda de crédito, consultoria financeira e assessoria administrativa (nomeada empresa A) é gerida por três sócios que possuem formação acadêmica, sendo um formado em Administração, outro em Ciências Econômicas e o terceiro em Sistema de Informação. A outra empresa presente no município (nomeada empresa B) somente a compra de cheque e é administrada pelo proprietário formado em Administração.

A empresa A ao prestar seus serviços, firma um contrato com a empresa cliente. A empresa cliente vende esse crédito (cheque ou duplicata) para a empresa de *factoring* que paga em dinheiro menos o *spread* do título. De posse do título a *factoring* informa o sacado sobre a operação e a forma de cobrança. No vencimento do título e ocorrendo o pagamento normalmente encerra-se a operação contratada. Quanto ao prazo permitido dependerá do perfil do cliente, sendo o prazo máximo 210 dias. A garantia que a empresa de *factoring* exige é a nota promissória assinada em branco. O custo da operação é oneroso que envolve o pagamento do PIS (Programa de Integração Social), COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social), Contribuição GPS (Guia de Prevenção Social), ISSQN (Imposto Sobre Serviço de Qualquer natureza) e Lucro Real obrigatório.

A empresa ao ser solicitada faz uma análise de crédito, através do histórico da empresa, do mercado que ela se encontra e suas condições financeiras. Para ajudar nessa análise a empresa utiliza um programa de gerenciamento. Se aprovada a análise, será realizado um cadastro como as instituições financeiras fazem exigindo dados da empresa e

dos sócios, no entanto não burocrático, segundo o empresário, ainda afirma que em muitos casos a análise de crédito realizada não reflete a real situação, por isso é realizado uma visita a empresa. Após todos esses procedimentos o entrevistado julga a operação ágil comparada com as operações realizadas em instituições financeiras. A política de crédito consiste no crédito pré-aprovado de R\$30.000, por MPE cliente e R\$1.500,00 por CPF do proprietário do cheque.

Na parte de consultoria financeira e assessoria administrativa a *factoring* apresenta as informações da real situação e condição financeira da empresa, porém há resistência por parte das MPE's em fornecer informações para análise. Na parte de compra de duplicatas a taxa varia entre 3,5% a 6%, dependendo do cliente. Através do contrato a empresa de *factoring* está apta a realizar uma nova análise de cada cliente, de dois em dois meses, é observando as movimentações da MPE através do histórico, das atuais contas e também da condição do mercado, moldando o novo perfil do cliente se necessário.

A *factoring* A atende várias MPE do município e da micro região, de diversos ramos, as empresas clientes se assemelham na falta de capital de giro, mas que apesar da crise financeira apresentam alto poder de crescimento. Em caso de inadimplência da MPE o primeiro passo é a negociação, segundo o protesto e por último a execução da dívida, recorrendo à justiça. A empresa participa da SindisFac-MG (Sindicato das Empresas de *Factoring* de Minas Gerais), apontando como vantagem a atualização das leis e do mercado.

A empresa de *factoring* B, quando contratada realiza um contrato com a empresa cliente. A empresa cliente vende esse crédito (somente cheque) para a empresa de *factoring* que paga em dinheiro menos a taxa combinada, o prazo máximo permitido é 90 dias. Ao assinar o contrato, de compra do crédito, a empresa cliente, assume a responsabilidade do cheque caso ele seja devolvido pelo banco. Em caso de inadimplência, primeiramente realiza-se contato com a MPE, se necessário é acionado a justiça.

A condição que a empresa B apresenta é pequena, para realizar a operação com uma MPE é efetuado uma análise de crédito levando-se em consideração a condição financeira que a empresa se encontra. O empresário aborda que a maioria dos empresários de MPE que recorrem ao seu serviço é devido à falta de capital de giro. A taxa cobrada depende do perfil que a MPE apresenta, mas é em torno de 5%. Quanto à assessoria administrativa a empresa não presta este serviço. O empresário comenta que a empresa participa Sindicato do *factoring*, considerando como vantagem atualização do mercado.

5 Considerações finais

Como proposto neste trabalho foi possível averiguar as causas que motivam uma micro e pequena empresa a recorrer aos serviços da empresa de *factoring* verificando se as operações estão conforme a legislação das empresas de *factoring*.

De modo geral, a negociação com a empresa de *factoring* apresenta um custo maior para a MPE. Porém muitas estão dispostas a pagar por ter o dinheiro da venda a prazo de forma ágil, sem de burocracia, o por suprir a falta de capital, por não ter limite reduzido, além da falta de apresentação de garantias,.

Por se tratar de um município de porte pequeno as próprias empresas de fomento mercantil e MPE também têm capacidade pequena. Este fato também proporciona o acesso às empresas de *factoring* melhor, uma vez que a amizade com os proprietários das MPE facilita a negociação e compreensão dos serviços da empresa, pois a muitos não distinguem os serviços da empresa de *factoring* com agiotagem.

Como essas MPE estão inseridas em um mercado dinâmico e concorrente, os alguns problemas acabam sendo inevitável, outros quando não controlados podem levar as MPE a falência. Foi percebido que a abertura de muitas MPE ocorreu após experiências posteriores, a

qual o proprietário era funcionário, sendo que a abertura do próprio negócio não estava condicionada a um planejamento inicial. Foi contatado que a principal razão das MPE em procurarem as *factoring* é devido à falta de capital de giro. A grande maioria dessas empresas já recorreu instituições financeiras, porém não procuram mais devido às exigências e burocracia que exigem, estando dispostas a pagar mais pelo serviço da *factoring* uma vez que a negociação apresenta benefícios defendidos pela MPE. Todavia, outras empresas preferem recorrer ao banco, pois oferecem mais oportunidades a um custo menor. Bancos governamentais apresentam taxas mais acessíveis, no entanto a exigência é ainda maior, sendo o empresário da MPE obrigado a esta em dia com o fisco.

As empresas de *factoring* por sua vez deveriam além de comprar as duplicatas a receber das MPE também deveriam ajudar na administração destas, porém na prática nem todas as empresas oferecem esse serviço e quando oferece o serviço cobram pelo serviço a parte. Como Wargaftig (2001) cometa que a seleção de risco e gestão de crédito, assessoria creditícia ou mercadológica, acompanhamento de contas a receber e a pagar ou ainda outros serviços que as empresas-clientes necessitarem equivale à remuneração pela prestação de um ou mais serviços da empresa de *factoring*. Como o custo já é elevado grande parcela das empresas clientes não contrata a assessoria administrativa.

Por fim, as empresas de *factoring* sustentam as MPE que não conseguem crédito em curto prazo a um custo menor, e tem excesso duplicatas a receber, caso de maioria excesso de cheques pré-datados, por isso cobra mais pelo serviço.

Referências bibliográficas

ANFAC. Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil–Factoring.

Disponível

em:<<http://www.anfac.com.br/servlet/ServletConteudo?acao=consultarConteudo&txtCodigo=1705>> Acesso em 27 de jul. de 2009

ANFAC. Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil–Factoring

Disponível

em:<<http://www.anfac.com.br/servlet/ServletConteudo?acao=consultarConteudo&txtCodigo=3620>> Acesso em 29 de jul. 2009

ANFAC. Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil–Factoring.

Disponível

em:<<http://www.anfac.com.br/servlet/ServletConteudo?acao=consultarConteudo&txtCodigo=2265>> Acesso em 29 de jul. 2009

DESBESSEL, Ernani. Lei do Factoring: a prestação de serviços como atividade principal é uma ameaça ou uma oportunidade?. Portal do Factoring, 2008. Disponível

em:<<http://www.portaldofactoring.com.br/artigo.php?id=27#>> Acesso em 01 de jun. 2009

FRANÇA, N. et al. Um comparativo entre a Teoria e a Prática: A Realidade da Atividade de Fomento Mercantil – Factoring na Cidade de Campina Grande – PB.

SEMEAD, São Paulo, 2007. Disponível em:

<<http://www.ead.fea.usp.br/Semead/10semead/sistema/resultado/trabalhosPDF/410.pdf+Um+comparativo+entre+a+Teoria+e+a+Pr%C3%A1tica:+A+Realidade+da+Atividade+de+Fomento+Mercantil+%E2%80%93+Factoring+na+Cidade+de+>> Acesso em 3 de set. 2008

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2009. 175 p.

KASSAI, J. R.; NOVA, S. P. C. C. Pequena Empresa: Como é difícil Levantar dinheiro. **ConTexto**, Porto Alegre, v. 6, n. 9, 2006. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/necon/n9/n9-03.pdf>> Acessado em 15 de set. 2008.

LEITE, L. L. **Factoring no Brasil**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 442p

RECEITA FEDERAL, **Lei 9.249/1995**. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/legislacao/Leis/Ant2001/lei924995.htm>> Acesso em: 15 out. 2008.

ROVERE, Renata Lebre La. **Perspectivas das micro, pequenas e médias empresas no Brasil**. S.D. Disponível em: <http://www.ie.ufrj.br/revista/pdfs/perspectivas_das_micro_pequenas_e_medias_empresas_no_brasil.pdf> Acesso em 07 nov. 2008.

SEBRAE. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa 2008**. Disponível em: <[http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/572C3CE47D9997DC83257486004E858E/\\$File/NT00038B0A.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/BDS.nsf/572C3CE47D9997DC83257486004E858E/$File/NT00038B0A.pdf)> Acesso em: 17 jul. 2009.

SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil**. 2005

SEBRAE. **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/exibeBia?id=1007&searchterm=dados+sobre+micro+e+pequenas%20%20empresas>> Acesso em 24 de jul. de 2009

SILVA, J.P. **Análise financeira das empresas**. São Paulo: Atlas, 2008.

SINFAC. **Sindicato das empresas de factoring de Minas Gerais**. Disponível em: <<http://www.sindisfac.com.br/>> Acesso em 01 de jun. 2009

SOUSA, A. **Gerencia financeira para micro e pequenas empresas: um manual simplificado**. Rio de Janeiro, SEBRAE 2007.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 6 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2005. 90p.

WARGAFTIG, Sérgio Nougues. Factoring: um instrumento pouco conhecido. **Revista Eletrônica de Administração**, São Paulo, ano1, v.1, nov. 2001. Disponível em: <<http://www.fauf.edu.br/testergb/downloads/images/Factoring-Um%20Instrumento%20Pouco%20Conhecido.pdf>> Acesso em 13 de ago. 2008.