

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, CONTÁBEIS E**  
**COMÉRCIO INTERNACIONAL**  
**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**FRANCINI RIZZON**

**CAPTAÇÃO DE RECURSOS EM *FACTORING*: PERFIL, MOTIVAÇÕES,  
VANTAGENS E DESVANTAGENS**

**CAXIAS DO SUL**

**2014**

**FRANCINI RIZZON**

**CAPTAÇÃO DE RECURSOS EM *FACTORING*: PERFIL, MOTIVAÇÕES,  
VANTAGENS E DESVANTAGENS**

Monografia apresentada como requisito  
para a obtenção do Grau de Bacharel em  
Ciências Contábeis da Universidade de  
Caxias do Sul

Orientador: Prof. Ms. Alex Eckert

**CAXIAS DO SUL**

**2014**

**FRANCINI RIZZON**

**CAPTAÇÃO DE RECURSOS EM *FACTORING*: PERFIL, MOTIVAÇÕES,  
VANTAGENS E DESVANTAGENS**

Monografia apresentada como requisito  
para a obtenção do Grau de Bacharel em  
Ciências Contábeis da Universidade de  
Caxias do Sul

Orientador: Prof. Ms. Alex Eckert

**Aprovado (a) em** \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**Banca Examinadora:**

Presidente

-----  
Prof. Ms. Alex Eckert  
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Examinadores:

-----  
Prof.  
Universidade de Caxias do Sul - UCS

-----  
Prof.  
Universidade de Caxias do Sul - UCS

A Deus por tudo que me proporciona na vida. À minha mãe, a qual amo muito, pelo exemplo de vida. A minha irmã por tudo que me ajudou até hoje. Ao meu namorado pelo carinho, compreensão e companheirismo. A minha querida "Mel", pela companhia durante todas as noites de estudo.

## **AGRADECIMENTOS**

Ao meu bom Deus, por me dar sabedoria, oportunidade de viver, paciência e fôlego de vida a cada amanhecer.

A minha mãe Marilê, pela força e incentivo a lutar pelos meus ideais, carinho e muito amor que me deu durante toda minha vida pessoal e acadêmica.

Ao meu namorado Rafael, que durante todos esses anos tem sido meu amigo e companheiro aturando minhas crises de estresse durante todo o percurso da faculdade e da minha vida com muito amor e paciência.

A minha irmã Cinara, pela amizade e companheirismo, paciência e motivação durante esses anos de muita vitória e dedicação. Ci você foi meu porto seguro, na hora que pensei que nada daria certo, você acreditou e me incentivou.

Ao meu orientador Alex Eckert por me ajudar com seus ensinamentos, paciência e apoio transmitido.

A minha amiga Gabrielle, por todo o ensinamento e amizade em todos esses anos de faculdade, amizade que será para sempre.

Aos meus amigos por me ajudarem e me apoiarem.

Obrigada a todos vocês!!!

*“Toda vitória é alcançada com luta e sofrimento; porém a luta passa, o sofrimento é apenas temporário, mas a vitória que se consegue permanece.”*

**James Allen**

## RESUMO

O fomento mercantil, também conhecido como *factoring* surgiu no Brasil no início da década de 80. *Factoring* é uma atividade comercial, que soma prestação de serviços à compra de ativos financeiros. A principal finalidade da empresa de *factoring* é o fomento mercantil. Fomentar, assessorar, ajudar o pequeno e médio empresário a solucionar os problemas do dia a dia. O objetivo desse trabalho é definir as características das empresas que buscam recursos na *factoring* Alfa Ltda. A metodologia utilizada quanto aos procedimentos técnicos, foi definido como um estudo de caso, através de pesquisa documental nos relatórios da *factoring* Alfa. Quanto aos objetivos esse trabalho é considerado uma pesquisa descritiva e explicativa. A forma de abordagem do problema é uma pesquisa quantitativa e qualitativa. Através de entrevistas realizadas com empresas clientes, foi observada a grande dificuldade que os empresários sentem para ter acesso ao crédito pelas instituições financeiras, devido muitos deles possuírem restrições. A partir dos resultados obtidos, foi possível avaliar as vantagens e desvantagens na utilização deste recurso, o perfil de cada empresa, os valores das negociações mensais e a viabilidade na utilização deste recurso de antecipação de crédito.

**Palavras-chave:** *Factoring*. Micro e Pequenas Empresas. Capital de Giro. Crédito.

## LISTAS DE QUADROS

Quadro 1: Usuários e interesses das informações contábeis .....	21
Quadro 2: Comparação entre contabilidade financeira e gerencial .....	23
Quadro 3: Diferenças entre bancos e factoring .....	27
Quadro 4: Perfil das empresas entrevistadas.....	36
Quadro 5: Movimentação mensal e instituição operante.....	46
Quadro 6: Percentual negociado e instituição operante.....	47
Quadro 7: Recebíveis negociados .....	48



## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>11</b>
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO .....	11
1.2	TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA .....	13
1.3	HIPÓTESES OU PROPOSIÇÕES .....	15
1.4	OBJETIVOS .....	15
<b>1.4.1</b>	<b>Objetivo geral</b> .....	<b>15</b>
<b>1.4.2</b>	<b>Objetivos específicos</b> .....	<b>16</b>
1.5	METODOLOGIA.....	16
1.6	ESTRUTURA DO ESTUDO .....	18
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>20</b>
2.1	CONTABILIDADE.....	20
<b>2.1.1</b>	<b>Conceitos</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1.2</b>	<b>Objetivos</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1.3</b>	<b>Usuários das informações contábeis</b> .....	<b>21</b>
2.2	CONTABILIDADE GERENCIAL E FINANCEIRA .....	22
<b>2.2.1</b>	<b>Contabilidade Gerencial no Processo Decisório</b> .....	<b>22</b>
<b>2.2.2</b>	<b>Contabilidade Financeira</b> .....	<b>22</b>
<b>2.2.3</b>	<b>Comparação entre Contabilidade Gerencial e Financeira</b> .....	<b>23</b>
2.3	FONTES DE FINANCIAMENTO .....	23
<b>2.3.1</b>	<b>Contextualização Capital de Giro</b> .....	<b>23</b>
<b>2.3.2</b>	<b>Administração do Capital de Giro</b> .....	<b>24</b>
<b>2.3.3</b>	<b>Conceito de Capital de Giro</b> .....	<b>24</b>
<b>2.3.4</b>	<b>Fontes de Financiamento</b> .....	<b>24</b>
2.4	O MERCADO DE <i>FACTORING</i> .....	25
<b>2.4.1</b>	<b>Origens Históricas do <i>Factoring</i></b> .....	<b>25</b>
<b>2.4.2</b>	<b>Concepção de <i>Factoring</i></b> .....	<b>26</b>
<b>2.4.3</b>	<b>Relação <i>Factoring</i> x Bancos x Agiotagem</b> .....	<b>27</b>
<b>2.4.4</b>	<b>Estatísticas do <i>Factoring</i> no Brasil</b> .....	<b>28</b>
<b>2.4.5</b>	<b>Vantagens do <i>Factoring</i></b> .....	<b>28</b>
<b>2.4.6</b>	<b>Desvantagens do <i>Factoring</i></b> .....	<b>29</b>
<b>2.4.7</b>	<b>Perfil do Cliente do <i>Factoring</i></b> .....	<b>30</b>

2.4.8	Resultados de Pesquisas Internacionais.....	30
3	<b>ESTUDO DE CASO .....</b>	<b>32</b>
3.1	APRESENTAÇÃO DA EMPRESA ALFA.....	32
3.1.1	<b>Contextualização da empresa Alfa .....</b>	<b>32</b>
3.1.2	<b>Serviços Prestados .....</b>	<b>32</b>
3.1.3	<b>Clientes .....</b>	<b>33</b>
3.2	PRODECIMENTO DE CONCESSÃO DE CRÉDITO .....	33
3.2.1	<b>Cadastro/ Contrato.....</b>	<b>33</b>
3.2.2	<b>Operações.....</b>	<b>34</b>
3.3	SELEÇÃO DA AMOSTRA .....	34
3.3.1	<b>Critérios para seleção da amostra.....</b>	<b>34</b>
3.3.2	<b>Período das realizações das entrevistas .....</b>	<b>35</b>
3.3.3	<b>Roteiro das entrevistas.....</b>	<b>35</b>
3.3.4	<b>Empresas entrevistadas .....</b>	<b>36</b>
3.4	ANÁLISE DAS ENTREVISTAS .....	37
3.4.1	<b>A Lucratividade dos clientes.....</b>	<b>37</b>
3.4.2	<b>Equilíbrio financeiro nos fluxos de pagamento e recebimento .....</b>	<b>38</b>
3.4.3	<b>Restrições cadastrais .....</b>	<b>41</b>
3.4.4	<b><i>Factoring</i> x Benefícios.....</b>	<b>43</b>
3.4.5	<b>A busca pelo <i>factoring</i>.....</b>	<b>44</b>
3.4.6	<b>Volume de créditos negociados .....</b>	<b>46</b>
3.4.7	<b>Recebíveis negociados.....</b>	<b>48</b>
4	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>50</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>52</b>
	<b>ANEXO A.....</b>	<b>57</b>
	<b>ANEXO B.....</b>	<b>60</b>
	<b>ANEXO C.....</b>	<b>68</b>

**ANEXO D .....69**

**ANEXO E .....70**

**ANEXO F .....71**

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO

Com a necessidade e dificuldade das pequenas e médias empresas na obtenção de recursos financeiros, constituídas muitas vezes por pessoas sem condições de alocar os recursos necessários ao giro dos negócios e devido à política monetária adotada pelo governo, o *factoring* ou fomento mercantil tem um papel fundamental como agente de fomento mercantil para desenvolvimento destas empresas.

Para Lucca (1986 p 10.):

[...] especialmente nos países pobres, como é o caso do Brasil onde o crédito disponível não é suficiente para as necessidades existentes, a seletividade aumenta ainda mais, e a consequência óbvia é a de que os recursos bancários são, a par do direcionamento determinado pelas autoridades monetárias, destinados fundamentalmente às empresas multinacionais e às estatais, pouco sobrando, na verdade, para a pequena e média empresa.

O segmento de *factoring* movimenta 1,3 trilhões de euros em todo o mundo. No Brasil, o setor presta atendimento a 141 mil empresas-clientes e fomenta 2,2 milhões de empregos diretos e indiretos. Já está sendo possível mensurar um progresso no setor. Sem dúvida, há uma maior padronização operacional e, principalmente, uma melhoria na imagem do segmento perante a sociedade. (SINFAC RS, 2011.)

O setor de *factoring* é muito seletivo, e ainda pouco difundido, até mesmo na faculdade, existe dificuldade dos profissionais entenderem o segmento. É muito comparado com a agiotagem, em razão dos agiotas utilizarem do *factoring* em práticas ilícitas.

“É um setor que tem muito a crescer e a maioria do mercado financeiro é composto por pequenas e médias empresas, que mantêm seu capital de giro, graças ao trabalho fornecido pelas empresas de *factoring*.” A declaração é da colaboradora da G Seis Fomento Comercial, de Porto Alegre, Rochelle Guaragni. (SINFAC RS, 2013.)

A alavancagem das micros e pequenas empresas é, sem dúvida, a mais importante atuação das *factorings*. Para quem desejar ingressar no mundo do *factoring*, ele é fascinante, demanda conhecimento técnico, experiência para conduzir a negociação, paciência, desenvolvimento e *feeling*, sem contar que se conhece a economia e sua base (SINFAC RS, 2013).

Tendo em vista a dificuldade de acesso ao crédito imposta pelas instituições financeiras e a distância de relação entre as partes, este estudo busca mostrar que as empresas de fomento mercantil, denominadas *factoring* podem ser uma alternativa viável para suprir as necessidades das empresas, principalmente micro e pequenas empresas.

A justificativa ao tema sobre o ponto de vista profissional é mostrar a importância da atividade de *factoring* em prol do desenvolvimento socioeconômico das pequenas e médias empresas, estas que são fundamentais para promover o crescimento econômico, criar empregos, gerar renda e melhorar as condições de vida. Contribuindo para a profissionalização das empresas de fomento mercantil, resultando em melhor desempenho.

O fechamento precoce é um dos problemas enfrentados pelas micro e pequenas empresas. Entre as principais causas do fracasso das empresas destacam-se a falta de capital de giro, problemas financeiros e falta de conhecimentos gerenciais. O difícil acesso ao financiamento é, ainda, um dos principais obstáculos para a criação, desenvolvimento e sobrevivência das pequenas e médias empresas.

Neste cenário, as empresas de fomento mercantil, têm assumido um papel de grande importância no mercado brasileiro. Através da compra de títulos, estas empresas têm sido responsáveis pelo provimento de recursos financeiros para o capital de giro de muitas empresas, além de auxiliar seus clientes na administração dos seus recursos financeiros.

Esclarecer e prevenir as empresas-clientes que existem empresas que utilizam a roupagem de *factoring* e se dedicam a prática de agiotagem, não trabalhando de forma correta, extorquem sua clientela, não pagam impostos e se tornam uma concorrência desleal no mercado.

Entretanto, ainda não existem muitos trabalhos, bibliografias e estudos sobre o setor do *factoring*, mesmo não sendo uma atividade nova no Brasil, é muitas vezes caracterizado pela experiência profissional dos agentes das empresas de *factoring*.

A ausência de estudos e trabalhos sobre o setor faz com que haja uma falta de aplicação das teorias de crédito e risco nas empresas.

Sob o ponto de vista acadêmico este trabalho vai ser útil para que acadêmicos tenham como fonte de pesquisa, adquirindo maior conhecimento do setor de *factoring*.

Este trabalho visa suprir estas necessidades do mercado brasileiro, iluminando o entendimento do mercado de fomento mercantil para as empresas que operam neste setor.

## 1.2 TEMA E PROBLEMA DE PESQUISA

A contabilidade por si só é um sistema de informação voltado para o patrimônio das entidades e busca prover seus usuários com informações úteis, (PADOVEZE, 2000). Essa é a função da contabilidade e persiste desde sua existência. Por meio da contabilidade é possível conhecer toda a estrutura econômica e financeira da entidade. Aplica-se a contabilidade a toda hora, tanto pessoal (controlar seus bens e gastos), quanto profissionalmente (pelos comércios, indústrias e prestação de serviços).

No ramo da contabilidade existe a contabilidade gerencial destinada aos usuários internos da organização, principalmente gestores, sendo fonte geradora de informação para a tomada de decisões. A contabilidade gerencial tenta, ao mesmo tempo, ser abrangente e concisa, ajustando-se constantemente para se adaptar às mudanças tecnológicas, às necessidades dos gestores e às novas abordagens das outras áreas funcionais dos negócios. (Louderback, Holmen, Dominiak, 2000).

Segundo Ludícibus (1987 p 15.):

[...] a contabilidade gerencial pode ser caracterizada, superficialmente, comum enfoque especial conferido a várias técnicas e procedimentos contábeis já conhecidos e tratados na contabilidade financeira, na contabilidade de custos, na análise financeira e de balanços etc., colocados numa forma perspectiva diferente, num grau de detalhe mais analítico ou numa forma de apresentação e classificação diferenciada, de maneira a auxiliar os gerentes das entidades em seu processo decisório.

Nas empresas, além de uma contabilidade gerencial bem aplicada, identifica-se principalmente nas pequenas e médias empresas uma deficiência de

capital de giro para dar continuidade na gestão da empresa. A necessidade de ter capital torna-se importante quando há um aumento no volume de vendas e a empresa não dispõem de recursos financeiros para dar suporte.

Silva (2002, p.35) “o capital de giro representa recursos demandados por uma empresa para financiar suas necessidades operacionais, que vão desde a aquisição de matérias-primas até o recebimento pelo produto acabado”. Existem vários conceitos para capital de giro, de modo geral é a gestão de recursos próprios ou de terceiros das atividades diárias e gestão de uma empresa.

A falta de capital de giro faz com que o gestor procure fontes de financiamento em linhas de créditos específicas, já que a gestão do capital refere-se à capacidade da empresa em saldar seus compromissos.

Para Cherobim (2008), a estrutura de capital reflete a decisão de financiamento a ser tomada:

A estrutura de capital está diretamente relacionada às fontes de financiamento da empresa, que se dividem em dois grandes grupos: o capital próprio, representado pelos recursos que os acionistas aplicaram na empresa, e o capital de terceiros, que são constituídos por diferentes formas de endividamento a longo prazo. (CHEROBIM, 2008, p.41).

De acordo com Lemes Júnior, et al, (2010) o crédito comercial é decorrente de negociações entre a empresa e seus fornecedores. O crédito bancário é representado pelas operações de empréstimo e pode ser feito por bancos comerciais. Existem também empresas de *factoring*, que são capazes de suprir recursos em curto prazo, mas não são consideradas instituições financeiras.

Para Matias (2007), entre as principais fontes de financiamentos tem-se a *factoring*, são operações em que as empresas transferem às empresas de *factoring* os créditos de vendas a prazo e cedem os direitos dos títulos.

Para Leite (2001, p. 30), “*Factoring* é uma atividade comercial mista atípica = serviços + compra de créditos (direitos rescisórios) resultantes de vendas mercantis”.

Ainda segundo o mesmo autor, “*Factoring* é fomento mercantil, porque expande os ativos de suas empresas-clientes, aumenta-lhes as vendas, elimina seu endividamento e transforma as suas vendas a prazo em vendas a vista”.

Desta forma, o *factoring* é uma alternativa ao segmento das pequenas e médias empresas, é simplificado nas providências de conseguir capital de giro e uma perspectiva de ajuda nos momentos de apuro.

O motivo pela escolha deste tema está ligado à curiosidade pela qual os proprietários das empresas se direcionam até uma *factoring*. Como a autora trabalha nesse ramo, a motivação partiu com o apoio do contador e dos sócios da empresa para identificar o perfil das empresas que buscam este segmento.

Existem hoje no mercado de São Marcos, no RS, várias empresas de concessão de crédito, porém nem todos sabem a diferença de instituição financeira e uma *factoring*. Em função disso, busca-se descobrir se essas empresas optam por esse serviço devido o crédito mais facilitado, se pelo atendimento mais personalizado, ou se possuem alguma restrição que não permita outra linha de crédito.

Com base na escolha do tema de pesquisa proposto, a questão de pesquisa para estudo é: Quais as características das empresas que buscam recursos na *factoring* Alfa Ltda?

### 1.3 HIPÓTESES OU PROPOSIÇÕES

De acordo com a vivência da autora neste ramo de atividade, acredita-se que o perfil de empresa que mais busca recursos em *factoring*, são indústrias de pequeno e médio porte, que encontram dificuldade em manter seu negócio.

Além disso, é possível que os que buscam o segmento misturam o patrimônio dos sócios com a pessoa física, ferindo o princípio da entidade. Segundo esse princípio, o patrimônio da empresa (entidade) não se confunde com os dos seus sócios ou proprietários.

### 1.4 OBJETIVOS

#### 1.4.1 Objetivo geral

Determinar as características das empresas que buscam recursos na *factoring* Alfa Ltda.



### 1.4.2 Objetivos específicos

- Apresentar o que já existe na literatura sobre *Factoring* do Brasil.
- Conceituar *factoring* e instituições financeiras, para desmistificar a comparação ocorrida entre as áreas.
- Realizar pesquisa junto as empresas-clientes, destacar qual ramo de atividade utiliza-se desse recurso.
- Relacionar quais vantagens e desvantagens o *factoring* gera nas empresas.
- Demonstrar o volume de negócios das empresas entrevistadas.
- Identificar os motivos que as empresas tiveram para procurar o serviço de *factoring*.
- Avaliar resultado as respostas das entrevistas.

## 1.5 METODOLOGIA

Quanto aos procedimentos técnicos, este trabalho é considerado um estudo de caso. Para Gil (2002), o estudo de caso é uma modalidade de pesquisa, refere-se no estudo de determinado objeto ou mais que um, de modo que permita seu completo e detalhado conhecimento.

Yin (2001), ressalva que apesar de o Estudo de Caso parecer, para muitos, uma pesquisa fácil, ela é extremamente complicada, daí a necessidade da identificação das condições da investigação e do preparo do pesquisador. O Estudo de Caso é uma situação única em que se lida com inúmeras variáveis de interesse e não apenas com pontos de dados, por isso deve seguir um conjunto de procedimentos pré-especificados.

Ainda quanto os procedimentos técnicos, serão realizados uma pesquisa documental. Segundo Gil (2002) a pesquisa documental é muito parecida com a pesquisa bibliográfica. A diferença está na natureza das fontes, a pesquisa documental é realizada em materiais que podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa.

Para Mascarenhas (2012), como exemplo de pesquisa documental é a comparação do número de casos de dengue na cidade de São Paulo na década de

1980 com números das décadas de 1999 e 2000. O pesquisador visita a Secretária de Saúde para buscar dados a respeito desse assunto em documentos oficiais. Essas fontes não são estudos científicos, mas documentos que registram informações sobre o tema pesquisado.

Nesse tipo de pesquisa, os documentos são classificados em dois tipos: fontes de primeira mão e fontes de segunda mão. Documentos de primeira mão são: documentos oficiais, reportagens de jornal, cartas, contratos, diários, filmes etc. Os documentos de segunda mão são os que de alguma forma já foram analisados, como: relatórios de pesquisa, relatórios de empresas, tabelas estatísticas, entre outros. (GIL, 2002).

Quanto aos objetivos esse trabalho é considerado uma pesquisa descritiva. Na concepção de Gil (2002), a pesquisa descritiva tem como principal objetivo a descrição das características de determinada população ou fenômeno. Uma característica mais significativa está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, como o questionário e a observação sistemática. Habitualmente a pesquisa descritiva é solicitada por empresas comerciais (verificar a aceitação de uma marca nova, um produto ou embalagem), institutos pedagógicos (medir o nível de escolaridade), partidos políticos (preferências eleitorais) etc. (ANDRADE, 2010).

Em relação aos objetivos esse trabalho também será uma pesquisa explicativa. Gil (2002) ressalta que as pesquisas explicativas visam identificar os fatores que determinam ou contribuem para ocorrência dos fenômenos, pois explica à razão e o porquê das coisas, esse é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade. Pode-se dizer que o conhecimento científico está combinado com os resultados oferecidos pelos estudos explicativos.

Segundo Andrade (2010) a pesquisa explicativa é o tipo mais complexo de pesquisa, procurando razão para o “por que” das coisas, por isso a pesquisa explicativa é mais sujeita a cometer erros. Nas Ciências Sociais a maioria das pesquisas explicativas utiliza o método experimental.

Quanto à forma de abordagem do problema, trata-se de uma pesquisa quantitativa. A pesquisa quantitativa baseia-se na quantificação para coletar e posteriormente tratar os dados obtidos. Nesse tipo de pesquisa, é essencial o uso de técnicas estatísticas, como porcentagens, médias e desvio padrão, tornando o estudo imparcial. A confiabilidade e a capacidade de generalização também são pontos importantes da pesquisa quantitativa. Estudos baseados em dados

quantitativos têm a intenção de garantir a precisão dos resultados, para que o pesquisador tire conclusões seguras. (MASCARENHAS, 2012).

Richardson (1999) define o método quantitativo como próprio caracterizado pelo emprego da quantificação nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas, com técnicas estatísticas, média, desvio-padrão etc.

Ainda quanto à abordagem do problema, trata-se de uma pesquisa qualitativa. Mascarenhas (2012) refere-se à pesquisa qualitativa para descrever o objeto de estudo com maior profundidade. As principais características da pesquisa qualitativa são: os dados são levantados e analisados ao mesmo tempo; a influência do pesquisador sobre a pesquisa é considerada fundamental. A pesquisa qualitativa não é formada por etapas engessadas com as da quantitativa, o pesquisador fica à vontade para desenvolver o estudo da forma que julgar mais adequada.

O método qualitativo se diferencia do quantitativo por não medir ou numerar unidades, não utiliza técnicas estatísticas. A pesquisa qualitativa tenta apresentar a compreensão detalhada dos significados e características apresentadas pelos entrevistados, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos. (RICHARDSON, 1999).

Para realizar o que foi proposto nos objetivos, foi feita a revisão bibliográfica a respeito do tema *factoring*, na concessão de crédito. Além disso, foram desenvolvidas junto às empresas-clientes da *factoring* Alfa, entrevistas informais gravadas ou por telefone com o propósito de conhecer a estrutura de funcionamento, evidenciando o motivo que levaram as empresas a buscarem recursos em *factoring*, entre outros.

Além das entrevistas, foram feitas consultas nos relatórios da *factoring* Alfa para identificar percentual de inadimplência e limites de crédito. As respostas foram transcritas para o trabalho, associado às considerações que a autora julgar importante. Por fim, serão apresentadas considerações sobre os dados e confirmação dos dados coletados nas entrevistas.

## 1.6 ESTRUTURA DO ESTUDO

No primeiro capítulo é apresentada uma contextualização, o tema e o problema estudados, bem como os objetivos geral e específicos, a questão de

pesquisa e a metodologia.

No segundo capítulo é apresentada a fundamentação teórica que dá base ao trabalho, tópicos como a contabilidade, a contabilidade gerencial e financeira, as fontes de financiamento e em relevância o mercado do *factoring*, especificadamente origens, concepção, relação com bancos e a agiotagem, estatísticas, vantagens e desvantagens, e o perfil do cliente.

No terceiro capítulo é apresentado o estudo de caso, remetendo a uma contextualização da empresa a ser estudada, procedimentos para a concessão de crédito, como o cadastro, operações, o sistema utilizado e o fator. Ao final são apresentados os dados coletados na empresa estudada e as entrevistas.

No quarto capítulo é apresentada a conclusão onde pretende-se chegar ao objetivo principal da pesquisa, ou seja, levantar quais as principais características das empresas que buscam recursos em *factoring*, seguidos das referências e anexos.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 CONTABILIDADE

#### 2.1.1 Conceitos

Müller (2007) conceitua a contabilidade como a ciência que estuda o desenvolvimento do patrimônio de uma pessoa, seus trabalhos e reflexos, sua evolução, sua gerência e seu futuro.

Para Àvila (2011, p.27):

Contabilidade é a ciência que se ocupa do registro, por meio de técnicas próprias, dos atos e fatos da administração das entidades econômico-financeiras, que possam ser expressos monetariamente, possibilitando o controle, o estudo e a interpretação das variações do patrimônio da empresa, bem como fornecendo informações a todos os usuários interessados.

Marion (1998), por sua vez, afirma que o principal instrumento da contabilidade é fornecer o máximo de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora da empresa.

Luz (2011, p. 21), conceitua “A contabilidade é uma ciência que capta, registra, resume, analisa e interpreta todos os fatos ocorridos em um determinado período, que afetem o patrimônio e o desempenho (resultado) de uma entidade”.

#### 2.1.2 Objetivos

O objetivo da contabilidade é o estudo visando o controle do patrimônio e do resultado das entidades, sejam elas de fins lucrativos ou não. Sendo assim, o patrimônio é o objetivo da contabilidade (LUZ, 2011).

Segundo Müller (2012), a contabilidade tem como objetivo registrar, informar, analisar e interpretar situações que afetam a situação patrimonial de uma pessoa. A palavra “pessoa” da qual o autor se refere pode ser física ou jurídica.

De acordo com Marion e Ludícibus (2002), o objetivo da contabilidade é fornecer informação estruturada de natureza econômica, financeira e física, de produtividade e social, a todos os usuários internos e externos da entidade.

Esse objetivo é explicitado também pela Deliberação CVM nº29:

A Contabilidade é, objetivamente, um sistema de informação e avaliação destinado a prover seus usuários com demonstrações e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, com relação à entidade objeto de contabilização.

### 2.1.3 Usuários das informações contábeis

Para Ribeiro (2013, p.4):

Compreendem todas as pessoas físicas ou jurídicas que, direta ou indiretamente, tenham interesse na avaliação da situação e do desenvolvimento da entidade, como titulares (empresas individuais), sócios ou acionistas (empresas societárias), administradores, governo (físico), fornecedores, clientes, investidores que atuam no mercado de capitais, bancos etc.

Segundo Greco e Arend (2011), inúmeras são as pessoas que utilizam as informações contábeis, de acordo com seus interesses. A autora sintetiza os usuários e seus interesses.

Quadro 1: Usuários e interesses das informações contábeis

Usuários	Interesses
Sócios, Acionistas e Investidores	São pessoas interessadas, preliminarmente, na rentabilidade e segurança de seus investidores.
Emprestadores de Dinheiro (Bancos, Financeiras etc.)	Os emprestadores de dinheiro desejam, basicamente, as mesmas informações que os sócios e acionistas, mas a análise das informações é mais distanciada e aprofundada.
Administradores, Diretores e Executivos	Seus interesses atingem o grau mais profundo de análise e frequência, porque esses usuários são responsáveis pelas tomadas de decisões que visam, principalmente, ao futuro da empresa.
Governo e Economistas	É com base em informações contábeis, em parte, que o Governo traça a política tributária.
Pessoas Físicas	O controle das receitas (rendimentos) e despesas é indispensável para a declaração de ajuste anual do Imposto de Renda.

Fonte: Produção do autor, com base em Greco e Arend (2011).

Eckert (2011) define os usuários como externos e internos. Os usuários externos são aqueles que se utilizam das informações para fazer consultas ou verificações. Já os usuários internos são aqueles que estão dentro das empresas e

se utilizam das informações para auxiliar no processo de tomada de decisão.

## 2.2 CONTABILIDADE GERENCIAL E FINANCEIRA

### 2.2.1 Contabilidade Gerencial no Processo Decisório

O IFAC, *International Federation of Accountants* (1998)<sup>1</sup>, descreve a contabilidade gerencial como um processo de identificação, mensuração, análise, interpretação e comunicação de informações financeiras utilizadas para administrar o planejamento, avaliar e controlar as organizações auxiliando o uso apropriado dos recursos. (PADOVEZE, 2000).

A contabilidade gerencial sofre pressão em apresentar respostas mais ágeis e claras, devido à maior demanda na gestão. As informações da contabilidade gerencial são focadas a usuários internos, especificamente para os gestores responsáveis no processo decisório (AGUIAR; FREZATTI; GUERREIRO, 2006).

As informações da contabilidade gerencial ajudam na administração de operações diárias, a planejar o futuro desenvolvendo estratégias de negócios. São elaboradas em relatórios não tendo necessidade de serem preparados conforme os princípios contábeis, por ser útil somente para auxiliar a administração. Os relatórios gerenciais podem conter informações para a empresa ou para um segmento específico como departamentos, produtos, atividades e funções. (WARREN; REEVE; FES, 2001).

### 2.2.2 Contabilidade Financeira

Para Pizzolato (2000), a contabilidade financeira tem como principal objetivo oferecer informação destinada a usuários externos.

A contabilidade financeira tem como foco a geração de informações para acionistas, credores, investidores em geral, instituições governamentais e públicos em geral, usuários externos a organização.

As informações da contabilidade financeira são descritas em demonstrativos

---

<sup>1</sup> IFAC, *International Federation of Accountants*.

financeiros, que devem ser padronizados segundo regras comuns. A administração utiliza-se desses demonstrativos financeiros para controlar as situação de operações atuais e planejar operações futuras. (WARREN; REEVE; FES, 2001).

### 2.2.3 Comparação entre Contabilidade Gerencial e Financeira

Grzeszezeszyn (2005) ilustra um quadro comparativo entre a contabilidade gerencial e financeira.

Quadro 2: Comparação entre contabilidade financeira e gerencial

Aspectos	Contabilidade Financeira	Contabilidade Gerencial
Público-alvo	Externo: acionistas, credores, governo, legisladores dentre outros.	Interno: planejamento, direção, e motivação, controle e avaliação do desempenho.
Ênfase	Consequências financeiras do passado. Objetividade e consistência dos dados.	Decisões que afetam o futuro. Relevância e a flexibilidade dos dados.
Informação	Precisa objetiva.	Oportuna, objetiva e subjetiva.
Relatórios	Resumidos e com informações sobre a entidade como um todo.	Detalhados sobre setores, departamentos, produtos, clientes fornecedores, dentre outros.
Princípios de contabilidade geralmente aceitos	São observados.	Podem ser observados.
Obrigatoriedade	É obrigatória.	Não é obrigatória.
Orientação	Eventos passados.	Eventos futuros.
Implicações comportamentais	Preocupada com forma pela qual se devem medir e comunicar eventos econômicos.	Preocupada com a forma pela qual os relatórios e as medidas influenciarão o comportamento dos gerentes.

Fonte: Produção autor com base em Grzeszezeszyn (2005).

## 2.3 FONTES DE FINANCIAMENTO

### 2.3.1 Contextualização Capital de Giro

Segundo Braga (1995), a tomada de decisões é um processo contínuo, para a preservação da liquidez da empresa, soluções inadequadas da gestão de capital podem tornar a empresa insolvente, ou ainda prejudicar a rentabilidade da mesma.



### **2.3.2 Administração do Capital de Giro**

A administração do capital de giro diz respeito à administração das contas dos elementos de giro, dos ativos e passivos (circulantes) e às inter-relações entre eles. É estudado o nível adequado de estoques que a empresa deve manter investimentos em créditos com clientes, critérios para o gerenciamento do caixa e a estrutura do passivo, de forma consistente com os objetivos listados pela empresa e tendo por base a manutenção de determinado nível de rentabilidade e liquidez. (ASSAF NETO; SILVA, 2002).

De acordo com Küster (2005) administração inadequada do capital de giro resulta geralmente em sérios problemas financeiros, contribuindo para a formação de uma situação de insolvência.

### **2.3.3 Conceito de Capital de Giro**

Para Assaf Neto e Silva (2002, p. 14) “[...] o termo giro refere-se aos recursos correntes (curto prazo) da empresa, geralmente identificados como aqueles capazes de serem convertidos em caixa no máximo de um ano”.

Capital de giro é representado pelo montante de recursos necessários para a manutenção do ciclo financeiro. Entende-se como ciclo financeiro toda a transação que é feita desde o disponível de caixa para a compra de matérias para estoques, venda para clientes resultando em duplicatas a receber, compra de fornecedores resultando em duplicatas a pagar, reiniciando o ciclo. (MATIAS, 2007).

Assim segundo Matias (2007), o capital de Giro refere-se aos recursos financeiros, próprios ou de terceiros, necessários para sustentar as atividades operacionais, no dia-a-dia.

Para Küster (2005, p. 44), “O capital de giro é compreendido com os recursos que servem para financiar as atividades da empresa de forma cíclica, pois estará girando pelas contas do balanço da empresa por tempo indefinido”.

### **2.3.4 Fontes de Financiamento**

As fontes de financiamento são representadas por todas as obrigações de curto prazo de uma empresa, mais recursos de longo prazo, terceiros e próprios.

(MATIAS, 2007).

De acordo com Machado (2002), as fontes de financiamento de curto prazo podem ser divididas em: fontes internas e fontes externas de financiamento. As fontes externas são constituídas de operações financeiras disponíveis para suprir as necessidades operacionais da empresa, formadas pelas instituições financeiras através do mercado de crédito. Machado (2002) elenca umas principais fontes de financiamento externas utilizada pelas empresas como: empréstimos bancários em conta corrente, desconto de duplicatas, *hot money*, *factoring*, etc.

No Brasil as empresas de *factoring* tiveram um crescimento como fonte de financiamento externo para pequenas e médias empresas, devido à dificuldade enfrentada em obterem recursos em outras fontes. (SOUZA; WIENHAGE; TOLEDO FILHO, 2010).

## 2.4 O MERCADO DE *FACTORING*

### 2.4.1 Origens Históricas do *Factoring*

A evolução histórica do fomento mercantil nos remete há bastantes anos. Nos primórdios da História do Ocidente, Hamurabi, fez gravar fórmulas de gestão comercial e normas que regulamentavam os procedimentos do comércio daquela época. O comércio era baseado nas trocas de mercadorias, conhecido como escambo. Surge a figura do *factor*, que era representado por um comerciante bastante conhecedor do comércio local; denominado consultor de negócios. Os *factors*, por possuírem profundo conhecimento do mercado e da tradição dos comerciantes locais, intermediavam as trocas comerciais, desempenhando papéis de extrema importância, diminuindo os riscos das operações no comércio (LEITE, 2004).

Ainda na visão de Leite, os pesquisadores buscaram no “Código de Hamurabi” as origens históricas dos bancos e de outras atividades relacionadas com o crédito, como o *factoring*.

Leite (2004) *factoring* cuja etimologia vem do radical latim “factor”, recebe no Brasil diversas denominações, como ‘fomento comercial’, ‘fomento mercantil’ ou ainda ‘faturização’, que significa expansão e desenvolvimento dos negócios no

mercado.

Na Europa nos séculos XIV e XV, o *factor*, era agente mercantil, representava os exportadores nas colônias, vendia a terceiros e cobrava como pagamento uma comissão. (SILVA, 2002).

O *factoring* no Brasil surgiu na década e 80, mais precisamente em 11 de fevereiro de 1982, com a fundação da Associação de Fomento Mercantil – *Factoring* (ANFAC); que para Leite (2004) é uma entidade representativa do setor de fomento com a finalidade de reunir as empresas de fomento mercantil e divulgar os objetivos e vantagens do *factoring* para o mercado alvo: as pequenas e médias empresas.

Dada a falta de conhecimento e enquadramento da atividade de *factoring* no Brasil, no início foi confundida com agiotagem. Hoje é considerado um grande mecanismo de apoio às pequenas e médias empresas que buscam sobrevivência no mercado paralelo. (DONINI, 2004).

#### **2.4.2 Concepção de *Factoring***

Pode-se afirmar que o sentido do *factoring* está defronte de uma relação jurídica entre duas empresas, uma delas vende à outra um título de crédito, recebendo, como contraprestação, o valor do título, descontado a remuneração pela transação. (RIZZARDO, 1997).

Leite (2004) conceitua o *factoring* como uma atividade comercial mista que envolve uma contínua prestação de serviços, associada com a compra de créditos oriundos das empresas-clientes, resultantes de suas vendas mercantis ou prestação de serviços, ocorridas a prazo.

Para o SEBRAE (2013), a palavra *factoring* não encontra tradução no português, mas conceituam *factoring* como uma atividade de fomento comercial, desenvolvida por empresas independentes e autônomas. As empresas de *factoring* se inserem na concorrência empresarial, sendo reguladas pelas leis de mercado.

Outro conceito interessante sobre *factoring* é ilustrado pela ANFAC (2013), atividade que consiste na prestação de serviços, de apoio às micros e pequenas empresas, conjugada com a compra de direitos creditórios originados de vendas mercantis realizadas por sua clientela.

### 2.4.3 Relação *Factoring* x Bancos x Agiotagem

A atividade de *factoring* normalmente é confundida com outros institutos, como por exemplo, as instituições financeiras (bancos) e a prática da agiotagem. Essa semelhança está na relação da atividade financeira que estes institutos exercem, e como resultados fornecem capital financeiro às empresas que buscam o serviço.

Donini (2004) esclarece, por se tratarem de operações econômicas para satisfazer necessidades de financiamentos, ocorre uma confusão desses institutos com o *factoring* por terem esse ponto em comum.

Segundo Batista (2012), a empresa de *factoring* atua como parceira das pequenas e médias empresas, dispendo de uma série de serviços de gestão empresarial conjugados com o capital de giro, permitindo a estas, dedicar-se as atividades de produção e vendas de seus produtos. Enquanto os bancos representam intermediadores financeiros, sendo regulamentado por lei, diferente da prática de agiotagem.

Ainda segundo Batista (2012) desconto bancário é um tipo de serviço oferecido pelos bancos, é confundido com o serviço de *factoring*, devido à semelhança. Porém, a diferença está na captação de recursos, no desconto bancário a instituição financeira capta recursos de terceiros para efetuar a compra dos créditos, enquanto que no fomento mercantil a empresa de *factoring* não capta recursos de terceiros.

De acordo com Leite (2004), o quadro 2 diferencia a relação entre bancos e *factoring*:

Quadro 3: Diferenças entre bancos e *factoring*

<b>Banco</b>	<b><i>Factoring</i></b>
Capta recursos de terceiros.	Não capta recursos de terceiros.
Empresta dinheiro.	Não faz empréstimos; presta serviços e compra créditos.
Remuneração através de cobrança de juros.	E remunerada através de preço ajustado com o cliente.
<i>Spread</i> - diferença entre o custo de captação e o de empréstimo do dinheiro coletado no mercado.	Fator- precificação da compra de crédito, onde são ponderados os custos operacionais, de oportunidade, os tributos e expectativa de lucro e de risco.
Instituição financeira autorizada pelo BACEN	Não é instituição financeira. Atividade comercial mista atípica, regida pelo instituto do direito mercantil.

Fonte: Produção da autora com base em Leite, (2004).

Este quadro permitiu diferenciar as atividades desenvolvidas pelas instituições financeiras das empresas de *factoring*, mostra também que as atividades de ambos são específicas, diferenciadas e não competitivas, são atividades que se completam no cenário econômico. (ARRIERO, 1999).

Conforme Nascimento (2012), a agiotagem é a prática de empréstimos de dinheiro a juros exorbitantes, ultrapassam o limite previsto na legislação e sem as devidas autorizações legais para esse fim. A pessoa que empresta dinheiro é chamada de agiota e seu intuito é a obtenção de lucros exagerados.

Portanto, pode-se dizer que as empresas de *factoring*, os bancos e a agiotagem realizam atividades distintas, não cabendo comparações. (BATISTA, 2012).

#### **2.4.4 Estatísticas do *Factoring* no Brasil**

Para o presidente da Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil, Luiz Lemos Leite, “O mercado continua demandando o serviço das empresas *factoring*, apesar do cenário macroeconômico incerto e do momento de uma necessária prudência por parte de todos os setores da economia”. (SINFAC-RJ, 2013).

Dados disponíveis pela ANFAC informam o valor do giro de carteira das empresas de fomento no final de 2012 atingiu R\$ 100 bilhões, crescimento de 25% em comparação com 2010. As empresas de *factoring* possuem uma base composta por 151 mil pequenas e médias empresas, que enfrentam dificuldades de recursos de capital de giro nos negócios. Em 2010, o número de clientes foi de 141 mil, segundo a associação. (SINFA-RJ, 2013).

#### **2.4.5 Vantagens do *Factoring***

De acordo com o SEBRAE-PA (2013), a atividade do fomento apresenta vantagens diretas e indiretas para as micros e pequenas empresas sendo estas seguintes:

Vantagens diretas:

- Pagamento à vista, de vendas realizadas a prazo, pelo empresário;
- Garantia de pagamento de créditos comerciais;
- Ampliação do capital de giro das empresas;
- Redução do endividamento das empresas, proveniente de clientes inadimplentes;
- Acesso seguro às exportações;
- Capitalização da empresa;

Vantagens Indiretas:

- Aprimoramento de estruturas financeiras-simplificação contábil e redução de custos fixos nas vendas a prazo, eliminando esforços de cobrança de crédito;
- Reorganização interna dos setores administrativos e contábil, com redução de custos internos;
- Maior confiança de expansão nas vendas das empresas;
- Otimização da capacidade gerencial em termos de compras e vendas;
- Abertura de novos mercados- maior liberdade para o empresário se dedicar a sua atividade produtiva;
- Maior estabilidade empresarial;

#### **2.4.6 Desvantagens do *Factoring***

Arriero (1999) descreve que uma das desvantagens da operação de *factoring* é o fato da operação ser mais cara em relação às instituições financeiras e nem sempre é conveniente para a empresa. Para Rizzardo (1997), o custo das operações pode acarretar níveis não competitivos, obrigando o comerciante diminuir a margem de lucro ou aumentar os custos, tornando o produto mais caro no mercado. Além de que se não for muito bem controlado o uso do *factoring*, pode levar as empresas que as utilizam a falência.

A falta de profissionais competentes e empresas não filiadas a ANFAC são outros fatores prejudiciais aos usuários das operações. Por isso o empresário antes de contratar os serviços deve fazer uma pesquisa neste segmento. (ARRIERO, 1999).

Segundo Cucu (2013), as pequenas e médias empresas muitas vezes não utilizam os serviços de *factoring* por não terem conhecimento de como se trata essa prestação de serviço. Além disso, as empresas que procuram esse segmento muitas vezes desistem de operar por se darem conta que o risco da operação também é seu, através do reembolso caso seus clientes não cumprirem a promessa de pagamento, enquanto que com o banco não assumem os riscos do negócio.

#### **2.4.7 Perfil do Cliente do *Factoring***

O *factoring* tem como função a prestação de serviços, estabelecendo uma relação de apoio e assistência para o segmento da economia que não tem acesso as fontes normais de crédito. (LEITE, 2001).

Segundo Leite (2001), todas as empresas tem necessidade de recursos, especialmente as pequenas e médias empresas. Essas empresas não possuem uma boa estrutura administrativa para suportar as frequentes mudanças do sistema econômico. Em geral as pequenas e médias empresas são formadas por pessoas sem capacidade financeira de destinar os recursos ao giro dos negócios, embora sejam capazes de produzir e organizar sua empresa. Necessitam principalmente de uma base na área administrativa e gerencial para produzir e vender seus produtos a preços competitivos no mercado.

As indústrias de pequeno e médio porte são os principais clientes do *factoring*, se encaixando nos verdadeiros objetivos do *factoring*: “expandir os ativos dessas empresas, aumentando as vendas, criando todas as condições indispensáveis ao seu efetivo e almejando crescimento e eliminando seu endividamento” (LEITE, 2001, p.293).

A parceria *factoring*-cliente tem só a render resultados positivos em favor da empresa. Sendo esse o esperado de uma parceria especializada em serviços de acordo com as necessidades dos clientes.

#### **2.4.8 Resultados de Pesquisas Internacionais**

Soufani (2001) trata em seu artigo o aumento de fornecedores de serviços de *factoring* para empresas de pequeno porte no Reino Unido. O crescimento de clientes (empresas) que utilizam os serviços de *factoring*, tendo como resultado uma

melhoria no seu capital, aumento de dinheiro e eventualmente uma contribuição no desenvolvimento de suas empresas. Salienta que nem todos os segmentos são favorecidos com a utilização do serviço de *factoring*. O autor, procura esclarecer o que é *factoring* e desconto de fatura, um importante negócio que merece maior atenção e investigação por parte de acadêmicos e formuladores das políticas econômicas no Reino Unido.

Para Klapper (2006), *factoring* está exclusivamente relacionado com as contas a receber e contas a receber de fornecedores, não fazendo parte do patrimônio de uma empresa falida. Com isso, o *factoring* permite que um fornecedor de alto risco possa transferir o risco do crédito para os compradores. Resultados de testes empíricos mostram a importância do desenvolvimento econômico e provisão de crescimento de serviços de *factoring*.



### 3 ESTUDO DE CASO

#### 3.1 APRESENTAÇÃO DA EMPRESA ALFA

##### 3.1.1 Contextualização da empresa Alfa

A empresa de *factoring* Alfa está localizada na Rua Osvaldo Aranha, 1155 sala 01, no centro da cidade de São Marcos – RS, e foi fundada no ano de 2005, por dois sócios, um deles advogado atuando diretamente no negócio e o outro médico. A empresa opera com contabilidade terceirizada, sendo obrigatória a tributação pelo lucro real. É afiliada ao Sindicato do Fomento Mercantil do Rio Grande do Sul (SINFAC-RS).

A estrutura organizacional da empresa é pequena, possui dois colaboradores, um sócio ocupando a função de diretor geral, e um funcionário nas funções administrativas e operacionais. Além disso, possui parceiros semanalmente auxiliando nos ramos de consórcios e seguros.

##### 3.1.2 Serviços Prestados

A principal atividade da *factoring* Alfa hoje é o fomento mercantil, subsidiando capital de giro para as micro e pequenas empresas suprirem suas necessidades financeiras do cotidiano. Além dessa atividade a empresa também atua no ramo de seguros e recentemente atua no ramo de consórcios.

O objetivo da empresa de *factoring* é a prestação de serviços de:

- Acompanhamento e avaliação de contas a receber ou a pagar das empresas- clientes;
- Seleção e avaliação de riscos das empresas-clientes e dos seus sacados-devedores;
- Seleção de fornecedores na aquisição de matéria-prima insumos e produtos acabados para empresas-clientes;

O principal serviço é a compra, à vista, total ou parcial de direitos resultantes de vendas mercantis ou de prestação de serviços realizadas a prazo por suas empresas-clientes. Além de outros serviços que se fizerem necessários nas áreas:

Assessoria Organizacional, Produção, Custos, Marketing. Nesses casos, para cada serviço específico é indicado um profissional especializado e competente para assumir as responsabilidades.

### **3.1.3 Clientes**

Atualmente a *factoring* Alfa tem uma carteira de, aproximadamente 70 clientes, dentre quais 25 são ativos, sendo composto por 60% no setor industrial, 25% no setor do comércio e 15% no setor de prestação de serviços e outros. A clientela está distribuída principalmente na cidade de São Marcos, operando também com dois clientes de Vacaria e um em Caxias do Sul, ambos no RS.

## **3.2 PRODECIMENTO DE CONCESSÃO DE CRÉDITO**

### **3.2.1 Cadastro/ Contrato**

Os procedimentos de concessão de crédito não estão descritos na literatura, cada empresa de *factoring* avalia de diferentes formas cada empresa-cliente. A *factoring* Alfa tem como primeiro passo o preenchimento de uma ficha cadastral (Anexo A) com os dados da empresa e sócios, e a solicitação de alguns documentos: cópia dos documentos dos sócios e procuradores, o contrato social, com as últimas alterações, cartão do CNPJ, último balanço e faturamentos anuais, relatório das demonstrações contábeis e cartão de assinaturas.

Com toda a documentação solicitada, são consultados os órgãos SPC e Serasa e firmado o Contrato de Fomento Mercantil - também denominado de “Contrato- Mãe” (Anexo B) - entre a empresa de *factoring* e seu cliente, para futuras negociações. Nele está descrito todas as normas e condições para a relação de negócios, sofrendo atualização anualmente. Após assinado o “contrato-mãe”, o cliente já pode operar com a *factoring*. No entanto, em cada operação o cliente assina um aditivo também chamado de borderô (Anexo C).

Esses relatórios auxiliam a empresa Alfa na tomada de decisões e no conhecimento da condição financeira de seus clientes, para tentar projetar o futuro com maior segurança e retorno do capital investido.

### 3.2.2 Operações

Para a realização das operações, a *factoring* Alfa utiliza um sistema informatizado chamado Difact, onde o cliente vai à empresa com um título de crédito para negociação com a duplicata endossada (Anexo D), junto com a cópia da nota fiscal e comprovante de entrega da mercadoria ou comprovante da transportadora. Para facilitar este processo, podem-se enviar os documentos por meio eletrônico. Para a negociação dessa duplicata, são feitas confirmações com o sacado (empresa devedora do título) via telefone e e-mail, solicitando uma confirmação por escrito de que realmente existe uma operação mercantil entre as duas partes ( Anexo E ).

Além disso, é levado em conta o limite estipulado a cada empresa-cliente e o histórico de pagamento do sacado se esse já for cliente, sendo assim, realizada consulta no órgão de crédito Serasa, e análise da disponibilidade de caixa da *factoring* naquele dia. A Alfa utiliza um prazo de no máximo de 90 dias para negociação dos direitos creditórios, devido à demanda o prazo gira em torno de 45 dias. A negociação de duplicatas e cheques junto à *factoring* tem a análise mais voltada ao sacado do que o cedente.

Tendo o aceite da empresa sacada, a realização da operação pode ser concluída. Para essa antecipação existe uma taxa de desconto chamado fator, quando acordado o valor, o cliente tem o valor pago em cheque nominal ou transferência bancária para a conta da empresa, ou para terceiros mediante autorização (Anexo F). O cliente deixa de ser proprietário do seu título de crédito a prazo e tem seu valor à vista disponível.

## 3.3 SELEÇÃO DA AMOSTRA

### 3.3.1 Critérios para seleção da amostra

Para definir a amostra foram usados alguns critérios para definir a população. Clientes classificados como pessoa jurídica, que tiveram negociações durante o ano de 2013, e que realizaram em média duas operações por mês.

Com a aplicação dos critérios escolhidos, a amostra definiu 14 empresas que cumpriram todos os quesitos propostos.

### 3.3.2 Período das realizações das entrevistas

Após definido a amostra, entrou-se em contato com cada uma das empresas para o agendamento das entrevistas. Para essa entrevista solicitou-se a cada empresa que o respondendo fosse o proprietário ou gestor que tivesse conhecimento da situação financeira da empresa.

As entrevistas foram realizadas na última quinzena do mês de abril, sendo que duas foram feitas por telefone, e o restante na própria empresa e no escritório de *factoring*. A maioria dos respondentes são os proprietários das suas empresas.

### 3.3.3 Roteiro das entrevistas

Para a realização das entrevistas foi elaborado um roteiro contendo oito perguntas. Cada pergunta foi aplicada e, dependendo do entrevistado, várias questões foram abordadas.

A seguir apresenta-se o roteiro das entrevistas:

1. Fale-me resumidamente o que sua empresa faz? ( Ramo de atividade)
2. O negócio é lucrativo? Sim ou não, por quê?
3. Na sua empresa qual prazo de pagamento você concede para seus clientes? E qual prazo os fornecedores lhe concedem? Você acha que com esses prazos consegue equilibrar os pagamentos e recebimentos na sua empresa?
4. A empresa tem algum tipo de restrição cadastral em seu nome ou em nome dos proprietários? Quais restrições?
5. Vender seus títulos de crédito para o *factoring* é uma alternativa viável para sua empresa? O que isso trás de benefícios?
6. Quais os motivos levaram sua empresa recorrer ao *factoring*?
7. Qual volume mensal de créditos é negociado por sua empresa, em *factoring* e em outras entidades financeiras?
8. Quais os recebíveis geralmente são negociados por sua empresa?

### 3.3.4 Empresas entrevistadas

Seguindo os critérios que definiram a amostra e aplicando o roteiro para as entrevistas, a população entrevistada resumiu-se no quadro 4, que identificou a quantidade de operações feitas em 2013, o total dessas operações e o ramo de atividade de cada empresa.

Quadro 4: Perfil das empresas entrevistadas

<b>Empresa</b>	<b>Quantidade de operações em 2013</b>	<b>Total das operações</b>	<b>Ramo de atividade</b>
Empresa 01	94	R\$ 179.725,21	Ramo gráfico
Empresa 02	215	R\$ 117.548,57	Ramo de autopeças
Empresa 03	58	R\$ 138.533,00	Fabricação de embalagens
Empresa 04	80	R\$ 74.029,18	Comércio de peças de plásticos
Empresa 05	45	R\$ 46.070,67	Injeção de plásticos e peças para caminhão
Empresa 06	98	R\$ 421.762,15	Reforma de semirreboques
Empresa 07	26	R\$ 28.111,20	Ramo de segurança patrimonial
Empresa 08	295	R\$ 258.178,29	Oficina mecânica
Empresa 09	34	R\$ 72.956,66	Reforma de carretas, e comércio de peças para caminhão
Empresa 10	49	R\$ 63.637,26	Revestimento de metais e plásticos e serviços de pintura
Empresa 11	30	R\$108.114,75	Ramo de peças de plástico e fibras
Empresa 12	154	R\$103.436,33	Ramo metalúrgico de autopeças

Fonte: Elaborado pela autora.

A amostra para as entrevistas totalizou-se em 14 empresas, sendo que em 12 foi efetuado o roteiro de entrevistas e 2 não retornaram ao contato.

### 3.4 ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

#### 3.4.1 A Lucratividade dos clientes

Essa questão perguntava se o cliente via o seu negócio lucrativo, sim ou não e o porquê de sua resposta. O objetivo dessa questão era verificar se a empresa obtém lucro ou porque não está conseguindo chegar à lucratividade.

Nessa questão mais da metade dos entrevistados disseram ter lucro, ou que ainda o negócio é lucrativo devido a algumas variáveis. O restante respondeu não ter tido lucro no ano de 2013.

A empresa E1 respondeu que o ramo ainda é lucrativo, mas devido a várias mudanças no surgimento de novas tecnologias o lucro caiu bastante, mas conseguem manter o negócio em andamento. “Como a gráfica é minha e do meu marido e não temos funcionário fixo acaba sobrando mais”, é o que enfatiza a respondente E1.

A E2 afirmou o negócio ser lucrativo, pois o mercado de autopeças é muito amplo. Mas relatou: “como a empresa passa por dificuldades financeiras não sobra muito devido aos juros que somos obrigados a pagar, para manter o negócio”.

A E12 também empresa do ramo de autopeças, confirmou que o negócio é lucrativo. Destacou que a lucratividade está no planejamento do produto, pois como existe muita concorrência, para a empresa ter resultados deve estar sempre atualizando seu sistema de produção, reduzindo a perda de matéria prima e lançando novos produtos.

A E4 e E09 confirmaram obterem lucro por já fazer anos que estão atuando no mercado. A E6 também confirmou ter lucro, pois no ramo de oficina mecânica e reforma de semi reboques não há muita concorrência, e o cliente necessita fazer o serviço, pois utiliza o produto como meio de trabalho. Outra empresa que afirmou ter lucro é a E8 também no ramo de oficina mecânica: “[...] tudo que envolve caminhão tem um preço elevado, portanto o retorno é bom”, afirmou o entrevistado.

A E3 considerou que o negócio já foi lucrativo, mas hoje não é mais por serem uma empresa pequena, ou seja, são prejudicados por empresas de maior porte. Também relatou que não consegue repassar todos os aumentos da matéria prima no produto e como possuem poucos clientes acabam ficando dependente deles.

A E5 afirmou não ser muito lucrativo, pois a compra da matéria prima é feita pela cotação do dólar. “Quando o dólar sobe a matéria prima sobe, mas quando o dólar baixa a matéria prima não baixa de valor “. Destacou que em novembro de 2013 a matéria prima subiu 25% e só conseguiram repassar 5%. Em sua entrevista contou que:

Vendemos cada peça a R\$ 1,29 e um cliente disse que em Tapejara no RS estão vendendo a mesma peça por R\$ 0,46, o cliente nos trocou, meses depois voltou dizendo que as peças do outro fornecedor eram feitas de material reciclado e não de material virgem como o nosso, a peça de material reciclado não tem a mesma durabilidade.

Percebe-se que muitas vezes a concorrência com menor preço nem sempre é o melhor produto e neste caso o barato saiu caro. A E5 relatou que não sobra muito lucro e não conseguiram adquirir uma casa própria ainda.

As empresas E7, E10 e E11 disseram que não obtêm lucro, se mantêm no mercado, mas cada vez com maior sacrifício. Destacaram que as despesas e a margem de lucro caíram muito, além de sofrerem com a concorrência.

Analisando as respostas dos entrevistados percebe-se que em diferentes ramos a lucratividade muda, o que mais falta na maioria das empresas que respondeu não ter lucro é uma boa gestão, uma administração especializada. Muitas das empresas são familiares e não se atualizam, administrando o negócio igual há anos atrás, não evoluindo junto às tecnologias. Nem todo o administrador tem aptidão na parte financeira e acabam cometendo erros prejudiciais para a vida da empresa.

Com a experiência da autora no atendimento dessas empresas na *factoring* Alfa, pode-se dizer que muitas dessas empresas precisam de treinamentos e muita motivação, pois estão administrando seus negócios desmotivados e com falta de vontade. No mercado só sobrevive os melhores, e nesse caso várias dessas empresas precisam de uma solução antes que não consigam mais chegar à lucratividade e venham à falência.

### **3.4.2 Equilíbrio financeiro nos fluxos de pagamento e recebimento**

Nesta questão o objetivo era verificar se cada empresa está atingindo o equilíbrio com os fluxos de pagamentos e recebimentos. Na primeira parte da

entrevista perguntou-se qual o prazo de pagamento era concedido para os clientes. Complementando a questão, foi perguntado qual o prazo de pagamento os fornecedores concedem. Em oito empresas as respostas se igualaram e todas concedem mais prazos do que recebem de seus fornecedores. Uma empresa consegue mais prazo de pagamento do que concede para seus clientes e o restante compra somente à vista concedendo prazo de pagamento para seus clientes.

Diante das respostas, a última parte da questão era saber se com os prazos concedidos e recebidos à clientes e fornecedores, a empresa consegue manter o equilíbrio financeiro.

A empresa 9 foi à única que respondeu conseguir mais prazos com fornecedores em relação ao que concede aos clientes. A essa conquista o entrevistado destacou o seguinte:

Este ano estou trabalhando praticamente com 100% de dinheiro do meu próprio negócio, pois estou conseguindo equilibrar os pagamentos com os recebimentos. Era uma falha muito grande essa questão, hoje em dia consigo me manter bem no meu negócio.

A E3, E5 e E10 responderam conceder prazo aos clientes e só comprarem à vista dos fornecedores por conseguirem melhor preço. A E10 respondeu comprar à vista devida restrições em nome da empresa e na pessoa física nos dois sócios. O entrevistado disse que possuem aluguéis em atraso, conta de luz entre outros, não conseguindo equilibrar as finanças.

“Conseguimos equilibrar os pagamentos, pois a maioria dos nossos clientes paga à vista e os que não pagam antecipo na *factoring* Alfa”. Essa foi a resposta da E5 quando perguntado sobre o equilíbrio financeiro.

A empresa E1 respondeu não conseguir equilíbrio por conceder mais prazos aos fornecedores do que recebe dos clientes. Argumentou que se não for assim, muitas vezes perde o serviço para outro. A E2 encontra-se na mesma situação da E1 na questão prazos e recebimentos e relatou que, por não conseguir equilibrar as finanças, estão com muitas pendências inclusive de impostos, mas que estão em negociação de um parcelamento. E E6 também concede mais prazos do que recebe, porém com muita dificuldade “[...] conseguimos nos equilibrar, mas sempre fechando no 0 a 0”.



A E11 respondeu comprar com prazo de 30 dias e receber dos clientes em 30/60 dias, não conseguindo manter um equilíbrio mensal. As vendas é um dos maiores dos seus problemas, pois tem meses com bastante demanda de pedidos e meses com quase nada.

A E7 disse ser impossível equilibrar, pois o fornecedor concede prazo 28/56 dias e conseguindo esses prazos já está lucrando devido ter pendências, e vende em 30/60/90/120 dias e dependendo do valor do serviço concede mais. O maior problema enfrentado está na falta de capital de giro onde o entrevistado relatou:

Eu apelo para tudo que é Santo, porque às vezes não tenho dinheiro nem para comprar o material e preciso pedir uma antecipação do serviço para os clientes. Falta capital de giro, e se for buscar capital de giro em financeiras ou bancos se vai logo e não se consegue muito. Por isso só faço desconto em *factoring*, porque o dinheiro entra logo.

A E8 relatou conceder até 90 dias para seus clientes, mesmo prazo que os fornecedores concedem, mas devido às restrições não consegue comprar a prazo. Quando perguntado se conseguia equilibrar os prazos de pagamentos e recebimentos o entrevistado respondeu: “Pago minhas contas quando entra serviço, estou com uma rescisão atrasada e não entra valor para pagar, ou pago os títulos ou os funcionários. A situação está muito complicada o mercado tem altos e baixos.”

A E12 está na mesma situação de muitas empresas entrevistadas, concedendo mais prazos do que recebe. Foi o cliente mais recente com tempo de mercado que *factoring* Alfa abriu e com muita demanda de desconto. Na entrevista relatou que, devido à empresa estar no início das atividades, não tem muito crédito e mesmo assim tem que conceder prazos para os clientes para se manter no mercado.

[...] somos obrigados a fazer empréstimos em banco para ter dinheiro de giro para comprar matéria prima, pagar salários e despesas da empresa. E se caso alguns clientes não pagam na data certa se torna uma bola de neve às dívidas.

Foi por não conseguir gerir esse processo que a empresa procurou o escritório de *factoring* Alfa.

Fazendo um levantamento sobre as respostas dos entrevistados, as empresas que disseram obter lucro mesmo passando por dificuldades financeiras

com um pouco mais de conhecimento na área financeira podem se tornar empresas saudáveis. No ponto de vista da autora as empresas que responderam não ter lucro estão realmente com muitas dificuldades, não conseguem equilibrar o seu fluxo financeiro, a maioria delas nem sabem a real situação enfrentada.

Esses clientes procuram a *factoring* Alfa para fazer a antecipação dos recebíveis e nem fazem contas. Preocupados em conseguir comprar matéria prima para entregar os pedidos, muitas vezes acabam nem fazendo uma avaliação do seu cliente para saber sua liquidez.

### 3.4.3 Restrições cadastrais

O objetivo dessa questão era saber de cada entrevistado a situação cadastral da empresa. Foi à pergunta com maior dificuldade para os respondentes, muitos deles não queriam responder e outros tiveram um pouco de vergonha. Porém muitas das respostas foram surpresas para a autora, com o pensamento que as empresas somente procurariam *factoring* se tivessem restrições que impedissem o crédito, e nem todas procuram por esse fator.

Nove empresas das doze entrevistadas possuem restrições e somente 3 delas não. A empresa E5, E9 e E11 não possui restrições, não tiveram nenhuma relutância em responder. A E5 além de responder não possuir restrições, falou que a autora poderia consultar. A E9 explicou-se:

[...]tem bancos oferecendo crédito. Trabalho com a CEF, HSBC e o Sicredi vêm fazendo várias propostas. Porém acho que o banco não tem paciência, não entendem os problemas. Se você tiver crédito é muito bem visto nos bancos, caso dê um ré eles não querem nem saber a situação, por isso às vezes prefiro pagar 4 a 5% para a *factoring* Alfa e não ter problemas.

O cliente da E9 é da cidade de Vacaria e mesmo não tendo restrição utiliza os serviços do *factoring*.

A E11 não possui restrição, mas a autora destaca esse relato sabendo que essa empresa é recente, e em outra razão social possui pendências. Muitos clientes acabam não comprando de empresas com restrição o que é o caso desta, que é fornecedora de peças de rotamoldagem ( peças de plástico moldadas) para uma empresa de grande porte.

A E1, E3 e E12 responderam não ter protestos. Devido à autora não conseguir maiores explicações e ficar na dúvida da resposta, através do meio de consulta Serasa disponibilizado no escritório da *factoring* Alfa, onde a autora trabalha, consultou as empresas comprovando a resposta dos entrevistados. O que foi surpresa são clientes ativos com várias negociações, com isso desmistificando a percepção de todos os clientes de *factoring* possuírem restrições e só por isso procurarem esse serviço.

A E10 confirmou ter restrições em nome da empresa e dos dois sócios que são irmãos. Comentou estarem em andamento de uma nova razão social em nome da mãe. A autora perguntou se quitar as pendências não seria melhor do que abrir uma nova empresa, pois não poderiam utilizar seus nomes pessoas físicas, e o entrevistado respondeu que possuem muitas dívidas e não conseguiram quitá-las tão cedo.

A E2 comentou possuir títulos protestados como restrições e está pagando aos poucos. Neste ano de 2014 não está mais frente à direção da empresa, passou o negócio para seu filho e nora, e está trabalhando de secretária de sua filha em uma *factoring*. Foi questionado o motivo de se desfazer do negócio, e a entrevistada informou que já estava cansada e com sua situação financeira cada vez mais difícil, porém afirma que irá ajudar seu filho em tudo que precisar, mas não sendo mais dona do negócio.

A E4 informou ter dois protestos que estão em uma ação na justiça, devido ao fornecedor de plástico enviar a matéria prima contaminada. Afirmou ter devolvido o material e não efetuar o pagamento desses dois títulos que acabaram protestando.

A autora perguntou sobre a situação cadastral para a E6 e o entrevistado, respondeu que possuem protestos, mas tudo será resolvido em dois meses. Como já fazem mais de dois anos que a autora trabalha no escritório e efetua várias negociações desse cliente, pode-se dizer que a resposta foi um blefe, pois além de protestos, a empresa possui cheques sem fundo e dívidas de refinanciamento em bancos totalizando um alto valor.

A E7 possui somente dívidas em bancos, afirmou já ter sido executado e isso durar mais de cinco anos. “ Consegui pagar todos os protestos, mas a outras dívidas não.”

A E8 confirmou ter títulos protestados em nome da empresa e cheques sem fundos em seu nome. “ Consegui regularizar quase tudo o ano passado, mas quando vi já estava com várias pendências novamente.”

#### **3.4.4 Factoring x Benefícios**

A quinta pergunta aplicada na entrevista teve como objetivo saber de cada empresa se vender seus títulos de crédito para o *factoring* era uma alternativa viável para a empresa, o que isso traria de benefícios. Neste item a maioria disse ser viável a venda dos títulos para conseguir manter a empresa.

A E3 pensou, e confirmou que apesar dos juros serem maiores que o banco, mesmo assim a venda dos títulos trás benefícios na parte da agilidade. Comparou que ir ao banco perde-se muito tempo e como o proprietário da *factoring* Alfa é seu vizinho, tem a possibilidade de levar o dinheiro na casa quando não podem ir até o escritório.

A E4 afirmou ajudar bastante, com isso compra o material à vista já que não tem crédito para comprar à prazo devido os protestos. Quando questionado se não era viável pagar os protestos e esperar a resposta da justiça, já que as dívidas estão atrapalhando a liberação de crédito para compra de matéria prima, o entrevistado disse nunca ter pensado nisso, mas não acha viável. A autora questionou o valor dos protestos e a resposta foi “[...] são menos de R\$ 1.000,00 e não tenho esse valor agora”.

A E5 disse ser viável, atribuiu o benefício de poder sempre ter dinheiro em caixa e comprar matéria prima à vista com melhor preço. Essa empresa desconta títulos e cheques toda a semana na *factoring* Alfa e nem sempre está precisando do valor, pois muitas vezes as operações são pagas com cheque e a E5 demora dias para descontar o cheque.

A E7 respondeu gerar muitos benefícios e colocou como exemplo dinheiro em caixa. Relatou, “Com certeza muito melhor do que negociar em bancos é uma maneira fácil de conseguir dinheiro. Os bancos pedem fiador.” Contou uma história que anos atrás sua ex-esposa foi sua fiadora e teve problemas financeiros e ela ficou com restrição no CPF. Por isso busca alternativa, usa o *factoring* por ser fácil e sem burocracia “[...] sei que se em alguma negociação o cliente não pagar eu vou ter

que pagar, mas prefiro assim” afirmou o entrevistado. Comentou que trabalha com duas *factorings* a Alfa na cidade São Marcos e outra em Caxias do Sul.

A E8, E10 e E11 disseram ser viáveis por terem valor adiantado, comentaram que sem antecipar não conseguiriam manter o negócio. A E12 alegou:

Por um lado é bom, e por outro ruim. O lado bom é com esse dinheiro da troca de títulos conseguimos antecipar os valores necessários para a compra de matéria prima e fizemos os pagamentos de contas, e o lado ruim é que trocando títulos se perde um pouco do lucro que é uma das coisas que movimentam a empresa.

As empresas E1, E2, E6 e E9 confirmaram não ser viável, mas necessário em alguns momentos para honrar com os compromissos. A E1 disse que o *factoring* só gera benefícios por serem flexíveis às empresas com restrições. Como possuem restrições não consegue crédito em instituições financeiras “[...] os bancos jamais liberam crédito se a empresa tem restrições o que acho errado, porque acabam fechando as portas para que a empresa possa regularizar a situação.”

A E9 não considera uma alternativa viável, e sim uma saída. Não acha saudável fazer troca de títulos em *factoring*. É viável, pois desconta títulos na CEF e no HSBC e quando fica sem limite tem a quem recorrer.

Com base nas respostas dos entrevistados a autora considera uma alternativa viável, mas com ponderações. Muitas das empresas misturam o patrimônio dos sócios com o da empresa e isso acarreta muitas dificuldades. O *factoring* usado de forma saudável é uma ótima opção para um momento de sufoco.

#### **3.4.5 A busca pelo *factoring***

Essa questão buscou identificar os motivos que levaram as empresas recorrerem ao *factoring*. A maioria das empresas recorrem pelo fato de possuírem restrições, mas nessa questão vários foram os motivos levantados pelos entrevistados.

As empresas E1, E2 e E8 afirmaram recorrer ao *factoring* por causas das restrições, para a E2, “ A *factoring* foi o que nos ajudou em todos os momentos de crises.” Além de citar o baixo valor para desconto em bancos.

A E7 contou uma história de como chegou até a *factoring*:

Quando tive problema com banco. Na época que tinha capital de giro não usava bancos e nem *factoring*. Mas no momento de aperto o banco me fechou as portas, o banco só é bom se a gente tem dinheiro. Anos atrás tivemos problemas eu e minha esposa e quando fui procurar ajuda em bancos, o banco não me ajudou, me negou crédito. Meses depois fui sorteado num título de capitalização de 70 mil e quando fui retirar, eu era o melhor cliente o banco me ofereceu várias propostas.

A E10 respondeu que o principal motivo foi às restrições. Olhou fixamente para a entrevistadora e argumentou que mesmo depois de abrir a empresa nova que está em andamento continuará sendo cliente devido à agilidade e facilidade nas negociações.

A E3 afirmou que o principal motivo estava no tempo perdido em bancos para efetuar a operação e o tempo de espera para efetuar os pagamentos nos caixas. Essa empresa está em nome da filha mais velha da família, e devido os pais e a outra irmã não assinarem pela empresa as negociações em bancos somente é efetuado pelo diretor ou sócio da empresa.

Uma opção seria fazer uma procuração, que *factoring* Alfa já aconselhou devido o fluxo de negociações serem muito pequeno, mas nunca foi feita. Como o dono da *factoring* é seu vizinho e como mencionado às negociações são muitas pequenas e sempre do mesmo sacado acabam fazendo e depois entregam o borderô da operação assinado.

A E4 foi uma surpresa, pois não possuem nenhuma restrição e a resposta dada ao principal motivo foi à indicação de um amigo. Além disso, a E4, E5 e E11 também não gostam do relacionamento com bancos, sempre fizeram a questão de grifar isso. A E5 ainda complementou dizendo que prefere pagar juros num só lugar.

A E6 respondeu que por ser a maneira menos burocrática de se alavancar dinheiro, buscou esse recurso.

A E9 foi uma das duas empresas entrevistadas por telefone, nessa questão o entrevistado relatou muitos motivos, resumo do relato do cliente:

Quando não tinha mais limite nos bancos e precisava de dinheiro, não que eu tivesse restrição somente não tinha limite para operar. Outro motivo é porque os bancos não são como vocês que socorrem a gente, por exemplo: se acontecer algum problema com um título te ligo e resolvemos da melhor maneira, se tiver que esperar o recebimento com vocês eu consigo, os bancos debitam da minha conta e não querem nem saber se concordo ou não. Além disso, sempre garanto todos os clientes que mando para vocês, mesmo alguns deles terem alguma restrição, coisa que o banco nunca faria comigo.

O cliente da empresa 9 sempre garante todos os clientes que faz operações, é muito organizado liga para verificar se foi efetuado o pagamento, caso não tenha ele mesmo cobra seu cliente. A *factoring* Alfa nunca teve nenhum problema com o cliente, e isso faz com que as negociações tenham maiores flexibilidades, como no caso de algum atraso citado no exemplo do cliente.

### 3.4.6 Volume de créditos negociados

A questão perguntou a cada entrevistado qual o volume mensal a empresa despense para antecipar em *factorings* ou instituições financeiras.

Sete empresas responderam em valores a movimentação mensal e onde operaram suas negociações. O restante das empresas respondeu o percentual que operam sobre o valor do faturamento mensal e onde efetuam suas negociações.

Quadro 5: Movimentação mensal e instituição operante

<b>Empresa</b>	<b>Movimentação Mensal (R\$)</b>	<b>Negociações</b>
Empresa 01	R\$ 10.000,00	Somente <i>factoring</i>
Empresa 02	R\$ 80.000,00	Somente <i>factoring</i>
Empresa 03	R\$ 8.000,00	Somente <i>factoring</i>
Empresa 06	R\$ 100.000,00	Somente <i>factoring</i>
Empresa 10	R\$ 18.000,00	Somente <i>factoring</i>
Empresa 11	R\$ 10.000,00	Somente <i>factoring</i>
Empresa 12	R\$ 20.000,00	Entidades financeiras e <i>factoring</i>

Fonte: elaborado pela autora.

As empresas E1, E2, E3, E6, E10 e E11 responderam fazer negociações somente em *factorings*. A E1, E3, e E11 têm um volume mensal de créditos negociados até R\$ 10.000,00. A E10 antecipa entre 10 e 20 mil, segundo o entrevistado. Já a E2 e E6 tem volumes muito mais significativos variando de R\$ 80.000,00 e R\$ 100.000,00 respectivamente.

A empresa E12, respondeu operar com entidades financeiras e *factorings* na faixa de R\$ 20.000,00. Determina se a operação vai ser realizada em *factoring* ou bancos dependendo do cliente, valores e limites disponíveis.

O quadro 5 demonstra as respostas das empresas restantes em função do percentual mensal sobre o faturamento e onde realizam suas operações.

Quadro 6: Percentual negociado e instituição operante

<b>Empresa</b>	<b>Percentual sobre o faturamento</b>	<b>Negociações</b>
Empresa 04	40%	Somente <i>factoring</i>
Empresa 05	30%	Somente <i>factoring</i>
Empresa 07	100%	Somente <i>factoring</i>
Empresa 08	80%	Entidades financeiras e <i>factoring</i>
Empresa 09	40%	Entidades financeiras e <i>factoring</i>

Fonte: elaborado pela autora

A E4 e E5 negociam somente com *factoring*, 40% e 30% do faturamento mensal. A E7 não respondeu valores, porém na entrevista relatou: “Só negocio em *factoring*, e tudo que consigo faturar mando para desconto, e nem assim é fácil tocar o negócio”. Diante desse relato apurou-se que 100% do faturamento são negociados e quando perguntado onde realizam as operações o entrevistado respondeu somente em *factoring*.

A E8 utiliza 80% do faturamento para antecipações, toda a operação com pessoas jurídicas opera com *factoring* e somente uma parte menor do faturamento com bancos, os clientes classificados como pessoas físicas.

A E9 antecipa 40% do seu faturamento 10% em *factoring* e 30% em bancos. Para finalizar a questão argumentou, “Se os juros fossem mais baratos mandaria tudo para a *factoring* Alfa”. Mesmo esse cliente sempre garantindo cada negociação a autora enfatiza que não se consegue operar com um fator que seja atrativo para reter todo o fluxo negociado, devido à alta carga tributária que incide sobre as empresas de *factoring*.



### 3.4.7 Recebíveis negociados

A última questão da entrevista era identificar quais recebíveis geralmente são negociados por cada empresa. Como recebíveis são classificados: cheques e duplicatas. O quadro 6 demonstra as respostas das empresas entrevistadas quanto os recebíveis utilizados.

Quadro 7: Recebíveis negociados

<b>Empresa</b>	<b>Recebíveis negociados</b>
Empresa 01	Duplicatas e cheques
Empresa 02	Duplicatas e cheques
Empresa 03	Duplicatas
Empresa 04	Duplicatas e cheques
Empresa 05	Duplicatas e cheques
Empresa 06	Duplicatas e cheques
Empresa 07	Duplicatas e cheques
Empresa 08	Duplicatas e cheques
Empresa 09	Duplicatas
Empresa 10	Duplicatas e cheques
Empresa 11	Duplicatas
Empresa 12	Duplicatas e cheques

Fonte: elaborado pela autora

Nove dos entrevistados respondeu negociar duplicatas e cheques, o restante somente duplicatas. Das 3 empresas que responderam operar somente com duplicatas, encontra-se um cliente que não é da cidade de São Marcos - RS onde fica o escritório da *factoring* Alfa, a empresa E8 no ramo de reforma de carretas e semirreboques com instalações na cidade de Vacaria – RS.

O entrevistado respondeu que a negociação de duplicatas é mais flexível, pois envia a cópia por e-mail e depois pelo correio as originais. Por não ser da mesma cidade a duplicata facilita a negociação do que os cheques. Complementou dizendo que em Vacaria tem uma empresa de *factoring*, mas não conhece, negocia somente com a *factoring* Alfa, falou que o proprietário é muito

parceiro e o atendimento da autora ótimo, pois já conhece os clientes facilitando as operações.

A E7 no ramo de segurança patrimonial negocia duplicatas e cheques e no seu depoimento sugeriu “[...] adoraria que a *factoring* Alfa fizesse algum tipo de antecipação”, terminou rindo da sua própria sugestão por ser inviável.

Concluindo as entrevistas percebe-se que para muitos empresários a atividade do *factoring* é extremamente relevante para a sobrevivência da empresa no atual contexto econômico.

## 4 CONCLUSÃO

O *Factoring* vem adquirindo espaço no Brasil nas últimas duas décadas, sobre a compra e venda do crédito ou ativos financeiros das empresas comerciais ou industriais. Ele é um poderoso instrumento de alavancagem mercadológica das pequenas e médias empresas, pois possibilita a troca de contas a receber por dinheiro, aumentando assim o caixa da organização, facilitando o gerenciamento e pagamentos da empresa.

As pequenas e médias empresas carecem de capital de giro para se desenvolverem, encontram dificuldades impostas pelas instituições financeiras em liberar recursos financeiros devido a uma série de fatores. Uma das alternativas é recorrer à empresa de *factoring*, cuja obtenção de capital de giro se dá de uma forma menos burocrática.

Diante dessa questão o objetivo geral deste estudo foi determinar as principais características das empresas que buscam recursos na *factoring* Alfa Ltda. Esse objetivo foi atingido através das entrevistas feitas com os clientes que a autora definiu na amostra, caracterizando a aplicabilidade e os benefícios do fomento mercantil ao segmento das pequenas e médias empresas.

Os objetivos específicos foram todos confirmados através de pesquisa realizada nos documentos da *factoring* Alfa, e nas entrevistas realizadas com as empresas-clientes. Definiu-se com a pesquisa o volume de negócios de cada empresa entrevistada, com as entrevistas foi definido o ramo da indústria como o que mais utiliza do recurso, os principais motivos da procura do serviço de *factoring*, está na falta de recursos para gerir o negócio, além das restrições cadastrais.

A lucratividade foi um dos temas abordados, a maioria dos entrevistados disse ter lucro, porém esse lucro não ser o suficiente para gerir o negócio. Com a experiência da autora, a maior dificuldade dessas empresas está na administração do negócio. A falta de conhecimento na área financeira faz com que as empresas não consigam atingir resultados positivos. Com a concorrência cada vez maior, as empresas têm que estar se qualificando e inovando seus serviços, pois no mercado sobrevivem somente os melhores.

Existe falta de gerenciamento financeiro do fluxo de caixa das organizações, por existir uma diferença entre o prazo que os empresários têm para pagar seus compromissos financeiros e o tempo que eles demoram para receber de seus

clientes, tendo assim, que antecipar seus créditos, uma vez que não dispõem de capital de giro próprio. Essa situação é enfrentada pela maioria das empresas entrevistadas.

Outra dificuldade encontrada pelos pequenos empresários relatada nas entrevistas é a liberação de crédito pelas instituições financeiras no início de suas atividades. Isso confirma a evolução no segmento do fomento a cada ano.

O principal motivo que as empresas recorrem ao *factoring*, é devido às restrições cadastrais. Não são somente empresas com restrições que recorrem ao *factoring*, quatro empresas não possuem nenhuma restrição e utilizam do serviço com frequência, a falta de relacionamento com bancos e a falta de limite suficiente para suprir a demanda de desconto, são os motivos que as trazem a *factoring* Alfa.

A viabilidade de vender os títulos de crédito para o *factoring* também foi abordada. Algumas empresas confirmaram ser viáveis, pela redução no tempo de espera em bancos e agilidade no processo de liberação. Porém nem todas confirmam a viabilidade, descrevem como sendo uma 'saída' para a empresa sobreviver. Quanto aos benefícios gerados todos concordam, a atividade de *factoring* proporciona, poder ter dinheiro em caixa e a chance de barganha na compra da matéria prima.

Nas entrevistas realizadas, verificou-se que a maior parte vende seus títulos somente em *factoring* e esses recebíveis geralmente são duplicatas e cheques.

O tema *factoring* é muito importante, por vários fatores, como foi mostrado anteriormente, mas o acesso às informações é um pouco restrito, como as bibliográficas, que são escassas, por ser uma modalidade relativamente nova, essa sendo uma limitação.

Este trabalho não esgotou completamente o tema. Observou-se que o assunto relacionado às *factorings*, ainda é pouco estudado, e pode ser melhor explorado em diversas áreas de conhecimento da contabilidade, como por exemplo em sua forma de tributação e operacionalização, ficando como sugestão para novos trabalhos.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de; MARTINS, João Alcino de Andrade. **Introdução à metodologia do trabalho científico: elaboração de trabalhos na graduação**. 10.ed. São Paulo: Atlas, 2010. xv, 158 p. ISBN 9788522458561

ANFAC – **Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil – Factoring**. Disponível em: <<http://www.anfac.com.br/v3/fomento.jsp#factoring>>. Acesso em 03 de Out de 2013.

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/academis\\_2517\\_201002281827118c26.pdf](http://www.administradores.com.br/_resources/files/_modules/academics/academis_2517_201002281827118c26.pdf)>. Acesso em: 21 de out de 2013.

ASSAF NETO, Alexandre. SILVA, César Augusto Tibúrcio. **Administração do capital de giro**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças corporativas e valor**. São Paulo: Atlas, 2003.

ÁVILA, Carlos Alberto de. **Gestão contábil para contadores e não contadores**. 2.ed. rev., atual. e ampl. Curitiba: Ibpex, 2011-.

BATISTA, Robson Silva. **A Importância do factoring para pequenas e médias empresas**. Veredas Favip - Revista Eletrônica de Ciências – v.5, n. 1- janeiro a junho de 2012.

BRAGA, Roberto. **Fundamentos e Técnicas de Administração Financeira**. São Paulo: Atlas, 1995.

CHEROBIM, A. P. M. S. Estrutura de capital – revisão teórica. In: SAITO, R.; PROCIANOY, J. L. (Orgs.). **Captação de recursos de longo prazo**. São Paulo: Atlas, 2008.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. Deliberação nº29. Disponível em <http://www.cvm.gov.br>. Acesso em 02 de Out.2013.

CUCU, Virginia Use of Factoring in Financing SMEs, **Romanian Statistical Review**, vol. 61(2), pages 252-256, May. Disponível em: 2013  
[http://www.revistadestica.ro/suplimente/2013/2\\_2013/srrs2\\_2013a39.pdf](http://www.revistadestica.ro/suplimente/2013/2_2013/srrs2_2013a39.pdf)

DONINI, Antônio Carlos. **Manual do factoring**. São Paulo: Klarear, 2004

ECKERT, Alex. **Teoria da contabilidade para o exame de suficiência do CFC para bacharel em Ciências Contábeis**. 2.ed. rev. e atual. São Paulo: EDIPRO, 2011. 256 p. (Coleção exame de suficiência do Conselho Federal de Contabilidade (CFC)) ISBN 9788572838382

FREZZATI, Fábio; AGUIAR, Andson de Braga; GUERREIRO, Reinaldo.  
**Diferenciação entre a Contabilidade Financeira e a Contabilidade Gerencial: Uma pesquisa empírica a partir de pesquisadores de vários países.** R. Cont. Fin. USP. São Paulo n. 44 - p. 9 - 22 Maio/Agosto 2006

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GRECO, Alvíso Lahorgue; AREND, Lauro Roberto; GARTNER, Günther.  
**Contabilidade: teoria e prática básicas.** 3.ed. São Paulo: Saraiva, 2011. xx, 546 p. ISBN 9788502136908.

GRZESZEZESZYN, Gilberto. **Contabilidade gerencial estratégica: conceito e Caracterizações.** Revista Capital Científico do Centro de Ciências Sociais Aplicadas. V 3 nº 1 Jan/Dez- 2005.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Contabilidade gerencial.** 4. Ed. São Paulo: Atlas, 1987.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. **Introdução à teoria da contabilidade.** São Paulo: Atlas, 2002.

KLAPPER, Leora. The role of factoring for financing small and medium enterprises. **Journal of Banking and Finance**, November 2006, Vol.30(11), pp.3111-3130  
 Disponível em: [http://ac.els-cdn.com/S0378426606001002/1-s2.0-S0378426606001002-main.pdf?\\_tid=52508382-5167-11e3-a27c-00000aacb362&acdnat=1384899175\\_4a37e9369b51b97568d2994fb81736ba](http://ac.els-cdn.com/S0378426606001002/1-s2.0-S0378426606001002-main.pdf?_tid=52508382-5167-11e3-a27c-00000aacb362&acdnat=1384899175_4a37e9369b51b97568d2994fb81736ba)

KÜSTER, Edison; KÜSTER, Fabiane C.; KÜSTER, Karla S. **Administração e Financiamento do Capital de Giro.** 2 ed. Curitiba: Juruá, 2005.

LEITE, Luiz Lemos. **Factoring no Brasil.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

LEITE, Luiz Lemos. **Factoring no Brasil.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

LEMES JÚNIOR, Antônio Barbosa; RIGO, Cláudio Miessa; CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo. **Administração Financeira: Princípios, Fundamentos e Práticas Brasileiras.** 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LOUDERBACK, J.G.; HOLMEN, J.; DOMINIAK, G. *Managerial accounting.* 9th edition, Cincinnati: South-Western College Publ, 2000.

LUCCA, Newton de. **A faturização no direto brasileiro.** São Paulo: Revista dos Tribunais, 1986. v. 1.

LUZ, Érico Eleuterio da. **Contabilidade tributária.** Curitiba: Ibpex, 2011-. . Disponível em : <<https://ucsvirtual.ucs.br/>>. Acesso em : 09 de Out de 2013.

MACHADO, J.R. **Administração de finanças empresariais.** Rio de Janeiro: Qualitmark, 2002.

MARION, José Carlos. **Contabilidade básica**. 5a ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MASCARENHAS, Sidnei Augusto. **Metodologia Científica**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MATIAS, A. B. **Finanças corporativas de curto prazo: a gestão do valor do capital de giro**. São Paulo: Atlas, 2007.

MÜLLER, Aderbal Nicolas. **Contabilidade básica** : fundamentos essenciais . São Paulo: Pearson,2007-. . Disponível em : <<https://ucsvirtual.ucs.br/>>. Acesso em : 09 de Out de 2013.

MÜLLER, Aderbal **Contabilidade Introdutória**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2012.

NASCIMENTO, Rafael Pereira. **Factoring vs. Agiotagem**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/informe-se/artigos/factoring-vs-agiotagem/63122/>> Acesso em: 03 de Out de 2013.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Contabilidade Gerencial: um enfoque em sistemas de informação Contábil**; 3ª. Ed. São Paulo: Atlas. 2000.

PIZZOLATO, Nélio Domingues. **Introdução à contabilidade gerencial**. São Paulo: Makron Books, 1998. 230 p. ISBN 8534608040.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade geral fácil**. 9.ed. São Paulo: Saraiva, 2013. xvi, 544 p. ISBN 9788502202009.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3.ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1999. 334 p. ISBN 8522421110.

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

SEBRAE- PA, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Pará. Disponível em: < [http://www.pa.sebrae.com.br/sessoes/pse/tdn/tdn\\_fac\\_oque.asp](http://www.pa.sebrae.com.br/sessoes/pse/tdn/tdn_fac_oque.asp) > Acesso em: Out de 2013.

SEBRAE – RS, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Rio Grande do Sul. Disponível em: < <http://www.sebrae-rs.com.br/index.php> > Acesso em: Out de 2013.

SILVA, Ângelo Alves. **Gestão financeira: Um estudo acerca da contribuição da contabilidade na gestão do capital de giro das médias e grandes indústrias de confecções do estado do Paraná**. Dissertação de mestrado em controladoria e contabilidade. Universidade de São Paulo: FEA/ USP, São Paulo, SP, 2002.

SINFAC RS, Revista do Sindicato das Sociedades de Fomento Mercantil- *Factoring* do Rs. Ano 4. n. 18. Agosto de 2013.

SINFAC RS, Revista do Sindicato das Sociedades de Fomento Mercantil- *Factoring* do Rs. Ano 4. n. 12. Ago/Set/Out de 2011.

SINFAC RJ, **Sindicato das Sociedades de Fomento Mercantil Factorings do Rio de Janeiro**. Disponível em: < [http://www.sinfacrj.com.br/oque\\_e\\_factoring.php](http://www.sinfacrj.com.br/oque_e_factoring.php) >  
Acesso em : Out de 2013.

SOUFANI, Khaled (2001) "**The role of factoring in financing UK SMEs: a supply side analysis**", Journal of Small Business and Enterprise Development, Vol. 8 Iss: 1, pp.37 - 46 Disponível em: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?issn=1462-6004&volume=8&issue=1&articleid=873679>

SOUZA, Roni Petson Santana de; WIENHAGE, Paulo; TOLEDO FILHO, Jorge Ribeiro. **As empresas de Fomento Mercantil e o Risco Jurídico: Um estudo sobre as principais causas e prevenções de litígios judiciais**. Sociais e Humanas, Santa Maria. V.23, n.01. jan/jun 2010. p.33-45

WARREN, Carl S. REEVE, James M.; FESS, Philip E. **Contabilidade Gerencial**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

Yin, Robert K. **Estudo de caso: Planejamento e métodos**. 2.ed. Porto Alegre, RS: Bookman,2001





## ANEXO A

ALFA FOMENTO MERCANTIL LTDA	<b>FORMULÁRIO</b>		<b>Anexo 1 PLD-002</b>
	<b>FICHA CADASTRAL DE CLIENTES</b>		
Revisão: 00	Data: xx/xx/xx	Elaborado: nnnnnnn	

Razão Social		Nome Fantasia:	
CNPJ:	Data de Constituição	Data Efetiva Operação:	
Endereço:		Telefone:	
Atividade(s) Principal(is) Desenvolvida(s)		Valor do Capital Social:	
Valor de Faturamento em cada um dos últimos três anos			
Por que Recorreu a Factoring?			
Produtos ou Serviços Fornecidos:			
Meios de Pagamentos Utilizados:			
Forma de Realização das Operações:			
<b>Dados Sócios, Representantes, Procuradores, Outros que Onerem o Patrimônio da Empresa</b>			
Nome (1):	CPF:	Nacionalidade:	
Imóvel Próprio:	Valor Estimado:		
Endereço Residencial			
e-mail:	Fone Móvel:	Fone Fixo:	
Participação em Outras Empresas:			
( ) Não ( ) Sim Qual:		Percentual de Cotas:	
Enquadra-se como Pessoa Politicamente Exposta:		( ) SIM – Preencher Anexo 3 PLD-002 ( ) Não	
Enquadra-se em alguma das condições previstas no Art1º Resolução No.15 do COAF:			
( ) SIM – Comunicar o COAF ( ) Não			
Nome (2):	CPF:	Nacionalidade:	
Imóvel Próprio:	Valor Estimado:		
Endereço Residencial			
e-mail:	Fone Móvel:	Fone Fixo:	
Participação em Outras Empresas:			
( ) Não ( ) Sim Qual:		Percentual de Cotas:	

Enquadra-se como Pessoa Politicamente Exposta: <input type="checkbox"/> SIM – Preencher Anexo 3 PLD-002 <input type="checkbox"/> Não		
Enquadra-se em alguma das condições previstas no Art1º Resolução No.15 do COAF: <input type="checkbox"/> SIM – Comunicar o COAF <input type="checkbox"/> Não		
Nome (3):	CPF:	Nacionalidade:
Imóvel Próprio	Valor Estimado:	
Endereço Residencial		
e-mail:	Fone Móvel:	Fone Fixo:
Participação em Outras Empresas: <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim Qual: _____ Percentual de Cotas: _____		
Enquadra-se como Pessoa Politicamente Exposta: <input type="checkbox"/> SIM – Preencher Anexo3I PLD-002 <input type="checkbox"/> Não		
Enquadra-se em alguma das condições previstas no Art1º Resolução No.15 do COAF: <input type="checkbox"/> SIM – Comunicar o COAF <input type="checkbox"/> Não		
Nome (4):	CPF:	Nacionalidade:
Imóvel Próprio	Valor Estimado:	
Endereço Residencial		
e-mail:	Fone Móvel:	Fone Fixo:
Participação em Outras Empresas: <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim Qual: _____ Percentual de Cotas: _____		
Enquadra-se como Pessoa Politicamente Exposta: <input type="checkbox"/> SIM – Preencher Anexo 3 PLD-002 <input type="checkbox"/> Não		
Enquadra-se em alguma das condições previstas no Art1º Resolução No.15 do COAF: <input type="checkbox"/> SIM – Comunicar o COAF <input type="checkbox"/> Não		
Nome (5):	CPF:	Nacionalidade:
Imóvel Próprio	Valor Estimado:	
Endereço Residencial		
e-mail:	Fone Móvel:	Fone Fixo:
Participação em Outras Empresas: <input type="checkbox"/> Não <input type="checkbox"/> Sim Qual: _____ Percentual de Cotas: _____		
Enquadra-se como Pessoa Politicamente Exposta: <input type="checkbox"/> SIM – Preencher Anexo 3 PLD-002 <input type="checkbox"/> Não		
Enquadra-se em alguma das condições previstas no Art1º Resolução No.15 do COAF: <input type="checkbox"/> SIM – Comunicar o COAF <input type="checkbox"/> Não		

Data do Cadastro:            /            /		Preenchido por:	
<b>Documentos Complementares (Anexar)</b>			
<input type="checkbox"/> Cópia do Contrato Social e Alterações		<input type="checkbox"/> Cópia documentos de todos os Sócios, Representantes e Procuradores – RI e CPF	
<input type="checkbox"/> Cópia do Cartão CNPJ			
<input type="checkbox"/> Cópia do Relatório de Visita (Anexo 2 PLD-002)			
<b>Análise e Classificação do Risco do Cliente</b>			
<input type="checkbox"/> Cliente – Risco Alto <input type="checkbox"/> Cliente – Risco Intermediário <input type="checkbox"/> Cliente – Risco Baixo  Justificativas:          			
Analisado por:		Data:	

## ANEXO B

### Contrato de Fomento Mercantil – Convencional N<sup>o</sup> «cliente\_número\_contrato»

---

**CLÁUSULA 1<sup>a</sup> - As seguintes expressões utilizadas nesse contrato terão o significado a seguir indicado:**

**I - SOCIEDADE DE FOMENTO MERCANTIL - FACTORING, é a sociedade empresária que exerce atividade mercantil mista atípica que consiste na prestação de serviços, em caráter contínuo, de:**

- a) acompanhamento do processo produtivo ou mercadológico da contratante;
- b) acompanhamento das contas a receber e pagar;
- c) avaliação da contratante, de seus devedores e o de seus fornecedores e, conjugadamente, poderá comprar à vista, total ou parcial, os direitos creditórios da contratante.

#### **II – BASE LEGAL DO PRESENTE CONTRATO**

##### **a) Legal:**

- Circular 1.359 de 30.09.1980 do Banco Central do Brasil;
- Resolução 2.144 de 22.02.1995, do Conselho Monetário Nacional;
- Circular 2.715 de 28.08.1996, do Banco Central do Brasil;
- Resolução 2.901 de 29.11.2001 do Conselho Monetário Nacional;
- Instrução Normativa 356 de 17.12.2001.

##### **b) Operacional:**

- Art. 5<sup>o</sup> da Constituição Federal, Incisos II e XIII;
- Art. 170 da Constituição Federal;
- Lei 9.613/98, art. 14, § 1<sup>o</sup> - Resolução COAF 13/2005;
- Prestação de Serviços ( Art. 594 do Código Civil);
- Compra e Venda (Arts. 481 a 489 do Código Civil);
- Cessão de Créditos (Arts. 286 ao 298 do Código Civil);
- Endosso, Arts. 910, 911 e 914 do Código Civil, Arts. 15 e 16 da Lei Uniforme de Genebra Dec. 57 663/66 e Art. 13, § 4<sup>o</sup> e 18, § 2<sup>o</sup> da Lei 5.474/68.
- Vícios Redibitórios (Arts. 441 a 446 do Código Civil);
- Solidariedade Passiva (Arts. 264 e 265 do Código Civil).

##### **c) Fiscal:**

- Ato Declaratório 51/94, da Secretaria da Receita Federal;
- Art. 28, § 1<sup>o</sup> alínea "c" – 4 da Lei 8.981/95, reiterado pelo Art. 15 da Lei 9.249/95, Art. 58 das Leis 9.430/96 e 9532/97, Art. 14, inciso VI, da Lei 9.718/98 e Decreto 4.494/2002;
- Lei 10.637/2002 (PIS) e Lei 10.833/2003 (PIS/COFINS);

**III - COMISSÃO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS - é a remuneração (receita operacional) paga pela empresa contratante, obedecendo os seguintes critérios:**

a) "ad valorem", em percentual variável livremente pactuado entre as partes, que incidirá sobre o valor de face dos direitos creditórios adquiridos, quando os serviços forem conjugados com a aquisição dos direitos;

b) mediante um valor livremente pactuado entre as partes contratante e contratada, baseado na complexidade dos serviços prestados, quando os serviços não forem conjugados com a aquisição de direitos creditórios e, em ambos os casos, cobrada mediante apresentação da nota fiscal emitida pela contratada.

**IV - FATOR DE COMPRA** - pactuado entre as partes a cada Termo Aditivo confeccionado, é a precificação da compra dos créditos, ou mais comumente denominado de deságio, aplicado "pro rata temporis" entre a data da aquisição e a data do vencimento do título, sendo determinado de acordo com a conjuntura à época do Aditivo Contratual. Compõe-se dos seguintes itens: custo de oportunidade dos recursos da contratada, despesas operacionais, carga tributária e expectativa de lucro.

**V - DIFERENCIAL NA COMPRA DE TÍTULOS DE CRÉDITO** - é o resultado da aplicação do fator, preço de compra, que origina uma diferença entre o valor de face dos títulos negociados e o valor a ser efetivamente pago à CONTRATANTE.

**VI - DESEMBOLSO PAGO À CONTRATANTE** - valor a ser pago à empresa cliente contratante deduzido o diferencial na compra dos títulos de crédito negociados e a comissão de prestação de serviços "ad valorem", já deduzido o IOF retido (IN Nº 05/98 e IN 46/01-SRF), de responsabilidade da empresa cliente contratante, conforme artigo 58 da Lei 9532/97 e Decreto 4494/2002. Igualmente podem ser deduzidas despesas autorizadas, recompras, etc.

**VII - CONTRATANTE-VENDEDORA (EMITENTE, SACADORA, ENDOSSANTE, CEDENTE)** - é a empresa cliente, que vende, à vista, os seus direitos (créditos) gerados pelas vendas mercantis de seus produtos ou pelos serviços realizados, também denominada de contratante, faturizada, endossante, cedente, emitente-sacadora.

**VIII - RESPONSÁVEL SOLIDÁRIO DA CONTRATANTE** - é a pessoa física ou jurídica que intervém no contrato, na qualidade de devedor solidário, assumindo solidariamente, como principal pagador, todas as obrigações contratuais da CONTRATANTE, inclusive aquelas estipuladas a cada Termo Aditivo, conforme os Artigos 264 e 265 do Código Civil.

**IX - SACADO-DEVEDOR** - é a pessoa jurídica ou física que contratou os serviços ou comprou os produtos da CONTRATANTE, ficando obrigada pelo pagamento do título de crédito. Não é parte do presente contrato, mas deve ser notificado da transferência dos direitos creditórios.

**X- FACTORING CONVENCIONAL** - é a modalidade que consiste na prestação de serviços de apoio gerencial, em caráter contínuo, realizada pela sociedade de fomento mercantil, conjugada com a compra de direitos creditórios futuros, oriundos das vendas mercantis ou de prestação de serviços realizados pela CONTRATANTE. Distingui-se da operação de mútuo na qual o mutuário (devedor) se obriga a restituir a quantia mutuada ao mutuante (credor). A operação de fomento mercantil, portanto, não é operação de crédito, mas de compra e venda de direitos originados de recebíveis mercantis e de serviços.

**XI- RECOMPRA** - é o ato pelo qual a **CONTRATANTE** compra o título anteriormente cedido à **CONTRATADA**, ou seja, é a nova aquisição do título de crédito pela empresa **CONTRATANTE**, anteriormente negociado (vendido) com a **CONTRATADA** (sociedade de fomento mercantil).

**XII -VÍCIOS REDIBITÓRIOS** - são defeitos ocultos da coisa vendida que a tornam imprópria ao seu uso ou destino - arts. 441 ao 446, do Código Civil.

**CLÁUSULA 2ª** - O presente contrato atípico tem por objeto o fomento mercantil, na modalidade conhecida como convencional, das atividades da **CONTRATANTE-VENDEDORA**, doravante denominada apenas **CONTRATANTE**, pela **CONTRATADA-COMPRADORA**, doravante denominada apenas **CONTRATADA**, ambas devidamente qualificadas no preâmbulo deste contrato, celebrado com amparo na legislação básica aplicável, supra referida, declarando, **CONTRATANTE**, **CONTRATADA** e o (s) **RESPONSÁVEL (EIS) SOLIDÁRIO (S)** conhecer e aceitar a sistemática e as condições relativas aos negócios de fomento mercantil, na modalidade conhecida como convencional, e se dará mediante a prestação contínua de um ou mais dos seguintes serviços:

a. acompanhamento do processo produtivo ou mercadológico da **CONTRATANTE**, que consiste em otimizar a relação fornecedores/empresa cliente, podendo negociar prazos e descontos, e na gestão comercial das vendas, oferecendo informações e elementos sobre o mercado em que atua a **CONTRATANTE**, e os potenciais compradores de seus produtos/serviços;

b. acompanhamento de contas a receber e a pagar (Trustee) da **CONTRATANTE**, que vier a ser prestado pela **CONTRATADA**, na qualidade de mandatária, visam orientar a **CONTRATANTE**, na administração do controle do fluxo de caixa e da carteira de cobrança;

c. avaliação da contratante, de seus devedores e de seus fornecedores, que poderá ser prestado mediante o acompanhamento do mercado em que atua a **CONTRATANTE**, verificando a sazonalidade e a colocação de seus produtos, visando otimizar a sua produtividade (redução de desperdícios), auxiliando na busca de novos clientes e oferecendo subsídios à **CONTRATANTE** na tomada de decisões.

e, conjugadamente, poderá a **CONTRATADA** comprar à vista, total ou parcial, os diretos creditórios da **CONTRATANTE**.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** -Entende-se por direitos creditórios, no âmbito do presente contrato:

a) os direitos e títulos representados de crédito, originários de operações realizadas nos segmentos: comercial, agronegócio, industrial, imobiliário e serviços;

b) contratos mercantis de compra e venda de produtos, mercadorias e/ou serviços para entrega ou prestação futura, bem como títulos ou certificados representativos desses contratos

**PARÁGRAFO SEGUNDO** - As partes contratantes declaram-se cientes de que as operações, celebradas no âmbito do presente contrato, estarão sujeitas às determinações contidas na Lei 9.613/98 e nas Resoluções e Instruções Normativas emanadas do COAF - Conselho de Controle de Atividades Financeiras.

**CLÁUSULA 3ª -Nenhuma das atividades ou serviços acima referidos encontra-se na área de atuação privativa de qualquer profissão regulamentada.**

**CLÁUSULA 4ª - A formalização e o demonstrativo de cada operação, a discriminação dos títulos de crédito, a forma de pagamento, a comissão sobre prestação de serviços, fator de compra, IOF, eventuais retenções tributárias e o valor da compra pactuada entre as partes deverão estar expressas em um instrumento próprio denominado Termo Aditivo, respondendo a CONTRATANTE, por todas as obrigações inerentes ao endosso em preto,de acordo com a legislação básica aplicável à espécie.**

**PARÁGRAFO PRIMEIRO: Os termos Aditivos deverão estar assinados pelas partes CONTRANTES e seu (s) RESPONSÁVEL (EIS) SOLIDÁRIO (S), e caso algum termo aditivo não possuir assinatura do RESPONSÁVEL (EIS) SOLIDÁRIO (S), este (s) declara (m) que independentemente da assinatura, mantém hígida a sua responsabilidade pela liquidação de todos os títulos negociados na forma do termo aditivo.**

**PARÁGRAFO SEGUNDO: Os termos aditivos poderão ser encaminhados de forma eletrônica, desde que produzidos com base nos processos de certificação ICP – BRASIL (Infra-estrutura de Chaves Públicas).**

**CLÁUSULA 5ª - Os serviços que a CONTRATADA se compromete a prestar à CONTRATANTE, de acordo com o art. 594, do Código Civil, comprovados mediante nota fiscal de serviços, emitida pela CONTRATADA, devem ser remunerados com o pagamento de um valor convencionado entre as partes, que poderá ser:**

**a) "ad valorem", com o percentual variável livremente pactuado entre as partes, incidente sobre o valor de face dos títulos negociados, quando os serviços forem conjugados com a aquisição de direitos creditórios;**

**b) mediante um valor livremente pactuado entre a CONTRATANTE e a CONTRATADA, baseado na complexidade dos serviços prestados, quando os serviços não forem conjugados com a aquisição de direitos creditórios.**

**CLÁUSULA 6ª - A CONTRATANTE compromete-se a remeter à CONTRATADA, discriminados no Termo Aditivo, os títulos representativos dos créditos a serem negociados, oriundos de suas vendas mercantis e/ou da prestação de serviços realizados, endossados em preto quando se tratar de título de crédito, e que poderão ser avalizados.**

**PARÁGRAFO PRIMEIRO - Os títulos serão entregues, no ato da negociação, devidamente acompanhados das cópias reprográficas de suas respectivas notas fiscais e dos comprovantes de entrega das mercadorias ou dos serviços, ficando desde logo a CONTRATANTE ciente dos termos do art. 422 do Código Civil (boa-fé contratual), assim como do art. 172 e § único,do Código Penal (emissão de duplicata sem origem), pelo que, desde logo, a CONTRATANTE responsabiliza-se pela existência, validade, pelos vícios redibitórios e pela solvência do sacado-devedor.**

**PARÁGRAFO SEGUNDO - Os títulos endossados em favor da CONTRATADA, com os efeitos jurídicos de regresso cambial, que ensejam "aceite" do devedor, ou que forem Notas Promissórias, poderão conter a cláusula "SEM DESPESAS" ou "SEM PROTESTO". (art. 45, 46 e 70 do Decreto 57.663/66 e art. 25 da Lei 5.474/68).**



**CLÁUSULA 7ª** - Os títulos adquiridos, que forem recomprados pela CONTRATANTE, poderão ser mantidos em cobrança, autorizando a CONTRATANTE o prosseguimento para recebimento do crédito, inclusive com envio dos títulos ao cartório de protesto, estando ciente que a CONTRATADA nesses casos, estará agindo na condição de simples cobradora/mandatária, não assumindo a CONTRATADA qualquer responsabilidade resultante de eventuais protestos.

**CLÁUSULA 8ª** - Poderão também ser objeto de negociação direitos creditórios de titularidade da CONTRATANTE e que não estejam representados por títulos de crédito com clausula "à ordem", nesta excepcional hipótese a aquisição se dará por meio de "Instrumento de Cessão de Crédito" e obedecerá ao previsto nos arts. 286 a 298 do Código Civil.

**CLÁUSULA 9ª** - A negociação dos títulos de crédito constantes do Termo Aditivo operar-se-á com a venda à vista pela CONTRATANTE de seus direitos, adquiridos pela CONTRATADA, mediante um preço certo e ajustado entre as partes, pagável à vista, à CONTRATANTE, ou a quem esta determinar por expresse. Pelo endosso em preto aposto nos títulos negociados, a CONTRATANTE transfere a titularidade dos seus direitos à CONTRATADA, que passa a ser a sua única e legítima proprietária, não podendo a CONTRATANTE cobrá-los, diretamente, do sacado-devedor, sob as penas do art. 168 do Código Penal e, se porventura vier a receber diretamente o valor de título cedido, deverá repassá-lo, num prazo de 24 (vinte e quatro) horas, para a empresa CONTRATADA, sob as mesmas penas do art. 168 do Código Penal, acima referido.

**PARÁGRAFO ÚNICO** - Pelo resultado da compra dos ativos financeiros, será pago a CONTRATANTE o já referido desembolso, assim explicitado na CLÁUSULA 1ª, VI.

**CLÁUSULA 10** - A CONTRATANTE obriga-se a dar ciência ao SACADO-DEVEDOR da alienação dos títulos, no ato da negociação, informando ao SACADO-DEVEDOR que o respectivo pagamento deverá ser feito somente à CONTRATADA ou a sua ordem. Essa comunicação ao SACADO-DEVEDOR poderá ser feita pela CONTRATADA, a critério desta, neste ato expressamente autorizada pela CONTRATANTE a fazê-lo.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** - Consideram-se, para todos os efeitos legais, liquidados os títulos negociados, no momento em que o SACADO-DEVEDOR efetuar o seu respectivo pagamento, observado o disposto na parte final desta cláusula.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** - Na eventualidade da não liquidação dos títulos negociados, a CONTRATANTE e o (s) RESPONSÁVEL (EIS) SOLIDÁRIO (S), após comunicados pela CONTRATADA, mediante simples aviso postal, obrigam-se a recomprar os títulos negociados, conforme o disposto na cláusula 16, com todos os encargos moratórios previstos neste Instrumento.

**PARÁGRAFO TERCEIRO** - A CONTRATANTE, ao cumprir com a prestação constante no título, ficará sub-rogada nos direitos do credor, sendo-lhe restituída a respectiva cambial.

**PARÁGRAFO QUARTO** - Na hipótese do parágrafo anterior, os títulos cujos protestos por falta de pagamento tenham sido lavrados, serão entregues à CONTRATANTE, com o respectivo instrumento de carta de anuência, ficando

atribuída ao credor sub-rogado a obrigação de entregar tais documentos ao devedor quanto da quitação de cártula.

**CLÁUSULA 11** - Na hipótese do sacado-devedor negar-se a pagar à **CONTRATADA** os direitos creditórios adquiridos nos termos do presente contrato, pagando diretamente à **CONTRATANTE**, em face a convenção existente entre sacado-devedor e **CONTRATANTE**, fica esta (**CONTRATANTE**), uma vez recebido o valor do título, obrigada a realizar o pagamento diretamente ao **CONTRATADO**, num prazo de 24 horas, sob pena de ser considerada apropriação indébita.

**CLÁUSULA 12** - A **CONTRATANTE** e o (s) **RESPONSÁVEL (EIS) SOLIDÁRIO (S)** responsabilizam-se também perante a **CONTRATADA**, pelos riscos e prejuízos dos títulos negociados, no caso de serem opostas exceções quanto à sua legitimidade, legalidade e veracidade, ou ainda em caso da **CONTRATADA** ser demandada em juízo, por qualquer motivo oriundo deste contrato. Em decorrência, ratificam, neste ato, os direitos e obrigações, inerentes à compra e venda mercantil, representados pelos títulos de crédito negociados.

**CLÁUSULA 13** - No caso de serem opostas as exceções de que trata a **CLÁUSULA 9ª**, acima, a **CONTRATANTE** e os **RESPONSÁVEL (EIS) SOLIDÁRIO (S)**, sem prejuízo das sanções penais cabíveis, assumirão, em consequência, integral responsabilidade pelos vícios redibitórios e, exemplificativamente, em especial se os créditos cedidos forem objeto de outra cessão para com terceiros, sem a prévia e expressa anuência da **CONTRATADA**.

**CLÁUSULA 14** - Por **VÍCIOS REDIBITÓRIOS**, dentre outros, exemplificativamente, entendem as partes como sendo:

a) quando o sacado-devedor ou emitente de cheque recusa-se a pagar o título, por sustado ou devolvido por falta de fundos ou conta encerrada, ou ainda por se tratar de cheque furtado;

b) quando o sacado-devedor ou emitente de cheque alegar a não correspondência com os serviços efetivamente contratados, ou vícios ou defeitos nos serviços prestados;

c) for manifestado a divergência nos prazos ou nos preços ajustados, arrependimento ou desistência dos serviços ou aquisição de mercadorias, avarias ou não recebimento das mercadorias, ou ainda a devolução de mercadorias;

d) for manifestado a compensação, antecipação, pagamento direto ou em conta do **CONTRATANTE**;

e) qualquer medida judicial tomada pelo sacado-devedor, que tenha por objeto o título negociado com a **CONTRATADA**;

f) se os créditos representados pelos títulos vendidos forem objeto de outra alienação, ajuste ou oneração, sem o consentimento prévio e expresso da **CONTRATADA**;

**CLÁUSULA 15** -Em caso de devolução de mercadorias, ou ainda na eventualidade de pagamento do título negociado diretamente à **CONTRATANTE**, deverá esta comunicar imediatamente a **CONTRATADA**, ficando desde logo instituído como Fiel Depositário das mercadorias ou da quantia recebida (art. 645 do Código Civil) o Sr. sem ônus e com o compromisso de manter as

mercadorias devolvidas em perfeitas condições de armazenamento e conservação (art. 638, do Código Civil), sujeitando-se, ainda, a todas as penalidades legais (art. 168, do Código Penal) e devendo repassar tais mercadorias ou quantias, num prazo de 24 horas, para a empresa CONTRATADA, salvo dispensa expressa em contrário.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** - As condições originais do título cedido não poderão ser alteradas sem o prévio e expresso consentimento da CONTRATADA.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** - Toda alteração do contrato social, estatuto ou mudança de endereço da CONTRATANTE deverá ser comunicada à CONTRATADA.

**CLÁUSULA 16** - Concluída a operação e sobrevindo a constatação de vícios ou de quaisquer outras exceções na origem do(s) título(s) negociado(s), ou em caso de inadimplemento do SACADO-DEVEDOR, obrigam-se a CONTRATANTE e o (s) RESPONSÁVEL (EIS) SOLIDÁRIO (S) a recomprá-lo(s) da CONTRATADA, pelo valor de face do título negociado, acrescido da multa de 10,00% (dez por cento), de juros moratórios nos termos do art. 406 do Código Civil, de 0,5 % (meio por cento) ao mês, de atualização monetária pelo IGP-M, das perdas e danos e honorários advocatícios, tudo conforme autorizam os artigos 389 ao 392 e 394 ao 396 do Código Civil, num prazo de 48 horas após a CONTRATANTE tomar ciência do inadimplemento do respectivo sacado-devedor.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** - A não recompra dos títulos no prazo assinado de 48 (quarenta e oito) horas viabilizará a cobrança administrativa ou judicial do crédito.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** - No caso de a CONTRATADA acionar judicialmente os sacados-devedores, ou ser acionada por estes, ou quaisquer outros envolvidos direta ou indiretamente pelo presente contrato ou Termos Aditivos, em decorrência dos casos previstos nesta cláusula, ou outros quaisquer, ainda que não expressamente previstos, obriga-se a CONTRATANTE a reembolsar, com todos os acréscimos legais, o valor desembolsado pela CONTRATADA, incluindo despesas com advogados e custas processuais.

**CLÁUSULA 17** - O limite operacional máximo do presente contrato é de R\$ «cliente\_valor\_contrato», pelo que a redução deste limite fica à critério da CONTRATADA, mediante prévia comunicação do novo limite a ser observado.

**CLÁUSULA 18** - Em caso de rescisão do presente contrato, a CONTRATADA permanece no direito de receber todos os créditos que lhe houverem sido transferidos, e a CONTRATANTE e seu (s) RESPONSÁVEL (EIS) SOLIDÁRIO (S), nas obrigações de recompra e demais consectários, se for o caso, com relação aos mesmos créditos.

**CLÁUSULA 19** - O presente contrato é feito pelo prazo de «cliente\_prazo\_validade\_contrato» dias, e ficará rescindido de pleno direito em caso de pedido de concordata ou de requerimento de falência da CONTRATANTE, ou ainda, por descumprimento de qualquer uma de suas CLÁUSULAS ou condições.

**CLÁUSULA 20** - O (s) RESPONSÁVEL (EIS) SOLIDÁRIO (S) declaram conhecer os termos do Contrato de Fomento Mercantil Convencional, o qual assinam como principais pagadores, solidariamente responsáveis pelo cumprimento de todas as obrigações pactuadas, permanecendo íntegras suas

**responsabilidades até o total e definitivo cumprimento das obrigações avençadas.**

**CLÁUSULA 21 – Em sendo a CONTRATADA demandada em juízo pelo sacado-devedor, ou terceiros quaisquer, por motivos ensejados no presente contrato, poderá ela denunciar à lide, nos termos do art. 71, III, do Código de Processo Civil, restando a CONTRATANTE, e seu (s) RESPONSÁVEL (EIS) SOLIDÁRIO (S), a obrigação de figurar no pólo passivo da demanda e, ainda, indenizar todo o prejuízo que a CONTRATADA vier a sofrer, por culpa da CONTRATANTE.**

**CLÁUSULA 22 - Os casos omissos resolver-se-ão pela legislação em vigor e pelos princípios gerais do direito do comércio e do direito cambial.**

**CLÁUSULA 23 - Fica eleito o foro da Comarca de São Marcos - RS, com a exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para solucionar as pendências decorrentes da aplicação do presente instrumento.**

---

CONTRATO DE FOMENTO MERCANTIL Nº «Cliente\_Número\_Contrato»- «Cliente\_Nome» Válido até  
«Cliente\_Vencimento\_Contrato»

## ANEXO C

### TERMO ADITIVO AO CONTRATO DE FOMENTO MERCANTIL – CONVENCIONAL Nº 00001 DE 28/09/05

**CONTRATANTE:**

 Empresa:.....  
 CNPJ(MF): xx.xxx.xxx/xxxx-xx

**CONTRATADA:**

 Empresa: ALFA FOMENTO MERCANTIL LTDA  
 CNPJ(MF): 04.494.827/0001-50  
 Registro ANFAC: 0

### FOMENTO MERCANTIL CONVENCIONAL (Compra de créditos à vista) BORDERÔ DE TÍTULOS DA OPERAÇÃO 004490 DE xx/xx/xx

Nº DO TÍTULO	VENCIMENTO	VALOR	NOME DO SACADO
xxxx	xx/xx/xx	0,00	.....
<b>Total do borderô R\$</b>		<b>0,00</b>	

O presente Termo Aditivo ao Contrato de Fomento Mercantil é formalizado de acordo com as condições gerais estipuladas no CONTRATO firmado, as quais a CONTRATANTE e a CONTRATADA ratificam em sua plenitude.

A CONTRATADA recebe, neste ato, a documentação referente aos títulos relacionados no preâmbulo deste instrumento, responsabilizando-se a CONTRATANTE por sua legitimidade, legalidade e veracidade e ainda pela prestação constante do(s) título(s), ora negociado(s), de acordo com as cláusulas 4ª, 9ª, 10, 11 e 12 do contrato acima referido.

Por este instrumento acertam a remuneração dos serviços prestados pela CONTRATADA à CONTRATANTE e o preço (diferencial) na compra dos títulos de crédito, conforme se demonstra a seguir:

DEMONSTRATIVO DE OPERAÇÃO DE FOMENTO MERCANTIL - FACTORING			DEMONSTRATIVO DO VALORES RETIDOS NA FONTE		
Quantidade de Títulos	0		Base de Cálculo para Retenção (Serviços)	R\$	0,00
(+) Valor de Face dos Títulos	R\$ 0,00		(+) Valor de IRRF (1,50%)	R\$	
(-) Valor de Compra	R\$ 0,00		(+) Valor de PIS (0,65%)	R\$	
(-) Valor de Ad valorem	R\$ 0,00		(+) Valor de CSLL (1,00%)	R\$	
(-) Valor de Tarifa Bancária	R\$ 0,00		(+) Valor de COFINS (3,00%)	R\$	
(-) Valor de ISS	R\$ 0,00		(=) Valor de retenção sobre os serviços	R\$	
(-) Valor de Despesas	R\$ 0,00		Base de Cálculo para Retenção (Diferencial)	R\$	0,00
(-) Valor de IOF	R\$ 0,00		(+) Valor de PIS (0,65%)	R\$	
(-) Valor de Recompra	R\$		(+) Valor de CSLL (1,00%)	R\$	
(-) Valor de Abatimentos	R\$		(+) Valor de COFINS (3,00%)	R\$	
(+) Valor de Acréscimos	R\$		(-) Valor de retenção sobre o diferencial	R\$	
(-) Débito Amort. Conta Cliente	R\$				
(+) Crédito Amort. Conta Cliente	R\$				
(=) Valor Líquido da Operação	R\$ 0,00		(=) Valor Total das Retenções	R\$	

Valor de Ad Valorem	R\$	Valor de ISS	R\$
Valor de Tarifa Bancária	R\$	Valor de IOF	R\$

#### DEMONSTRATIVO DO VALOR DE RECOMPRA DE TÍTULO(S)

SACADO	DOCUMENTO	VENCIMENTO	RECEBIMENTO
--------	-----------	------------	-------------

#### DISCRIMINAÇÃO DO(S) CHEQUE(S) QUE PAGA(M) ESTA OPERAÇÃO

NUMERO	BANCO	VALOR	NOMINAL A
xxx	CAIXA ECONÔMICA FEDERAL	0,00	
xxx	CAIXA ECONÔMICA FEDERAL	0,00	

SÃO MARCOS, 2 de julho de 2014.

CONTRATANTE:

CONTRATADA:

 \_\_\_\_\_  
 .....  
 CNPJ(MF): xx.xxx.xxx/xxxx-xx

RESPONSÁVEL SOLIDÁRIO (titular):

 \_\_\_\_\_  
 .....  
 000.000.000-00  
 RESPONSÁVEL SOLIDÁRIO (titular):

 \_\_\_\_\_  
 ALFA FOMENTO MERCANTIL LTDA  
 CNPJ(MF):04.494.827/0001-50

RESPONSÁVEL SOLIDÁRIO (cônjuge):

 \_\_\_\_\_  
 .....  
 RESPONSÁVEL SOLIDÁRIO (cônjuge):

 \_\_\_\_\_  
 Testemunha

 \_\_\_\_\_  
 Testemunha

**ANEXO D**

**MODELO DUPLICATA**

<u>Nome empresa cedente</u>		Endereço.....																			
		95190-000 - São Marcos/RS																			
		CNPJ 00.000.000/0000-00																			
Fone : (xx) 0000-0000		CGC/TE 000/0000000																			
		Data da Emissão : xx/xx/xxxx																			
Fatura/duplicata		Duplicata			Vencimento																
Valor R\$	Número	Valor R\$	Número																		
0,00	100	0,00	00-1		xx/xx/xxxx																
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="2" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Nome do sacado: .....</td> <td colspan="2" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">CEP: 00000-000</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Endereço: .....</td> <td colspan="2" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">UF: .....</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Município: .....</td> <td colspan="2" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Inscrição Estadual 0000000000</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Praça de pagamento: mesma</td> <td colspan="2" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">CNPJ ou CPF : 00.000.000/0000-00</td> </tr> </table>						Nome do sacado: .....		CEP: 00000-000		Endereço: .....		UF: .....		Município: .....		Inscrição Estadual 0000000000		Praça de pagamento: mesma		CNPJ ou CPF : 00.000.000/0000-00	
Nome do sacado: .....		CEP: 00000-000																			
Endereço: .....		UF: .....																			
Município: .....		Inscrição Estadual 0000000000																			
Praça de pagamento: mesma		CNPJ ou CPF : 00.000.000/0000-00																			
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Valor por extenso:</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px;">*****</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px;">*****</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px;">*****</td> </tr> </table>						Valor por extenso:	*****	*****	*****												
Valor por extenso:	*****																				
*****	*****																				
Reconheço(emos) a exatidão desta duplicata de venda mercantil e/ou prestação de serviços na importância acima que pagarei(emos) À .....,ou à sua ordem na praça e vencimentos indicados.																					
Data do aceite ___/___/___ Ass.																					
Sacado: _____																					

## ANEXO E

SAO MARCOS, xx/xx/xx

Para:	<b>Nome empresa sacada</b>
Fax:	
Fone:	

De:	<b>ALFA FOMENTO MERCANTIL LTDA</b>
Fax:	
Fone:	00-0000-0000

Assunto: Confirmação de Título(s).

Solicitamos a V. Sas., confirmarem, via fax a regularidade do(s) título(s) abaixo relacionado(s), que nos estão sendo oferecidos em negociação pela empresa CEDENTE, sacado(s) contra V. Sas., com as seguintes características:

Nº Título	Nº Fatura	Vencimento	Valor	Carteira ou Banco
229-1	229	xx/xx/xx	0,00	0002 DUPLICATAS BRADESCO

**Resposta!**

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Para:	<b>JBR FOMENTO MERCANTIL LTDA</b>
Fax:	
Fone:	00-0000-0000

De:	<b>Nome empresa sacada</b>
Fax:	
Fone:	

<input checked="" type="checkbox"/>	Confirmamos a regularidade do(s) título(s) acima relacionado(s) quanto a(s) sua(s) emissão(ões), valor(es) e vencimento(s), sacado(s) contra nossa empresa, comprometendo-nos a pagá-lo(s) tão somente a V. Sas. ou à vossa ordem, em seu(s) respectivo(s) vencimento(s).
<input type="checkbox"/>	Não confirmamos.

Data ____/____/____	Assinatura e carimbo:
	Nome empresa sacada

**ANEXO F****SOLICITAÇÃO DE PAGAMENTO A TERCEIROS**

A  
ALFA FOMENTO MERCANTIL LTDA  
FACTORING

DATA: \_XX\_/\_XX\_/\_XXXX\_\_\_\_\_

Prezados senhores:

Pelo presente, solicito que o do valor líquido da operação constante no Aditivo nº\_0000\_\_\_\_ sejam feitos os seguintes pagamentos/repasses:

Valor (R\$)	Conta corrente/Agência	Beneficiado:
0.000,00	000-0/1111	.....

Declaro, para os devidos fins, que os beneficiados acima fazem parte da cadeia produtiva e, se não for o caso, declaro ainda ter pleno conhecimento da Resolução 13/2005/COAF.

\_\_\_\_\_  
Assinatura do cedente e carimbo