

O PERFIL DAS EMPRESAS DE FACTORING NA CIDADE DE TOLEDO (PR)

Balnei Lourenço Rotta¹
Jandir Ferreira de Lima²

ROTTA, B. L.; LIMA, J. F. O perfil das empresas de factoring na cidade de Toledo (PR). **Rev. Ciên. Empresariais da UNIPAR**, Umuarama, v. 7, n. 2, p. 185-194, jul./dez. 2006.

RESUMO: As empresas de *factoring* são hoje um instrumento de ajuda para as micro, pequenas e médias empresas, pois atuam na prestação de serviços e compra de recebíveis. O fornecimento de capital de giro é uma necessidade para as empresas-clientes, pois é na sua deficiência que ficam evidentes o efeito negativo do desempenho do negócio. Por isso, este trabalho analisa o perfil das empresas e dos clientes de *factoring* da cidade de Toledo –PR.

PALAVRAS-CHAVE: Factoring; Economia de Empresas; Economia Urbana.

THE PROFILE OF FACTORING COMPANIES IN THE CITY OF TOLEDO-PR

ABSTRACT: Factoring companies are today a tool for helping micro, small and medium size companies as they provide services and purchase loan accounts receivable. Cash-flow supply is necessary for company-clients as, on their deficiencies, the negative effect of business performance stands out. This article analyzes the profile of factoring companies and customers in the city of Toledo - PR.

KEYWORDS: Factoring; Enterprise Economy; Urban Economy.

EL PERFIL DE LAS EMPRESAS DE FACTORING EN LA CIUDAD DE TOLEDO – PR

RESUMEN: Las empresas de *factoring* son hoy un instrumento de ayuda a

¹ Bacharel em Ciências Econômicas pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE)/Campus de Toledo. Especialista em Análise Regional Aplicada às Ciências Sociais pela UNIOESTE/Toledo. E-mail: balnei.rotta@caixa.gov.br

² Ph.D. em desenvolvimento regional pela Université du Québec/Canadá. Professor adjunto da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE)/Campus de Toledo. Pesquisador do GEPEC/UNIOESTE. Email: jandir@unioeste.br

micros, pequenas y medias empresas, pues actúan en la prestación de servicios y compra de perceptibles. El suministro de capital circulante es una necesidad para las empresas-clientes, pues en su deficiencia es que se queda evidente el efecto negativo del desempeño del negocio. Por eso, esta investigación analiza el perfil de las empresas y de los clientes de *factoring* de la ciudad de Toledo – PR.

PALABRAS CLAVE: Factoring; Economía de Empresas; Economía Urbana.

1 INTRODUÇÃO

Factoring é uma expressão que significa atividade de cooperação empresarial. Seu objetivo é a aquisição, em definitivo, junto aos produtores de bens ou prestadores de serviço, dos créditos de que sejam titulares contra seus clientes ou compradores. Em alguns casos, além da aquisição de créditos, a empresa de *factoring* presta serviços complementares de contabilidade, estudo de mercado, investigação da clientela, em troca de uma retribuição a que pode agregar-se, ainda, uma possibilidade de financiamento, mediante antecipação com o recebimento de alguma retribuição (MOREIRA, 2004). O Conselho Monetário Nacional afirma que o *factoring* se caracteriza pela assessoria mercadológica e creditícia. Por causa disso, ele atua na prestação de serviços contábeis, além da seleção de riscos, de gestão de crédito conjugada com a aquisição de créditos de empresas resultantes de suas vendas mercantis ou de prestação de serviços, realizada a prazo (www.sinfacrj.com.br).

Nesse sentido, em linhas gerais, o *factoring* é uma atividade de fomento comercial, que se caracteriza pela aquisição de ativos de micro, pequenas e médio empresas, com um preço à vista, sem riscos de inadimplemento ao cedente, dos créditos transferidos, sem direito de regresso, contra a empresa cedente. O *factoring* assume o risco pela insolvabilidade dos clientes da faturizada, tudo mediante o pagamento de certo valor, sujeito a contrato e condições especiais.

Na opção pelo *factoring*, as micro, pequenas e médias empresas podem se beneficiar com a redução de custos operacionais, aumento de liquidez, elevação do grau de alavancagem e diminuição de custos financeiros. Para estas empresas a prática do *factoring* se torna um instrumento de grande ajuda, pois, diante do quadro de recessão e dificuldades dos países em desenvolvimento, as empresas de pequeno e médio porte encontram sérios problemas quanto ao adimplemento das obrigações e dos respectivos pagamentos.

Por isso, o *factoring* torna-se essencial no processo de crescimento econômico, que exige crédito, liquidez e disponibilidade de capital para investir. Frente a essa importância, nesta análise se questiona a atuação das empresas de *factoring* na cidade de Toledo (PR). Toledo tem 107.033 mil habitantes, um Produto Interno Bruto na faixa de R\$ 16.005 milhões, o que demonstra seu peso

econômico e a necessidade de empresas que atuem na área de crédito, assumindo riscos e fornecendo capital de giro às empresas locais.

Assim, esta análise apresenta o que é *factoring* e avalia o perfil das empresas de *factoring* da cidade de Toledo-PR, observando os seguintes aspectos: volume dos negócios, percentual de inadimplência, margem de rentabilidade, perfil dos clientes, sugestões para melhorar os trabalhos, bem como avaliar o perfil dos clientes (sexo, renda, ramo de atividade, porte da empresa, quanto tempo opera com a empresa de *factoring*, por que procurou *factoring*, conhecimento do trabalho dos bancos).

Para obter tais informações, realizou-se uma pesquisa de campo junto aos empresários de agências de *factoring* e seus respectivos clientes, que forneceram informações pertinentes a esse tipo de negócios. O presente trabalho traz em seu bojo a explicação do que vem a ser uma empresa de *factoring*, um breve histórico do seu início e a análise do perfil das empresas e clientes de *factoring* na cidade de Toledo (PR).

2 FACTORING: REVISÃO DE LITERATURA

Pesquisas informam que a atividade de *factoring* teve origem nos anos 1200 a. C., quando os fenícios expandiram o seu comércio. Para tanto, decidiram nomear agentes nos mercados onde atuavam. Esses – factorias – atuavam localmente como agentes de crédito, diminuindo os riscos das operações de comércio. Mais tarde, os romanos, para ampliar a exploração comercial em seu amplo território, nomeavam factor em diversos pontos do império. O factor (quer dizer em latim aquele de desenvolve, promove, fomenta), agente comercial de Roma, se encarregava de fomentar o comércio local, fornecer crédito, receber e armazenar mercadorias, pagar e cobrar (www.direitonet.com.br).

Nos séculos XIV e XV, na Europa, o *factor* era agente mercantil, representante dos exportadores nas colônias, que vendia mercadorias a terceiros contra o pagamento de uma comissão. Eram representantes de exportadores que conheciam muito bem as novas colônias. No início, eles custodiavam as mercadorias, prestando contas, posteriormente, aos proprietários. Esses representantes passaram a antecipar o pagamento das mercadorias aos seus fornecedores, cobrando posteriormente dos compradores (SOUZA, 2005).

No Brasil, o *factoring* surgiu por volta de 1982, com a fundação da Associação Nacional de *Factoring* (ANFAC). O início da operacionalização do *factoring* no país enfrentou resistência das instituições financeiras e das próprias autoridades que as fiscalizam, principalmente do Banco Central do Brasil (Bacen). O Bacen compreendeu que este invadiria a área privativa das instituições financeiras, vindas assim a proibi-las de forma indireta, através da

Circular nº 703, de 16 de junho de 1982, colocando sua prática como crime (www.direitonet.com.br). Muitas discussões ocorreram em torno da legitimidade do *factoring*, porém ele está enquadrado no artigo 1216, do Código Civil, e nos arts. 191 e 220, do Código Comercial (SOUZA,2005).

Apesar da legislação, o “*Factoring*” carece de estudos mais aprofundados. O contrato de *FACTORING* ainda não está regulamentado diretamente, por lei específica. Entretanto, há um grande *lobby* por parte das empresas de *FACTORING*, para sancionar o projeto de lei n. 230, do senador gaúcho José Fogaça, que define fomento Mercantil, disciplina os contratos, estabelece a forma a ser adotada pelas sociedades de fomento mercantil, estipula as receitas operacionais da sociedade de fomento mercantil e autoriza criação do Conselho Federal de Fomento Mercantil, a quem caberá a supervisão e a disciplina de atividades relacionadas ao *factoring*.

A Associação Nacional de *Factoring* (ANFAC) é um indicador de idoneidade de uma sociedade de fomento mercantil, pois as agências que estão filiadas a ela têm ampla assistência técnica, jurídica, operacional, fiscal, política e contábil. Atualmente, quase 800 empresas estão associadas (Souza, 2005).

Caso ocorra descaracterização da essência e finalidade do *Factoring*, estes negócios pouco lícitos podem ser definidos como *Agiotagem*. Realizar empréstimos de dinheiro, com cobrança de juros, sem autorização do Banco Central, é prática criminosa prevista na legislação brasileira (SOUZA, 2005).

Segundo SOUZA (2005), *agiotagem* é a especulação fundada nos empréstimos de dinheiro a juros extorsivos. Seu principal objetivo é obter lucros excessivos.

É importante lembrar que a atividade de fomento mercantil desempenha um papel fundamental no fortalecimento da economia nacional, especialmente no apoio às micro, pequena e média empresas, geradoras de empregos e que, muitas vezes, não conseguem apoio das instituições financeiras.

3 ANÁLISE DO PERFIL DAS EMPRESAS DE *FACTORING* EM TOLEDO (PR)

Há duas empresas de *factoring* na cidade de Toledo (PR). Segundo relato realizado pelos proprietários, eles iniciaram suas atividades informalmente e com o passar do tempo, oficializaram suas atividades tornando-se agências de *factoring*. Uma delas atua no mercado há 15 anos e outra há 5 anos, ambas filiadas ao Sindicato das Sociedades de Fomento Mercantil – *Factoring* do Estado do Paraná (Sinfac-PR).

Questionados sobre o volume de negócios que realizam, informaram que gira em torno de 200 a 350 contratos, dependendo do número de clientes que

a empresa tem, conforme consta na figura 1.

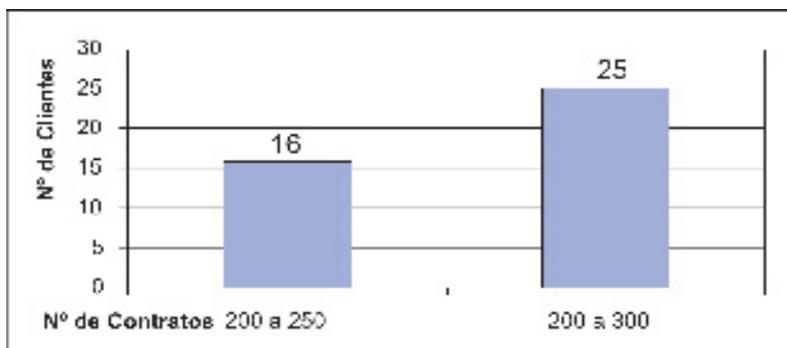


Figura 1: Volume de Negócios das Empresas de Factoring da Cidade de Toledo (PR)

A faixa etária dos clientes que procuram as agências é de 30 anos até mais de 50 anos.

Quanto ao porte das empresas que buscam efetivar negócios com as agências de *factoring*, elas são de pequeno e médio porte, sendo 50% pequenas empresas e 50% médias empresas.

Questionados sobre a margem de rentabilidade líquida (lucratividade), informaram que gira em torno de 1,85 a 1,90% a.m. com percentual de inadimplência de 10% a 15%, ou seja, são títulos em atraso. Apesar disso, os inadimplentes são considerados credores duvidosos e não devedores lançados a prejuízo. Ambos informaram que até o momento não tiveram perdas, ou seja, inadimplência.

Quanto à quantidade de contratos efetivados por mês, têm-se os seguintes dados:

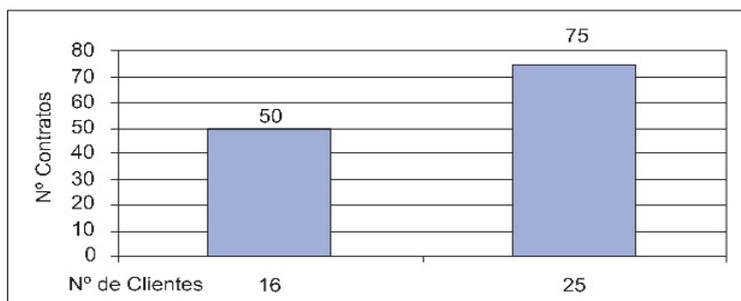


Figura 2: Quantidade de Contato/mês das Empresas de Factoring de Toledo (PR)

Pela figura 2, nota-se que o cliente realiza negociações com a agência mais de uma vez por mês, ou seja, tem-se em torno de 2,8 contratos por cliente/mês. Cada cliente realiza de 2 a 3 contratos com a agência todos os meses. Em geral, 80 a 90% dessas negociações realizam-se através de duplicatas e 10 a 20% com cheques.

Questionados sobre os principais problemas, informaram que é a emissão de duplicatas frias, cancelamento de cheques, atraso na entrega de mercadorias (via transportadora), que causa também atraso no pagamento, pois o cliente não irá pagar pela mercadoria ainda não recebida, e a alta taxa de impostos.

Como sugestão para melhorar seus negócios, os empresários esperam que ocorra uma alteração o sistema tributário, ou seja, isentar de algumas taxas e desburocratizar o sistema.

4 ANÁLISE DO PERFIL DOS CLIENTES DAS EMPRESAS DE *FACTORING* DE TOLEDO (PR)

Para esta análise foram realizadas entrevistas através de amostragem aleatória com 30% dos clientes das empresas de *factoring*, ou seja, dos 41 clientes, 12 foram entrevistados. Dos 30% de entrevistados, 72% responderam ao questionário, sendo 62,5% do sexo masculino e 37,5% do sexo feminino.

As empresas de *factoring* na cidade de Toledo (PR) atendem pessoas jurídicas de pequenas e médias empresas, conforme demonstra o gráfico número 3 de diferentes ramos, tais como construção civil, contabilidade, transportadoras e comércio de cereais, indústria e comércio.

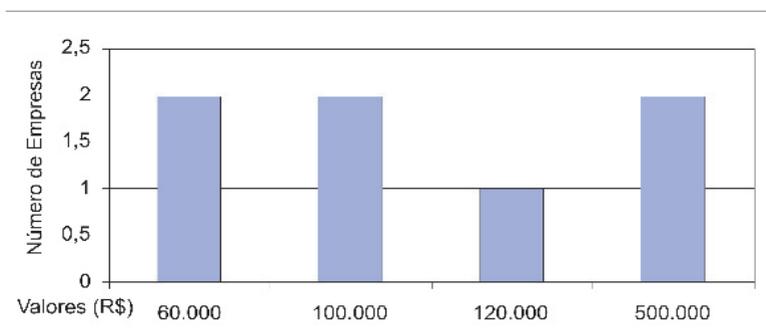


Figura 3: Volume de Negócios das Empresas de Factoring de Toledo (PR)

A figura 4 demonstra que a maioria das empresas já atuam há algum tempo com as agências de *factoring*, na sua maioria há cinco anos.

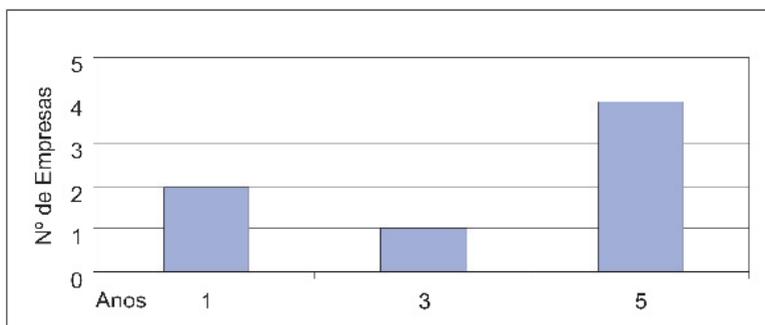


Figura 4: Tempo de Operação do Factoring na Cidade de Toledo (PR)

Questionados sobre o motivo da realização de negócios com agências de *factoring*, os clientes informaram que geralmente falta limite nas operações que realizam com os bancos, por isso têm necessidade de capital e troca de títulos, além da facilidade de acesso, ou seja, a burocracia é menor e existe agilidade no processo.

Quanto ao trabalho realizado nos bancos, os clientes das agências de *factoring* apresentam algumas restrições, tais como: as linhas de crédito são de difícil acesso; apresenta pouco limite de crédito; faz-se necessário fazer produtos e pagamentos de juros; tarifas abusivas, “É bom trabalhar com banco quando se tem dinheiro”.

5 CONCLUSÃO

O *factoring* é uma atividade de serviços destinado a suprir as deficiências de ordem gerencial e financeira, principalmente das micro, pequenas e médias empresas. Ela se caracteriza pela aquisição de ativos dessas micro, pequenas e médio empresas, com um preço à vista, sem riscos de inadimplimento, ao cedente, dos créditos transferidos, sem direito de regresso, contra a empresa.

É um instrumento de ajuda, pois agiliza o processo de acesso ao capital, troca de títulos e apresenta pouca burocracia. Fornece ao cliente um limite de crédito maior que a oferecida pelos bancos.

As empresas de *factoring* na cidade de Toledo (PR), atendem pessoas jurídicas de pequenas e médias empresas, de diferentes ramos de negócios.

São filiadas à Sinfac-PR, que é o sindicato das agências de *factoring* organizado no Paraná. Cada estado possui o seu, ligados à Anfac, o que facilita seu trabalho, uma vez que a Anfac disponibiliza a seus associados acesso a

diversos tipos de minutas de fomento, quadros sinóticos de tributos, plano de contas, modelos de documentos necessários para o trabalho do dia-a-dia e envia circulares com orientações técnicas jurídicas, contendo informações sobre qualquer mudança jurídica.

Um dos fatores apontados pelos empresários para a melhoria das agências de *factoring* é a questão tributária. Realmente, da forma como se apresentam no momento, os tributos que incidem sobre as atividades de *factoring* são muitos, tais como: PIS, Cofins, IRPJ, INSS, PIS, que são recolhidos de forma individual. Porém, acredita-se que dois fatores possam vir a melhorar as atividades de fomento mercantil: primeiro a aprovação da Lei Fogaça, no que diz respeito à definição do fomento Mercantil, que disciplina o contrato a ser celebrado entre as partes envolvidas, estipula as receitas operacionais da sociedade de fomento mercantil e autoriza a criação do Conselho Federal de Fomento Mercantil, a quem caberá a supervisão e a disciplina de atividades relacionadas ao *factoring*. Estes fatores irão auxiliar a agências quanto à sua real finalidade e forma de operação.

A nova Lei Geral para Micro e Pequenas Empresas, aprovada pelo Congresso Nacional, no dia 09 de novembro de 2006, propõe a desburocratização e a desoneração tributária. Isso deverá estimular o crescimento das Pequenas e Médias Empresas em 2007. Também deve ampliar o mercado de atuação do fomento mercantil. Acreditamos que a desburocratização e a desoneração tributária realmente possam auxiliar muito o crescimento dessas empresas.

As leis de incentivo fiscal também podem ser uma boa oportunidade para as empresas de *factoring*, como por exemplo, a Rouanet (8.313/91), que determina que as empresas tributadas em lucro real, como é o caso das *factoring*, podem abater até 4% do imposto devido, se apoiarem projetos culturais, como existem também leis estaduais que prevêm abatimento de ICMS para empresas que colaboram com projetos culturais. Isso é importante para as empresas, pois, além da isenção fiscal, elas investem na imagem institucional e em sua marca e reforçam a imagem corporativa da empresa junto à sociedade.

REFERÊNCIAS

ANFAC - Associação das Empresas de Fomento Mercantil. Disponível em: <www.anfac.com.br> Acessado em: 18 abr. 2006.

JUS NAVIGANDI - Disponível em: <www.jus.com.br> Acesso em: 13 jun. 2006.

MOREIRA, P. G. M. **Factoring no direito da empresa brasileira**. Disponível em: <www.franca.unesp.br/revista/graduação/artigos/202004/20Gomes>.

Acesso em: 03 fev. 2006.

REINHARDT JUNIOR, C. D.; LUCA, G. Di. **Factoring e legislação brasileira**. Disponível em: < www.direitonet.com.br/artigos/x/98/22/982>. Acesso em: 03 fev. 2006.

ROVIDA, M. **Leis de incentivo fiscal servem para factorings**. Disponível em : <<http://revistadofactoring.com.br>>. Acesso em: 14 dez. 2006.

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micros e Pequenas Empresas. **Ponto de partida para início de negócios. Factoring**. Disponível em: <<http://www.google.com>>. Acesso em: 12 dez. 2006.

SINFACRJ - Sindicato das Sociedades de Fomento – Factoring do Estado do Rio de Janeiro. Disponível em: <www.sinfcrj.com.br> Acesso em: 15 mar. 2006.

SOUZA, P. G. B. de. **Factoring**. Disponível em: < [www.ppgep.ufsc.br/ banco de teses e dissertações](http://www.ppgep.ufsc.br/banco_de_teses_e_dissertacoes)>. Acesso em: 11 mar 2006.

MAC

Management Accounting Consulting



**A Consultoria Júnior do Curso
de Ciências Contábeis!**



CIÊNCIAS CONTÁBEIS