



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

VITOR ANTONIO PEREIRA LEMOS

**UMA ANÁLISE DO DESEMPENHO DO FACTORING COMO INSTRUMENTO
DE DINAMIZAÇÃO FINANCEIRA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO
BRASIL.**

SALVADOR

2008

VITOR ANTONIO PEREIRA LEMOS

**UMA ANÁLISE DO DESEMPENHO DO FACTORING COMO INSTRUMENTO
DE DINAMIZAÇÃO FINANCEIRA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO
BRASIL.**

Versão final do trabalho de conclusão de curso apresentada no curso de graduação de Ciências Econômicas da Universidade Federal da Bahia como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas

Orientador: Prof. Dr. Guilherme Furtado Lopes

**SALVADOR
2008**

Ficha catalográfica elaborada por Joana Barbosa Guedes CRB 5-707

Lemos, Vitor Antonio Pereira

L557 Uma análise do desempenho do factoring como instrumento de
dinamização financeira das micro e pequenas empresas no Brasil /
Vitor Antonio Pereira Lemos. – Salvador, 2008.
76 f. tab.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Economia) –
Faculdade de Ciências Econômicas da UFBA, 2007.

Orientador: Prof. Guilherme Furtado Lopes.

1. Factoring – Micro e pequenas empresas. 2. Crédito – Micro e
pequenas empresas. I. Lemos, Vitor Antonio Pereira. II. Título.

CDD – 347.75

AGRADECIMENTOS

Este é sem dúvida, um momento muito especial. Quando temos a felicidade de concluir a primeira monografia de graduação, nosso coração se enche de reconhecimento por aqueles que tanto contribuíram para a conquista desse objetivo.

Evitando cometer injustiças, procurei lembrar-me das pessoas que iluminaram o meu caminho nessa jornada ou que de alguma forma nela representaram um marco.

Desejo agradecer aos meus pais, por nunca terem poupado esforços ao desempenhar de forma excepcional as suas tarefas de pai e mãe.

Agradeço a minha namorada Lívia, pois quanto mais me desenvolvo, mais percebo a importância do amor muito especial que tenho o privilégio de receber dela.

Agradeço a meus professores por me terem feito aprender a humildade dos mestres. E também a sensatez o apoio e confiança do Dr. Guilherme Furtado meu orientador

Gostaria de agradecer também à alguém muito especial, o grande amigo e ex-líder Ubirajara Lima Ferreira, pela compreensão e apoio na flexibilização dos meus horários de trabalho - para que pudesse frequentar parte do curso- e pela inspiração como profissional e ser humano excepcional que ele é.

Sou grato aos meus queridos colegas de curso por me terem permitido aprender com o convívio, o diálogo e os debates. A todos só me resta dizer: obrigado por tudo.

RESUMO

Este trabalho monográfico pretende realizar uma análise do desempenho do *factoring* no Brasil, traçando um paralelo entre a estruturação produtiva, financeira e operacional das micro e pequenas empresas, no que diz respeito ao crédito livre destinado a essas pessoas jurídicas, e a aquisição de ativos pelas agências de *factoring*. O termo estruturação refere-se à utilização dos novos processos de captação de recursos financeiros (capital de giro) por parte das micro e pequenas empresas junto ao mercado de crédito. É justamente nesse ponto que surge a função de fomentador mercantil e nasce o indicativo de problema para este trabalho, ou seja, a relação salutar ou não entre esses fomentadores (factorings) e as MPE's (Micro e Pequenas Empresas).

Palavras-chave: Factoring. MPE's (Micro e Pequenas Empresas). Fomento mercantil. Crédito.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

TABELA 1 - Distribuição das Empresas Industriais, Comerciais e de Serviços por Porte e Setor Brasil - 1998	18
TABELA 2 - Distribuição do Pessoal Ocupado, segundo o Porte da Empresa por Setor (Brasil -1998)	19
TABELA 3 - Número de Estabelecimentos por Porte e Região Geográfica – Brasil – 2000	21
TABELA 4 - Número de Trabalhadores por Porte e Região Geográfica – Brasil – 2000	21
TABELA 5 - Distribuição de Salários e outras Remunerações, Segundo o Porte da Empresa por Setor – Brasil - 1998	23
TABELA 6 - Distribuição da Receita/Valor Bruto da Produção Industrial, segundo o Porte da Empresa por Setor – Brasil – 1994	24
QUADRO 1 - Linhas Disponíveis de Crédito às MPEs	34
QUADRO 2 - Evolução anual do capital aplicado	41
QUADRO 3 - Quadro comparativo: instituição financeira x factoring	51

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	7
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	9
2.1	O FINANCIAMENTO DA PRODUÇÃO	9
2.2	ASSIMETRIA DE INFORMAÇÕES	10
3	A IMPORTANCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO PROCESSO E CRESCIMENTO ECONOMICO	17
3.1	FATORES CONDICIONANTES DA SUSTENTABILIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	26
3.2	O PAPEL DO SEBRAE JUNTO AS MPE'S	30
3	A ESTRUTURA DE CRÉDITO PARA AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	32
4.1	A DINÂMICA DA CAPITALIZAÇÃO DAS MPE'S	32
4.2	ALTERNATIVAS DE FINANCIAMENTO DAS MPE'S	33
4	O FACTORING	36
5.1	A ORIGEM DAS OPERAÇÕES DE FACTORING	36
5.2	O FACTORING NO BRASIL	39
5.3	CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS CLIENTES	41
5.4	OPERACIONALIZAÇÃO E ASSIMETRIA DE INFORMAÇÕES COMO VARIÁVEL DE TRABALHO PARA AS EMPRESAS DE FACTORING	42
5.5	SITUAÇÃO ATUAL DAS ATIVIDADES DE <i>FACTORING</i> NO BRASIL	58
6	CONCLUSÕES	68
	REFERÊNCIAS	74

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho monográfico pretende realizar uma análise do desempenho do *factoring* no Brasil, traçando um paralelo entre a estruturação produtiva e operacional das micro e pequenas empresas, no que diz respeito ao crédito livre destinado a essas pessoas jurídicas, e a aquisição de ativos pelas agências de *factoring*.

O termo estruturação refere-se à utilização dos novos processos de captação de recursos financeiros (capital de giro) por parte das micro e pequenas empresas junto ao mercado de crédito. É justamente nesse ponto que surge a função de fomentador mercantil e nasce o indicativo de problema para este trabalho, ou seja, a relação salutar ou não entre esses fomentadores e as MPE's.

Esta modalidade de fomento mercantil é direcionada principalmente as micro e pequenas empresas que, normalmente, encontram dificuldades de obter recursos junto aos bancos e outras instituições financeiras. Assim, para as micro e pequenas empresas que não dispõe de suporte para a devida satisfação das suas demandas de crédito e financiamento, ou que não tem cacife para bancar a reciprocidade exigida pelos bancos, é recomendável avaliar a relação custo/benefício de recorrer ao fomento mercantil (Factoring).

Foi utilizada como metodologia investigativa a pesquisa exploratória, através da técnica de levantamento bibliográfico. Dentro deste contexto o trabalho divide-se em seis partes contando com esta introdução e com o capítulo de conclusão, estruturando-se da seguinte forma:

No segundo capítulo, para que se pudesse fazer uma análise bem estruturada e calcada em um legítimo referencial teórico se fez necessário, em um primeiro momento do trabalho,

traçar a relação capital financeiro e crescimento econômico, além de expor de forma fundamentada a situação das MPE's dentro do contexto da conjuntura econômica, calçando-se de forma relativa em fragmentos de teorias da assimetria de informações no âmbito do crédito, demonstrando a sua importância na economia sem deixar de considerar os fatores condicionantes que possibilitam a sua sustentabilidade.

No terceiro capítulo discutiu-se a importância das MPE's no processo de crescimento econômico do Brasil, analisando os fatores condicionantes da sustentabilidade das MPE's, destacando-se o papel do SEBRAE no processo de financiamento e de apoio assistencial e técnico as MPE's.

No quarto capítulo discorre-se sobre a estrutura de crédito das MPE's, destacando nesta discussão aspectos relacionados à dinâmica da capitalização e as alternativas de financiamento delas.

Já no quinto capítulo, expõe-se o Factoring, propriamente dito, analisando as suas origens e a sua evolução no Sistema Financeiro Nacional como fomentador das MPE's. Além de tentar identificar o perfil dessas MPE's através da análise de fatores de atratividade e de limitação apresentados por elas no que tange a sua caracterização como clientes do ponto de vista prático e operacional. Para tanto foram utilizados exemplos práticos selecionados e coletados em revistas especializadas no setor com reportagens de diferentes regiões do país.

Na conclusão, tentou-se apresentar um desfecho para o estudo, de modo que foi feita uma avaliação de como as MPE's podem otimizar a utilização das empresas de factoring como fomentadores financeiros de suas atividades e sobre tudo como estão estruturadas as operações do factoring no Brasil, procurando-se traçar uma perspectiva da real contribuição desses fomentadores para com as MPE's.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para discorrer sobre o tema proposto nessa dissertação se faz necessário dimensionar, do ponto de vista teórico, pontos-chaves que envolvem macro e micro economicamente o tema. Dessa forma iremos conduzir os pontos, referentes ao capital financeiro e ao crédito, sob a ótica de autores como Varian, Pindyck e Rubinfeld.

2.1 O FINANCIAMENTO DA PRODUÇÃO E O CRÉDITO

O capital financeiro é antes de tudo um estudo marxista. Ou, nas palavras de Hilferding (1981, p.27), uma “tentativa de chegar a uma compreensão científica dos fenômenos econômicos referentes ao desenvolvimento capitalista mais recente nos termos de uma economia clássica que começa com W. Petty e encontra a sua expressão máxima em Marx”.

Os traços mais característicos do capitalismo “moderno” são constituídos, dentre outros aspectos, numa relação cada vez mais intrínseca entre o capital bancário e o capital industrial ou produtivo. Uma análise teórica dessa relação teria que deslumbrar necessariamente à questão da relação causal existente nesse fenômeno, e assim a análise do capital financeiro e a análise de sua relação com as outras formas de capital industrial.

Surge, assim, então a questão do papel e da natureza do crédito. Segundo a teoria monetária geral duas coisas são necessárias à circulação das mercadorias: mercadorias lançadas em circulação, e dinheiro lançado em circulação.

2.2 ASSIMETRIA DE INFORMAÇÕES

Este capítulo se propõe a fornecer os conceitos pertinentes à teoria de assimetria de informações, cuja utilização neste trabalho é relacionada com o mercado de crédito. A importância desta abordagem, no restante do texto, concentra-se no relacionamento estabelecido pelas pequenas empresas com os agentes fornecedores de crédito, tanto instituições financeiras, como empresas de fomento mercantil. Para tanto, são apresentados os conceitos de forma sucinta, buscando evidenciar os problemas enfrentados pelos agentes nesse mercado.

Informação é conhecimento de fatos e/ou dados referentes a qualquer evento. À medida que se dispõe de um número maior de informações a respeito de determinado assunto, mais clara se torna a percepção deste. Para que isso ocorra, as pessoas se cercam de todas as formas de comunicação e acesso a dados.

Nas relações de mercado, onde o cerne do negócio é a determinação de condições, quanto maior o conhecimento que cada agente tiver, maior é a transparência e a veracidade do contrato. Em certas situações, a forma de obter a informação exata é muito dispendiosa, ou seja, o retorno almejado não justifica o gasto incorrido. Entretanto, mesmo sob essas condições, faz-se necessário a noção de quais informações estão disponíveis e qual o seu grau de satisfação na avaliação desejada.

Isso quer dizer que, mesmo em situações nas quais o custo não compensa o resultado, há necessidade de ter contato com uma informação organizada, avaliada e conclusiva.

Todo tipo de análise pressupõe disponibilidade de fatos e dados, o que diferencia a qualidade do resultado desse conjunto de informações é o *know-how* de quem as utiliza e o

universo de situações que descreve a abrangência de explicações para os fenômenos abordados.

De uma forma geral, o mercado é regido por relações contratuais, nas quais as partes envolvidas buscam estabelecer condições vantajosas para os seus interesses, priorizando a própria satisfação, mediante aceitação pela outra parte. À medida que o nível de conhecimento com relação ao negócio aumenta o agente envolvido, sob uma perspectiva mais clara das características do contrato, pode visualizar o contexto real do que se está estabelecendo e optar ou não pela realização do negócio.

O agente cuja disponibilidade de informação é menor não possui a mesma capacidade de percepção das condições do contrato, tomando decisões com base em variáveis menos confiáveis, mais intuitivas do que reais, tendo grandes chances de realizar maus negócios, assumindo riscos desproporcionais a sua capacidade e em desacordo com a sua vontade, caso tivesse mais informações a respeito do que estava sob análise.

São várias as situações em que os agentes envolvidos em tomadas de decisão não possuem informações suficientes, arcando com resultados, muitas vezes, além do viabilizado por sua estrutura operacional. Exemplos simples e do cotidiano podem ser dados no que se refere a contextos de falta de transparência, como é o caso dos contratos de compra e venda de imóveis, carros, roupas, eletrodomésticos, contratos de trabalho, de crédito bancário etc.

Normalmente, vendedor e comprador detêm níveis diferentes de informação com relação ao negócio. O vendedor possui um conjunto de dados muito maior a respeito da mercadoria ofertada, visto que ele sabe o histórico do produto; em contrapartida, o comprador conhece a sua capacidade de pagamento, logo, a sua expectativa em honrar o compromisso assumido.

Fica evidente que, além das informações quanto à operação, estão envolvidas também as características pessoais de cada agente, como caráter, profissionalismo, conduta de uma

forma geral. Entretanto, essas variáveis pessoais, de difícil percepção imediata, só são conhecidas com o passar do tempo, com o desenrolar das situações pré-estabelecidas.

É condição relevante para o mercado o caráter das pessoas, bem como o das “empresas” (exercido pelos administradores), gerando ações por parte destas no sentido de expor para os interessados a conduta tomada em suas decisões. É um trabalho que demanda tempo e investimento, tendo-se consciência de que qualquer deslize pode engendrar situações irreparáveis. Não basta desenvolver uma política de confiança por parte do público, deve-se pensar que existem outros agentes, também interessados em compartilhar relações contratuais, que não possuem capacidade de assumir determinados compromissos, e que se utiliza de meios para “camuflar” tais restrições.

Diante dessas situações, a alternativa mais vantajosa é estar preparado para lidar com casos indesejados de mercado, com a consciência de que toda informação é importante, mas que a sua desordem pode causar grandes transtornos.

É imprescindível trabalhar cercado de boas informações, precisas, tempestivas e rentáveis, buscando, sempre, “enxergar” o que se está fazendo, as condições, os resultados possíveis sob os variados cenários e as medidas corretivas nas situações de insucesso. Em muitas situações, a dificuldade na obtenção dos dados faz com que se acabe trabalhando em condições mais precárias, sujeitas a um risco elevado; é quando o empresário, por exemplo, vê-se diante de uma condição de difícil recuperação, sem que soubesse que estava tão perto da insolvência.

Essas condições de acesso à informação, tão almejadas nos dias de hoje, geram um problema bastante significativo e estudado, conhecido na literatura econômica como “assimetria de informações”.

Ocorre assimetria de informações quando os agentes envolvidos em uma situação dispõem de diferentes “níveis” de informação. Quando uma das partes toma decisões com base em

um maior número de variáveis conhecidas, torna-se assimétrica a condição estabelecida, ou seja, o resultado esperado é mais conveniente para um lado do que para o outro.

Uma maneira de minimizar os efeitos da assimetria de informação nas relações de mercado é a inserção, na formação dos preços, da falta de conhecimento quanto às condições do negócio. Insere-se o componente “incerteza” na precificação, buscando compensar surpresas indesejadas. Na proporção em que o empresário consegue “medir” de forma mais eficiente o potencial de perda em cada contrato, ele pode inserir o componente “risco” (probabilidade objetiva de perda), mensurando a possibilidade de insucesso de forma mais individualizada, o que gera menor arbitrariedade na administração do negócio. “A informação assimétrica explica a razão de muitos arranjos institucionais que ocorrem na nossa sociedade.” (PINDYCK; RUBINFELD, 1994, p.801).

Segundo os autores supramencionados, os preços embutidos nas mercadorias incorporam a assimetria de informações dos mercados, a ponto de, em função da ausência de conhecimento suficiente, ocorrer um padrão de precificação que causa a exclusão dos bons e a preponderância dos maus pagadores. Isso se dá porque a incerteza do negócio resulta em nivelar o preço pelo pior comportamento do devedor.

Aqueles que honram suas dívidas e assumem o fluxo de caixa acertado se deparam com preços injustamente elevados e, portanto, evitam o negócio. Os consumidores com perfil de “maus pagadores” sabem das suas próprias condições e aceitam assumir o preço estipulado.

Sob essas circunstâncias, a inadimplência se traduz em um processo retroalimentador. Quanto mais inadimplência, maior o preço cobrado, pois maior é a parcela do risco inserida no valor final.

“Existem certamente vários mercados no mundo real nos quais pode ser muito caro, ou mesmo impossível obter informações precisas sobre a qualidade dos bens que estão sendo vendidos.” (VARIAN, 1994, p.647). Não é um processo simples o acesso a informações;

em muitos casos, não é vantajoso o dispêndio para obtê-las. No caso, por exemplo, de empréstimos de baixo valor, cuja organização de informações para realização de análise de crédito não esteja disponível; o esforço demandado para obter uma precificação individualizada pode se tornar muito oneroso, frente ao retorno esperado. Se não há um sistema adequado para análise do cliente, ocorre a padronização da expectativa de retorno, quando todos os contratos fechados apresentam o mesmo nível de risco/incerteza para o credor.

Em finanças, têm sido utilizados conceitos distintos para risco e incerteza, /.../: (a) Risco: existe quando o tomador de decisões pode basear-se em probabilidades objetivas para estimar diferentes resultados, de modo que sua expectativa se baseia em dados históricos e, portanto, a decisão

Quando ocorre uma venda a prazo, na qual a taxa de juros cobrada (a remuneração pela utilização do capital no prazo acordado, portanto, o preço) é padronizada, independente do perfil do cliente, ocorre um tratamento uniforme em relação aos devedores. Frente a situações em que o preço é extremamente elevado para o “bom” pagador e acessível para o “mau”, incorre-se no fenômeno conhecido como “seleção adversa”.

A melhor tradução para seleção adversa é a alocação não-eficiente dos recursos. Ou seja, em um ambiente de falta de informação, os mais interessados em “conseguir” credibilidade são aqueles agentes que esperam obter mais retorno *vis-à-vis* ao custo assumido na negociação. Para que exista essa realidade, sob a ótica risco *versus* retorno, o resultado do empreendimento deve ser bastante elevado, uma vez que o custo está sendo atribuído pelo limite de risco que alcance uma possível inadimplência.

Por exemplo, no mercado de crédito bancário, caso não seja realizada uma análise individualizada do risco-cliente, a taxa cobrada será a mesma em determinada linha de crédito para qualquer cliente. A perspectiva de inadimplência faz com que a instituição incorpore na taxa de juros o item risco (pressupondo um modelo de avaliação que minimize

a variável “incerteza”) a um nível elevado em relação ao bom pagador e a um nível adequado para um potencial inadimplente. Dessa forma, torna-se vantajoso o fechamento do negócio para o segundo cliente. Fica efetivado um contrato menos eficiente, por se tratar de uma mesma taxa, só que para um cliente pior.

Além da seleção adversa, resultado da assimetria de informações, outro fenômeno de grande influência no mercado pode ser gerado:

O “risco ou perigo é tomado a partir de estimativas julgadas aceitáveis pelo tomador de decisões. (b) Incerteza: ocorre quando não se dispõe de dados históricos acerca de um fato, o que poderá exigir que o tomador de decisões faça uma distribuição probabilística subjetiva, isto é, baseado em sua sensibilidade pessoal e moral” (SILVA, 2000, p.75).

Isso ocorre quando um fato *ex-post* ao acordo firmado, de conhecimento de uma das partes, pode afetar a negociação, prejudicando a contraparte. Existem situações em que o fato gerador, que provoca a relação assimétrica, ocorre após a formalização do acordo (contrato). Tal evento pode ser gerado pelo próprio devedor, sendo de seu exclusivo conhecimento, ou por decorrência de fenômenos naturais, cuja observação também lhe é individualizada. Ou seja, quando o estímulo fornecido para o estabelecimento de um contexto de informações assimétricas é proporcionado após a assinatura do contrato, dá-se o nome de risco moral (BRAGA, 2000).

Como complemento à idéia de risco moral, “/.../ risco moral. Este ocorre quando a parte segurada pode influenciar a probabilidade ou magnitude do evento que é fato gerador do pagamento.” (PINDYCK; RUBINFELD, 1994, p.817). Ocorre uma alteração nos padrões de comportamento do agente responsável pela situação e por eventuais danos, quando este é afetado pelo risco moral. Assume-se que houve uma transferência do ônus da responsabilidade para outro agente que, a partir de então, deve tomar as devidas providências, caso necessite honrar o compromisso assumido.

Por exemplo:

/.../ se o consumidor pode adquirir um seguro de bicicleta, então o custo imputável ao indivíduo de ter a sua bicicleta roubada é muito menor. Se a bicicleta é roubada, então a pessoa simplesmente tem que avisar a Cia. de seguros e receberá o dinheiro para substituí-la.

No caso extremo, onde a Cia. reembolsa completamente o indivíduo pelo roubo da bicicleta, o indivíduo não possui nenhum incentivo para tomar cuidado. Esta falta de incentivo para tomar cuidado é chamada **perigo moral** (VARIAN, 1994, p.653-654).

Pode-se estabelecer um conceito para os dois “vícios” de mercado apontados: risco moral e seleção adversa. Segundo Varian (1994, p.655): Perigo moral se refere à situações onde um lado do mercado não pode observar as ações do outro. Por este motivo é algumas vezes chamado de problema de **ação oculta**.

Seleção adversa se refere à situação onde um lado do mercado não pode observar o “tipo” ou qualidade dos bens no outro lado do mercado. Por este motivo é denominado de problema de **tipo oculto**.

Para que o mercado possa continuar funcionando sob tais circunstâncias, é essencial que se tomem medidas preventivas, buscando reduzir os efeitos/prejuízos decorrentes do problema de assimetria de informações.

Algumas alternativas são a sinalização sobre a qualidade do produto e a repartição do ônus em caso de negligência ou atitude decorrente de risco moral. São exemplos dessas duas situações os certificados ISO 9000, os carimbos nas mercadorias inspecionadas pela autoridade pública e a franquia dos seguros.

Os conceitos que devem estar claros, risco moral e seleção adversa, provenientes da assimetria de informações, são essenciais para a aplicação da teoria no contexto do mercado

de crédito, variável determinante para as empresas de pequeno porte, conforme abordagem apresentada nos próximos tópicos.

3 A IMPORTANCIA DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS NO PROCESSO DE CRESCIMENTO ECONOMICO

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), dentre 3,6 milhões de empresas brasileiras existentes em 1998, 98,8% eram micro e pequenas empresas. Ou seja, as unidades de menor porte representam a imensa maioria das empresas brasileiras. Realidade que se verifica não apenas para o conjunto da economia, como em todos os setores de atividade, conforme pode ser comprovado pelos dados a seguir.

A classificação de empresas utilizada pelo SEBRAE dá-se pelo número de empregados da seguinte forma:

- ME (microempresa): na indústria, até 19 empregados, no comércio e serviços, até 9;
- PE (pequena empresa): na indústria, de 20 a 99 empregados, no comércio e serviços, de 10 a 49;
- MDE (média empresa): na indústria, de 100 a 499 empregados, no comércio e serviços, de 50 a 99;
- GE (grande empresa): na indústria, acima de 499 empregados, no comércio e serviços, mais de 99.

A legislação prevê o enquadramento das empresas de acordo com seu faturamento.

Tabela 1 - Distribuição das Empresas Industriais, Comerciais e de Serviços por Porte e Setor Brasil - 1998

Setor de Atividade		Composição				Porte Empresarial			
MPE*		MDE*		GE*		Total			
Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Indústria	14,4	505.991	98,2	7.826	1,5	1.601	0,3	515.418	100,0
Comércio	50,4	1.801.159	99,6	4.279	0,2	2.764	0,2	1.808.202	100,0
Serviço	35,3	1.241.782	98,1	9.634	0,8	13.885	1,1	1.265.301	100,0
Total	100,0	3.548.932	98,8	21.739	0,6	18.250	0,5	3.588.921	100,0

Fonte: SEBRAE, elaborado com dados do IBGE (Estatísticas do Cadastro Central de Empresas – 1998)

*MPE: microempresa e pequena empresa (na indústria até 99 empregados e no comércio/serviços até 49)

*MDE: média empresa (na indústria de 100 a 499 empregados e no comércio/serviços de 50 a 99)

*GE: grande empresa (na indústria acima de 499 empregados e no comércio/serviços mais de 99)

Com relação à absorção de mão-de-obra, a configuração não é exatamente a mesma. Ainda cabe às grandes empresas a maior participação no emprego total, 47,2%, embora seguidas de perto pelas micro e pequenas, que respondem por 43,8% do pessoal ocupado.

Isso ocorre porque a divisão das firmas e dos trabalhadores ainda reflete o padrão de crescimento econômico de décadas passadas. Ou seja, poucas firmas empregam grande contingente de trabalhadores. Isso é especialmente constatado no setor de serviços, onde os grandes estabelecimentos, que representam somente 1,1% do total de firmas, respondem pela absorção de 67% da mão-de-obra ocupada.

Na indústria, entretanto, tal comportamento já dá sinais de mudança, verificando-se maior participação dos menores estabelecimentos na absorção de trabalhadores. No setor de comércio, então, a primazia das micro e pequenas empresas é absoluta: empregam 78,4% dos trabalhadores, conforme pode-se constatar na tabela 2.

Tabela 2 - Distribuição do Pessoal Ocupado, segundo o Porte da Empresa por Setor (Brasil -1998)

Setor de Atividade		Porte Empresarial				Total			
		MPE*		MDE*		GE*		Total	
Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Indústria	25,4	3.243.120	45,3	1.592.187	22,3	2.318.637	32,4	7.153.944	100,0
Comércio	22,1	4.887.822	78,4	291.082	4,7	1.057.871	17,0	6.236.775	100,0
Serviço	52,5	4.215.820	28,5	667.463	4,5	9.921.895	67,0	14.805.178	100,0
Total	100,0	12.346.762	43,8	2.550.732	9,0	13.298.403	47,2	28.195.897	100,0

Fonte: SEBRAE, elaborado com dados do IBGE (Estatísticas do Cadastro Central de Empresas – 1998)

*MPE: microempresa e pequena empresa (na indústria até 99 empregados e no comércio/serviços até 49)

MDE: média empresa (na indústria de 100 a 499 empregados e no comércio/serviços de 50 a 99)

GE: grande empresa (na indústria acima de 499 empregados e no comércio/serviços mais de 99)

A presença predominante de empresas de menor porte é resultado da tendência de crescente participação das micro e pequenas firmas no total de estabelecimentos e no emprego ao longo dos últimos anos. Com efeito, entre 1990 e 1999, foram constituídas no Brasil 4,9 milhões de firmas, das quais 55% foram microempresas. Os dados da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS, relativos ao setor formalizado da economia, confirmam esse comportamento. Indicam um crescimento de 25% na quantidade de micro firmas e de 13% na de pequenas, contra apenas 1% de expansão do conjunto de médias e grandes empresas entre 1995 e 2000. Em termos de absorção de mão-de-obra, o comportamento nesses cinco anos foi similar: aumentos de 26% e de 11% no número de trabalhadores nas micro e pequenas empresas formalizadas contra pífios 0,6% nas médias e grandes.

O significativo aumento da participação das microempresas reflete-se na quantidade líquida de empregos por elas gerados, isto é, no saldo entre contratações e desligamentos no período 1995-2000: mais de 1,4 milhão. Nas firmas de grande porte, a geração foi de somente 29,7 mil novos postos de trabalho no mesmo período.

Ressalte-se que a presença mais expressiva de empresas de menor porte é observada em todas as regiões do Brasil. Foram elas as que mais cresceram entre 1995 e 2000, acompanhando, inclusive, a recente tendência de desconcentração regional observada no país, na qual o Sudeste, embora ainda detenha 54% das firmas e 53% do emprego formal, perde espaço para regiões como Centro-Oeste e Norte. Em termos percentuais, o número de micro firmas na Região Norte, por exemplo, cresceu 63,2%, enquanto, no Sudeste, apenas 17,6%. Tal dinâmica fez com que, em 2000, a participação das microempresas no total superasse 90% em todas as regiões do país conforme a Tabela 3.

Tabela 3 - Número de Estabelecimentos por Porte e Região Geográfica – Brasil – 2000

Porte da Empresa	Região					Total	
	NE	SE	S	CO			
N							
Micro (até 4 empregados)	40.259	191.127	825.369	351.515	127.727	1.535.997	
Micro (de 5 a 19)	16.352	68.633	277.559	98.884	37.234	498.662	
Pequena (de 20 a 99)	4.708	18.210	71.561	24.108	8.537	127.124	
Média (de 100 a 499)	1.155	4.258	13.757	4.616	1.595	25.381	
Grande (mais de 500)	242	1.074	2.604	826	380	5.126	
Total	62.716	283.302	1.190.850	479.949	175.473	2.192.290	

Fonte: BNDES, elaborado com dados da RAIS 1995 e RAIS 2000 preliminar

A análise da distribuição regional do emprego formal (Tabela 4) mostra que as regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste ainda apresentam quantidades expressivas de trabalhadores em unidades de médio e grande porte: 61,7%, 61,4% e 58,7%, respectivamente. Na Região Sul, ao contrário, cerca de 51,7% dos trabalhadores estão em micro e pequenas unidades,

sendo a região com maior percentual de empregados em microempresas – 30,9%. No Sudeste, onde o total de empregos continua concentrado apesar da perda de espaço para outras regiões, 47,7% da mão-de-obra está alocada em estabelecimentos de menor porte.

Tabela 4 - Número de Trabalhadores por Porte e Região Geográfica – Brasil – 2000

Porte da Empresa	Região					Total	
	N	NE	SE	S	CO		
Micro (até 4 empregados)	66.327	316.764	1.298.867	535.264	195.045	2.412.267	
Micro (de 5 a 19)	148.726	608.630	2.461.519	871.606	328.261	4.418.742	
Pequena (de 20 a 99)	191.374	722.443	2.813.751	946.296	326.854	5.000.718	
Média (de 100 a 499)	241.926	911.253	2.782.306	937.306	325.936	5.198.727	
Grande (mais de 500)	403.736	1.745.805	4.423.698	1.257.961	890.595	8.721.795	
Total	1.052.089	4.304.895	13.780.141	4.548.433	2.066.691	25.752.249	

Fonte: BNDES, elaborado com dados da RAIS 1995 e RAIS 2000 preliminar

Apesar do expressivo aumento da participação quantitativa das menores unidades produtivas na economia brasileira, sob o ponto de vista da geração de renda, elas ainda estão bastante aquém das grandes empresas. Os dados apresentados na Tabela 5 mostram que as maiores firmas são responsáveis por 72,4% da renda de salários e de outras remunerações geradas em 1998. As micro e pequenas empresas, embora detenham 98,8% do número de estabelecimentos e 43,8% do pessoal ocupado, respondem por apenas 17,4% dessa renda. Vale observar, todavia, que, no comércio, em vista da presença maciça das micro unidades, elas conseguem manter a dianteira, sendo responsáveis por 47,5% da renda do trabalho ali distribuída.

Essa diferenciação deixa claro que a remuneração da mão-de-obra nas micro firmas ainda é substancialmente inferior ao observado nas grandes. Tal situação reflete tanto a menor qualificação da maioria dos trabalhadores ocupados nas menores empresas quanto a baixa qualidade dos postos de trabalho nelas existentes.

Entretanto, é importante ter em mente que essa realidade está mudando. Cada vez é mais heterogênea a composição dos trabalhadores empregados nas micro e pequenas empresas. Somam-se crescentemente aos empregados típicos dessas unidades os desempregados expulsos do funcionalismo público e/ou das empresas modernizadas e enxutas, os consultores altamente qualificados, mas vítimas da terceirização e outros profissionais altamente preparados. Também se expande o segmento de pequenas unidades altamente especializadas onde é excelente a qualidade dos postos de trabalho.

Tabela 5 - Distribuição de Salários e outras Remunerações, Segundo o Porte da Empresa por Setor – Brasil - 1998

Setor de Atividade		Porte Empresarial							
		R\$ mil				%			
		MPE*		MDE*		GE*		Total	
R\$ mil	%	R\$ mil	%	R\$ mil	%	R\$ mil	%	R\$ mil	%
Indústria	30,1	12.882.308	20,6	14.328.308	23,0	35.195.531	56,4	62.406.148	100,0
Comércio	9,8	9.595.167	47,5	1.906.291	9,4	8.711.640	43,1	20.213.097	100,0
Serviço	60,1	13.646.646	11,0	4.820.874	3,9	106.140.276	85,2	124.607.796	100,0
Total	100,0	36.124.121	17,4	21.055.473	10,2	150.047.446	72,4	207.227.041	100,0

Fonte: SEBRAE, elaborado com dados do IBGE (Estatísticas do Cadastro Central de Empresas – 1998)

* MPE: microempresa e pequena empresa (na indústria até 99 empregados e no comércio/serviços até 49)

MDE: média empresa (na indústria de 100 a 499 empregados e no comércio/serviços de 50 a 99)

GE: grande empresa (na indústria acima de 499 empregados e no comércio/serviços mais de 99)

Analisando as informações relativas à capacidade de geração de receita agregada (Tabela 6), também se constata a distância entre o comportamento das grandes e das menores empresas. Essas últimas participam com apenas 28,2% no valor total do faturamento nos setores industrial, comercial e de serviços. No comércio, mais uma vez, é melhor a

“performance”, na medida em que as micro e pequenas unidades conseguem responder por 45,3% da renda. Essa reduzida participação na geração de renda reflete, sem sombra de dúvida, a menor produtividade das empresas de reduzido porte, fato corroborado pela também pequena participação no PIB, 30%.

Com relação às exportações das menores firmas, verifica-se que estas ainda estão muito aquém do seu potencial. Em 2000, das 16 mil empresas que exportaram, apenas 50% eram micro e pequenas firmas, a grande maioria com intercâmbio somente com países do MERCOSUL (80%) e com participação no valor exportado de apenas 10%, de acordo com o FUNCEX.

Cumpramos sublinhar que as características básicas das pequenas unidades produtivas no Brasil repetem-se nos países desenvolvidos. Nestes, as pequenas e médias empresas também constituem a absoluta maioria das firmas, representando cerca de 99% do total de empresas (dados da OCDE relativos a 1996). Contudo, essa importância cai bastante quando se observa sua contribuição no emprego total e no PIB. No primeiro caso, a participação média cai para algo em torno de 66% e, no segundo, para 47%. Sublinhe-se, todavia, que essas participações são substancialmente maiores do que as verificadas no Brasil, o que aponta para a maior produtividade das empresas de menor porte nos países desenvolvidos.

Tabela 6 - Distribuição da Receita/Valor Bruto da Produção Industrial, segundo o Porte da Empresa por Setor – Brasil – 1994 (%)

Setor de Atividade	Composição			Porte Empresarial		
	ME*	PE*	MDE*	GE*	Total	
Indústria**	51,18	6,94	10,30	21,67	61,09	100,0
Comércio***	32,70	23,04	22,30	9,53	45,13	100,0
Serviço***	16,12	14,34	14,06	7,46	64,14	100,0
Total	100,00	13,4	14,82	15,41	56,37	100,0

Fonte: SEBRAE, elaborado com dados do IBGE (Estrutura Produtiva Empresarial Brasileira - 1994)

* ME: microempresa (na indústria até 19 empregados e no comércio/serviços até 9)

PE: pequena empresa (na indústria de 20 a 99 empregados e no comércio/serviços de 10 a 49)

MDE: média empresa (na indústria de 100 a 499 empregados e no comércio/serviços de 50 a 99)

GE: grande empresa (na indústria acima de 499 empregados e no comércio/serviços mais de 99)

** Valor bruto da produção industrial

*** Receita

Constatada a crescente importância das micro e pequenas empresas na economia brasileira, cabe indagar sobre o perfil dessas firmas. Em termos bastante genéricos, pode-se segmentá-las em três amplas categorias:

a) um variado universo de micro unidades familiares, na sua maioria administradas no lar, utilizando tecnologias tradicionais, intensivas em trabalho não-qualificado e inseridas nos setores de vestuário/confecções, calçados e artigos de couro, móveis, confeitaria, trefilaria e produtos de ferro, etc;

b) um subconjunto de menor dimensão de micro e pequenas empresas presentes na maioria das atividades no setor terciário da economia, administradas por proprietários com algum grau de competência e conhecimento de mercado, em geral instaladas em local próprio e com algum tipo de apoio institucional;

c) um subconjunto provavelmente ainda menor de pequenas empresas integradas a grandes empresas em “clusters” industriais, em geral como fornecedoras de matérias primas (são

exemplos a indústria de calçados do Vale dos Sinos, no Rio Grande do Sul, a indústria têxtil de Americana, em São Paulo, e a indústria de móveis de São João do Aruaru, no Ceará), e aquelas localizadas em nichos de alta tecnologia.

A última categoria reflete uma das facetas das mudanças de grande monta que vêm ocorrendo na estrutura produtiva nacional, num novo ambiente de reestruturação industrial e de abertura comercial. O Estado produtor e as grandes e pesadas estruturas empresariais que vigoraram no Brasil até os anos 80 perdem cada dia mais espaço no mundo globalizado de hoje. A nova realidade tem exigido estruturas produtivas ágeis e dinâmicas, melhor adaptadas às novas tecnologias e ao ambiente de incerteza.

A substituição da relação trabalhista pela comercial (terceirização) e a tendência à redução do núcleo “duro” da firma (trabalhadores em tempo integral e com contratos por prazo indefinido) são uma realidade. Com isso, as pequenas firmas crescem graças à terceirização, especialmente no setor de serviços, e também pelo fato de se tornarem mais competitivas em relação às grandes empresas, em vista da maior flexibilidade. Destacam-se os nichos tecnológicos, unidades produtoras enxutas e flexíveis, que, ao lado do crescente movimento de terceirização, apontam que os grandes empregadores do futuro tendem a ser as empresas de menor porte.

As categorias de micro e pequenas empresas caracterizadas seja por relações de produção familiares seja por algum grau de competência não são menos importantes. Nelas concentra-se grande parte da mão-de-obra ocupada, especialmente a alocada no setor informal do mercado de trabalho (que já é maior que o formal, atualmente). São essas empresas as que mais requerem esforços no sentido de elevar a produtividade e induzir a maior formalização da mão-de-obra ocupada, de modo a integrá-las ao setor moderno da economia. Tal estímulo, além de incentivar a geração de emprego e o aprimoramento da qualidade dos postos de trabalho, com reflexos positivos no nível de salários e outras remunerações, tenderá, automaticamente, a induzir uma maior desconcentração regional e amenizar a excessiva concentração de renda presente em nossa economia.

Em termos gerais, o que se observa é que o emprego que se reduz na indústria de transformação vai sendo direcionado para os outros setores de atividade com presença marcante de empresas de pequeno porte. Como consequência, gestões no sentido de viabilizar as pequenas unidades de produção inseridas tanto no processo de reestruturação produtiva em curso quanto nos setores mais tradicionais, bem como no sentido de incentivar seu crescimento têm que ser parte essencial de qualquer política de geração de emprego e renda atualmente.

3.1 FATORES CONDICIONANTES DA SUSTENTABILIDADE DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Não obstante a crescente relevância das micro e pequenas empresas na economia brasileira, bem como seu papel social na diminuição das desigualdades entre indivíduos e regiões, elas ainda enfrentam dificuldades diversas para operar no Brasil.

Fruto direto de tais dificuldades é a elevada taxa de mortalidade, que chega a 61% do total de micro e pequenas empresas no primeiro ano de atividade, de acordo com estudo do SEBRAE e Méthodos Consultoria intitulado “A micro e pequena empresa no comércio exterior”. Assim, não obstante o Brasil tenha uma população empreendedora, por falta de preparo e apoio adequado, o brasileiro também muito fracassa. O país apresenta alta mobilidade social e econômica, nele despontam muitas oportunidades. Todavia, a falta de estrutura adequada em termos de aparato legal, contábil e gerencial, a legislação tributária ainda desfavorável, as exigências burocráticas, a carência de crédito e de uma política sistêmica de apoio e incentivo às micro e pequenas empresas levam a altas taxas de insucesso.

A falta de crédito, por exemplo, constitui verdadeiro entrave. Estima-se que sejam 13 milhões de brasileiros sem acesso ao crédito, pessoas produtivas que empreendem mais de 9,5 milhões de pequenos negócios. Como as grandes empresas oferecem maiores garantias,

o risco de se conceder empréstimos às empresas de menor porte é maior, o que implica encarecimento e menor disponibilidade dos recursos oferecidos às micro e pequenas firmas. Dentre as empresas que conseguem se manter nesse ambiente desfavorável, aquelas que intencionam atingir o mercado internacional encontram dificuldades ainda maiores, o que resulta na pequena participação das firmas de pequeno porte nas exportações brasileiras. Pesquisa do SEBRAE aponta que o custo de produção dessas empresas ainda é muito elevado, o que, ao lado de entraves oriundos do chamado “custo Brasil” (elevadas despesas de transportes, principalmente) e da excessiva burocracia envolvida no acesso ao mercado exterior, reduz sobremaneira a respectiva competitividade internacional.

Com relação à área tributária, o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES federal é um ótimo exemplo de avanço em termos de incentivo às micro e pequenas unidades produtivas. Em 1998, 64% das empresas tributadas optaram pelo SIMPLES. Desse total, 92% são micro e 8%, pequenas unidades, respondendo cada uma por 48% e 52% da receita bruta total, respectivamente. Esse sistema já legalizou mais de três milhões de empresas, de acordo com o SEBRAE. Não obstante, pode ser ampliado e aperfeiçoado.

Tendo em vista a natural posição desfavorável das micro e pequenas firmas, a Constituição Federal estabelece, entre os princípios da ordem econômica, o “tratamento favorecido para as empresas de pequeno porte constituídas sob as leis brasileiras e que tenham sua sede e administração no País” (art. 170, IX). Além disso, determina que “A União, os Estados, o Distrito Federal e os Municípios dispensarão às microempresas e às empresas de pequeno porte, assim definidas em lei, tratamento jurídico diferenciado, visando a incentivá-la pela simplificação de suas obrigações administrativas, tributárias, previdenciárias e creditícias, ou pela eliminação ou redução destas por meio de lei” (art. 179).

Com efeito, não obstante a existência de inúmeras limitações ao funcionamento dos pequenos negócios no Brasil, cabe reconhecer a atuação de uma política governamental voltada para o estímulo às empresas de menor porte. No âmbito legal, destaque-se a

instituição do SIMPLES – Sistema Integrado de Imposto e Contribuições das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte, instituído pela Lei nº 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e alterado pela Lei nº 10.034, de 24 de outubro de 2000, passo fundamental na simplificação e desburocratização do regime tributário desse segmento.

Com base na Lei nº 9317/96, a pessoa jurídica enquadrada na condição de microempresa e de empresa de pequeno porte poderá optar pela inscrição no SIMPLES, que implica o pagamento mensal unificado dos seguintes impostos e contribuições:

- a) Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas – IRPJ;
- b) Contribuição para os Programas de Integração Social e de Formação do Patrimônio do Servidor Público – PIS/PASEP;
- c) Contribuição Social sobre o Lucro Líquido – CSLL;
- d) Contribuição para Financiamento de Seguridade Social – COFINS;
- e) Imposto sobre Produtos Industrializados – IPI;
- f) INSS a cargo do empregador.

O SIMPLES pode incluir o ICMS ou o ISS devido por microempresas e empresas de pequeno porte, desde que a Unidade Federada ou o município em que esteja estabelecida venha a ele aderir mediante convênio.

A carga tributária cobrada dos optantes do SIMPLES é calculada sobre a receita bruta mensal auferida da seguinte forma:

- a) para a microempresa, em relação à receita bruta acumulada dentro do ano-calendário: 1) 3%, até R\$ 60.000,00; 2) 4%, de R\$ 60.000,01 a R\$ 90.000,00; 3) 5%, de 90.000,01 a R\$ 120.000,00;
- b) para empresa de pequeno porte, em relação à receita bruta acumulada dentro do ano-calendário: 1) 5,4%, até 240.000,00; 2) 5,8% de R\$ 240.000,01 a R\$ 360.000,00; 3) 6,2%, de R\$ 360.000,01 a R\$

480.000,00 4) 6,6%, de R\$ 480.000,01 a R\$ 600.000,00 5) 7% de R\$ 600.000,01 a R\$ 720.000,00.

No caso de empresa industrial, em que a pessoa jurídica é contribuinte do IPI, esses percentuais são acrescidos de 0,5 (meio) ponto percentual. Na hipótese de existência de convênio entre a União e a Unidade Federada e/ou Município em que a empresa esteja estabelecida, os referidos percentuais serão acrescidos, ainda, a título de pagamento de ICMS e de ISS 0,5 (meio) ponto percentual a 2,5 (dois e meio) pontos percentuais, conforme o porte da empresa e dependendo se ela contribui para os dois impostos ou somente para um deles.

Embora a inclusão do IPI e do ICMS no SIMPLES facilite e reduza a carga tributária das pequenas empresas, há o problema de que a opção por esse sistema veda a essas empresas a utilização ou destinação de qualquer valor a título de incentivo fiscal, bem como a apropriação ou a transferência de créditos relativos ao IPI e ICMS, conforme determina o § 5º do art. 5º da Lei nº 9.317/96. Como já comentado, isso reduz a condição de competição das pequenas empresas, principalmente as produtoras de componentes e insumos industriais e gera um viés anti-exportador das empresas industriais optantes do SIMPLES.

Dentro do arcabouço jurídico, destaca-se, ainda, o Programa de Recuperação Fiscal (REFIS), instituído pela Lei nº 9.964, de 10 de abril de 2000, que visa o refinanciamento de débitos tributários e contempla condições favorecidas para micro e pequenas empresas. Também importante foi a edição do Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 9.841, de 5.10.99) – que dispõe sobre o tratamento jurídico diferenciado previsto nos arts. 170 e 179 da Constituição.

No art. 20 do Estatuto prevê-se que “Dos recursos federais aplicados em pesquisa, desenvolvimento e capacitação tecnológica na área empresarial, no mínimo vinte por cento serão destinados, prioritariamente, para o segmento da microempresa e da empresa de pequeno porte”. Apesar de termos indagado ao Ministério do Desenvolvimento e ao

Ministério da Ciência e Tecnologia a respeito do cumprimento desse mandamento legal, não obtivemos resposta conclusiva. Aparentemente, o Governo não está acompanhando a questão e muito menos cumprindo a referida determinação. Segundo técnicos do Governo, as pequenas empresas, em geral, estariam mais preocupadas com a sua sobrevivência imediata do que com programas de investimento em P&D, de longo prazo de maturação. As exceções ficariam por conta das pequenas empresas de alta tecnologia e do esforço do Governo no fomento ao surgimento de incubadoras de empresas.

O estatuto também previu a criação do Fórum Permanente das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, que tem como objetivo assessorar na formulação de políticas, programas e ações voltados para esse segmento empresarial. Dele participam 48 órgãos do governo e 47 entidades de representação e de apoio às microempresas e empresas de pequeno porte, tendo como presidente o Ministro de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior.

3.2 O PAPEL DO SEBRAE JUNTO AS MPE'S

No campo administrativo-gerencial, destacam-se as atuações do SEBRAE e do BNDES no fomento às atividades das micro e pequenas empresas. O SEBRAE executa o planejamento, coordenação e orientação de programas técnicos, projetos e atividades de apoio às MPE. É composto por um órgão central de coordenação (o SEBRAE Nacional) e 27 agentes, dotados de autonomia administrativa e financeira, que atuam em todos os Estados da Federação, além de ter a Agência de Promoções de Exportações (APEX).

O SEBRAE conta com recursos provenientes do adicional da contribuição do INSS, relativo a 0,3% sobre a folha salarial das empresas. Um de seus principais instrumentos é o Fundo de Aval às Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (FAMPE), que viabiliza a concessão de avais e facilita o acesso ao crédito. A atuação do SEBRAE se dá, também, através de uma série de programas de capacitação das empresas e de formação e treinamento de mão-de-obra, envolvendo o Governo Federal, Estados e Municípios.

4 A ESTRUTURA DE CRÉDITO PARA AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Apesar de ainda estar longe do ideal, a estrutura de crédito voltado para as MPE's tem evoluído bastante, e apresenta uma grande variedade de opções que estão disponibilizadas de diversas formas e condições. Uma das condições que mais dificultam e da burocracia que implica na questão da acessibilidade ao crédito.

4.1 A DINÂMICA DA CAPITALIZAÇÃO DAS MPE'S

De acordo com dados da pesquisa realizada pelo SEBRAE – SP e a Fipe (1999), 60% das MPEs gostariam de tomar algum tipo de empréstimo, se fosse fácil e barato. Na prática, apenas 10 % de fato buscam um financiamento bancário (comercial ou oficial) para alavancar seus negócios.

Conforme apontam Pinheiro & Moura (2001), muito da ineficiência atual no funcionamento dos mercados de crédito se deve aos poucos incentivos para o investimento em instrumentos de análise de crédito para concessões de médio e longo prazo para empresas e indivíduos até 1994, com o início do plano real.

Até esta data, grande parte dos lucros auferidos pelos bancos advinham de receitas com operações de *floating* que associadas à tradição de concessão de crédito por bancos estatais, levava os bancos privados a não apenas concederem pouquíssimos empréstimos, como também concentravam tais atividades em operações de curto prazo.

Adicionalmente, os autores demonstram que no Brasil os bureaus de informação de crédito (BICs ¹) tradicionalmente mantêm informações negativas sobre os tomadores de empréstimos, impossibilitando os credores de utilizar informações disponíveis para

¹ As principais BICs são: SERASA (Centralização de serviços dos bancos), CADIN (Cadastro informativo dos créditos não quitados de órgãos e entidades federais) e SCPC (Serviço central de proteção ao crédito).

selecionar os bons tomadores de empréstimos. A ênfase sempre foi sobre a execução da dívida e não sobre a criação de bancos de dados confiáveis sobre os históricos de pagamento do tomador.

Por fim, as péssimas práticas contábeis e a alta sonegação fiscal fazem com que o relacionamento bancário seja uma das principais fontes de informações sobre um amplo espectro de tomadores de empréstimos. Assim grande parte das informações relevantes sobre a capacidade de obtenção de crédito é privativa dos bancos, individualmente. Sem algum tipo de regulamentação ou política governamental que atue no sentido de reduzir esta segmentação, os bancos continuarão a explorar seu monopólio de informações, cobrando taxa de juros e exigindo níveis de garantias (burocracia) acima daquelas que prevaleceriam num contexto de informação simétrica.

O governo baixou, em 2004, uma medida provisória para melhorar o acesso ao crédito das micro e pequenas empresas, estabelecendo que 2% dos depósitos à vista recebidos pelos bancos e recolhidos compulsoriamente pelo Banco Central (BC) – cerca de R\$ 1,5 bilhões por mês - fossem usados para conceder empréstimos de R\$ 200 a R\$ 600 mensais, com juros de até 2% ao mês. Na ocasião, a importância desta medida é muito grande, uma vez que o micro e pequeno empresário não consegue obter crédito junto a bancos e instituições financeiras devido às exigências de garantias destas instituições. Isto faz com que o micro e pequeno empresário utilize recursos próprios e/ou linhas de crédito para pessoas físicas, pagando juros elevados para cobrir as operações da empresa. Esta prática, por sua vez, aumenta a probabilidade dos micro e pequenos empresários ficarem inadimplentes e terem dificuldades ainda maiores para conseguir crédito. Este círculo vicioso só pode ser rompido com a melhoria do relacionamento entre bancos e micro e pequenos empresários.

4.2 ALTERNATIVAS DE FINANCIAMENTO DAS MPE'S

Uma das principais motivações deste trabalho, e o crédito às MPEs um dos aspectos que merece maior atenção no tocante às políticas de desenvolvimento nacional. Existem três

tipos de linhas disponíveis para crédito às MPEs no país atualmente, cujas características são melhores descritas no quadro 1.

Quadro 1 – Linhas Disponíveis de Crédito às MPEs

Tipo	Características
Para investimento e/ou investimento fixo	O capital destinado à aquisição de máquinas e/ou equipamentos e obras civis indispensáveis à implantação, modernização, funcionamento ou ampliação da empresa
Para capital de giro	Recurso destinado à compra de mercadorias, reposição de estoques, despesas administrativas, etc.
Capital de giro associado ao investimento ou investimento misto	A parcela de recursos destinada a cobrir as despesas que a empresa terá com investimentos realizados. Ou seja, se a empresa financiou uma máquina, poderá necessitar de matéria-prima para a produção – neste caso, será financiado o capital de giro.

Fonte: SEBRAE

O BNDES tem como uma de suas ações prioritárias a promoção do crescimento das micro, pequenas e médias empresas do país. Isso se dá por intermédio de condições especiais de financiamento. Em 2001, os desembolsos para as micro e pequenas empresas alcançaram R\$ 4,2 milhões, que, somados aos R\$ 1,6 milhões para as médias empresas totalizam R\$ 5,8 milhões. Entre outros programas específicos desse órgão, cabe destacar o relevante papel do Programa de Crédito Popular (PCPP) (oferta de microcrédito).

O relatório do Ministério do Desenvolvimento aponta que em 2000 foram realizadas 863.000 operações de crédito pelo BNDES, Caixa Econômica Federal e Banco do Brasil, envolvendo recursos da ordem de R\$ 15,5 bilhões para micro, pequenas e médias empresas. No ano seguinte, essas mesmas instituições financeiras efetuaram 1.223.529 operações de crédito, envolvendo R\$ 13,9 bilhões. Ao todo, desde o início do Governo Fernando Henrique Cardoso, foram realizadas 2,08 milhões de operações de crédito, com recursos da ordem de R\$ 29,4 bilhões. Ainda é pouco, mas não há como negar o avanço na oferta de financiamentos para firmas de menor porte.

Por fim, cabe lembrar o Programa Brasil Empreendedor, criado em 1999, a partir da preocupação do Governo Federal com a excessiva mortalidade das pequenas empresas. Partindo do diagnóstico que, para o sucesso empresarial, era preciso melhorar a capacitação gerencial, facilitar o acesso ao crédito e prestar assistência após sua concessão, o programa tem como eixo central a capacitação, crédito e assessoria empresarial. Na capacitação estão envolvidos o Ministério do Trabalho, por meio do FAT, o SEBRAE e o Banco do Nordeste. Os agentes responsáveis pelo crédito, por seu turno, são o BNDES, o Banco da Amazônia, o Banco do Brasil, o Banco do Nordeste e a Caixa Econômica Federal.

Do exposto, conclui-se que, apesar da existência de um aparato legal e administrativo-gerencial destinado a dar tratamento especial às micro e pequenas empresas e dos esforços do Governo em promover uma política de apoio e fomento a essas unidades produtivas, restam imensos desafios a serem superados para que esse segmento empresarial se fortaleça e assuma um papel mais relevante na economia nacional. Afora o fortalecimento e aperfeiçoamento das ações em curso, cabe trilhar o caminho, distante de quaisquer políticas de cunho paternalistas, de integração dos órgãos governamentais de apoio ao segmento e coordenação de ações em conjunto com Estados e Municípios e com a sociedade organizada.

No decorrer desse trabalho monográfico, poderemos confirmar que a atuação do Factoring junto as MPE's, esta se concretizando como mais um ponto de apoio a manutenção dessas firmas. Pois, os usuários dos serviços das factorings geralmente são empresas de pequeno e médio porte que tem limite de crédito insuficiente nos bancos ou que, devido a alguma restrição, não conseguem crédito nos bancos.

5 O FACTORING

5.1 A ORIGEM DAS OPERAÇÕES DE FACTORING

FACTORING: significa fomento comercial ou mercantil que, segundo a Circular nº 1.359, de 30-9-88, do Banco Central do Brasil, não é uma atividade financeira.

Será considerado *factoring* se ocorrer à combinação de pelo menos dois dos seguintes serviços:

- a) Gestão de crédito;
- b) Administração de contas a receber;
- c) Cobrança;
- d) Proteção contra risco de crédito;
- e) Fornecimento de recursos.

Ainda no Brasil a atividade de *factoring* é bastante confusa. Compete diretamente com alguns produtos bancários, como Desconto de Duplicata desconto de cheque pré-datado, e, em alguns casos, não presta adequadamente os serviços elencados acima.

Potencialmente, pode ser feito *factoring* dos seguintes títulos de crédito:

- a) Letra de Câmbio;
- b) Duplicata;
- c) Conhecimento de depósito;
- d) Warrant;
- e) Nota promissória;
- f) Nota promissória rural;
- g) Cheque pré-datado.

Em fidelidade a sua origem e evolução, o *factoring* no Brasil deveria ser um importante instrumento de terceirização das atividades de gestão de crédito e cobrança das empresas, proporcionando diminuição sensível de investimentos (fixos e variáveis) envolvidos nas vendas a prazo, permitindo assim que elas concentrassem seus esforços gerenciais na atividade operacional.

O que faz uma empresa de *factoring*?

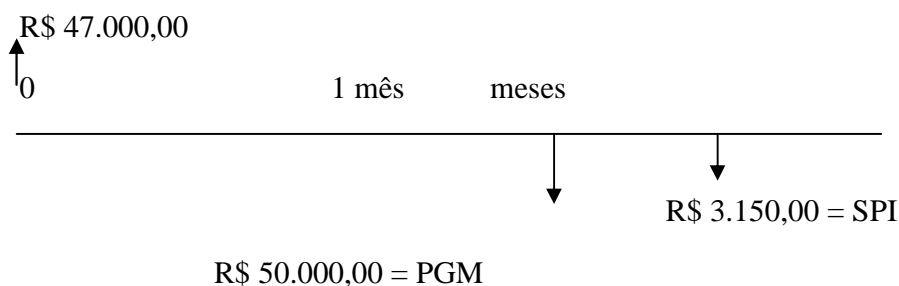
Vende serviços associados à gestão de caixa, estoques, contas a receber e a pagar, negociação com fornecedores, orçamentação de custos, etc. Como consequência desses serviços, a empresa de *factoring* adquire os direitos resultantes das vendas mercantis (duplicatas) realizadas pelas empresas clientes. Quando um sacado não paga uma duplicata envolvida numa operação de *factoring*, o risco da operação é da empresa de *factoring*. O cedente (empresa) não responde pela não-liquidação do título. Ao adquirir os créditos, a empresa de *factoring* não está realizando um empréstimo. Este é um aspecto muito importante.

Dessa forma, uma operação de *factoring* possui dois componentes distintos:

- a) Preço de compra dos direitos das vendas (créditos);
- b) Comissão pelos serviços prestados: gestão de caixa, estoques, contas a receber e a pagar, negociação com fornecedores, orçamentação de custos, etc.

Para que se possa entender melhor como nascem esses componentes segue abaixo um exemplo:

Uma empresa contrata os serviços de uma empresa de *factoring* para conceder crédito e assessoria em seleção de risco por R\$ 3 mil, que serão tributados pelo ISS – Imposto Sobre Serviços. Como consequência desses serviços, a empresa cedeu os direitos creditórios representados por duplicatas (R\$ 50 mil) com vencimentos para 30 dias, a uma taxa de desconto de 6%.



CRR = crédito recebido pela cessão dos direitos creditórios: R\$ 50.000,00 – (R\$ 50.000,00 x 0,06) = R\$ 47.000,00.

SPI = pagamento dos serviços contratados com ISS de 5%: R\$ 3.000,00 + (R\$ 3.000,00 x 0,05) = R\$ 3.150,00

PGM = pagamentos das duplicatas pelos sacados: R\$ 50.000,00

Dessa forma, o custo real (efetivo) da operação para a empresa, incluindo os serviços e a compra dos direitos creditórios, será de 13,09% a.m.

$$13,09\% = \left[\frac{R\$53.150,00}{R\$47.000,00} - 1 \right] \times 100$$

IMPORTANTE: as despesas com serviços prestados pela *factoring* devem oferecer contrapartida à empresa na forma de diminuição de investimentos em seleção de crédito, cobrança, risco de inadimplência, etc. Dessa forma, deve ser feita análise cuidadosa desses benefícios versus às despesas cobradas pela *factoring*, porque, na maioria dos casos, a empresa faz *factoring* e continua a incorrer em gastos com crédito, cobrança e risco de inadimplência.

Ao contratar uma *factoring*, deve-se procurar constatar a qualidade dos serviços a serem prestados. Consultar outros clientes, avaliar a competência dos consultores, estrutura de apoio (inclusive sistemas informatizados). Exige nota fiscal discriminando os serviços prestados e a compra dos créditos mercantis. Atenção! Compra de títulos/direitos creditórios sem o respectivo serviço associado e/ou com qualquer mecanismo que caracterize o direito de regresso, não é *factoring*.

Para melhor entendimento, segue abaixo exemplo de algumas operações que não se caracterizam como sendo factoring:

- a) Operações onde o contratante não seja Pessoa Jurídica;
- b) Empréstimo com garantia de linha de telefone, veículos, cheques, etc.;
- c) Empréstimo via cartão de crédito;
- d) Alienação de bens móveis e imóveis;
- e) Financiamento ao consumo;
- f) Operações privativas das instituições financeiras;
- g) Ausência de contrato de fomento mercantil.

5.2 O FACTORING NO BRASIL

No Brasil, o factoring vem se firmando como uma fonte alternativa de captação de recursos, principalmente para a pequena empresa, a empresa recém criada ou a empresa que possui restrições de crédito junto aos mecanismos de concessão crédito tradicionais. E foi criada, em 11 de fevereiro de 1982 a ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE FACTORING – ANFAC, com o intuito de fornecer, as suas associadas, apoio administrativo, suporte jurídico e operacional, além de auto - regulamentar a prática do factoring.

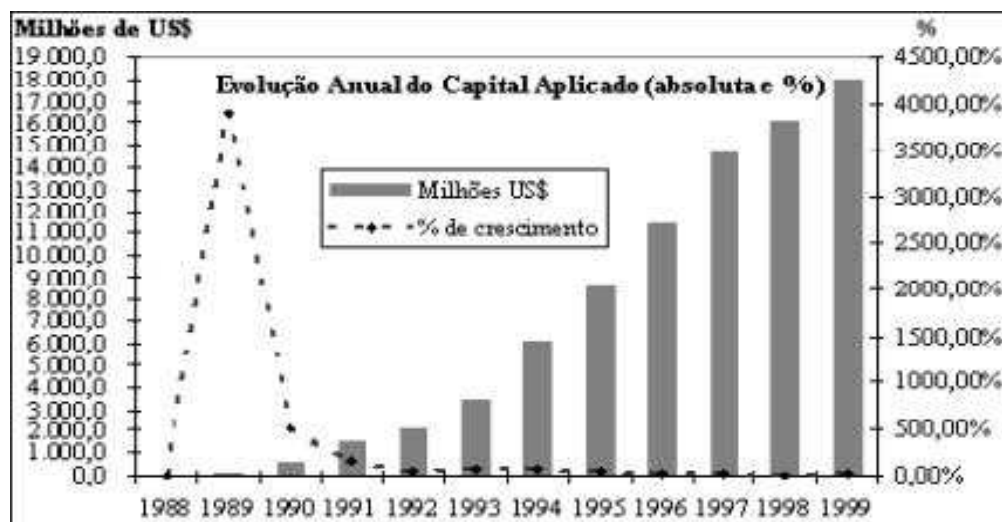
Entretanto, há uma carência de informações estatísticas sobre as operações de factoring no Brasil; não se tem notícia de alguma instituição pública ou privada, desvinculada do mercado específico, que exerça alguma fiscalização nacional em relação aos procedimentos mundialmente aceitos; mesmo a ANFAC, não está aparelhada para exercer algum tipo de fiscalização com relação ao mercado; a fiscalização que exerce limita-se as suas filiadas, não implicando em mecanismos que possam ser utilizados de forma a garantir a lisura de eventuais empresas de factoring não filiadas. Igualmente ainda, não se pode garantir, sem nenhum demérito ao esforço da ANFAC, que os operadores por ela habilitados tenham tido a formação mais adequada ao desempenho de suas funções. No entanto, vale ressaltar que,

em 03 de março de 1998, entrou em vigor a Lei nº 9.613 que tipificou o crime de lavagem de dinheiro e criou o COAF (Conselho de Controle de Atividades Financeiras) que desde então passou a fiscalizar e acompanhar melhor as atividades de factoring no Brasil.

A atividade de factoring, também chamada de atividade de fomento mercantil ou comercial, difere da atividade das sociedades bancárias. Seu objeto pertence ao campo econômico, muito mais que ao financeiro. Conforme Rizzardo: "As atividades, numa primeira etapa, resumiam-se a meras concessões de crédito mercantil, através da venda de duplicatas. Correspondia a um desconto de duplicatas, a concessões de crédito pessoal, a adiantamentos de valores, à compra de ativos das empresas. No Brasil, desde a fundação da Associação Nacional de *Factoring* (Anfac), em 11.02.1982, foram ampliando seus horizontes, com a conquista de novos campos de atuação. Evoluiu o instituto para a gestão empresarial, oferecendo uma série de serviços e vantagens para as pequenas e médias empresas, como na assistência na compra de matéria-prima, na administração de caixa e de contas a pagar e a receber. Atividade esta que vem sendo concebida como de fomento mercantil".

Com mais de 700 (setecentas) empresas de factoring brasileiras em 1997, o capital que cada uma emprega na compra de recebíveis é pequeno comparado aos padrões internacionais, mas apresenta uma evolução anual média de 140,22% (Quadro 2) por associada da ANFAC, em dez anos (de 1988 a 1998), com um crescimento praticamente exponencial. A padronização das operações dificulta a diferenciação; e a concorrência através da prestação de serviços não é perceptível. Mantida a tendência e considerando o número de pequenas empresas de produção, com dificuldade de acesso ao crédito bancário (seja pelo grau de risco percebido pelos bancos, seja por se tratar de empresas recém-criadas), não ocorre a concorrência entre as empresas de factoring, não havendo razão para esperar redução do fator utilizado para o cálculo do custo das operações.

Quadro 2 – Evolução anual do capital aplicado



Fonte: Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico - OCDE e World Factoring

5.3 CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS CLIENTES

As organizações produtivas (MPE's) possuem diferentes graus de acesso ao crédito bancário, seja em função de critérios seletivos de que se valem as instituições financeiras ao administrarem o risco inerente à atividade bancária, seja por não possuírem eventualmente as garantias subsidiárias solicitadas; estas possibilidades são usualmente ainda mais perceptíveis quando se trata de organizações recém-criadas, que por isto mesmo não podem demonstrar ao mercado em geral, sua capacidade de geração de resultados positivos.

Também as empresas que se encontram em situação de concordata, não conseguem acessar o crédito da forma tradicional, a não ser em extraordinárias condições e sempre com garantias reais em montante bastante superior ao crédito pleiteado. Na forma mais comum e disponível de oferta de crédito para capital de giro – o desconto de duplicatas – adiciona-se o problema da análise do crédito dos sacados, a afetar a decisão dos banqueiros quanto à realização ou não das operações de desconto. E mesmo quando se concede o crédito, este é geralmente limitado a um determinado valor, calculado provavelmente pelos critérios

técnicos de seletividade creditícia, que nem sempre permitem atender à demanda empresarial. É oportuno lembrar que para a pequena empresa, a agilidade na decisão da concessão do crédito bancário é de importância fundamental para a manutenção regular de seu ciclo financeiro; provavelmente em grau bem maior do que para empresas de grande porte. Desta forma, e apesar de representar a mais comum das fontes de recursos para giro dos negócios, as operações de desconto de duplicatas são, em muitos casos, inacessíveis ou insuficientes para satisfazer os montantes necessários de financiamento das operações de curto prazo, principalmente para a micro, pequena e média empresa.

Já as empresas de factoring, em razão de comprarem os títulos correspondentes às vendas efetuadas pela empresa sua cliente, não necessitam estabelecer crédito para sua cliente; o crédito se fundamenta em relação à situação econômico-financeira do devedor da empresa e é esse crédito que será avaliado. Assim, a verificação da situação dos sacados e a conseqüente seleção dos títulos que serão adquiridos é que determinará a compra dos títulos. E o volume comprado dependerá em boa medida, do desempenho da cliente de factoring quanto às vendas que realiza: qualificação dos sacados, volume e frequência de negócios; mas independe do tempo de vida da empresa-cliente, de sua eventual situação de concordatária ou de sua capacidade financeira própria.

As atividades de assessoria financeira, como gestão do contas a receber, análise do risco representado pelos sacados e outras promovidas pelas factoring, permitem ainda uma agilidade nas decisões de compra de títulos, ao mesmo tempo em que liberam a empresa-cliente de atividades administrativas, permitindo uma concentração de esforços maior em sua atividade-fim.

5.4 OPERACIONALIZAÇÃO E ASSIMETRIA DE INFORMAÇÕES COMO VARIÁVEL DE TRABALHO PARA AS EMPRESAS DE FOMENTO MERCANTIL

Conforme apresentado até aqui, as empresas de fomento mercantil são entidades cuja função é desenvolver, fomentar, alavancar o negócio do cliente; podendo assumir diversas

feições. Portanto, para que se consiga estabelecer a máxima contribuição que tais atividades podem desempenhar num mercado, faz-se necessário conhecer as fragilidades do nicho que pretende atender.

O tamanho da firma tem relação com a maior ou menor utilização/contratação dos serviços de uma *factoring*, estando esta correlação determinada entre pequeno porte e *factoring*. No mesmo sentido do trabalho realizado pelos autores, o mercado brasileiro de fomento mercantil também enfatiza a atuação junto a pequenas e médias empresas, sem prescindir de oportunidades que surjam sob relações com grandes empresas.

Dessa forma, para focar o objetivo do trabalho no cerne da questão, qual seja, identificar o caminho a ser percorrido pelas *factorings* na busca por otimizar a sua atuação, alavancando os resultados do setor, bem como majorando sua contribuição para o cenário brasileiro, a proposta aqui desenvolvida é lançada em direção às MPEs.

O *factoring* tem sua origem estabelecida no Império Romano, contudo, sua utilização moderna, disseminada por diversos países, remonta a uma época mais recente.

Verificou-se, em capítulos anteriores, que a fragilidade na condução das MPEs no longo prazo tem forte ligação (submissão) com a capacidade gerencial e a administração financeira. São duas variáveis com forte influência recíproca, não admitindo que a solução para uma deixe de afetar o desempenho da outra. Para superar esse entrave, foram realizadas exposições no sentido de perceber o que o mercado pode oferecer (sem alteração no *status quo* do arcabouço institucional), e sob quais condições; ou seja, o objetivo é proporcionar um diagnóstico claro da problemática das MPEs e verificar até que ponto o setor de *factoring* pode colaborar.

A partir dessa proposta de análise, é importante traçar um perfil das características que se tem até aqui. As MPEs apresentam dificuldades gerenciais e de obtenção de crédito; contudo, a contratação de *expertise* gerencial onera as despesas do empreendimento,

acarretando majoração dos gastos fixos. O arcabouço normativo de crédito (sob a concepção financeira) e o relacionado à recuperação econômico e financeira (sob ambas as concepções: gerencial e financeira) se vinculam à qualificação na estrutura administrativa em paralelo, ocorre a própria percepção do mercado de que concessão de crédito ilimitado, sem a concomitante reorganização operacional e de gestão, não resolve qualquer deficiência relacionada à empresa.

O progresso na tecnologia da informação tem permitido suplantar barreiras restritivas impostas pelo tempo e espaço no que se refere à contratação de serviços de terceiros; logo, terceirização é uma opção vigente no mercado. O *factoring* se caracteriza por sua flexibilidade, podendo adquirir o perfil demandado pelo cliente; na direção do serviço customizado, ressaltando o fato de já ser uma atividade legalmente concebida no cenário econômico brasileiro, inclusive com entidade representativa formalmente constituída – ANFAC.

O que se consegue depreender do contexto acima é que existe mercado potencial, concomitante a um setor propenso a satisfazer as necessidades dos clientes, tal raciocínio será novamente abordado na seqüência.

Para que ocorra o encontro entre tecnologia ofertada pelas empresas de fomento e MPEs, deve-se difundir a atividade exercida pelas *factorings* entre todos os agentes envolvidos. Nesse sentido, pode-se dizer que existem mecanismos úteis para maximizar o aproveitamento dos serviços de *factoring*, como educação dos agentes e divulgação, buscando disseminar conceitos e uniformizar a percepção do mercado em relação à utilização do *factoring*. A divergência nas percepções dos agentes dificulta a incorporação da alternativa de mercado; ou seja, à medida que consultores de PMEs têm posições diferentes em relação à atividade de *factoring*, há menor chance de indicação para um cliente, como uma opção de parceria.

No caso brasileiro, para superar os entraves de sustentabilidade das MPEs, são fundamentais: tecnologia gerencial e disponibilidade de crédito. Conforme já verificado, existem pré-requisitos para o acesso a ambas as condições. Para que uma proposta de trabalho gere credibilidade, deve haver transparência quanto às formas de organização utilizadas, bem como os instrumentos, apontando sua operacionalização e possíveis resultados.

A assimetria de informações faz parte dos entraves constantes no nicho de mercado das empresas de *factoring*; mais do que isso, a boa administração dos problemas gerados pela informação assimétrica viabiliza, em grande parte, a sobrevivência das micro e pequenas empresas, conforme apresentado no capítulo 1, no que se refere ao acesso ao crédito.

Segundo Braga (2000), os bancos podem utilizar políticas discriminatórias em relação a clientes com características determinadas, com o intuito de diminuir riscos, resultando em um ambiente propício para a especialização das entidades de financiamento, caso haja demanda. A consequência da presença de informações assimétricas no contexto de crédito gera arranjos institucionais que oneram seu custo, como a concentração em nichos de mercado buscando minimizar o ônus da inadimplência, com a operacionalização de contratos adequados, boa tecnologia de seleção e monitoramento de clientes.

A dificuldade de acesso ao mercado de crédito, para empresas com menor capacidade de prestar garantias e de fornecer dados sobre sua situação econômico financeira, reduz as expectativas de obter capital de giro junto a instituições financeiras, quando necessário. Pode-se dizer que há um paralelo entre concessão de crédito sob bases tradicionais do mercado financeiro e atuação das *factorings*; aquelas se baseiam na credibilidade do devedor, representando a garantia um recurso secundário, enquanto as *factorings* consideram prioritário o recebível, sua avaliação de risco, deslocando a atenção principal da empresa-cliente. Para esclarecer essa abordagem, torna-se muito importante o enfoque da teoria de assimetria de informações.

Em síntese, a sustentabilidade das empresas de pequeno porte passa, necessariamente, pela obtenção de *expertise* de gestão, com o resultante *upgrading* na estrutura de tecnologia da informação. O efeito da qualificação administrativa é a formalização de controles e relatórios adequados, assim como a tomada de decisão sobre fontes mais precisas e tempestivas. Além do bom resultado na gestão empresarial, outro positivo reflexo da melhora administrativa é a alteração nos termos de negociação junto às opções de financiamento no mercado. Conforme já apresentado anteriormente, é exigência da autoridade supervisora a verificação da situação econômico-financeira do devedor. Para tal intuito, têm-se várias fontes de informações; instrumentos disponibilizados na direção de maior transparência nas relações de mercado, portanto, na intenção de minimizar as informações assimétricas.

A partir de dados confiáveis, as empresas podem ser submetidas a um processo de precificação individualizado, tendo reduzido o componente *spread* na taxa final da operação.

O universo de decisões do empreendedor de pequeno porte é menor, envolve menos variáveis e oportunidades, permitindo que o gestor utilize, de forma ampla, o seu poder de decisão baseado em sua experiência, prescindindo de níveis mais avançados de conhecimento formal.

Em resumo, pode-se elencar um conjunto de proposições com referência ao bom desempenho de empresas de pequeno porte: capacitação gerencial, gestão financeira, foco no cliente e dinamismo na administração.

Estando definidas as competências essenciais para a sobrevivência das MPEs; faz-se necessária a busca por alternativas de mercado. No caso deste trabalho, está-se propondo a atividade de fomento mercantil. LEITE (2004) coloca o papel das *factorings* em relação às PME's como uma possibilidade de suporte importante. Crescimento de pequeno para médio porte em cinco anos (critério de tamanho: número de empregados).

O serviço administrativo elimina a necessidade das firmas investirem em expertise de gestão de crédito e permite que os esforços sejam concentrados no negócio principal. O factoring pode alcançar economias de escala no gerenciamento dos negócios de pequenas empresas e pode permitir o acesso a soluções de tecnologia de informação mais sofisticadas do que a empresa poderia de outra forma, portanto, melhorando a informação para a gestão das empresas.

Aqui, tem-se uma proposta para “suportar” a gestão das empresas de pequeno porte, no que tange à eficiência no controle e implementação de soluções relativas à concessão e cobrança de crédito, bem como na qualificação profissional referente ao objeto social, pressuposto de competitividade, a partir da concentração de esforços do empresário. Sobre essa questão, os bancos não são concorrentes para as empresas de fomento, considerando que, sob a relação de serviços disponibilizada para atender às vantagens requeridas pelo mercado, no quesito tecnologia de gestão, ainda não foi abordada a questão do crédito. Contudo, a partir da inserção do fornecimento de capital de giro, enquanto variável de administração financeira, os agentes de crédito se tornam concorrentes entre si.

Portanto, para que se possa fazer a exposição do potencial campo de atuação das *factorings*, faz-se importante, neste momento, a “recuperação” do ambiente institucional a que estão submetidas as instituições autorizadas a funcionar pelo BACEN.

Além do aspecto de administração financeira, inerente a qualquer empreendimento econômico, as IFs devem também seguir as normas estabelecidas pelo Banco Central do Brasil.

No que se refere à carteira de crédito, a regulamentação em vigor (dossiê Res. 2682/99) determina procedimentos mínimos a serem considerados pelas IFs na condução de suas operações, elencando itens a serem abordados na avaliação de cada contrato. Tal exigência gera uma “demanda” por informações do cliente bastante precisas, pois não se trata de uma

“postura” gerencial da IF, o que já seria relevante, mas de determinação da autoridade supervisora. Logo, haja vista a realidade do mercado financeiro, cuja mercadoria é sempre negociada a prazo, pautada na credibilidade, o Banco Central ratifica a política investigativa conduzida pelas IFs, em relação aos seus clientes, e enfatiza a postura de transparência nas operações.

De acordo com a classificação estabelecida para a carteira, é gerado, concomitantemente, um montante de provisão relativo ao risco previsto; ou seja, desde o momento da disponibilização dos recursos para o cliente, o balancete da IF é sensibilizado pela contrapartida da despesa criada. Existem várias repercussões sobre a atitude de provisionar os créditos concedidos, bem como em relação aos percentuais de distribuição em cada faixa, decorrente da classificação de AA a H (Resolução 2.682/99), podendo, inclusive, inverter o resultado da IF no período.

Sob a visão gerencial das IFs, é relevante que as empresas detenham informações suficientes para embasar a análise de sua situação econômico-financeira, bem como do projeto cujo financiamento esteja sendo conduzido, se for o caso. Deve se ter em mente que, quando há exigência de demonstrativos referentes ao histórico da empresa, o problema não se encontra somente na fragilidade dos dados, mas, principalmente, no “desconhecimento” destes.

Fica evidente a necessidade de formalização existente no contexto de crédito sob as normas do mercado financeiro, o que se traduz pela responsabilidade na gestão da poupança popular, que serve de *funding* para a alavancagem dos negócios das IFs.

Dando continuidade, portanto, à análise comparativa com as empresas de fomento no quesito “fornecimento de capital de giro”, tem-se o desafio relacionado às empresas de pequeno porte e sua deficiência de gestão.

Quanto à formalidade das avaliações realizadas no momento da compra de crédito pelas *factorings* (capital de giro), a relevância da qualidade tecnológica tem caráter privado, ou seja, a preocupação da autoridade supervisora existe enquanto houver possibilidade de pessoa não-autorizada intervir no mercado financeiro; pois as *factorings* estão proibidas de captar recursos do público em geral. De outra forma, a condução dos negócios de fomento mercantil não se confunde com o universo de supervisão do BACEN. Posto isto, o risco assumido na compra de crédito das empresas-clientes (sem abrir a discussão sobre a condição *pro solvendo*) é exclusivo das *factorings* (seja o *funding* proveniente de recursos próprios ou da captação de terceiros, não sendo permitida a intermediação financeira).

Não se pode afastar a qualidade na análise de crédito das operações realizadas pelas empresas de fomento mercantil, contudo, a formalização dos dados, demonstrativos e relatórios demanda um pressuposto de organização que não é inerente aos pequenos negócios. À medida que a administração se profissionaliza, torna-se mais fácil a obtenção de registros confiáveis e tempestivos. Entretanto, até que se alcance tal nível de “tecnologia da informação”, são necessários procedimentos menos formais que viabilizem a análise de crédito, tais como acompanhamento dos negócios do cliente (carteira de recebíveis), de mercado e da conduta gerencial.

A medida que as *factorings* conhecem bem o mercado em que atuam (por exemplo, a especialização em determinadas indústrias), adquirem poder de mercado, por meio da rede de informações que se tem disponibilizada.

Deve-se deixar claro que a não inclusão das empresas de fomento no universo fiscalizado pelo BACEN pode não ser uma condição perene, visto que as empresas de consórcio também não são instituições financeiras, mas, sujeitam-se à regulação do Banco Central. Ou seja, o que se quer esclarecer, neste momento, é que as *factorings* não realizam intermediação financeira; e, mesmo havendo determinação futura para que o setor seja submetido a regras impostas pelo BACEN, permanecerá com sua conduta de não captar poupança popular. Qualquer postura diversa, ensejará sua inclusão entre as IFs. Por

exemplo, empréstimo bancário ou emissão de debênture. Para melhor diferenciação e entendimento segue abaixo um quadro comparativo:

Quadro 3 - Quadro comparativo: instituição financeira x factoring

BANCOS	FACTORING
Capta recursos e empresta dinheiro – faz intermediação.	Não capta recursos.
Empresta dinheiro.	Presta serviços e compra créditos que são antecipados ou adiantados.
Cobra juros (remuneração pelo uso do dinheiro por determinado prazo).	Mediante preço certo e ajustado com o cliente, compra à vista créditos gerados pela venda pró – soluto.
"Spread" - margem entre o custo de captação e o preço do financiamento.	"Fator" - na formação do preço são ponderados todos os itens de custeio da empresa de factoring.
Instituição financeira autorizada a funcionar pelo BACEN(Lei nº 4.595/64).	Não é instituição financeira, mas atividade comercial. É cliente do banco.
Desconta títulos e faz financiamentos .	Não desconta. Compra títulos de crédito ou direitos.
Cliente é seu devedor.	Devedor é a empresa sacada.
IOF E IR (IMPOSTOS)	ISS sobre o preço dos serviços e IR

FONTE: Fortuna (1999)

Conforme dito anteriormente, as *factorings* podem alcançar ganhos de escala na execução de seu trabalho; com a especialização em determinados setores, o esforço inicial representa um custo variável em relação ao crescimento da carteira de clientes; a partir da formação de uma rede de informações, os custos deixam de ser proporcionais ao aumento da clientela, uma vez que o mercado atendido é “relativamente” o mesmo.

Tanto a disponibilização de tecnologia da informação, quanto a *expertise* adquirida no mercado, através dos relacionamentos (contratos) realizados são vantagens proporcionadas

pelas *factorings* às suas empresas-clientes. Os dois fatores contribuem para o melhor desempenho das pequenas empresas, sendo complementares; uma vez que a melhor tecnologia formal de gestão, por meio da organização das informações, permite o monitoramento mais acurado das vendas a prazo e, portanto, da conduta dos clientes. Por consequência, a concessão de capital de giro (compra de crédito) se torna mais acessível (não sujeita a exigências normativas) quando realizada pelas empresas de fomento mercantil.

Ainda como complemento à idéia de contratação de serviços de terceiros no intuito de alavancar/fomentar os pequenos empreendimentos, o progresso na área de tecnologia da informação vem tornando mais sutil as fronteiras entre as empresas envolvidas nos serviços financeiros e de crédito, permitindo que surjam novos produtos que mesclam atividades exercidas por diferentes sociedades, como seguro de crédito, avaliação de risco, *factoring* etc.

Sob esse aspecto, as empresas de fomento podem atuar diretamente no problema e minimizar as condições de assimetria. A operacionalização dessa atividade se dá por meio da prestação de serviço de assessoria, de forma continuada, culminando em uma estrutura de administração mais ordenada, que produza relatórios adequados para tomadas de decisão. Dois são os pontos a serem ressaltados como consequência dessa parceria: qualidade e quantidade do crédito. Ao mesmo tempo em que transparência e organização das variáveis descritivas de uma empresa geram credibilidade no agente financeiro, portanto, pré-disposição em conceder o empréstimo/financiamento, ocorre o “dimensionamento” dessa necessidade de forma profissional. Ou seja, identificar a causa e a quantidade de recurso que se pretende, buscando a linha de crédito mais adequada para cada objetivo.

Mais à frente, serão apresentados casos práticos, cujas demandas evidenciam a necessidade de contratação de serviços de suporte, de forma concomitante ao fornecimento de capital de giro.

Partindo da mesma análise realizada para a carteira de ativos das IFs, as MPEs também assumem uma probabilidade de inadimplência (risco de crédito), determinada pela capacidade de pagamento dos sacados. É o outro contexto em que está presente a assimetria de informações e sobre o qual a atuação das *factorings* também pode auxiliar na relação entre os agentes.

Após a assinatura do contrato com a empresa de fomento mercantil, a empresa-cliente dispõe de uma série de serviços, conforme acordado com a *factoring*, que pode englobar desde a análise de mercado, seleção de clientes, serviço de cobrança, contas a pagar e a receber, até a compra de recebíveis, viabilizando capital de giro, proporcionando administração de liquidez de forma mais programada. O acompanhamento das atividades da empresa-cliente, pela *factoring*, torna-se imprescindível para o sucesso de “ambas” as empresas. No que tange à realização de venda a prazo, mediante emissão de duplicata ou recebimento de cheque, a empresa de fomento pode auxiliar na seleção de sacados, por meio da avaliação individual, assim como do mercado; por isso, à medida que a empresa de fomento desenvolve o seu negócio e aumenta o número de clientes, torna-se fundamental a delimitação das áreas em que atua, como decorrência do conhecimento mais específico do nicho de mercado das empresas-clientes.

A concessão de crédito por uma empresa comercial ou de prestação de serviço não se submete aos mesmos procedimentos de uma IF, aumentando a probabilidade de perda. O que modifica essa situação de incerteza é o relacionamento com o cliente e o monitoramento do mercado em que atua. Deve-se ressaltar, mais uma vez, que é a “parceria” estabelecida com os clientes que “explica” a vantagem, o “diferencial” da contratação de uma empresa de fomento mercantil pelas MPEs. Conforme dados apresentados pelo SEBRAE (2004) referentes aos fatores determinantes da mortalidade e do sucesso das pequenas empresas, a relevância dos “aspectos gerenciais” para a sustentabilidade destas, considerando aqui a administração

Para explicitar melhor a relação fiduciária que justifica a contratação da *factoring* e, portanto, a constatação da existência de mercado para a atividade de fomento mercantil no Brasil, como suporte gerencial, elencam-se duas frentes, a princípio distintas, de trabalho para as empresas de fomento mercantil: prestação de serviços e compra de recebíveis. Seja pelo enfoque histórico da formação econômica brasileira, seja pela conjuntura atual, a “discussão” de viabilidade de um empreendimento se pauta, majoritariamente, na disponibilidade de crédito, e a questão se exacerba quando o foco de análise se refere a MPEs. Partindo da “necessidade de mercado”, posto que as *factorings* são empresas que assessoram suas contratantes no intuito de “fomentar” a empresa, o serviço mais demandado é o de fornecimento de capital de giro; recursos para pagar as dívidas de curto prazo; pois é nele que os efeitos da má gestão se tornam evidentes. Caso essa demanda seja satisfeita por si só, a atividade das *factorings* deixa de ser o fomento mercantil, e passa para o mercado especulativo; considerando que no “momento exato” da compra de papéis, a duplicata e a nota fiscal (supondo uma transação regular) não disponibilizam informações suficientes para análise.

A concessão de crédito para uma dificuldade eventual de caixa, viabilizada pelo mercado, pode ser conseguida a um custo mais baixo nas IFs; basta que se verifique a contraposição dos preços entre a compra de recebíveis, exercida pelas Factorings. “Art. 2º. No ato da emissão da fatura, dela poderá ser extraída uma duplicata para circulação como efeito comercial, não sendo admitida qualquer outra espécie de título de crédito para documentar o saque do vendedor pela importância faturada ao comprador: § 1º A duplicata conterá: I - a denominação "duplicata", a data de sua emissão e o número de ordem; II - o número da fatura; III - a data certa do vencimento ou a declaração de ser a duplicata a vista; IV - o nome e domicílio do vendedor e do comprador; V - a importância a pagar, em algarismos e por extenso; VI - a praça de pagamento; VII- a cláusula à ordem; VIII - a declaração do recolhimento de sua exatidão e da obrigação de pagá-la, a ser assinada pelo comprador, como aceite cambial; IX - a assinatura do emitente./.../. Lei nº 5474/68, (LEITE, 2004, p.190).

A motivação exclusivamente financeira para contratar operações com uma *factoring* pode ser gerada pela carência de tecnologia gerencial da empresa. A necessidade emergencial de crédito pode ter origem em contingências de diversas naturezas; mas, focando no dia-a-dia, nas relações de clientes e fornecedores, a falta de bons controles e a formalização de demonstrativos financeiros são importantes indicadores para a dificuldade de acesso ao crédito em IFs. Sob as condições de preço atuais, o “fator de compra” se destaca como uma alternativa onerosa para as empresas-clientes, *vis-à-vis* aos demais preços praticados nos bancos.

Fica claro, portanto, que o mercado de *factoring* não deve restringir-se à compra de papéis, pois representa “negócio caro” para a empresa cedente e para a cessionária. Para aquela porque a manutenção de baixa qualidade gerencial vai mantê-la na inércia da contratação de crédito a preços elevados, fatalmente, conduzindo-a ao encerramento das atividades; e para esta porque, além do risco de inadimplência ser elevado (sacado), mesmo sob a condição *pro solvendo*, a deficiência administrativa da contratante poderá levar à perda real do crédito. Existe uma lacuna evidente no mercado das pequenas empresas, corroborada pelos dados do SEBRAE (2004), quanto à competência gerencial; que se traduz em oportunidade de mercado.

Por meio da assessoria permanente, com interveniência no sistema de informações gerenciais das empresas-clientes, através da produção de relatórios e análises confiáveis e tempestivas, as *factorings*, além de poderem alcançar definitivamente o seu espaço no mercado, obtêm a chance de alavancar suas operações de compra de recebíveis, por meio da precificação do fator de compra a níveis competitivos frente ao mercado financeiro.

Como argumento de credibilidade para a “proximidade” entre *factoring* e empresa-cliente, sob o aspecto do risco de crédito, tem-se a norma da instituição reguladora do mercado financeiro, Resolução 2.682/99 (BACEN), que determina os itens mínimos de avaliação no momento da concessão do crédito, bem como a revisão periódica da carteira (sob condições específicas); ou seja, para se estabelecer operações saudáveis, faz-se imprescindível o

monitoramento do contrato/cliente. Levando em conta que as IFs dispõem de maior grau de formalização com relação aos dados dos devedores, para que as empresas de fomento possam suplantar essa defasagem na “qualidade de análise” e, portanto, tornar competitivo o seu fator de compra, o cerne da sua atividade, a prestação de assessoria permanente, deve ser exercida de modo efetivo.

Conforme informação obtida com a ANFAC (Associação Nacional de Empresas de Fomento Mercantil - *Factoring*), é prática recomendada às empresas de fomento que se realize, ao menos uma vez por mês, visita à empresa-cliente. O fato de estar no local de trabalho do cliente, onde é realizada a atividade-fim, quando estão reunidas todas as condições de funcionamento normal do negócio, propicia ao agente de fomento visualizar o desempenho do seu cliente, além de gerar melhores condições de análise para executar a parceria, no que se refere ao bom funcionamento da empresa.

São várias, portanto, as frentes de trabalho disponíveis para as *factorings* no que se refere ao nicho de MPEs; considerando o enfoque de relações assimétricas como entrave à boa administração financeira das empresas de menor porte.

Partindo da relevância do crédito, chega-se à necessidade de qualidade gerencial, traduzida em eficientes demonstrativos e controles, ferramentas importantes para as MPEs no momento da obtenção do contrato. Da mesma forma, o crédito na ponta ativa das empresas-clientes se depara com o potencial de inadimplência dos sacados, exigindo monitoramento, principalmente, de mercado.

Como decorrência da melhora gerencial disponibilizado, o acesso ao crédito nas IFs se torna mais viável, por parte de empresas menores; bem como a redução das assimetrias nas relações comerciais com os sacados potencializa a competitividade do “fator” e a viabilidade de transações *pro soluto*. Portanto, a qualificação do suporte gerencial para as MPEs auxilia nas tomadas de decisão frente a contingências de mercado e no acesso ao crédito sob preços mais justos.

Sob um contexto de maior transparência, crescem as oportunidades para as MPEs, através da autonomia de gestão e da qualidade na disponibilização de recursos financeiros; por consequência, aumentando as possibilidades de alavancagem para as empresas de fomento mercantil, por meio de ganhos de escala, gerados pelo crescimento da carteira de clientes e da produtividade.

A redução de preço na compra de recebíveis (fator) como resultado da maior proximidade com o “negócio” do cliente, desde controles internos, mensuração de rentabilidade e orçamento de custos, até o acompanhamento de mercado, aumenta a competitividade do fator frente ao mercado financeiro, por meio da equalização das condições de análise, através da redução das assimetrias existentes nas relações de crédito estabelecidas. Além disso, a eficiente assessoria gerencial proporciona crescimento da carteira de clientes, uma vez que o problema a ser minimizado por essa parceria vai ao encontro das necessidades de mercado identificadas para pequenas empresas (SEBRAE, 2004). A remuneração dos serviços prestados, traduzidos pelo suporte de administração financeira, no seu sentido amplo, serviços mais capital de giro, é provida por um mercado cuja concorrência é estabelecida internamente; ou seja, as duas áreas de concentração que, a princípio, parecem frentes de trabalho independentes, revelam-se como atuações complementares, capazes de fomentar a sustentabilidade das MPEs e a carteira de clientes das *factorings*.

5.5 SITUAÇÃO ATUAL DAS ATIVIDADES DE FACTORING NO BRASIL

A origem do *factoring* descreve o cerne das atividades desse setor, qual seja, suprir a deficiência das empresas-clientes em relação à área de suporte. Tal característica é decorrente de mercados cuja complexidade dificulta a eficiência administrativa; tanto a dimensão por si só, como a evolução tecnológica demandam concentração de esforços do empresário para sobrevivência no mercado.

Nas micro e pequenas empresas, clientes primordiais das *factorings*, a realidade de uma estrutura departamentalizada se torna distante. Tratando-se, aqui, da classificação por receita, as unidades econômicas de menor porte se deparam com restrições orçamentárias para fazer frente a despesas administrativas, que viabilizam a especialização por área de concentração; isso porque os ganhos de escala são limitados (baixa intensidade de capital e investimento em inovação tecnológica, IBGE, 2003).

Essa limitação impede que se alcance menores níveis de margem de contribuição por produto, em consequência, há dificuldade para majorar os gastos fixos. Estabelecendo uma vinculação, portanto, entre as necessidades gerenciais atuais das empresas (SEBRAE, 2004) e o histórico de atuação dos *factors*, verifica-se que há uma conjunção de interesses entre suas atividades. O perfil assumido pela atividade de *factoring*, a cada momento, traduz o encontro entre demanda por serviços e habilidade técnica em atendê-los.

É importante que fique evidente a existência de dois patamares de análise, o do mercado, que dita as regras das relações entre os agentes, e o da empresa, como unidade de produção, com suas especificidades e dificuldades. A eficiência gerencial deve estar apta a coordenar as duas frentes de trabalho.

Quando uma empresa assume uma postura reativa a fatores exógenos, sem conhecer as variáveis que interferem na administração do negócio, torna-se difícil planejar o futuro e se defender de contingências do mercado. De acordo com Bruni e Famá (2003, p.358), sobre estratégia: “Envolve a construção gradual do futuro, com a determinação dos fins e objetivos básicos a longo prazo de uma empresa, a adoção de alternativas de ação e a sinalização dos recursos necessários para cumprir os objetivos.”

Sem disponibilidade de informações tempestivas, portanto, por meio de controles e relatórios (sistema de informações gerenciais), a estratégia empresarial fica comprometida, limitando a capacidade de tomar decisões.

Especificamente, as MPEs não detêm amplitude de produção para administrar sua escala, buscando diluir o gasto fixo pela alavancagem, e com isso, prescindem de administração profissional problema presente em “falhas gerenciais” (SEBRAE, 2004). Como resultado, ocorre necessidade de buscar *expertise* no ambiente externo à empresa, capaz de solucionar esse entrave, gerando oportunidade de desenvolvimento para o mercado de terceirização de serviços de suporte (*factoring*).

Desde 1982, existe no Brasil a ANFAC, entidade representativa das empresas de *factoring*, que, durante muitos anos, vem buscando desenvolver e fortalecer as atividades de fomento no mercado brasileiro. Apesar das dificuldades enfrentadas no início, hoje, as empresas de fomento mercantil já possuem um conjunto de empresas clientes entre diversos setores de atuação, indústria - 65%, comércio - 20% e serviços -15%.

Através da verificação de casos práticos (com alguns exemplos elencados na seqüência), percebe-se que ainda há preponderância do fornecimento de capital de giro nos serviços prestados pelas sociedades de fomento mercantil, entretanto, as “parcerias” de mercado já vêm desenhando um novo perfil para o setor.

Progressivamente, a administração financeira vem tomando espaço nas iniciativas implementadas pelo poder público e pelas entidades relacionadas com empresas de pequeno porte, como SEBRAE e ANFAC, por meio do IBFM (Instituto Brasileiro de Fomento Mercantil). São várias as iniciativas que têm surgido na direção de maior qualificação gerencial, envolvendo a empresa de fomento mercantil.

Para ilustrar a *performance* das sociedades de *factoring* no mercado atual, foram selecionados 5 casos de parceria, apresentados a seguir.

1) De volta para o futuro

A história do resgate e da reestruturação da Bombril por um *pool* de empresas de fomento mercantil. A viabilização financeira das despesas administrativas é proporcionada pela

receita oriunda do objeto social da empresa; uma vez que não se trata de atividade provedora de recursos financeiros. Ícone da indústria brasileira, a empresa corria o risco de desaparecer.

A Bombril passava por sérias dificuldades no ano de 2003, com dívidas no valor de R\$ 60 milhões e receita de R\$ 13,8 milhões. A situação frente ao mercado se caracterizava por falta de credibilidade, portanto crédito, tanto do mercado financeiro, como dos fornecedores. O acordo formal com o TrendBank, através de um contrato de gestão, viabilizou a reestruturação da empresa com o trabalho de um pool de sociedades de *factoring*, liderado pela TrendBank Fomento Mercantil. O diretor superintendente da TrendBank Fomento Mercantil disse que só dariam o dinheiro caso pudessem fiscalizar, uma vez que o valor concedido era alto. As dívidas foram renegociadas e a receita, no final de 2003 (dezembro), estava em R\$ 58 milhões. De acordo com depoimentos, a empresa contou, além do fomento mercantil, com o poder da marca e o esforço implementado pela equipe.

Por ser uma empresa que demanda intensivamente matéria-prima e tem cerca de 70% do faturamento concentrado na última semana do mês, ela depende muito de capital de giro. Com os problemas, os bancos se retiraram da operação e a empresa teve dificuldade na obtenção de capital, /.../ além da parceria do TrendBank, foi a soma de esforços do conselho, da administração, da diretoria e dos funcionários que fez a Bombril se recuperar.

De acordo com a informação da Buettner, 50% de sua produção são destinados ao mercado interno, sendo que 40% deste valor são de acesso às *factorings*.

Dez anos atrás, a empresa passava por dificuldades financeiras, tendo uma parcela de suas linhas de crédito cortada pelos bancos; recorrendo às sociedades de fomento mercantil. Foi fundamental a parceria com as *factorings* nesse período /.../. Após a recuperação, manteve o serviço com as *factorings*.

No caso da Teka, o faturamento mensal é por volta de R\$ 30 milhões, sendo mais ou menos 50% providos pelo mercado interno, operando cerca de 33% com 110 *factoring*. Um dos pontos de interesse para o relacionamento com as empresas de fomento mercantil é a independência adquirida em relação ao crédito do fornecedor.

Opera com o setor de *factoring* há três anos. “Atualmente, passamos por um processo de reestruturação, mas sempre buscamos na *factoring* o capital de giro adicional.” (DE VOLTA..., 2004, p. 10-12).

2) Palitos Gina

Dificuldades na empresa que geraram incapacidade produtiva, caracterizada por falta de matéria-prima e contas atrasadas, ameaçavam diversos postos de trabalho concentrados na cidade de Nova Ponte, Triângulo Mineiro, quando um grupo de empresas de *factoring*, sob a coordenação da consultoria Siegen, viabilizou os recursos financeiros para sua recuperação.

De acordo com Astrauskas (sócio da consultoria Siegen), das empresas que atendeu nos últimos anos, somente 5% não tiveram recuperação; as demais, apesar da situação de sérias dificuldades, conseguiram manter-se. Astrauskas coloca, ainda, que essas empresas, com necessidades emergenciais, não têm tempo para assumir longos procedimentos e, em função disso, o sistema ágil das sociedades de *factoring* é fundamental. Na seqüência, após a resolução do período de *stress*, ele aponta a importância de agir na causa do problema. “Colocar mais dinheiro na empresa sem mudar o padrão é jogar dinheiro fora /.../”.

O consultor comenta que, com a mudança do nível inflacionário desde 1995, ficaram evidentes os problemas gerenciais das empresas, camuflados até então. “O melhor gerente financeiro daquela época estava no banco, porque aplicava o dinheiro das empresas no overnight, garantindo rentabilidade e escondendo os problemas gerenciais das empresas.” E é exatamente isso que a Palitos Gina está realizando, como diz seu gerente geral:

Erros estratégicos levaram a uma situação insustentável, que obrigaram a empresa a ficar 30 dias parada, por falta de matéria-prima. O trabalho de recuperação está apenas começando, mas deve ser rápido /.../.

A produção já foi retomada e a distribuição já teve seu reinício em direção ao mercado, cujo percentual de participação da Gina é de 60%.

Depoimento da *factoring* de São Paulo, Athenabanco Fomento Mercantil, empresa participante da reestruturação da Gina, relatou que mantém operações de fomento para aquisição de energia, matéria-prima e pagamento de salários de 48 clientes, garantindo 25 mil empregos diretos. O diretor-geral da Athena menciona: “Nosso intuito é manter as empresas em funcionamento e selecionamos consultorias capazes de fazer todo o acompanhamento e a reestruturação necessárias ao bom funcionamento dessas companhias.”

Trata-se do quarto lugar no *ranking* brasileiro de confecções, atrás de São Paulo, Santa Catarina e Paraná. Setor composto por várias micro e pequenas empresas, enfrenta dificuldades para obter capital de giro. O *factoring* é um importante parceiro para essas indústrias.

A Lopes fabrica 10 mil peças por mês, com faturamento em torno de R\$ 150 mil. Pelo menos metade do giro vital ao funcionamento da empresa tem a participação do fomento mercantil, que está presente em todos os segmentos de confecção do jeans indústria, lavanderia e comércio (RECUPERAÇÃO..., 2004, p.8).

A Lopes Confecções Ltda está no setor faz seis anos e, há quatro, trabalha com as empresas de fomento, na busca de manter e ampliar os seus negócios. Amorim, proprietário da Lopes Confecções, declara os momentos de necessidade de capital de giro em cada etapa produtiva.

Para a compra de matéria-prima de fornecedores de Goiânia ou empresas de fora do Estado, precisamos de capital de giro. A lavanderia necessita do fomento na compra de produtos para a lavagem do jeans de terceiros, e o comércio, por causa da grande quantidade de

vendas com pré-dados, sempre recorre à KF /.../ . De acordo com Amorim, as *factorings* estão mais disponíveis para o atendimento ao cliente, no que tange à precificação. Em relação às condições de pagamento, as empresas de fomento superam, em benefício, os fornecedores, que dão bons descontos para compras à vista (a majoração do preço para 30 dias fica entre 8% e 10%).

A alternativa do fomento mercantil como viabilizador de capital de giro é uma opção *vis-à-vis* ao mercado, cuja oferta de curto prazo tem preponderado através dos fornecedores, e não das instituições financeiras, conforme dados da Serasa. “Até meados de 2004, os fornecedores respondiam por R\$ 153 bilhões do giro das empresas, enquanto o crédito fornecido pelos bancos somava R\$ 133 bilhões.”

Uma das indústrias, que trabalha com o jeans e terceiriza etapas dentro do seu processo, a Rosental Rosental Indústria e Comércio de Roupas (no ramo há oito anos), menciona que, no começo, 60% do seu capital de giro era provido pelo *factoring*; com o fortalecimento da empresa e obtenção de recursos próprios, a participação do fomento caiu para cerca de 10%. O proprietário da Rosental fez a escolha de trabalhar com apenas uma empresa de fomento, com a fidelidade se tornando consequência da parceria entre cliente e *factoring*. “A questão é a necessidade. Hoje, como a empresa já está estabelecida, tem um patrimônio, consegue recursos mais em conta.” (RECUPERAÇÃO..., 2004, p. 10-12).

3) Thermoid

Este caso foi relatado pelo consultor Astrauskas, da Siegen, como exemplo dos vários clientes que possui em dificuldade, cuja situação implica em problemas com fornecedores, de crédito e até com os próprios funcionários que, em decorrência do atraso nos pagamentos, acabam por sentirem-se desestimulados.

Para a condição de urgência que, no primeiro momento, demanda agilidade, ele aponta as empresas de fomento como insuperáveis e, no caso em questão, foi essa a idéia que embasou a recuperação da Thermoid. Encontrava-se em um contexto bastante complicado,

com dívidas perto de R\$ 5 milhões, que envolviam empregados, bancos e fornecedores, a produção chegou a ser suspensa. Houve uma reestruturação na empresa, desde processo produtivo até renegociação com credores, viabilizando o retorno à produção. A participação de sociedades de fomento foi importante na concessão de liquidez, como a BMF e a MBF, de Belo Horizonte e Sorocaba, respectivamente.

Segundo a MBF, ocorre a utilização da parceria com a Siegen. “Analisamos a situação da empresa e passamos as informações para a Siegen /.../”; mencionando, também, a participação no processo de mudança da empresa-cliente, com sugestão para “/.../ mudança no conceito de produção.”. A *factoring* trabalha com vários serviços para suas clientes, pequenas e médias empresas, apontando necessidades que podem vir a prejudicar os resultados destas. “Estamos desenvolvendo, inclusive, uma área de análise de custos, que é um grande gargalo das empresas menores /.../” (RECUPERAÇÃO..., 2004, p. 10-12).

4) Pamagril Comércio de Máquinas Agrícolas Ltda

Na maioria das vezes, a venda de máquinas agrícolas é financiada com crédito bancário para o consumidor; contudo, as peças de reposição são vendidas a prazo, por meio de duplicatas, cuja liquidez se viabiliza por meio do fomento mercantil. “É em cerca de 10% do faturamento da loja que necessito da *factoring*.”. A Pamagril se localiza em Palmas e apresenta uma média de faturamento mensal de R\$ 1 milhão.

Os serviços de fomento prestados à Pamagril são realizados pela Bresciani Fomento Mercantil, única *factoring* instalada em Palmas (TO), cuja assistência se estende pela região. “Não fosse o fomento mercantil, muitos dos meus clientes, que são pequenas e médias empresas, estariam fora do mercado. Atendemos mais cidades como Lajeado, Porto Nacional, Miracema, Tocantínea, Araguaína e Paraíso /.../” (FOMENTO..., 2004, p. 06-07).

5) Indústria Madeireira em Rondônia

Uma das referências é para Pimenta Bueno, cidade com 32 mil habitantes. A Kartrax *Factoring* Fomento Mercantil atende empresas cuja clientela se encontra em Santa

Catarina, Rio Grande do Sul e São Paulo, os sacados das vendas realizadas a prazo. Como os clientes que adquirem os móveis da região têm seu pagamento concedido para 30 dias, as indústrias se deparam com a falta de capital de giro, superada através da atividade de fomento mercantil.

A Incomol Indústria e Comércio de Móveis Ltda faz parte dos clientes da Kartrax. Parte de sua produção é vendida para a Tok Stok, cuja parceria rende, por mês, cerca de R\$ 33 mil. “A *factoring* participa de 10% do nosso negócio. Sua principal vantagem é o dinheiro imediato, o fato de não haver burocracia no atendimento, o proprietário da *factoring* negocia diretamente com a gente /.../”. Desde 2003, a Incomol também exporta móveis para a Irlanda.

Outra empresa de fomento com atuação no mercado de Rondônia é a Delta Factoring Fomento Mercantil, cuja presença é bastante expressiva nos municípios de Pimenta Bueno, Espigão do Oeste, Rolim de Moura e Cacoal. “/.../ com participação estimada por seu proprietário em 30% da economia de municípios como /.../”.

Como os empresários do *factoring* têm demonstrado, não se pode injetar uma quantia significativa de recursos em uma empresa sem que se conheça as condições de atuação e se possa fiscalizar/acompanhar a sua gestão.

Existem situações de trabalho em conjunto com instituição financeira ou empresa de consultoria, viabilizando o aparato gerencial necessário para a reestruturação da empresa em dificuldade, contudo, já se pode verificar a demanda por serviços de gestão, até mesmo, fornecidos pela própria *factoring*, como é o caso da MBF de Sorocaba. “Estamos desenvolvendo, inclusive, uma área de custos, que é um grande gargalo das empresas menores /.../”.

Corroborando a percepção pelo empresário de fomento da necessidade de qualificação gerencial, existem iniciativas de entidades representativas do setor, como a ANFAC e o

IBFM (Instituto Brasileiro de Fomento Mercantil), no sentido de promover a profissionalização na gestão das atividades de *factoring*. Já é prática normal dessas entidades a divulgação de procedimentos, conduta ética, normas operacionais etc, por meio de eventos, manuais e periódicos, bem como através dos diversos Cursos de Agente de Fomento Mercantil. Entretanto, o IBFM vem inovando na preparação para os profissionais da área, com outras modalidades de treinamento, como Curso de Direito e Curso de Capacitação de Gerente de *Factoring*, cujo objetivo está assim descrito: “Capacitar pessoas a desenvolver trabalhos de prospecção e administração de negócios de uma Sociedade de Fomento Mercantil.”

A partir de diagnósticos das necessidades das MPEs sob a atual conjuntura, por meio de expedientes como o trabalho realizado pelo SEBRAE, em parceria com a FUBRA (2004), e casos práticos de parceria das empresas de fomento mercantil com outras instituições, corroborados pelas medidas implementadas por entidades como a ANFAC e o IBFM, percebe-se que, mais uma vez, fica evidente o *modus operandi* do setor, traduzido pela flexibilidade no atendimento às demandas produzidas no mercado (FOMENTO..., 2004, p. 06-07).

6 CONCLUSÃO

O Brasil da década de 80 foi cenário para o fortalecimento das empresas de pequeno porte como alicerces do desenvolvimento, com absorção de mão-de-obra e geração de renda, em uma época em que o desemprego fazia parte de um cenário de baixo crescimento, inflação acelerada e escassez de crédito.

Em decorrência do bom desempenho das MPEs, medidas de incremento ao setor tomaram lugar de várias formas nos anos seguintes, como tratamento fiscal diferenciado, fortalecimento de entidades de classe e linhas de crédito administradas por instituições de controle público. Além de iniciativas do poder público e dos próprios agentes ligados ao setor; de modo concomitante, surgia, no mercado brasileiro, um novo ramo de negócios, cuja área de atuação se referia, precipuamente, às micro, pequenas e médias empresas, o fomento mercantil.

Com sua formalização registrada em 1982, com a criação da ANFAC (Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil - *Factoring*), o fomento mercantil no Brasil nasceu sob uma conjuntura econômica marcada pela falta de perspectivas no âmbito do investimento privado, e pela carência de recursos oriunda do rompimento com o padrão de financiamento vigente até o final da década de 1970.

No que se refere ao arcabouço normativo, o *factoring*, no início de suas atividades, deparou-se com dificuldades relacionadas à confusão de sua definição legal, o alcance de seu escopo de trabalho, *vis-à-vis* às atividades privativas de instituição financeira.

Durante o decorrer dos anos 80, houve necessidade de muito empenho para que fossem esclarecidas as dúvidas iniciais a respeito do funcionamento das empresas de fomento. Não se pode dizer que, a partir de então, a atividade passou a dispor de um mercado isento de restrições legais, contudo, foram superadas medidas que distorciam a sua existência no

mercado, como a Circular 703/82 (BACEN), e a suspensão do seu registro nas Juntas Comerciais.

Suplantadas as amarras normativas iniciais, e com um nicho de mercado promissor, de acordo com a percepção de que as empresas de pequeno porte se caracterizavam como importante instrumento de geração de emprego; o próximo passo de análise do setor dizia respeito ao seu objeto de trabalho e a sua adequação ao mercado brasileiro. Para tanto, fez-se uma abordagem histórica das origens do *factor* como agente de fomento mercantil, com o intuito de estabelecer a contrapartida da prestação de serviço ofertada a cada momento, identificando a flexibilidade do *factoring* e a sua conseqüente dinâmica como fatores de sucesso do ramo de fomento mercantil.

A cada momento da história e sob as condições institucionais vigentes, a atividade de *factoring* deve exercer o seu papel como resposta à demanda de mercado.

No que tange ao contexto brasileiro, as necessidades apresentadas pelas empresas estavam concentradas no acesso ao crédito, como conseqüência do rompimento progressivo com as fontes externas de recursos, a partir do final dos anos 1970 (elevação da taxa de juros norte-americana) e início dos anos 1980 (crise da dívida). O padrão gerencial, neste momento, ainda não havia sido exposto à concorrência externa, via abertura de mercado.

Com base nos esforços implementados pelo setor de fomento mercantil no contexto brasileiro, representado pela atuação da ANFAC em várias frentes, o mercado de *factoring* mostrou significativo crescimento. Apesar da conceituação duvidosa que vigia no Banco Central do Brasil, refletindo em medidas prejudiciais ao setor; no âmbito brasileiro, em 1995, foi oficialmente declarada a definição de atividade de *factoring*, através da Lei. 8.981/95. Mesmo se tratando de norma fiscal, evidenciou-se, pela primeira vez, o conceito legal de fomento mercantil sob a ótica do poder público. O conceito apresentado pela lei estava de acordo com os estudos desenvolvidos pela UNIDROIT (durante um longo

período anterior à Convenção de Ottawa, em 1988), em seu objetivo último de estabelecer um padrão de contrato de *factoring* internacional.

Por meio dos indicadores de desempenho do setor, como universo de empresas atendidas, em quantidade e localidades, faturamento e geração de empregos, verificasse resposta positiva à primeira hipótese formulada na introdução deste trabalho, no que diz respeito à aderência das atividades de *factoring* ao mercado brasileiro de empresas de pequeno porte. Pode-se corroborar a participação das empresas de fomento no contexto econômico nacional através do interesse de diversos agentes na sua atuação, como a elaboração de projetos de lei, atualmente em tramitação no Congresso Nacional, a promoção de diversos seminários por todo o país, inclusive com a participação de representantes do Poder Judiciário, a Resolução 12/2005 (COAF), que trata da prestação de informações por parte das *factorings*, no sentido de colaborar com a autoridade pública no combate ao crime de lavagem de dinheiro e o recente trabalho realizado pelo Banco Mundial, cuja abordagem referente ao acesso a serviços financeiros no Brasil engloba o mercado de *factoring*.

Se, sob o aspecto legal, existe consciência da prestação de serviço em várias modalidades enquanto atividade de fomento mercantil, operacionalmente, a questão se mostra ainda mais premente. A teoria utilizada para embasar a análise das relações no mercado de fomento mercantil foi à assimetria de informações (por meio das relações de crédito estabelecidas), cuja aplicação foi reforçada pelos trabalhos de pesquisa realizados, nos últimos anos, pelo IBGE (2003) e SEBRAE (2004). Em aderência com o que vem ocorrendo nas normas editadas pelo poder público, a consciência da necessidade de profissionalização no mercado de MPEs fica evidente nas parcerias estabelecidas, como nos casos apresentados no capítulo 5.

O conhecimento acurado das variáveis que compõem um negócio é condição *sine qua non* para o seu sucesso, traduzido neste trabalho como sustentabilidade para empresas de pequeno porte. Para a viabilização de disponibilidade, controle e análise dos dados pertinentes às unidades submetidas à maior rigidez na sua estrutura de custos, a melhora na

tecnologia gerencial se torna mais difícil, em decorrência da majoração de despesas administrativas pela contratação de um profissional em dedicação exclusiva. Conforme SEBRAE (2004), um bom administrador é um importante diferencial no sucesso das empresas, bem como falhas gerenciais são preponderantes como fator de fracasso para estas. Com base na relevância das variáveis gerenciais e no percentual de mortalidade das pequenas empresas, pode-se inferir a necessidade de uma administração profissional para estas.

São dois os aspectos a serem considerados pela atuação de um gerenciamento eficiente. O primeiro e mais óbvio é a gestão consciente do negócio, permitindo o monitoramento das atividades e o planejamento estratégico, por meio da interação com o acompanhamento de mercado. A organização das informações, com uma posterior abordagem analítica, possibilita ao agente tomadas de decisão com base em fatos, e não em opiniões subjetivas, profissionalizando a condução do empreendimento. O segundo foco de repercussão de uma administração qualificada é o acesso ao crédito, não só sob o aspecto quantitativo, mas também, pelo qualitativo, mediante condições mais favoráveis.

Por meio das normas editadas pelo BACEN, pôde-se verificar a concepção de análise de crédito que vige no mercado, bem como as conseqüências danosas para as instituições financeiras no caso de má conduta frente a sua carteira de crédito. Fica evidenciada a postura da autoridade supervisora no que tange ao objetivo de minimizar as assimetrias existentes na contratação de operações de crédito.

Para as MPEs, a disponibilização de informações, através de demonstrativos e relatórios, torna-se um entrave para acesso ao crédito, seja pela sua situação econômico-financeira mais frágil, com menor capacidade de oferecer contrapartida ao banco, ou pela própria falta de organização interna, que depõe contra sua competência gerencial. Por mais que as Centrais de Informação auxiliem no sentido de aumentar a transparência das relações contratuais, como o atual Sistema de Informações de Crédito - SCR (antiga Central de Risco de Crédito).

Por meio do relato de parcerias estabelecidas entre *factoring* e empresas clientes, verificou-se a concentração de serviços prestados em torno do fornecimento de capital de giro, ou seja, um conjunto de procedimentos que culminam na aquisição dos créditos, como cerne da contratação de uma *factoring*. Entretanto, foram identificadas iniciativas envolvendo empresas de fomento no que se refere à administração de empresas-clientes, seja no trabalho em conjunto com outras instituições, ou na percepção da própria *factoring* quanto à conveniência de fornecer assessoria gerencial.

Em paralelo a essa atuação das empresas de fomento mercantil no mercado brasileiro, na direção das deficiências elencadas nos trabalhos do SEBRAE (2004) e IBGE (2003), outras iniciativas vêm sendo implementadas pelas entidades representativas do setor, IBFM e ANFAC. Com o treinamento de gestores nas *factorings*, cresce a oportunidade de assessoria qualificada às empresas-clientes.

Conforme exposto no capítulo 5, os serviços prestados pelas empresas de fomento mercantil podem auxiliar a sustentabilidade das pequenas empresas, ao mesmo tempo em que promovem o crescimento do próprio setor, pela singularidade na conjunção de assessoria gerencial e viabilidade de capital de giro a preços competitivos. De acordo, portanto, com as avaliações realizadas neste trabalho, a hipótese apresentada na introdução, relativa à contribuição positiva das empresas de fomento na prestação de assessoria permanente às MPEs, pode ser avaliada como de grande potencial, ainda a ser desenvolvido no contexto nacional.

Para que tal projeto consiga um maior alcance, é necessário transparência nas regras para o *factoring*, cuja solução passa pela aprovação dos PLs em tramitação no Congresso, e nas informações disponíveis para os agentes no mercado, fato que já vem obtendo avanços no ambiente institucional brasileiro.

As perspectivas para a atividade de *factoring* no mercado brasileiro se mostram promissoras, não podendo prescindir, contudo, do apoio das autoridades públicas, no sentido de aprovar a regulamentação do setor, evitando discussões em torno da natureza operacional do *factoring*, bem como removendo, definitivamente, o estigma de atividade ilegal, decorrente do desconhecimento da área e da atuação das empresas de *factoring*.

REFERENCIAS

AVILA, J. **Factoring como alavancagem de desenvolvimento**. Luiz Lemos Leite, São Paulo: REDEVIDA, 2000, 1 fita cassete (90 min): estéreo.

AZEVEDO, A. V. A., Teoria geral das obrigações. **Revista dos Tribunais**, São Paulo, n. 9 p.14-15, mar.1990.

BRAGA, M. B. Algumas considerações teóricas e implicações decorrentes da relação contratual entre credor e devedor sob a hipótese de existência de assimetria de informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM ECONOMIA, 27, 1999. **Anais...** Belém: ANPEC, 2000.

BYRNS, R. T.. **Microeconomia**. São Paulo: Makron Books, 1996.

BRASIL Conselho de Recursos do Sistema Financeiro Nacional. **Acórdãos**.

_____. Lei n. 11.101, de 2005.

_____. Lei n. 4.595, de 1964.

_____. Lei n. 7.492, de 1986.

_____. Superior Tribunal de Justiça. Acórdãos.

BRASIL. Banco Central. **Resolução n. 1.748**, de 1990.

_____. _____. **Resolução n. 2.682**, de 1999.

BROM, L. G. **Crédito comercial: administração das vendas a prazo**. São Paulo: Fecap, 2003.

BRUNI, A. L.; FAMÁ, R. **Gestão de custos e formação de preços: com aplicações na calculadora HP 12C e Excel**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

CANUTO, O. ; LIMA, G. T. Crises bancárias de segurança financeira e *currency boards* em economias emergentes. **Revista econômica do Nordeste**, v.30, n. especial, p. 896-914, dez. 1999.

CAOQUETTE, J. B.; ALTMAN, E. I.; NARAYANAN, P. **Gestão do risco de crédito: o próximo grande desafio financeiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

CARTILHA **Estatuto da microempresa e da empresa de pequeno porte**. Brasília, 2002.

CARVALHO, C. E. Bancos e inflação no Brasil: da crise dos anos 1980 ao plano real. **Revista de Economia Mackenzie**, São Paulo, v. 3, p. 1, Nov. 2005.

CARVALHO, F. C. **Economia monetária e financeira: teoria e política**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

CHAVES, S. S. **Micro e pequenas empresas em arranjos produtivos locais: um estudo do setor pesqueiro da Foz do Rio Itajaí-Açú/SC**. Florianópolis - SC, 2004.

COELHO, F. U. **Manual de direito comercial**. 16 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

COSTA, A. C. A.; NAKANE, M. I. Revisitando a metodologia de decomposição do *spread* bancário no Brasil. **Revista brasileira de economia**, Rio de Janeiro, v. 59, p. 107-126, 2004.

DE VOLTA para o futuro. **Revista fomento fercantil**, São Paulo, n.45, p. 10-12, mai.2004.

FACTORING: Alternativa econômica às pequenas e médias empresas. **Jornal da ANFAC**, São Paulo, v. 9 nº 25, p.03, fev./mar. 1999.

FELIPE, J. F.; ALVES, G. M. **O novo código civil anotado**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense, 2003.

O DESAFIO sem fronteiras. **Revista fomento mercantil**, São Paulo, n.46, p. 06-07, jun.2004.

FORTUNA, E. **Mercado financeiro: produtos e serviços**. 15 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

GONÇALVES, V. E. R. **Títulos de crédito e contratos mercantis**. São Paulo: Saraiva, 2005.

GONZAGA, V. **Do cheque**. São Paulo: RCN, 2003.

GREMAUD, A. P.; VASCONCELLOS, M. A. S. de; TONETO JÚNIOR, R. **Economia brasileira contemporânea**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

HILFERDING, R. **O capital financeiro** 2. ed. São Paulo: 1981.

HUBERMAN, L. **História da riqueza do homem**. 21. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1986.

IBGE. **As micro e pequenas empresas comerciais e de serviços no Brasil 2001**. Rio de Janeiro: IBGE, 2003.

INFORMATIVO [do] Banco Central do Brasil. **Economia bancária e crédito: avaliação de 5 anos do projeto juros e *spread* bancário**. Brasília, 2004.

INFORMATIVO [do] Banco Central do Brasil. **Economia bancária e crédito: avaliação de 4 anos do projeto juros e *spread* bancário**. Brasília, 2003.

INFORMATIVO [do] Banco Central do Brasil. **Juros e *spread* bancário no Brasil**. Brasília, 1999.

LEITE, A. D. **A economia brasileira: de onde viemos e onde estamos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

LEITE, L. L. **A importância da Factoring**, disponível em: <http://www.anfac.com.br/not94.htm> acesso em: 03-12-2004.

LEITE, L. L. **Factoring no Brasil**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

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

LUNDBERG; BADER. **Economia bancária e crédito: avaliação de 5 anos do projeto juros e *spread* bancário**. 2004. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br/pec/spread/port/economia_bancario_e_credito.pdf>. Acesso em: 12 março 2005.

MARION, J. C. **Contabilidade empresarial**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1986.

MARTINS, E. **Contabilidade de custos**. 9 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINS, F. **Títulos de crédito**. Rio de Janeiro: Forense, 1991.

MERTON, R. C.; BODIE, Z. **Finanças**. Porto Alegre: Bookman, 1999.

MONAMPE/ABASE/CONEMPEC/CONAMPI. **Carta de Salvador**. nov. 2003.

NAVARRO, Alexandre, Factoring em Salvador, **Correio da Bahia**, Salvador, 2000 Caderno de economia, p.02.

OFICINA de trabalho. **As micro e pequenas empresas e as reformas**. Brasília, mar.2003.

OLIVEIRA, L. M. de; PEREZ JR, J. H. **Contabilidade de custos para não contadores**. São Paulo: Atlas, 2000

PINDYCK, R. S.; RUBINFELD, D. L. **Microeconomia**. São Paulo: Makron Books, 1994.

PINHEIRO, A. C.; MOURA, A.. **Segmentação e uso de informação nos mercados de crédito brasileiros**. Rio de Janeiro: BNDES, 2001. (Textos para Discussão).

RASOTO, A. A estratégia focada no resultado. **Revista FAE BUSINESS**; n.5, abr. 2003.

RECUPERAÇÃO de empresas poupa bilhões de reais. **Revista fomento mercantil**, São Paulo, n.49, p. 10-12, set.2004.

REED, E.W; EDWARD K. G. **Bancos comerciais e múltiplos**. S. Paulo: Makron Books, 1994.

RIZZARDO, Arnaldo. **Factoring**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

RODRIGUES; TAKEDA; ARAÚJO. **Economia bancária e crédito**: avaliação de 5 anos do projeto juros e spread bancário. Disponível em: <
http://www.bcb.gov.br/pec/spread/port/economia_bancario_e_credito.pdf>. Acesso em: 11 janeiro 2008.

ROQUE, S. J. **Títulos de crédito**. Rio de Janeiro: Forense, 1991.

SANTOS, J. E. **Mercado Financeiro Brasileiro**: Instituições e Investimentos – São Paulo: Atlas, 1999.

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas**. Brasília: Sebrae.1999.

SEBRAE. **Lei geral das micro e pequenas empresas**: sugestão para projeto de lei. São Paulo: SEBRAE, 2004.

SEBRAE. **A pequena empresa e o novo código civil**. São Paulo: SEBRAE, 2004.

SEBRAE. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas no Brasil**. São Paulo: SEBRAE, 2004.

SEBRAE-SP / FIPE. **A questão do financiamento nas MPEs do Estado de São Paulo**. São Paulo: SEBRAE, 1999.

SEBRAE/MONAMPE/ABASE. **Pequenos negócios e desenvolvimento**: propostas de políticas públicas para a redução da desigualdade e geração de riquezas. São Paulo: SEBRAE, 2002.

SILVA, J. P. **Análise financeira das empresas**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SILVA, J. P.. **Gestão e análise de risco de crédito**. São Paulo: Atlas, 2000.

STIGLITZ, J. E. **Os exuberantes anos 90**. São Paulo: Schwarcz, 2003.

VARIAN, H. R. **Microeconomia**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

