

AS VANTAGENS E DESVANTAGENS DE UTILIZAR O FOMENTO MERCANTIL COMO FLUXO DE CAIXA: UM ESTUDO DE CASO MÚLTIPLO EM INDÚSTRIAS CALÇADISTAS DO VALE DO PARANHANA

Angela Rosa Galle Da Luz¹

Tiago Farias Dias²

RESUMO

Este artigo tem como assunto a utilização do fomento mercantil para fluxo de caixa nas indústrias calçadistas de Três Coroas, Vale do Paranhana – RS. O objetivo desta pesquisa é descobrir quais os fatores que levaram essas empresas a utilizar esse meio de financiamento. A metodologia utilizada foi o estudo de caso múltiplo, com a pesquisa realizada através de entrevista semiestruturada presencial. A amostra utilizada foi de cinco indústrias calçadistas de Três Coroas/RS, escolhidas por usarem *Factoring*. A análise de dados coletados é de forma qualitativa, trazendo as informações coletadas em forma de trechos para a pesquisa. Ao analisar os dados, foi possível identificar que as empresas utilizam desse meio de financiamento devido às diversas vantagens e por dificuldade de caixa. Percebe-se que as empresas entrevistadas vêm passando por diversas dificuldades financeiras e que essa fonte de financiamento tem sido a mais vantajosa devido à sua agilidade, praticidade e possibilidade de crédito para as empresas inadimplentes.

Palavras-chave: *Factoring*. Fluxo de caixa. Fonte de financiamento.

ABSTRACT

The article focuses on the use of mercantile promotion for cash flow in the Três Coroas footwear industries located in the Paranhana Valley – RS. The purpose of this research is to find out the factors that led these companies to use this means of financing. The methodology used was the multiple case study, with research conducted through semi-structured interviews. The sample used was five footwear industries from Três Coroas / RS, chosen by criteria of using *Factoring*. The analysis of collected data is qualitative, bringing the information collected in the form of excerpts to the research. By analyzing the data, it was possible to identify that companies use this means of financing due to the various advantages and cash difficulties. It is noticed that the interviewed companies have been facing several financial difficulties and that this funding source has been the most advantageous due to its agility, practicality and creditability to defaulting companies.

Keywords: *Factoring*. Cash flow. Funding source.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente as *Factorings* desempenham um papel muito importante para as empresas calçadistas que precisam de recursos para se financiarem, pois elas possuem como característica

¹ Acadêmica do Curso de Administração das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat – Taquara/RS. E- mail: angelaluz@sou.faccat.br

² Professor Orientador do curso de Administração das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat – Taquara/RS. Mestre em Administração conferido na Instituição Universidade Santa Cruz do Sul. E- mail: tiagodias@faccat.br

principal a prestação de serviço de assessoria aos seus clientes e compram os títulos da carteira a fim de evitar a espera pelo pagamento a prazo. Devido a essa necessidade de aporte de recursos de terceiros, esta pesquisa tem como tema a utilização do fomento mercantil para o fluxo de caixa, focando sua atenção na compreensão dos fatores que levam as empresas calçadistas de Três Coroas, situada no Vale do Paranhana/RS, a utilizar o fomento mercantil de *Factoring*.

A pesquisa visa compreender o fomento mercantil como fonte de financiamento para o fluxo de caixa em indústrias calçadistas de Três Coroas, sendo de suma importância para a pesquisadora acadêmica descobrir quais os fatores que levam as indústrias calçadistas a recorrerem a esse tipo de financiamento e se há uma preferência pelo fomento mercantil através de *Factorings* ao invés de utilizar bancos e cooperativas para se financiarem. A partir deste estudo relataram-se alguns dos problemas encontrados pelas empresas do ramo calçadista. O artigo tem grande importância para o meio acadêmico, pois o assunto é pouco abordado pelos acadêmicos, e, após este estudo, será possível mensurar, através dos dados coletados, as dificuldades encontradas pelas empresas calçadistas da região do Vale do Paranhana.

Partindo da ideia de pesquisar o fomento mercantil, surge a curiosidade em descobrir qual a necessidade das indústrias calçadistas de Três Coroas/RS em obter crédito de terceiros para a movimentação do fluxo de caixa, sendo assim, fica definido o seguinte problema de pesquisa: Quais os fatores que levam as indústrias calçadistas de Três Coroas/RS a utilizar o fomento mercantil através de *Factoring*?

Para que se possa solucionar o problema de pesquisa, foram desenvolvidas três questões norteadoras que irão ajudar a responder o assunto abordado: A) Por que as organizações precisam utilizar os serviços oferecidos pelas *Factorings*?; B) Por que utilizar o fomento mercantil ao invés de bancos?; C) Qual o perfil das indústrias calçadistas de Três Coroas que utilizam o fomento mercantil?

O trabalho tem como objetivo geral conhecer e compreender o que leva as empresas calçadistas de Três Coroas/RS a antecipar suas receitas de clientes com *Factoring*. Como objetivos específicos da pesquisa foram estabelecidos três, que são: A) Identificar as vantagens e desvantagens da utilização do *factoring* pelas indústrias calçadistas; B) Identificar o perfil das empresas que procuram o fomento; C) Identificar os motivos que levam ao uso do fomento ao invés de bancos.

Para o desenvolvimento do estudo, foi escolhido como método o estudo de caso múltiplo e aplicado em cinco indústrias calçadistas localizadas na cidade de Três Coroas, Vale do Paranhana/RS, selecionadas pelo critério de utilização de *factoring*. A coleta de dados foi

presencial nas sedes das empresas, sendo qualitativa, de forma descritiva, cuja análise é a de conteúdo, a fim de trazer trechos das gravações para dentro do artigo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Fontes de financiamento

Existem várias fontes de financiamento para as empresas conseguirem cumprir com suas obrigações, porém, para que a organização consiga ser financiada, precisa cumprir alguns requisitos e ter garantias de que irá honrar com o pagamento. As fontes de financiamento dividem-se em fontes de financiamento operacionais e fontes de financiamento financeiras. Inicialmente, apresentam-se as fontes operacionais e as fontes financeiras (MATIAS, 2007).

2.1.1 Fontes de Financiamento Operacionais

Para uma organização poder fabricar um produto ou prestar um serviço, ela precisa de fornecedores para obtenção de insumos, e de clientes para vender o seu produto ou serviço. Dentro desse contexto, são encontrados como fontes de financiamento operacionais os fornecedores e o adiantamento de cliente (MATIAS, 2007).

2.1.1.1 Fornecedores

Para Matias (2007), toda organização que tem a intenção de vender algum produto ou serviço necessita ter uma carteira de fornecedores, sendo assim, há uma parceria entre ambos, o cliente com a compra do produto ou serviço, e o fornecedor que entrega os insumos em troca de pagamento.

Ainda o mesmo autor descreve que os fornecedores podem se diferenciar nos seguintes termos para conceder créditos: os prazos para pagamento, as condições de pagamento, sendo que, quando houver atraso, podem ser acrescentados valores extras, ou pode haver descontos caso a empresa pague antes do vencimento; bem como o período que foi realizado a compra (MATIAS, 2007). Sempre que uma empresa se encontrar com dificuldade de caixa, ela pode “Propor aos seus principais fornecedores uma negociação visando à prorrogação do vencimento das duplicatas, pagando, para tanto uma taxa de juros intermediária, ou seja, inferior à cobrada pelos bancos” (NETO e REIS, 2000, p. 242).

2.1.1.2 Adiantamento de clientes

De acordo com Santos (2010³), “Adiantamento de clientes são os recebimentos efetuados antecipadamente pelos clientes por conta da produção de bens ou da execução de serviços futuros”. Sendo assim, sempre que a empresa receber um valor adiantado, devido a uma entrega futura, é considerado como um adiantamento de cliente. Ele também pode ser uma forma de financiamento de crédito, pois possui como vantagem o fato de a empresa receber antes da entrega da mercadoria, podendo comprar insumos e pagar outras contas do seu fluxo de caixa, também evitando ter que recorrer a bancos ou *Factoring* para se financiar. (MATIAS, 2007).

2.1.2 Fontes de financiamento financeiras

Nesse tipo de fontes de financiamento, existe envolvimento de empresas que financiam o dinheiro como Vendor, Compro, Desconto de duplicatas, empréstimo de capital de giro e crédito rotatório, ou seja, há a injeção de dinheiro de outra organização para financiar a empresa solicitadora de crédito (MATIAS, 2007).

2.1.2.1 Vendor e Compro

Nessa modalidade de crédito Vendor, o cliente recebe à vista do banco o crédito, e pode parcelar para seus clientes, conforme Matias (2007, p. 129), o qual afirma que desse modo “[...] a empresa vende seu produto à vista e transfere a função de crédito ao seu banco que mediante uma taxa de juros paga à vista a empresa vendedora e financia a empresa compradora”, assim se tornando mais competitivo no mercado, pois não precisa aguardar até o vencimento para receber de seu cliente. De acordo com a Federação Brasileira de Bancos (2018), esse tipo de modalidade de crédito traz diversas vantagens para o vendedor, como Liquidez, maior competitividade, economia fiscal, crédito fácil e simplificado, redução de custos operacionais e, para o comprador, taxas competitivas, flexibilidade no pagamento, dedução do imposto de renda e facilidade de crédito.

O Compro é uma categoria que facilita a compra de insumos. Matias (2007, p. 129) explica que: “Através da operação de compro a empresa compradora paga ao fornecedor à vista e financia a compra a prazo através de crédito bancário”, assim o cliente consegue um preço mais baixo, e pode pagar parcelado, trazendo praticidade e benefícios à empresa. “O

³ Trata-se de citação retirada de texto disponível na web em que não há indicação de página.

Comprar tem por objetivo disponibilizar aos clientes (compradores) do banco, os meios de viabilizar o processo de financiamento de suas compras junto aos seus fornecedores”. (FEBRABAN⁴, 2018).

2.1.2.2 Desconto de duplicatas e empréstimo de capital de giro e crédito rotatório

De acordo com Brigham, “ O financiamento com uso de duplicatas a receber é iniciado por um acordo legal entre o vendedor dos produtos e a instituição financeira” (2001, p. 829). O desconto de duplicatas se refere aos títulos de créditos emitidos pelas empresas para financiar-se. Sobre isso, o autor Matias (2007, p. 127) tem o seguinte conceito: “o desconto de títulos é uma antecipação do recebimento dessas duplicatas, notas promissórias e cheques pré-datados, sendo a cobrança dos juros feita no ato da concessão do empréstimo, assim como o IOF”, sendo assim, a finalidade é de antecipar o valor a receber dos clientes que compram a prazo.

O empréstimo de capital de giro e crédito rotatório é um tipo de operação em que há injeção de dinheiro com a concessão de empréstimos para o capital de giro da empresa através de contratos, juros fixos e garantias. Já no crédito rotativo é colocado à disposição do cliente um limite destinado à movimentação da conta corrente (MATIAS, 2007).

2.2 Instituições Financeiras

Nesse tópico serão abordados quais os tipos de instituições financeiras que concedem crédito às empresas que necessitam de recursos para se financiar.

2.2.1 Bancos e cooperativas de crédito

Os bancos são instituições financeiras que têm como objetivo movimentar a economia e proporcionar os recursos para financiar as pessoas físicas, o comércio, indústrias, prestadores de serviço, entre outros que necessitem de seus recursos (BACEN, 2019). Algumas empresas, quando necessitam de recursos, buscam esse meio para se financiar, pois conseguem algumas taxas mais baixas em relação a outros tipos de financiamento.

As cooperativas são empresas que trabalham de forma cooperada, trazendo grandes retornos financeiros devido a várias linhas de crédito que possuem, mesmo oferecendo diversos serviços, ainda há muitos clientes que não se enquadram no perfil da organização e acabam

⁴ Trata-se de citação retirada de texto disponível na web em que não há indicação de página.

recorrendo às *Factorings*. Ela pode ser definida, de acordo com Zdanowicz (2007. p. 9), como: “[...] uma associação anônima de pessoas unidas voluntariamente para satisfazer necessidades e aspirações comuns, através de propriedade conjunta e gestão competente que vem lutando com muita bravura e dignidade para obter as vitórias ao longo de sua caminhada.

2.2.2. Securitizadora e Fidcs

As Securitizadoras são empresas que financiam o cliente através de recursos do mercado de capitais, a Boa Vista Empresa de Informação de Crédito Brasileiro (SCPC) tem a seguinte definição para Securitizadora: “A Securitização é uma ferramenta financeira usada para converter uma carteira relativamente homogênea de ativos em títulos mobiliários passíveis de negociação”. Nesse tipo de operação, os clientes recebem pelos valores financiados o pagamento antecipado. A securitização é um termo utilizado para descrever o processo pelo qual empresas, que tomavam empréstimos anteriormente, passaram a utilizar recurso do mercado de capitais por meio de emissões de valores mobiliários (ANFAC⁵, 2014).

Os Fundos de Direitos Creditórios (Fidcs) são organizações que possuem “[...] uma comunhão de recursos que destina parcela acima de 50% do seu respectivo patrimônio líquido para aplicações em direitos creditórios”, segundo a BM&FBovespa⁶ (2019), devido à possibilidade de investir e à possibilidade de renda fixa, sendo que o cliente pode antecipar os recebíveis, facilitando o crédito. “Os direitos creditórios que compõem a carteira de ativos de um são provenientes dos créditos que uma empresa tem a receber, como duplicatas, cheques e outros”, segundo a BM&FBovespa (2019), sendo que algumas organizações aderem a esse tipo de financiamento devido à facilidade de crédito.

2.3 Fomento mercantil/assessoria administrativa

Existem algumas organizações que possuem como objetivo principal a prestação de serviços e o papel de agente mercantil, em que há a compra de duplicatas e cheques. Dentro desse contexto, entram as *factorings*, apresentadas no próximo tópico.

2.3.1 *Factoring*

⁵ Associação Nacional de Fomento Mercantil.

⁶ Bolsa de Valores.

Devido à situação econômica instável no Brasil, que tem afetado as organizações nos últimos anos, as empresas possuem a necessidade de procurar outras modalidades de crédito para suprir suas necessidades financeiras. Em virtude dessa falta de crédito, muitas recorrem às *Factorings*, e essa atividade comercial se dá através de um contrato de cessão de direitos creditórios entre a empresa cedente e a *factoring*. Em virtude da crise enfrentada, diversos empresários vêm buscando nas *factorings* uma forma eficiente e rápida para fonte de financiamento (EXAME, 2016).

De acordo com a Anfac (2014), a *factoring* é “[...] uma atividade comercial que auxilia na alavancagem dos negócios de pequenas e médias empresas, desde a prestação de serviços até a compra de ativos financeiros”. Ela tem como papel a figura de agente mercantil entre o comprador e o vendedor de direitos creditórios, prevalecendo os direitos de ambos os lados na Negociação. “Com essa operação, a empresa fomentada recebe imediatamente o valor desses créditos futuros, possibilitando poder de negociação com seus fornecedores e evitando a descapitalização” (ANFAC, 2014). O autor Brigham (2001, p. 830) relata que “A empresa de *factoring* normalmente realiza três funções: 1. Avaliação de crédito, 2. Empréstimo; e 3. Responsabilidade pelo risco”. Assim, ela pode aceitar ou recusar a operação de desconto enviada para eles.

Também denominado de fomento comercial, fomento mercantil, fomento empresarial ou faturização que, resumidamente, envolvem a compra de crédito, fomento à produção (compra de matéria-prima) e prestação de serviços convencionais ou diferenciados, conjugados ou separadamente, a título oneroso, entre dois empresários, faturizador e faturizado (ABFAC⁷, 2005).

Apesar de, por muitas vezes, parecer arriscado aderir à utilização de *Factorings*, existem diversas vantagens como o “Recebimento antecipado e imediato de suas vendas feitas a prazo, Assessoria administrativa e financeira, Possibilidade de compra de matéria-prima à vista, Cobrança de títulos ou direito de créditos” (ANFAC, 2014). Essas vantagens fazem com que muitas organizações utilizem desse recurso para ter receita, evitando a inadimplência delas com seus fornecedores e a cobrança direta de seus clientes.

2.4 Gestão financeira

⁷ Associação Brasileira de Factoring.

Para as empresas terem retornos positivos, elas precisam ter um planejamento eficaz e controle de suas contas. A respeito desse conceito, o tópico se refere a fluxo de caixa, capital de giro e análise de crédito.

2.4.1 Fluxo de caixa e Capital de Giro

O fluxo de caixa é o controle de todas as despesas e receitas que a organização tem. Para o Sebrae (2017, p. 1), tudo o que acontece no seu negócio gera entradas e saídas do seu caixa, de forma que essas receitas e despesas são responsáveis pela movimentação e pelo bom andamento do fluxo de caixa. Existem diversas causas que podem levar à escassez de recursos financeiros, para Zdanowicz (2000, p. 42), uma delas é a [...] “Insuficiência de capital próprio e utilização de capital de terceiros em proporção excessiva, em consequência, aumentando o grau de endividamento da empresa [...]”, ou seja, a empresa acaba ficando com fluxo de caixa baixo e recorre a outras maneiras de suprir sua necessidade financeira.

Dessa forma, sempre que a empresa possuir dificuldades em honrar com seus pagamentos, ela precisa buscar alguma fonte de financiamento para que ocorra a injeção de dinheiro, sendo assim, ela pode optar por diversos tipos de créditos, como aqueles já citados anteriormente. “O fluxo de caixa demonstra em detalhe a previsão de entradas e saídas de caixas, com frequência geralmente diária (NETO e REIS, 2000, p. 269).”

O capital de giro é o recurso necessário para que a empresa consiga honrar com as contas a pagar. Através desse ciclo financeiro, a empresa consegue verificar se tem dinheiro suficiente ou se terá que captar alguma forma de financiamento conforme a sua necessidade. “Capital de giro é o conjunto de valores necessários para a empresa fazer seus negócios acontecerem” (LUNELLI, 2019⁸). Dentro desse contexto, o capital de giro precisa ser o suficiente para a empresa se financiar, sendo assim, toda organização precisa ter uma relação de parceria com seu clientes e fornecedores a fim de evitar o financiamento através de bancos, ou ter que descontar suas duplicatas e acabar perdendo dinheiro devido a taxas altas e juros abusivos.

2.4.2 Porte de empresas e Análise de crédito: os 5 instrumentos para análise do perfil dos clientes (C’s)

⁸ Trata-se de citação retirada de texto disponível na web em que não há indicação de página.

Quando se fala em empresas a fim de caracterizá-las, é necessária a análise do seu porte em relação a colaboradores e faturamento. O Sebrae (2019) classifica as empresas da seguinte forma:

Quadro 1: Classificação de empresas em relação à receita e ao número de empregados

Classificação	Receita anual	Nº de Empregados Indústria	Nº de Empregados Comércio e Serviços
Microempreendedor Individual (EI)	Até R\$ 60.000,00	-	-
Microempresa (ME)	Até R\$ 360.000,00	Até 19 Empregados	Até 9 Empregados
Empresa de Pequeno Porte (EPP)	De R\$ 360.000,00 até 3.600.000,00	De 20 a 99 Empregados	De 10 a 49 Empregados
Empresa de Médio porte	-	100 a 499 Empregados	De 50 a 99 Empregados
Empresa de Grande porte	-	Mais de 500 Empregados	Mais de 100 empregados

Fonte: Adaptado de Sebrae (2019).

Após analisar as características das empresas, é possível gerenciar qual o perfil dos clientes e evitar problemas futuros de inadimplência, assim, todas as organizações precisam ter um controle eficaz da carteira de clientes. A fim de que isso ocorra, existem diversas ferramentas capazes de efetuar uma análise profunda do cliente. O Sebrae⁹ (2019, p. 1) reconhece os 5 C's do crédito como uma ferramenta capaz de analisar as seguintes informações:

Caráter. São informações referentes à índole, idoneidade e reputação do cliente; Capacidade. Este "C" deve fornecer informações que possibilitem avaliar se as receitas e despesas permitem o cumprimento das obrigações a serem assumidas; Capital. Informações referentes à estrutura de capital, endividamento, liquidez, lucratividade e outros índices financeiros obtidos por meio dos demonstrativos financeiros do cliente; Colateral. É a capacidade da empresa ou dos sócios em oferecer garantias ao empréstimo; Condições. Informações referentes à capacidade dos administradores de se adaptarem a situações conjunturais, ter agilidade e flexibilidade de adaptar-se e criar mecanismos de defesa (SEBRAE, 2019¹⁰).

Através dessa ferramenta, é possível mapear o histórico do cliente, possibilitando a ele ou não o crédito. Além disso, é válido ressaltar que, atualmente, as organizações acabam recorrendo a diversos tipos de financiamentos para honrar com os seus compromissos.

3 METODOLOGIA

⁹ Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

¹⁰ Trata-se de citação retirada de texto disponível na web em que não há indicação de página.

A presente análise descreve os procedimentos técnicos, os objetivos, as técnicas para coletas de dados, o universo a ser pesquisado, e, por fim, a análise e interpretação de dados coletados. Como procedimentos técnicos e delineamento de pesquisa, utilizou-se o estudo de caso múltiplo, método que tem como qualidade uma pesquisa bem detalhada, refletindo sobre um conjunto de dados apresentados, seja uma pessoa indivíduo, instituição, comunidade ou região (CERVO et al, 2007).

Para Gil (2008, p. 57), “O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado”. A pesquisa é de natureza aplicada, cujo embasamento teórico permite analisar as fontes bibliográficas para identificar os fatos que ocorrem no dia a dia das indústrias calçadistas, levando-as a recorrer às fontes de financiamento conhecidas como *Factorings*.

Para a coleta de dados do estudo, constituiu-se uma entrevista semiestruturada, realizada pessoalmente com cinco indústrias calçadistas localizadas na cidade de Três Coroas/RS, selecionadas por critério de utilização de *factoring*, sendo não probabilística e por conveniência, com o objetivo de descrever as características e os fatos a serem solucionados.

A contribuição foi elaborada em uma sala reservada nas sedes das indústrias escolhidas para evitar ruídos, estando presente uma pessoa da área financeira da empresa escolhida. Após gravada por áudio no celular da pesquisadora, a entrevista foi transcrita para o trabalho. A entrevista é mantida totalmente em sigilo por parte da pesquisadora acadêmica, sendo que a análise realizou-se de forma qualitativa, trazendo as informações coletadas em forma de trechos para a pesquisa através da análise de conteúdo que [...] é a manipulação de mensagens para evidenciar os indicadores que permitam interferir sobre uma outra realidade que não a da mensagem (BARDIN, 2011). Neste tipo de diagnóstico, é possível analisar os dados coletados, a fim de interpretar os dados de forma qualitativa e trazê-los para a pesquisa a fim de cumprir com os objetivos propostos para publicação de artigo científico. Em relação à análise dos dados coletados, o estudo é caracterizado como qualitativo. Nesse tipo de coleta, os dados são subjetivos, havendo a compreensão de análise e a reflexão das percepções para compreender as atividades sociais e humanas, utilizando-se de investigação interpretativa em que há a interpretação aos olhos dos pesquisadores e autores, em relação ao que enxergam, ouvem e entendem da pesquisa (CRESWELL, 2010).

4 ANÁLISE DE RESULTADOS

Neste capítulo será descrita a apresentação dos resultados, de acordo com as entrevistas realizadas.

Os entrevistados das empresas foram nomeados por números de “1” a “5”, para transcrever as entrevistas do projeto de pesquisa, e para relatar sobre os entrevistados. Com o intuito de não citar nomes, foram nomeados por letras de “A” a “E”. Ao realizar as entrevistas nas empresas escolhidas para coleta de dados, a pesquisadora obteve as seguintes informações referentes à primeira pergunta, que é sobre o porte; à segunda pergunta, referente à fonte de financiamento; e à terceira pergunta, em relação à modalidade de desconto:

Quadro 2 - Caracterização das empresas entrevistadas

Empresa	Entrevistado	Porte	Fonte de Financiamento	Modalidade de Desconto
1	Financeiro	Grande	<i>Factorings</i>	Duplicatas
2	Financeira	Pequeno	<i>Factorings</i>	Duplicatas
3	Financeiro/ Diretor	Médio	<i>Factorings</i>	Duplicatas
4	Financeiro	Médio	<i>Factorings</i>	Duplicatas
5	Financeiro	Médio	<i>Factorings</i>	Duplicatas

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019).

Ao verificar os dados obtidos na coleta, foi constatado que ambas as empresas utilizam como fonte de financiamento as *Factorings* através do desconto de duplicatas, sendo três delas de médio porte, uma de grande porte e uma de pequeno porte. Ressalta-se que esse meio de financiamento é a operação de compra e venda de títulos com vencimentos futuros a fim de antecipar suas receitas de clientes. Em relação à quarta pergunta, sobre em quais meses do ano utilizam essa modalidade de financiamento, todas as indústrias responderam que utilizam durante todos os meses do ano. Pode-se analisar que as empresas utilizam bastante este tipo de financiamento, os quais são necessários, frequentemente, para conseguir pagar com as suas obrigações empresariais.

Na quinta pergunta, ao questioná-los em relação ao porquê preferirem descontar duplicatas em *Factoring*, o entrevistado “A” respondeu que:

Na verdade, não é uma escolha, é uma opção, pois a “gente”¹¹ não tem opção de descontar no banco, os juros no banco hoje são bem menores do que de uma *factoring*, só que como a gente não tem esse crédito com bancos, então a gente utiliza as *Factorings* (Financeiro da Empresa “1”).

¹¹ O entrevistado referiu-se à empresa onde trabalha.

A entrevistada “B” respondeu que: “A gente não tem crédito em banco e, às vezes, o banco demora muito tempo para poder fazer a liberação e aprovar a documentação” (Financeira da empresa “2”). O interrogado “C” respondeu que o desconto ocorre através de *Factorings* pois: “Na nossa situação de recuperação judicial, os bancos realmente se dizem impedidos e meio que fogem, então é o que sobrou para a empresa” (Financeiro e Diretor da empresa “3”). O entrevistado “D” relata que a empresa prefere descontar as duplicatas com *Factorings* devido “Ao fato da inadimplência, por causa de débitos o banco já debita direto da conta, a *factoring* não, ela tem um prazo para fazer essa jogada até recomprar a duplicata se precisar” (financeiro da empresa “4”). O entrevistado “E” relata que prefere descontar com *Factorings* pois:

A gente gosta de descontar com *Factorings* porque o *Factoring* no passado tinha muitas taxas altas e atualmente as taxas com *Factoring* são menores do que do banco, e o negócio é feito de uma hora para outra, se eu mandar uma duplicata em determinado momento, de uma hora para outra já creditam na minha conta, enquanto que se eu fizer um desconto com o banco, ou eu tenho que mandar de manhã para creditar de tarde, ou mandar de tarde para liberar no outro dia de manhã, então por isso e por causa de taxas boas eu utilizo, por enquanto, *Factorings* (Financeiro da empresa “5”).

É possível perceber que algumas das empresas utilizam a *Factoring* por necessidade, mas a empresa “5” utiliza devido a preferências, pois ela é mais ágil e possui taxas atrativas aos olhos do entrevistado “E”. Ao questionar os entrevistados em relação à pergunta seis, que se trata da inadimplência em alta, se esse fato faz com que seja mais viável a utilização de *Factoring* a fim de evitar a falta do dinheiro em caixa, o entrevistado “A” respondeu que: “Isso não interfere na decisão de utilizar as *Factorings* e sim a questão de fluxo de caixa, pois utiliza dos serviços prestados por elas quase todos os dias, desde Agosto de 2018, que foi o período que optou por essa modalidade de crédito”. Já o entrevistado “A” também conta que sofre com a inadimplência quando acaba tendo que recomprar os títulos que não foram pagos por seus clientes.

A entrevistada “B” respondeu que, com a inadimplência em alta, torna-se mais viável utilizar as *Factorings*: “Pois com o desconto na *Factoring* já tenho o dinheiro na hora em que realizo a operação” (Financeira da empresa “2”). O entrevistado “C” respondeu: “Prefiro ainda descontar uma duplicata com o custo levemente alterado do que cair na inadimplência e ter que pagar juros sobre os impostos em atraso ou a fornecedores” (Financeiro e Diretor da empresa “C”). O entrevistado “D” também concorda que, devido à inadimplência em alta, torna-se mais viável utilizar a *Factoring* para suprir as necessidades do caixa. O “E” considera que a inadimplência é um fator que interfere no fluxo de caixa: “Hoje em dia a falta de dinheiro é de

vital dificuldade da empresa, pois os bancos não querem mais emprestar dinheiro, o banco só quer mais pegar o “file” do mercado, que é a aplicação, seguro, e por isso que utilizamos as *Factorings*” (Financeiro da empresa “5”). É possível observar que o critério de análise das *Factorings* é mais flexível em relação ao banco, já que acaba-se descontando títulos que os bancos não comprariam por não considerarem “bons”.

Ao questioná-los em relação à pergunta 7, que trata da frequência de desconto de duplicatas, e à pergunta 8, relacionada ao tempo que as empresas negociam com as *Factorings*, a pesquisadora obteve as seguintes respostas:

Quadro 3 - Frequência e Anos

Empresa	Frequência	Anos
A	Todos os dias	Desde agosto de 2018 – um ano.
B	Todos os dias	Vários anos.
C	Uma vez na semana	Desde agosto de 2018 – um ano.
D	Todos os dias	Cerca de seis anos.
E	Duas vezes na semana	Cerca de dois anos.

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019).

É possível observar que a maioria utiliza todos os dias da operação de desconto, e que descontam há mais de dois anos. Ao indagá-los em relação à pergunta 9, relacionada à frequência de contatos e visitas de *Factorings*, o entrevistado “A” responde que eles recebem vários contatos e que as *Factorings* visitam a empresa com frequência a fim de conhecer a estrutura e os colaboradores envolvidos no setor financeiro; checar como anda a produção; e constatar se a empresa realmente existe, fazendo visitas devido a alguma alteração que ocorra no mercado. Já o “B” diz que recebe diversos telefonemas e visitas de *Factorings* na sede da empresa onde trabalha, enquanto o entrevistado “C” relata que, após entrar em Recuperação Judicial, a procura e as visitas das *Factorings* são mais frequentes: “Antes da Recuperação Judicial eu não conhecia o sistema, ninguém vinha para oferecer e quando ocorreu a Recuperação Judicial e o mercado das *Factorings* soube da nossa necessidade, você não faz ideia da quantidade de visitas e telefonemas que a gente recebeu” (Financeiro e Diretor da empresa “3”). “D” e “E” também contam que recebem contatos e visitas de *Factorings* com frequência, sendo assim, todos têm bastante oferta de *Factorings* para se financiarem. Em relação às perguntas 10 e 11, referentes às vantagens e desvantagens, é possível observá-las no quadro na próxima página:

Quadro 4 - Vantagens e Desvantagens da utilização de *Factoring*

Empresa	Vantagens da utilização	Desvantagens da utilização
1	Aceitam mais títulos de clientes que não têm um crédito bom, e até mesmo a empresa que o banco não faz.	Taxas de juros altas, recompra, custos com prorrogações, custos com taxas diversas.
2	A entrada de dinheiro é mais rápida.	Taxas de juros altas.
3	Ágeis, menos burocráticos e não têm cumprimentos de metas como em bancos, sendo assim, não ficam “empurrando” outras coisas como seguros, consórcios e outros itens.	Não reconhece desvantagens, pois a recompra ou reembolso ocorre em qualquer empresa que “empresta” recursos para as empresas.
4	O débito da duplicata não é diretamente na conta como em bancos, é possível renegociar, e a recompra só é feita se houver inadimplência.	Taxas de juros altos.
5	Taxas de juros mais baixos que bancos, o processo de desconto é mais rápido que bancos.	Variação de taxas fazendo com que as empresas utilizem dela mesmo quando está alta, por necessidade ou por “parceria”.

Fonte: Elaborado pela pesquisadora (2019).

É possível observar que os entrevistados veem diversas vantagens e que preferem esse meio de financiamento ao invés dos bancos, pois as *Factorings* têm taxas de juros mais baixas, são mais rápidas e menos burocráticas, aceitam títulos de clientes e empresas inadimplentes, sendo que a recompra não é feita na conta bancária, e quando necessário recomprar, é possível renegociar. É possível observar que os entrevistados têm opiniões parecidas em relação às desvantagens de se utilizar o meio de financiamento através de *Factorings*. Com exceção da empresa “3”, que não reconhece as desvantagens, todas afirmaram que as taxas de juros altos são a principal desvantagem das *Factorings*.

Ao questioná-los em relação à pergunta 12, referente aos motivos que os levam a recorrer à antecipação de recebíveis, se têm relação com a dificuldade de caixa, se já utilizavam banco para desconto e por que não utilizam mais, obteve-se as respostas abaixo. Empresa “1”:
 “Pagamos a matéria-prima praticamente à vista, ou tenho um prazo de 15 a 30 dias para pagar, só que eu vou receber ao vender a mercadoria em 90, 120, 150 dias, então esse fluxo causa a necessidade de fazer o desconto”, o empreendimento não utiliza mais os bancos para desconto, pois não tem crédito e por isso opta pelas *Factorings*, conforme explica “A”. Uma das respostas da indústria “2” foi que só recorre a *Factoring* devido à dificuldade de ter dinheiro para o fluxo de caixa e que não tem mais créditos com bancos, por isso não utiliza o desconto com eles. O entrevistado “C” relata que, para não cair na inadimplência, e como precisa dar um prazo maior para a venda, precisa negociar essa duplicata, transformando-a em dinheiro, de modo que não

utiliza mais os bancos para desconto devido à situação de recuperação judicial. O “D” explica que utiliza os serviços de *Factorings* devido ao fluxo de caixa baixo e que não utiliza mais dos bancos devido à falta de crédito. O entrevistado da empresa “5” relata: “Devido à dificuldade de caixa, hoje em dia tudo está muito justo e, por ser mais fácil e prático, recorreremos às *Factorings*”. Ele afirma também que a empresa não opta por utilizar do desconto em bancos, pois: “É mais rápido com as *Factorings*, caso em algum momento se tornar mais viável a utilização de bancos pode ser que voltamos a descontar com eles, mas atualmente preferimos as *Factorings*” (“E” é financeiro da empresa “5”). É possível identificar que a empresa “5” utiliza de *Factorings* por preferência e não por uma simples necessidade, porém ela é importante para os resultados do negócio serem positivos. Pode ser visto que as outras empresas utilizam a *Factoring*, pois não possuem crédito com os bancos.

Ao entrevistar o financeiro “3”, ele comentou que utiliza de 30 % da receita para enviar às *Factorings*, pois o restante se trata de exportação e não há possibilidade de descontar com *Factorings*. Apesar de não ter sido elaborada uma pergunta em relação ao percentual que as empresas utilizam para enviar às *Factorings*, foi possível observar que as empresas “1”, “2”, “4” e “5” utilizam de quase 100 % do seu faturamento para descontar com as *Factorings*.

Após os resultados encontrados e a constatação de que as *Factorings* são necessárias para essas organizações, podemos afirmar que a Anfac está correta ao afirmar que: “Com essa operação, a empresa fomentada recebe imediatamente o valor desses créditos futuros, possibilitando poder de negociação com seus fornecedores e evitando a descapitalização”, sendo assim, torna-se a melhor opção para as empresas entrevistadas, pois a falta de crédito restringe as opções de financiamento das empresas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo descobrir quais os fatores que levam as indústrias calçadistas de Três Coroas /RS a utilizar o fomento mercantil através de *Factoring* para conseguir cumprir com as suas obrigações. Após pesquisa concretizada nas indústrias selecionadas na cidade, foi possível perceber que todas utilizam dos serviços prestados por *Factorings* através do desconto de duplicatas, dentre elas quatro das empresas pesquisadas utilizam dessa fonte de crédito devido a dificuldades financeiras que vêm enfrentando nos últimos anos. A maioria delas não possui mais crédito com os bancos e visualiza nas *Factorings* uma forma de suprir suas necessidades financeiras. Outro detalhe importante é que, além de algumas dessas empresas não terem crédito com os bancos, elas usam as *Factorings* devido ao

fato de ter clientes que se encontram com a mesma dificuldade, ou seja, clientes inadimplentes. Nesse tipo de situação, os bancos não compram os títulos “ruins”, somente os “bons”, e esse vem a ser um dos motivos que levam as empresas pesquisadas a recorrer a esse tipo de financiamento. Assim, constata-se que os objetivos da pesquisa foram atendidos, pois a pesquisadora descobriu que a inadimplência e o fluxo de caixa baixo acabam se tornando os principais fatores para recorrer a esse meio de financiamento.

As *Factorings* são uma forma de financiamento de maior praticidade, pois o banco é muito burocrático. Ao enviar uma operação para as *Factorings*, o dinheiro já é creditado logo na conta da empresa, sem muita burocracia. Devido a esse fato e a uma série de vantagens, as empresas atualmente escolhem essa modalidade de crédito. Podemos perceber que, em alguns casos, os questionados apelam para essa modalidade devido à falta de credibilidade com bancos. Em alguns depoimentos, é possível perceber que essa é a opção mais viável encontrada pelas empresas para honrar com seus pagamentos. Além disso, percebe-se um perfil parecido para quatro das empresas entrevistadas, pois se encontram em inadimplência, sendo que uma se encontra em fase de recuperação judicial, e uma com praticamente zero de inadimplência, mas utiliza as *Factorings* por preferência devido a alguns fatores benéficos encontrados.

As vantagens de se fazer entrevistas “boca a boca” se deram com total importância para diagnosticar o problema de pesquisa, já que foram descobertas diversas vantagens ao realizar as entrevistas, como agilidade, aceitação de títulos “ruins”, dinheiro na conta em pouco tempo e menos burocracia. Apesar de ter uma taxa levemente mais alta, é melhor do que ficar devendo impostos, gerando taxas bem maiores, além de oferecer a possibilidade de renegociar para fazer a recompra somente após protesto se caso algum cliente não pagar, fornece taxas de juros mais baixas que a de bancos e facilidade de compra dos títulos pelas *Factorings* em comparação aos bancos. Em relação às desvantagens, foram relatadas a oscilação de taxas ocasionando que elas fiquem mais altas, custos da operação, custos de prorrogação e custos com recompra dos títulos protestados. Analisando as informações coletadas, existe mais vantagens, de acordo com os entrevistados, do que desvantagens em utilizar essa modalidade de crédito, e, por isso, as empresas optam pelo fomento mercantil de *Factoring* ao invés de recorrer aos bancos. Sugere-se, para as pesquisas futuras, que se estude outro segmento de mercado, a fim de verificar se as situações enfrentadas têm o mesmo parecer em comparação aos entrevistados das indústrias.

REFERÊNCIAS

ABFAC, *Associação Brasileira de Factoring*. Disponível em: <<http://www.abfac.com.br/modelos-de-contratos/novo-contrato-geral-de-fomento-empresarial-convencional>>. Acesso em: 05 abr. 2019.

ANFAC, *Factoring*. Disponível em: <http://www.anfac.com.br/v3/factoring_Fomento_comercial.jsp>. Acesso em: 03 abr. 2019.

ANFAC, *Securitizedora*. Disponível em: <<http://www.anfac.com.br/v3/securitizadoras.jsp>>. Acesso em: 08 abr. 2019.

BACEN, Banco central do Brasil. *Bancos comerciais*. Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/acesoinformacao/legado?url=https:%2F%2Fwww.bcb.gov.br%2Fpre%2Fcomposicao%2Fbc.asp>>. Acesso em: 18 jun. 2019.

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. São Paulo: Editora 70, 2011.

BOA VISTA, *Securitizedora*. Disponível em: <http://boavistaservicos.custhelp.com/app/answers/detail/a_id/427/~/o-que-%C3%A9-uma-empresa-securitizedora%3F>. Acesso em: 08 abr. 2019.

BM&FBOVESPA, *Fundos de Investimento*. Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/produtos/listados-a-vista-e-derivativos/renda-fixa-privada-e-publica/fundos-de-investimentos-em-direitos-creditorios-fidc.htm>. Acesso em: 08 abr. 2019.

BRIGHAM, Eugene F. et al. *Administração Financeira*. 1. Ed. São Paulo: Atlas 2001.

CRESWELL, John W. *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. 2. Ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CERVO, Amado Luiz; et al. *Metodologia Científica*. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

EXAME, *Diante da crise, profissionais de Factoring ganham espaço no mercado*. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/diante-da-crise-profissionais-de-factoring-ganham-espaco-no-mercado-dino890102453131/>>. Acesso em: 07 nov. 2019.

FEBRABAM, *Compror*. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/010compror>>. Acesso em: 03 nov. 2019.

FEBRABAM, *Vendor*. Disponível em: <<http://www.bb.com.br/dwn>>. Acesso em: 03 nov. 2019.

GIL, Antonio Carlos. *Metodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

NETO, José Vittorato, REIS, Carlos Donato. *Manual de gestão e programação financeira de pagamentos*. 1. ed. São Paulo: Edicta, 2000.

LUNELLI, Reinaldo Luiz. *Capital De Giro*. Disponível em: <<http://www.portaldecontabilidade.com.br/tematicas/necessidadecapitalgiro.htm>>. Acesso em: 09 abr. 2019.

MATIAS, Alberto Borges. *Finanças corporativas de curto prazo: a gestão do valor do capital de giro*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SEBRAE. *Critérios de classificação de empresas*. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/leis/default.asp?vcdtexto=4154>>. Acesso em 07 nov. 2019.

SEBRAE. *Fluxo de Caixa*. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/implantando-a-planilha-de-fluxo-de-caixa-no-seu-dia-a-dia,9b183adc5f62d410VgnVCM2000003c74010aRCRD>>. Acesso em: 05 abr. 2019.

SEBRAE. *Os C'S Do crédito*. Disponível em: <<http://www.sebraemercados.com.br/os-cs-do-credito/>>. Acesso em: 08 de abr. 2019.

SANTOS, Paulo Lenir dos. Disponível em: <http://www.webcontabil.com.br/ver-noticia_publica.php?v1=95519&v2=www.sevilha.com.br>. Acesso em: 05 de nov. 2019.

ZDANOWICZ, José Eduardo. *Fluxo de caixa: uma decisão de planejamento e controle financeiros*. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.

ZDANOWICZ, José Eduardo. *Manual de Finanças para Cooperativas e demais sociedades*. Porto Alegre: Dora Luzzato, 2007.