**PERFIL DOS CLIENTES DA EMPRESA DE FACTORING RG LTDA.**

**PROFILE OF THE CUSTOMERS OF THE COMPANY OF FACTORING RG LTDA.**

Linha de pesquisa: Controladoria, finanças e mercado financeiro.

# Gustavo Henrique de Castro¹

## Ovídio Alberto Rodriguez Laraich²

**RESUMO**

O presente estudo teve como objetivo geral identificar o perfil das empresas que buscam recursos na factoring RG Ltda. Do ponto de vista profissional é apontar a importância do *factoring* empresarial para o desenvolvimento socioeconómico das pequenas e médias empresas, que é a base para a promoção do crescimento económico, criação de emprego, geração de rendimentos e melhoria das condições de vida. Nesse sentido, o presente estudo se propõe a contribuir para conhecer a profissionalização das empresas de desenvolvimento de negócios, com o auxílio das empresas de *factoring*. Com isso, academicamente, este trabalho é útil para estudiosos como fonte de pesquisa, a obter mais conhecimentos sobre a área de *factoring* e seus afins. A metodologia aplicada neste trabalho se apoiou em pesquisa bibliográfica, de campo, descritiva, quantitativa e qualitativa. Para o levantamento de dados foi utilizado questionário com questões objetivas e fechadas de múltipla escolha, o qual foi respondido pelas empresas clientes da Factoring RG Limitada. Os dados levantados são demonstrados com gráficos e respectivos comentários para facilitar o seu entendimento. A conclusão do trabalho mostra que o factoring é uma importante ferramenta para os empresários que buscam capital de giro sem que haja burocracias que empréstimos em banco geram, visto que, muitos encontram-se negativados nos órgãos de proteção de crédito.

Palavras-chave:Clientes. *Factoring*. Empréstimo.

**ABSTRACT**

The present study had a general objective to determine the profile of the companies that look for resources in the factoring RG Ltda. From a professional point of view, it is to point out the importance of business factoring for the socio-economic development of small and medium-sized companies, which is the basis for promoting economic growth, job creation, income generation and improvement of living conditions. In this sense, the present study proposes to contribute to knowing the professionalization of business development companies, with the help of factoring companies, resulting in better performances. With that, academically, this work is useful for scholars as a source of research, to obtain more knowledge about the area of ​​factoring and its related. The methodology applied in this work was based on bibliographical, field, descriptive, quantitative and qualitative research. For data collection, a questionnaire with objective and closed multiple-choice questions was used, which was answered by the client companies of Factoring RG Limitada. The collected data are shown with graphs and respective comments to facilitate its understanding. The conclusion of the work shows that factoring is an important tool for entrepreneurs who seek working capital without the bureaucracy that bank loans generate, since many are negative in credit protection agencies.

Keywords: Wholesaler. Factoring. Loan.

# INTRODUÇÃO

Esta pesquisa foi realizada com empresas atacadistas na Região da 44 em Goiânia, no Setor Norte Ferroviário, investigando o seu relacionamento com a empresa de *factoring* RG Ltda. Essa região se caracteriza pela concentração de muitas empresas de pequeno e médio porte dedicadas ao comércio de produtos da indústria da confecção. O volume de negócios é bastante significativo porque é conhecido na cidade como uma região com grande concorrência, concentrando pequenos negócios que praticam preços competitivos, vendendo no atacado e no varejo. A região não é somente visitada pelos moradores de Goiânia, mas também é muito frequentada por pessoas de outros municípios do Estado de Goiás e, inclusive, por comboio de ônibus que nas vésperas dos finais de semana frequentam o local. A região já ganhou fama nacionalmente, atraindo moradores de outros Estados que vem exclusivamente para comprar e revender nas suas respectivas cidades.

Como parte da gestão financeira, as empresas fazem a programação do fluxo de caixa, fazendo previsões sobre receita e despesa. As previsões nem sempre se confirmam e, às vezes, a entrada de recursos é menor do que o necessário, gerando demanda por recursos financeiros.

Diante da necessidade e dificuldade de acesso a recursos financeiros, as pequenas e médias empresas do setor atacadista, em geral, não possuem os recursos necessários para conduzir seus negócios e têm dificuldades para conseguir empréstimos. Para esses empresários, a *factoring* desempenha um papel importante como agente de financiamento para o desenvolvimento dessas organizações.

Dada a dificuldade de acesso ao crédito por parte de algumas instituições financeiras e a adversidade entre as partes, esta pesquisa foca o fomento mercantil de empresas conhecidas como *factoring*, que podem ser uma alternativa com potencial para atender as necessidades das empresas, principalmente pequenas e médias empresas e corporações.

O fechamento prematuro é um dos problemas que micro e pequenas empresas enfrentam, independentemente do ramo de atuação. Entre as principais causas do insucesso de empresas estão a falta de capital de giro, problemas financeiros e falta de conhecimento de gestão. A dificuldade de acesso a recursos financeiros ainda é um dos principais problemas para a formação, desenvolvimento e existência de pequenas e médias empresas.

Nesse cenário, as empresas de fomento mercantil têm assumido um papel muito importante no mercado brasileiro. Por meio da compra de títulos, essas empresas são responsáveis por financiar o capital de giro de muitas empresas, além de auxiliar os clientes na gestão de seus recursos financeiros.

O presente estudo tem como objetivo geral identificar o perfil das empresas que buscam recursos na empresa de *Factoring* RG Ltda. e como objetivos específicos: aprofundar o conhecimento sobre o ramo de factoring; caracterizar a forma de atuação dessas empresas e seu relacionamento com os clientes; destacar, dentro da atividade de *factoring*, o ramo de atividade da empresa estudada; investigar a atuação das empresas-clientes, destacando seu ramo de atividade; investigar os motivos que levam as empresas a procurar os serviços de factoring; e, por fim, levantar as características dos negócios que se constituem em clientes da empresa de *factoring* estudada.

O presente estudo se justifica do ponto de vista profissional, por destacar a importância da *factoring* empresarial para o desenvolvimento socioeconómico das pequenas e médias empresas, que é a base para a promoção do crescimento económico, criação de emprego, geração de rendimentos e melhoria das condições de vida da maior parte da população brasileira. Também contribui para conhecer como as empresas de *factoring* prestam valioso apoio para a profissionalização das empresas que atuam no comércio, atuando como alternativa de fonte de financiamento para alavancar seus negócios. Academicamente, este trabalho é útil para estudiosos como fonte de pesquisa para obter mais conhecimento sobre a área de *factoring*, dentro do ramo da administração financeira.

A pergunta a ser respondida pela pesquisa é: Qual é o perfil dos clientes da empresa de *Factoring* RG Ltda.?

# FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

É difícil localizar a origem do sistema de *factoring,* visto que, mesmo antes do surgimento da escrita, o comércio já era exercido pelo homem que praticava o escambo, ou seja, trocas de mercadorias.

A maneira de obter e transferir recursos a terceiros foi assim utilizada nos primórdios da civilização por caldeus, babilônicos, fenícios, gregos e romanos que na maioria exerciam o comércio no Oriente Médio e no Mediterrâneo O riscos inerentes a atividade comercial levaram os fenícios, que dominaram o comércio do Mediterrâneo por de volta de 1.200 a .c. , a criar suas factorias movidas pela necessidade de reduzir prejuízos decorrentes dessa atividade bem como, expandir as suas relações comerciais. Roma, um dos maiores impérios da História, organizou sua economia explorando as possibilidades comerciais das regiões conquistadas. Estabeleceu a figura do "factor", em diversos pontos estratégicos do seu vasto território. O "factor" em geral um próspero comerciante local, era um autêntico condutor de negócios. Tinha entre outras incumbências prestar informações creditícias, armazenar mercadorias de outras praças e fazer cobranças, recebendo por estas atividades como pagamento uma remuneração (CARACAS, 1999, p. 9).

Já, no Brasil, há registros da chegada deste sistema por volta de 1982 juntamente com a criação da ANFAC –Associação Nacional de *Factoring* –, (CARACAS, 1999).

Além disto, a *factoring* tem previsão normativa, na Lei de Tributação Federal, na qual ainda o  art. 14, inciso VI, da Lei 9718/98 conceitua *factoring* como:

VI - que explorem as atividades de prestação cumulativa e contínua de serviços de assessoria creditícia, mercadológica, gestão de crédito, seleção e riscos, administração de contas a pagar e a receber, compras de direitos creditórios resultantes de vendas mercantis a prazo ou de prestação de serviços (factoring) (BRASIL, 1998).

Ou seja, pode-se afirmar que a *factoring* é o nome moderno para negócios ou desenvolvimento comercial. Basicamente, trata-se de um negócio financeiro prestado por estabelecimentos comerciais que obtêm direitos creditórios (via cheques ou duplicatas) e pagam à vista as taxas de vendas e juros parcelados.

Ao efetuar as vendas, as empresas emitem cheques, geralmente para pagamento a prazo. A necessidade de obter, antecipadamente, os respectivos créditos, induzem as empresas a celebrarem o contrato de *factoring*, transferindo os títulos para empresa especializada, que lhes paga adiantadamente o valor correspondente ao quantitativo dos cheques ou de outros documentos, descontando o importe de sua comissão (NADER, 2019).

Mas, para que haja esse sistema nas empresas, as mesmas devem observar as regras e critérios para caracterização do negócio de *factoring*. O Código Civil estabelece alguns artigos nos quais disciplinam sobre as regras de um contrato.

O contrato é um instrumento da autocomposição dos interesses e da concretização das transações jurídicas dentro do cotidiano das pessoas.

O contrato é o instrumento por excelência da autocomposição dos interesses e da realização pacífica das transações ou do tráfico jurídico, no cotidiano de cada pessoa. Esta sempre foi sua destinação, em todos os povos, a partir de quando abriram mão da força bruta para obtenção e circulação dos bens da vida, em prol do reconhecimento de obrigações nascidas do consenso das próprias partes. O contrato gera nas partes a convicção da certeza e da segurança de que as obrigações assumidas serão cumpridas e, se não o forem, de que poderão requerer judicialmente a execução forçada e a reparação pelas perdas e danos (LOBO, 2017, p.13).

É possível observar que o contrato se encontra presente na vida das pessoas há muitos anos, sob o qual as pessoas já celebraram pactos entre si, na finalidade de pactuarem algo de interesse de ambos.

Percebe-se o caráter social do contrato, enquanto mecanismo capaz de gerar obrigações recíprocas entre as pessoas. No entanto, apesar da força deste instrumento, existe na modernidade uma crescente preocupação para com a sobrevivência do instituto. Fala-se em crise dos contratos, com a possibilidade de completa extinção desse mecanismo (TARTUCE, 2017).

Para compreender a noção de contrato, nada melhor do que analisar o seu conceito. No entanto, os doutrinadores divergem com relação a um conceito para esse fenômeno jurídico.

O próprio ato de criar um conceito, segundo alguns pensadores, é tarefa difícil, por uma série de razões.

[...] apresentar um conceito é missão das mais intrincadas na doutrina, uma vez que aquele que se arrisca a realizá-la poderá pecar por presunção, por imaginar que a sua definição criada é a mais perfeita de todas ou simplesmente uma verdade jurídica absoluta; ou por omissão, acreditando que a enunciação simples demais seja a mais didática, quando, em verdade, não passa de uma concepção simplória (GAGLIANO, 2016, p.51)

Existe consenso doutrinário no sentido de que o conceito de contrato não é moderno. Muito pelo contrário, desde o princípio da humanidade, quando as pessoas começaram a se agrupar e conviver em sociedade, a figura do contrato passou a existir. No entanto, o conceito moderno de contrato, admitido e aplicado pelas legislações contemporâneas, tem sua base no direito romano (TARTUCE, 2017).

O contrato é conhecido por um pacto celebrado por pessoas capazes civilmente de celebrar um acordo. Para que ele possa ser realizado se faz necessário a manifestação de duas ou mais pessoas.

Um acordo de duas ou mais vontades, cujos interesses se contrapõem, no qual uma das partes contratantes almeja a prestação e a outra a contraprestação.

Contudo, no caso objeto de estudo, a lei estipula os efeitos do contrato. Com efeito, o contrato de cessão financeira ou de *factoring*, devido a sua complexidade de conteúdo, exclui a possibilidade da sua celebração por mera capacidade e, portanto, as declarações negociais constitutivas deste contrato devem exprimir-se em termos solenes ou formais. Conforme pode se ver no art. 7º do Decreto-Lei nº 171/95, *in litteris*:

Artigo 7º-

Contrato de *factoring*

1 - O contrato de *factoring* é sempre celebrado por escrito e dele deve constar o conjunto das relações do factor com o respectivo aderente.

2 - A transmissão de créditos ao abrigo de contratos de factoring deve ser acompanhada pelas correspondentes faturas ou suporte documental equivalente, nomeadamente informático, ou título cambiário (BRASIL, 1995).

Outra característica dos contratos de *factoring* é que eles são onerosos. Os contratos onerosos significam que ambas as partes ganham vantagem com o mesmo contrato, ou seja, as vantagens patrimoniais são usufruídas por ambas as partes no contrato de *factoring*. Ademais, pode-se também caracterizar o contrato de *factoring* como sendo um contrato sinalagmático e de execução continuada (SANTANA, 2014). Ou seja, gera obrigações recíprocas para ambas as partes, nas palavras de Gonçalves:

Do ponto de vista do aderente, podemos dizer generalizadamente que este se obriga a ceder ao factor todos os seus créditos numa estreita relação de exclusividade, bem como se obriga a notificação dos devedores cedidos e a pagar uma remuneração (comissões de cobrança). . Já o factor poderá obrigar-se a prestar serviços de cobrança, gestão de créditos, de antecipação de pagamentos de créditos não vencidos e inclusivamente de assunção do risco de incumprimento do devedor cedido (no caso de cessão sem recurso). (GONÇALVES, 2016, p. 23)

Por fim, o contrato de *factoring* é de execução contínua, já que o *factor* tem a obrigação de conceder o adiantamento pecuniário e de realizar todas as operações em relação ao crédito do aderente de uma forma contínua (GONÇALVES, 2016), aproximando este sistema dos contratos de adesão.

A administração do fluxo de caixa na *factoring* como em qualquer outra gestão de caixa eficiente requer uma gestão diária por parte dos administradores de recursos financeiros para tentar reduzir o custo que traz. O caixa pode ser entendido como:

Definir caixa é algo que pode parecer tão empírico e simples que se torna difícil e complicado por essa mesma simplicidade... Afinal de contas, caixa é... caixa. No sentido clássico, o caixa representa o objetivo final dos investidores ao optarem por uma alternativa de alocação de recursos. No meio empresarial, caixa é o ativo mais líquido disponível na empresa, encontrado em espécie na empresa, nos bancos e no mercado financeiro de curtíssimo prazo. (FREZATTI, 2007, p.13).

Sendo assim, o fluxo de caixa é o dinheiro disponível que a empresa tem para realizar suas atividades. Dessa forma, saber administrar o caixa de uma empresa torna-se uma tarefa imprescindível para que esta realize suas atividades.

Em 2021, o sistema de *factoring* movimentou cerca de R$ 138 bilhões no Brasil (BONIN, 2021). As principais atividades desse segmento incluem a alavancagem de pequenas e médias empresas, permitindo que as empresas convertam as vendas a prazo em dinheiro.

O órgão responsável por fiscalizar o fomento mercantil (factoring), no Brasil é o Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf) foi criado pela Lei nº 9.613, de 3 de março de 1998, e integra a estrutura do Ministério da Fazenda.

Em suma, globalmente, a *factoring* é uma fonte crescente de financiamento externo das PMEs, pois na sua grande maioria, as pequenas e médias empresas encontram dificuldades no acesso a financiamentos.  Como os serviços oferecidos vão além da aquisição de valores mobiliários, eles podem focar em aspectos mais importantes de suas atividades, como a conquista de mais clientes, mas é importante observar que os benefícios das promoções não são apenas das empresas envolvidas, pois as empresas de fomento estimulam o crescimento econômico de seus clientes e, indiretamente, de outras companhias.

Conclui-se que, *Factoring* é o nome dado às atividades realizadas por empresas legalizadas pelos órgãos governamentais competentes em antecipação de faturas de empresas comerciais, como cheques pré-datados, cópias e outras faturas, é uma regulamentação contínua e cumulativa. Exercem os serviços de consultoria de marketing, concessão de crédito, análises de risco, seleção, gestão de crédito, contas a receber e acompanhamento de contas a pagar, combinados com crédito resultante da obtenção de vendas comerciais de empresas ou prestação de serviços na compra de recebíveis a prazo.

As empresas de *factoring* esperam que os comerciantes paguem suas contas por menos do que o valor de face do título. Essa diferença, o benefício da *factoring*, é chamada de desconto, atividade que decorre das necessidades financeiras de comerciantes que muitas vezes recorrem a agiotas que, além de trabalharem em sigilo (sem pagar impostos), impõem taxas de juros absurdas.

A Função da *factoring* corriqueiramente é confundida com outras entidades, como por exemplo as instituições financeiras (bancos) e a prática de agiotagem. Essa conformidade está na relação da atividade Financeira que estes institutos exercem, e como resultado fornecem capital Financeiro às empresas que buscam o serviço.

Por se tratarem de operações econômicas para satisfazer necessidade de financiamentos ocorre uma distorção desses institutos com a *factoring,* por terem esse ponto em comum. (DONINI,2004).

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

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

Para a realização desses descontos e operações, a *factoring* utiliza um sistema informatizado, onde o cliente vai até a empresa com um título de crédito para negociação, com o cheque endossado, e por meio de nota fiscal e comprovantes da transportadora que comprovam a entrega da mercadoria. Para a negociação desse cheque são feitas confirmações com o sacado (empresa devedora do título), via telefone e WhatsApp, solicitando uma confirmação por escrito se realmente existe uma operação mercantil entre as duas partes.

Além disso, são levadas em conta consultas realizadas em órgãos oficiais e privados de controle ao crédito, como SPC, SERASA, CCF e etc. São também consultadas outras empresas credoras que também têm o poder de colocar o nome do usuário no cadastro de inadimplentes.

No Brasil, onde os índices de inadimplência acompanham as taxas de desemprego, manter o nome limpo pode ser um verdadeiro desafio. De modo geral, esses órgãos são os responsáveis pelas lista de inadimplentes no Brasil e servem para controlar essa relação de pessoas com nome sujo, além de servirem como "termômetros" da reputação dos consumidores.

A Assembleia Nacional Constituinte de 1988 conseguiu incorporar um parâmetro novo nas relações de consumo do Brasil: o [Código de Defesa do Consumidor](https://www.jusbrasil.com.br/legislacao/91585/c%C3%B3digo-de-defesa-do-consumidor-lei-8078-90). E o CDC (Conselho de defesa do consumidor) estabelece, ao mesmo tempo, os direitos e obrigações do tomador de serviços financeiros e das instituições de crédito e financiamento, além de organizar as relações de consumo no país. Conforme se pode ver no [Código de Defesa do Consumidor](https://www.jusbrasil.com.br/legislacao/91585/c%C3%B3digo-de-defesa-do-consumidor-lei-8078-90) (artigo 43) diz:

§ 4º - Os bancos de dados e cadastros relativos a consumidores, os serviços de proteção ao crédito e congêneres são considerados entidades de caráter público. Enquanto isso, a [Constituição Federal](https://www.jusbrasil.com.br/legislacao/188546065/constitui%C3%A7%C3%A3o-federal-constitui%C3%A7%C3%A3o-da-republica-federativa-do-brasil-1988) de 1988 implementava, em seu artigo [5º](https://www.jusbrasil.com.br/topicos/10641516/artigo-5-da-constitui%C3%A7%C3%A3o-federal-de-1988): X - são invioláveis a intimidade, a vida privada, a honra e a imagem das pessoas, assegurado o direito a indenização pelo dano material ou moral decorrente de sua violação;

Assim, ao mesmo tempo em que a legislação protege os abusos contra o consumidor, ela também define suas responsabilidades, permitindo a inclusão do nome dos devedores inadimplentes em cadastros restritivos como SERASA e SPC, impedindo-os de tomar novos empréstimos, enquanto não saldar as dívidas existentes. Enquanto seus débitos não forem quitados, eles permanecem no cadastro de devedores, ficando com os nomes sujos. (ROCHA, 2015)

O contrato de *factoring* não se resume à cessão de crédito apenas, conforme visto anteriormente. Diz-se que se faz presente ainda, a prestação de serviços pelo faturizador e faturizado. Tais serviços envolvem a análise do risco (apuração sobre a eventual negativação dos nomes dos devedores originais junto ao Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) , ao Serviços de Assessoria S.A (SERASA) e aos cartórios de protesto de títulos), e atividades de assessoria mercadológica, creditícia, gestão de crédito, acompanhamento de contas a receber, além de outras congêneres.

Sendo um conjunto de serviços de apoio gerencial e de fornecimento de recursos à empresa-cliente, mediante a venda de sua produção, a *factoring* pode ter como clientes pessoas jurídicas(empresas), visto que é um mecanismo intrinsecamente vinculado ao setor produtivo (de bens ou serviços).

No mercado financeiro, a inadimplência de clientes gera muitos desafios para os gestores lidarem, especialmente os das empresas de *factoring*. Isso porque esse segmento de negócio é diferenciado dos empreendimentos mais tradicionais da área, como bancos e financeiras, tendo desafios próprios devido à forma específica de se trabalhar nele.

Por atuar com a aquisição de direitos creditórios, mediante um valor à vista e com taxas de serviços e juros, de contas a receber a curto, médio ou longo prazo, o *factoring* precisa se precaver para diminuir os riscos de inadimplência. Isso porque, de modo distinto das instituições financeiras, além de se responsabilizar por ativos a receber, as empresas de fomento mercantil assumem os riscos existentes na venda a prazo, tal como a inadimplência. Nesse ponto, vale destacar que na antecipação de recebíveis, depois do desconto de duplicata ou cheque, a organização que pegou crédito se torna responsável pelos riscos e cobrança.

Também é preciso ter em mente que, embora não seja responsável pela execução e solvência do crédito posteriormente, a fatorizada tem responsabilidades pela existência do crédito que será cedido na negociação. A *factoring* precisa checar a integridade e veracidade dos créditos que tomará para não cair em golpes ou ter maiores riscos de inadimplência.

Conclui-se que existem algumas ações que uma *factoring* pode realizar para prevenir a inadimplência de clientes, como promover uma análise cadastral acurada e minuciosa dos cedentes, incluindo os documentos que possuem relação com seu patrimônio. Também pode fazer a avaliação frequente do [cadastro do cliente](http://www.decisaosistemas.com.br/2017/02/07/entenda-a-importancia-de-um-cadastramento-de-clientes-eficiente/), contrato social, dentre outros.

**3. METODOLOGIA**

O tipo de pesquisa adotado foi exploratório, visando abordar um problema ou questão de pesquisa que geralmente são assuntos com pouco ou nenhum estudo anterior a seu respeito. O objetivo desse tipo de estudo é procurar padrões. Adotou-se também na pesquisa, o método explicativo, que como o próprio nome diz, visa explicar a razão e o porquê das coisas, há um maior aprofundamento da realidade estudada. Inicialmente, a partir do tema proposto, foram definidos o problema e os objetivos, os quais permitem um projeto mais elaborado.

Formular um problema científico não constitui tarefa fácil. Para alguns, isto implica mesmo o exercício de certa capacidade que não é muito comum nos seres humanos. Todavia, não há como deixar de reconhecer que o treinamento desempenha papel fundamental nesse processo (GIL, 1996, p. 29).

Partindo de uma revisão bibliográfica composta pelos principais autores na área, conclui-se que “as pesquisas descritivas têm um objetivo de descrever as características de determinada população ou fenômeno” (GIL, 2017, p. 45). A pesquisa bibliográfica tem um desenvolvimento diferente, pois, tem como base um material já elaborado, que varia de livros a artigos científicos. O método de abordagem utilizado foi o dedutivo, pois prezou-se por usar o raciocínio lógico para obter uma conclusão a respeito de determinadas premissas.

Quanto à natureza, a pesquisa foi quantitativa, porque as respostas foram quantificadas pela sua frequência. Este método trata sobre a melhor compreensão que o tema pode trazer com um sentido restrito, com o objetivo de descrever os dados e dimensioná-los numericamente. Assim, através da análise dos dados é possível a obtenção clara das informações acerca da proposta do tema. (LAKATOS; MARCONI, 1991)

A pesquisa também foi qualitativa porque os dados que não são possíveis de ser quantificados foram interpretados por narrativas detalhadas, a fim de esclarecer para o leitor os fenômenos observados.

Quanto ao instrumento de levantamento de dados foi utilizado questionário com questões fechadas, de múltipla escolha, sendo que a escolha dos respondentes foi uma amostra não probabilística ou não aleatória, uma vez que coube ao pesquisador a escolha dos participantes da pesquisa.

O universo desta pesquisa se dá pela gama de clientes da empresa objeto da pesquisa, que é de 60 clientes, para os quais foi enviado o questionário, na região conhecida como Rua 44, em Goiânia, e a amostra por 11 clientes que responderam o questionário. Segundo a Secretaria Municipal de Comunicação (Secom) de Goiânia (2022), esta região conta com mais de 17 mil lojas e mais de 250 mil pessoas passam pela região semanalmente, sendo o objeto de estudo somente as empresas clientes da loja RG Factoring, representando assim, aproximadamente 0,3% das lojas presentes nesta região. Vale ressaltar que se trata de estudo de caso, uma vez que o levantamento de dados deste projeto de pesquisa visa conhecer somente a realidade desta empresa, não sendo este estudo fundamento para um embasamento generalizado.

# ANÁLISE DOS RESULTADOS

A seguir, encontram-se comentados e demonstrados, em forma de gráficos, os dados colhidos para cada questão do questionário aplicado, com a participação de 11 empresários nesta pesquisa.

# 4.1 Tamanho da empresa

Questionados sobre qual o tamanho da empresa, foi respondido que 50% se consideram de médio porte, 40% pequeno porte e 10% de grande porte, sendo que a micro empresa não foi marcada (fig. 1).

FIG. 1 – Questão acerca do tamanho da empresa.

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

# 4.2 Características da empresa

Em relação à segunda questão sobre a empresa ser atacadista, varejista ou atacarejo, foi respondido por 60% que se caracterizam como atacarejo, e 40% como atacadista, sendo as empresas varejistas nulas (fig. 2).

FIG. 2 - Questão acerca da característica varejista, atacarejo ou atacadista.

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

# 4.3 Frequência de utilização

Quando questionados sobre a quantidade de frequência em que a empresa utiliza os recursos de *factoring*, foi respondido que 70% utilizam quase sempre, 30% utilizam sempre e 20% utilizam raramente e 0% as vezes (fig. 3).

FIG. 3 - Questão sobre a frequência de utilização do *factoring*.

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

# 4.4 Prazo de pagamento

A respeito da pergunta sobre qual a frequência de prazo para pagamento concedido, foi respondido por 40% que o prazo é superior a 60 dias, outros 40% superior a 30 dias e inferior a 60, e apenas 20% afirmaram que é de até 30 dias. A opção somente à vista não foi computada (figura 4).

FIG. 4 - Questão referente ao prazo de pagamento concedido.

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

# 4.5 Sobre certificado do COAF

Quando perguntado se o empresário pesquisa se a empresa de *factoring* tem certificado cadastral no Coaf, que atesta a sua idoneidade, foi respondido por 50% que raramente pesquisam, 40% às vezes, e 10% raramente. A opção sempre não foi escolhida por nenhum respondente (figura 5).

FIG. 5 - Questão referente pesquisa das empresas no COAF .

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

# 4.6 Previsão de Receita

Referente ao grau de acerto da previsão de receita, 70% dos participantes responderam que há uma assertividade de 40% a 60% e 30% afirmaram ter uma assertividade na previsão da receita acima de 20% e até 40% dos casos (fig. 6).

FIG. 6 - Questão referente ao grau de acerto na previsão de receita.

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

# 4.7 Frequência de utilização do *factoring*

Acerca da frequência com que os empresários utilizam o sistema de *factoring* para o fluxo de caixa, 70% responderam que utilizam quase sempre e 20% sempre, sendo que somente 10% responderam às vezes. Raramente não computou (fig. 7).

FIG. 7 - Questão referente a frequência que utiliza o factoring.

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

# 4.8 Sobre a realização de operação de crédito com agiota

Ao serem perguntados a respeito de realizações de operação de crédito com agiota, 50% responderam que realizam raramente, 40% utilizam nunca e 10% quase sempre, sempre não totalizou (fig. 8).

FIG. 8 - Questão referente à utilização de operação de crédito com agiota.

Fonte: Dados da pesquisa, 2022

.

# 4.9 Restrição nos últimos 12 meses

Ao serem questionados sobre restrições nos últimos 12 meses, 40% respondeu uma vez, 20% duas vezes, 20% mais de duas vezes e 20% nunca (fig. 9).

FIG. 9 - Questão referente à restrição nos últimos 12 meses.

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

# 4.10 Motivação do uso da *factoring*

Foi perguntado aos entrevistados por qual motivo levou os mesmos a recorrerem aos recursos de *factoring* e foi respondido por 60% que era para compra de mercadorias, 20% responderam que era por falta de fluxo no caixa, 10% para pagamento de funcionários e 10% outros gastos, novos investimentos não totalizou (fig. 10).

FIG. 10 - Questão referente ao que levou a recorrer ao *factoring*.

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

# 4.11 Financeira ou *Factoring*?

Ao serem questionados a respeito do porquê preferiram utilizar uma *factoring* ao invés de uma financeira, foi respondido por 40% que é por haver menos burocracia, já outros 40% por ser mais ágil, e 20% por terem restrição em órgãos de recuperação de crédito (fig. 11)

FIG. 11 - Referente ao motivo de escolherem a factoring ao invés de uma financeira.

Fonte: Dados da pesquisa, 2022.

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas últimas duas décadas, a *factoring* ganhou espaço para crescer no Brasil, em relação à compra e venda de crédito empresarial comercial ou ativos financeiros ou indústria. É uma poderosa ferramenta de alavancagem financeira de pequenas e médias empresas porque podem trocar contas a receber por dinheiro, aumentando assim o caixa da organização.

O objetivo geral deste estudo foi identificar as principais características e perfil das empresas que buscam recursos na *Factoring* RG Ltda. Assim, mediante esta pesquisa foi possível conhecer o perfil dos clientes da empresa, podendo se concluir que os objetivos da pesquisa foram alcançados.

Quanto ao tamanho das empresas clientes da *Factoring* RG Ltda, conclui-se pelos dados levantados que metade delas são de médio porte, seguidas por 40% que se consideram de pequeno porte e apenas 10% como grande porte. Como se observa pelo resultado desta questão os clientes da empresa são preferencialmente de médio e pequeno porte.

Já, quanto às características das empresas pesquisadas, a maioria, 60%, é do setor de atacarejo e 40 % atacadistas. Como se observa são empresas que apesar de serem, em sua maioria de pequeno e médio porte trabalham com grandes estoques, sendo um indício de necessidade de elevado capital de giro.

Quando questionadas sobre a frequência de utilização de recursos de *factoring,* 50% responderam que utilizam frequentemente, 30% sempre e 20% sempre. Como se observa, pode-se concluir que há mercado para as empresas de *factoring,* uma vez que a frequência de utilização é elevada.

Quando perguntados sobre o prazo de pagamento concedido aos seus clientes, 40% responderam que suportam o prazo superior a 30 dias e até 60 dias, outros 40% superior a 60 dias e 20% até 30 dias. Percebe- se que a maioria concede um prazo dilatado para o recebimento de suas vendas, com o prazo estipulado no cheque quando efetuam a venda, podendo ser um indicativo da dificuldade de lidar com o fluxo de caixa e a eventual necessidade de financiamento.

Quando indagados, se desempenham uma pesquisa se a *factoring* tem certificado cadastral no Conselho de controle de atividades financeiras (COAF) 50% responderam que raramente efetuam essa pesquisa, 40% ás vezes e 10% frequentemente. Constata-se assim que, de maneira geral, as empresas entrevistadas não buscam saber a idoneidade formal da *factoring*.

Quanto ao grau de acerto de sua previsão de receita, 70% dos entrevistados responderam que são assertivos acima de 40% e até 60% do valor previsto, e 30% acima de 20% e até 40%. Observa-se pelos dados que o grau de acerto na previsão de receita é razoável, uma vez que a maioria acerta mais de 50%, em média, na sua previsão.

Quando questionados com qual frequência utiliza a *factoring* para o Fluxo de Caixa, 70% responderam que quase sempre, 20% sempre, e 10% ás vezes, conclui-se que a maioria das empresas pesquisadas, buscam com muita frequência esse serviço para obterem recursos da *factoring* para o fluxo de caixa.

Quando questionados se já realizaram operação de crédito com agiotas, 50% responderam raramente, 40% nunca, e 10% disse que quase sempre procura. Constata-se que a minoria dos entrevistados recorre ao meio informal e irregular na busca ao crédito e que a maioria dos opta pela *factoring* registrada e formalizada e com isso ganham vantagem devido à confiabilidade.

Quando interrogados se tiveram alguma restrição nos últimos 12 meses, 40% dos entrevistados disseram uma vez, 20% duas vezes, 20% mais vezes e 20% nunca. Conclui-se pelos dados levantados que mais da metade, tiveram restrição incluída por entidades financeiras, sendo assim, houve a diminuição do *score* em suas respectivas certidões e dificuldade de obter crédito junto à rede bancária.

Quando questionadas sobre qual o motivo levou a recorrerem a uma *factoring*, 60% responderam que foi para a compra de mercadorias, 20% falta de fluxo de caixa, 10% pagamento de funcionários e 10% outros gastos. Como se observa, pode-se concluir que a maioria se beneficiam deste serviço para o melhor desempenho de vendas, na compra de mercadorias e rotação do estoque. Somente 20% responderam que é para o fluxo de caixa, notando-se escassez de capital de Giro.

Quanto à razão de escolherem uma *factoring*, ao invés de uma financeira, 40% dos entrevistados responderam ser pela menor burocracia, 40% consideram ter mais agilidade e 20% por terem restrições em órgãos de proteção ao crédito. Como se observa, pode-se concluir que a burocracia e falta de agilidade das entidades financeiras são causa e motivação para a escolha da *factoring*,

O tema *factoring* é muito importante, por vários fatores, como foi mostrado anteriormente, mas o acesso às informações, como as bibliográficas, é um pouco restrito, por ser uma modalidade relativamente nova, sendo uma limitação para este tipo de estudo.

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

Pode-se observar que para quem utiliza o sistema de *factoring*, as vantagens se sobrepõem às desvantagens, pois seguindo o objetivo geral deste trabalho pode-se aferir que os perfis das empresas que buscam estes serviços são empresas que precisam de agilidade e menos burocracia.

É necessário esclarecer novamente aqui que não existe um único diploma de direito para regular as atividades de desenvolvimento de negócios. O Projeto de Lei nº 1.230/95 representa um avanço mesmo que não pretenda legitimar as atividades de *factoring*, mas condensa a legislação, de forma a proteger as empresas sérias que atuam nesta área.

Um reduzido de pessoas têm a percepção que as empresas de *factoring* são nocivas como forma de financiamento, no entanto, deve-se esclarecer que se a *factoring* for usada corretamente pode trazer muitos benefícios para as pequenas e médias empresas. Normalmente, essas empresas que procuram negócios de *factoring* têm problemas de capital de giro porque eles têm pouco capital e precisam de fontes de microcrédito para as necessidades do seu negócio.

Por fim, a *factoring* deve ser mais flexível em responder às necessidades dos clientes, pequenas e médias empresas, pois é considerada uma ferramenta de viabilização destas, reclamando, portanto, uma regulamentação própria, a qual certamente trará maior segurança para estas relações contratuais.

Como já citado, por se tratar de um estudo de caso, os resultados desta pesquisa não têm a pretensão de explicar a realidade das empresas clientes das empresas de *factoring* em geral, mas somente dos clientes da empresa objeto de estudo desta pesquisa.

Além dos resultados alcançados, esta pesquisa se apresenta como uma oportunidade para solucionar dificuldades da empresa, diante da quantidade de dados levantados junto às empresas clientes. A partir desses dados podem ser formuladas políticas de tratamento junto a esses clientes que possam favorecer o desenvolvimento organizacional da empresa pesquisada.

# REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

BONIN, R. Fomento comercial deve movimentar R$ 138 bilhões no país, estima setor. [S. l.], 2021. Disponível em: https://veja.abril.com.br/coluna/radar/fomento-comercial-deve-movimentar-r-138-bilhoes-no-pais-estima-setor/. Acesso em: 5 out. 2022.

BRASIL, Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil\_03/constituicao/ constituicao.htm>. Acesso em: 10 out. 2022.

CARACAS, C. T. FACTORING ORIGEM E DESENVOLVIMENTO. Fortaleza, 1999. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/66981/1/1999\_tcc\_ctcaracas.pdff>. Acesso em: 5 out. 2022.

DONINI, A.C Manual da *Factoring*. São Paulo. Klarear, 2004.

FREZATTI, F. Gestão do fluxo de caixa diário: como dispor de um instrumento fundamental para o gerenciamento do negócio. 1. ed. – 8. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2007.

GAGLIANO, P. Novo curso de direito civil: contratos, tomo I: teoria geral. 12 ed. São Paulo: Saraiva. 2016. p. 51.

GIL, A. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GIL, A. Como elaborar projetos de pesquisa. São Paulo: Atlas, 2017.

GONÇALVES, A. L. O Contrato de Confirming ou Contrato de Gestão de Pagamentos a Fornecedores. Coimbra: Almedina. 2016

LAKATOS, E. M. & MARCONI, Marina de Andrade. Metodologia Científica. 2a. ed. São Paulo: Editora Atlas. 1991.

LÔBO, P. Direito civil: Parte geral. 6ª. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2017.

NADER, P. Curso de Direito Civil: contratos. 9ºed. Rio de Janeiro: Forense, 2019.

ROCHA, A. Restrição interna nos bancos. [*S. l.*], 2015. Disponível em: https://adaorochas.jusbrasil.com.br/artigos/229698814/restricao-interna-nos-bancos. Acesso em: 1 nov. 2022.

SANTANA, [L. V. de C.](https://leovenancio.jusbrasil.com.br/) Os Contratos de Factoring: aspectos relevantes e práticos dos contratos das grandes redes Bancárias em nosso sistema Jurídico. Disponível em: https://leovenancio.jusbrasil.com.br/artigos/185405569/os-contratos-de-factoring-aspectos-relevantes-e-praticos-dos-contratos-das-grandes-redes-bancarias-em-nosso-sistema-juridico. 2014.

TARTUCE, F. Direito Civil: Vol. 3 - Teoria Geral dos Contratos e Contratos em

Espécie. 13ª.ed. Rio de Janeiro: Forense, 2017