

**Eixo Temático: Estratégia e Internacionalização de Empresas**

**O FUNCIONAMENTO DO FACTORING NO BRASIL**

**THE FACTORING OPERATION IN BRAZIL**

Fabrizio Tiago Cechetto, Lucineide de Fátima Marian, Aline Martins dos Santos e Tiago Gorski  
Lacerda

**RESUMO**

O *factoring* apresenta mecanismos da iniciativa privada, independente do governo, e visa contribuir para o desenvolvimento econômico, a modernização do parque industrial brasileiro, o aumento da produção e geração de mão de obra. Entretanto, apresentam poucos estudos sobre o seu funcionamento, os seus sistemas de informações, como os gestores conduzem os negócios e porque tem contribuído para o desenvolvimento econômico. Diante disso, o presente trabalho tem como objetivo descrever o funcionamento dos *factoring* no Brasil através de uma pesquisa bibliográfica. A pesquisa caracteriza-se como abordagem qualitativa, natureza básica e objetivos descritivos. Os resultados obtidos foram separados em três segmentos: vantagens e desvantagens do *factoring*, a importância do *factoring* no Brasil e a situação atual das *factoring* no Brasil. Por fim, conclui-se que a atividade de *factoring* tornou-se fundamental para o crescimento da economia brasileira, por proporcionar às empresas fomentadas estrutura sólida e capital de giro ágil para gerenciar e desenvolver seus negócios, gerando novas oportunidades de empregos.

**Palavras-chave:** Factoring, Importância, Desenvolvimento Econômico.

**ABSTRACT**

Factoring presents mechanisms of the private sector, independent of the government, and aims to contribute to economic development, modernization of Brazilian industry, increasing production and labor generation. Since few studies have on their operation, their information systems, how managers conduct business and because it has contributed to economic development. Therefore, this paper aims to describe the operation of factoring in Brazil through a literature search. The research is characterized as qualitative approach, basic nature and descriptive purposes. The results were divided into three segments: advantages and disadvantages of factoring, the importance of factoring in Brazil and the current status of factoring in Brazil. Finally, it is concluded that the factoring activity has become critical to the growth of the Brazilian economy, encouraged companies to provide solid structure and agile working capital to manage and grow their businesses, creating new job opportunities.

**Keywords:** Factoring, Importance, Economic Development.

## 1. INTRODUÇÃO

As pequenas e médias empresas caracterizam-se como responsáveis por uma grande parcela dos empregos gerados em nosso país e também contribuem para o desenvolvimento econômico, sendo que apresentam limitações de recursos, para o giro e a manutenção do seu negócio, isso, devido à falta de assistência dos órgãos fomentadores. Entretanto, essa lacuna tem sido preenchida pelas empresas de fomento mercantil (*factoring*), que atuam como instrumento fundamental no suporte financeiro e administrativo dessas empresas (BRITO, 2004).

Segundo Leite (2004), o *factoring* refere-se a uma atividade comercial que envolve uma contínua prestação de serviços, juntamente com a compra de créditos oriundas das empresas-clientes, resultante de suas vendas mercantis ou de prestação de serviços, realizadas a prazo.

O *factoring* apresenta mecanismos da iniciativa privada, independente do governo, e visa contribuir para o desenvolvimento econômico, a modernização do parque industrial brasileiro, o aumento da produção e a geração de mão de obra (WOLF, 2008).

Porém no Brasil, existe uma compreensão errônea do verdadeiro significado do *factoring*, pois tem sido tratada como uma forma de desconto de título, quando na verdade trata-se da compra efetiva de título. Diante disso, os sindicatos de *factoring* propuseram em assumir todos os riscos pela insolvência do devedor, a fim de apresentar a importância da prestação de serviço ante a cessão de crédito e afastar a comparação com a prática de agiotagem (TERGOLINA, 2010).

Além disso, têm sido realizados poucos estudos a respeito das empresas de *factoring*, sendo pouco conhecido o seu funcionamento, os seus sistemas de informações, como os gestores conduzem os negócios e porque tem contribuído para o desenvolvimento econômico (BRITO, 2004).

Diante disso, o presente trabalho, tem como o objetivo descrever o funcionamento de uma empresa de *factoring* no Brasil, através de uma pesquisa bibliográfica apresentando as vantagens e desvantagens, e a importância para as pequenas e médias empresas, assim como sua situação atual no mercado.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 A atividade de *factoring*

#### 2.1.1 Antecedente histórico

Leite (2011) caracteriza-se como *factoring* uma atividade mercantil, e está relacionada ao estímulo e ao desenvolvimento do comércio.

O mesmo autor relata que a necessidade de desenvolvimento do comércio estimulou os comerciantes na busca de mecanismos que possibilitassem a venda de suas mercadorias para outros mercados, o que está vinculado às origens do *factoring* com as atividades mercantis.

#### 2.1.2 A atividade mercantil

A origem do comércio iniciou-se quando as trocas de mercadorias conhecidas como escambo foram desenvolvidas no período em que não existia a moeda (BRITO, 2004)

Leite (2011) relata que a troca (venda) de mercadorias ou ativos tem como finalidade obter os recursos necessários para o comerciante e posteriormente girar os seus negócios.

O mesmo autor relata que o comércio foi uma das primeiras atividades econômicas da humanidade, permitindo às comunidades trocarem seus excedentes de produção por bens e serviços que lhes faltassem, mesmo sem existir o dinheiro.

### 2.1.3 As origens do *factoring*

Os primeiros indícios de atividades similares ao *factoring* foram desenvolvidos pelos povos que habitavam a região da Mesopotâmia, que eram os Fenícios, Caldeus, Babilônios, Sumérios, Assírios no ano de 4000 a. C. através de transferência de recursos a terceiros a fim de comercializar as suas mercadorias (SODRÉ, 2007).

O autor relata que as atividades comerciais desses povos antigos se estendiam por grandes distâncias e demandava a utilização de instrumentos para melhorar a distribuição e a diminuição dos riscos de crédito, foi então desenvolvido o fomento mercantil, como demonstra o mapa a seguir:

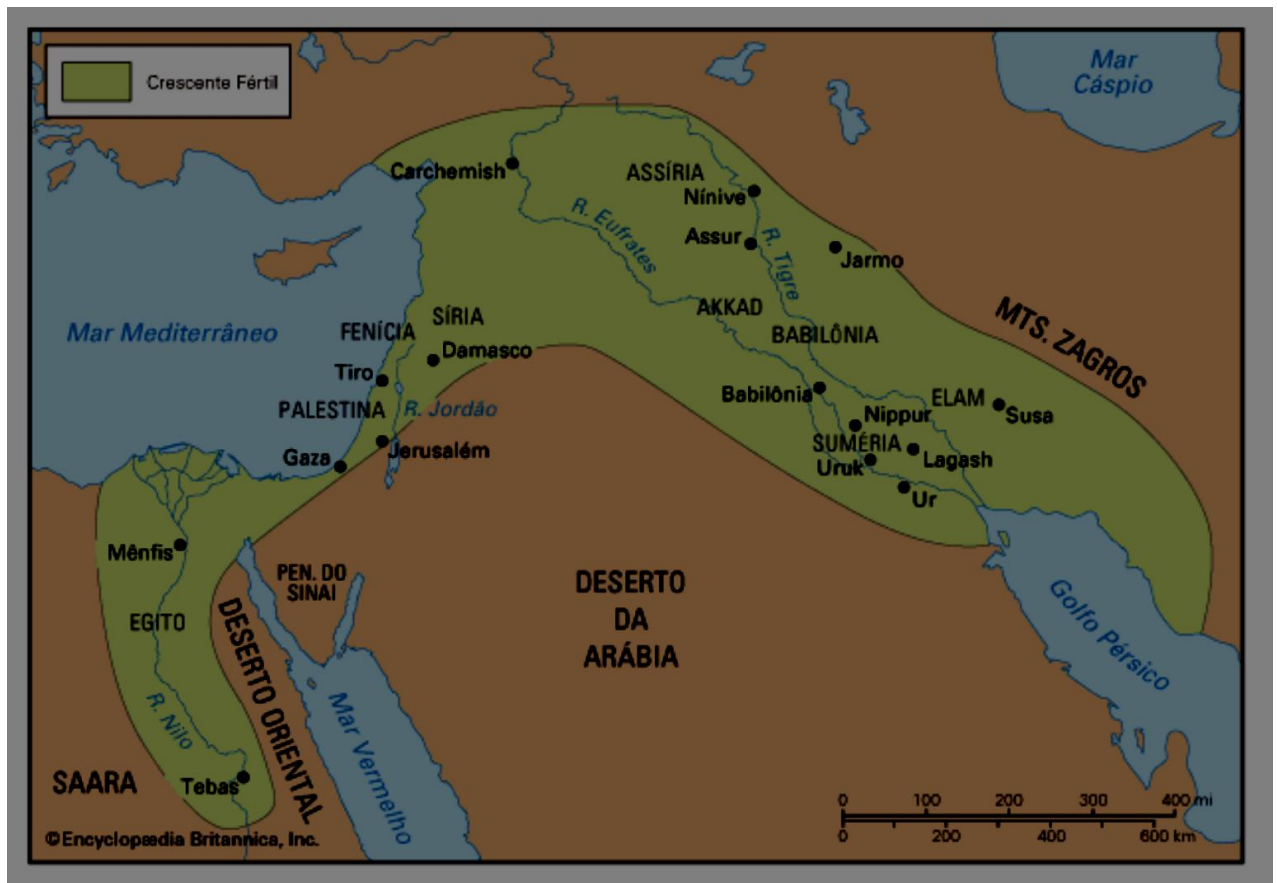


Figura 01 – Região da Mesopotâmia: primeiras atividades comerciais  
Fonte: Brito (2004)

### 2.1.4 A evolução do *factoring*

A atividade de *factoring* foi desenvolvida há alguns séculos para auxiliar os produtores a trocar suas mercadorias em lugares geograficamente distantes, sendo que agregou características financeiras com o surgimento da moeda. Alguns anos depois, surgiu a venda dos créditos originados pelas vendas dos bens, pelos produtores ou fornecedores, que através dos *factors* adquiriam o direito de cobrá-los, como seus legítimos proprietários (LEITE, 2011).

O desenvolvimento dessa atividade agregou atribuições financeiras às já existentes atividades mercantil, sendo que ampliou a sua importância para a economia dos países em que estavam sediadas passando a atuar também junto às indústrias.

Por outro lado, Donini (2004) afirma que o *factoring*, praticada atualmente, surgiu a partir do século XVI na Inglaterra, juntamente com os descobrimentos marítimos e a colonização britânica. Os *factors* atuavam como representantes dos interesses dos britânicos nas colônias, inclusive Estados Unidos, recebendo e distribuindo as mercadorias importadas, efetuando as cobranças das mesmas e realizando antecipação do pagamento aos exportadores ingleses.

## 2.1. Conceitos de *factoring*

Ferreira (2002, p. 87), conceitua o *factoring* como um sistema pelo qual uma empresa produtora de bens ou serviços transfere seus créditos a receber, resultante de vendas a terceiros, a uma empresa especializada (*factor* ou empresa de fomento mercantil), e que assume as despesas de cobrança e os riscos de não pagamento.

Enquanto Leite (2011) define *factoring* como uma atividade comercial mista atípica formada pelos serviços mais a compra de créditos, resultantes de vendas mercantis. Fomento mercantil, porque expande os ativos de suas empresas-clientes, aumenta-lhes as vendas, elimina seu endividamento e transforma as suas vendas a prazo em vendas a vista.

Para Sodré (2000, p. 11), *factoring* caracteriza como uma operação que transforma venda a prazo em créditos a vista mediante o pagamento de uma remuneração calculada sobre o valor dos títulos negociados. Uma operação que compreende a compra à vista, com um deságio, de créditos resultantes de vendas realizadas à prazo. O comerciante cede à empresa de *factoring* ou de fomento mercantil, como também são conhecidos, todos ou uma parte dos créditos provenientes de suas vendas mercantis à prazo feitas a um comprador (denominado sacado), mediante o pagamento de uma remuneração com desconto de um valor sobre os títulos negociados.

Além disso, o Sindicato das Sociedades de Fomento Comercial (SINFAC/2012) do estado do Rio Grande do Sul descreve como uma atividade de apoio a pequenas e médias empresas composta por serviços prestados de assessoria na gestão de contas a receber da empresa cliente, e também no uso da prática comercial através da compra dos recebíveis, sendo duplicatas ou cheques pré-datados originados pelas vendas da empresa cliente.

## 2.3 A regulamentação do *factoring* no Brasil

Apesar da importância para nossa economia, a atividade ainda não foi regulamentada por Lei específica, o que não impede o seu desenvolvimento, pois existe um balizamento legal que delimita o campo de atuação da atividade (BRITO, 2004).

Atualmente existe tramitando no Congresso Nacional o Projeto de Lei nº 13/2007, que têm por objetivo regulamentar a atividade de *factoring*, que foi designado relator o Senador Antonio Carlos Magalhães Júnior.

Como o projeto está em trâmite pelo Congresso Nacional, a atividade de *factoring* ainda não possui uma regulamentação específica, o que não significa que seja exercida na ilegalidade, pois o seu funcionamento está amparado por legislação já existente como o código civil, o código comercial, entre outros. O intuito desse projeto de Lei tem sido aprimorar a legislação ao reunir em um só texto todas as leis que regulamentam a atividade, designando uma maior transparência para a atividade.

As empresas que exercem a atividade de *factoring* necessitam, atualmente, apenas do registro na Junta Comercial de seu estado para iniciar suas atividades, pois como suas atividades

envolvem apenas a cessão de crédito, antecipação de recursos e a prestação de serviços, sendo essencialmente mercantil, não se sujeitam à fiscalização pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM) ou pelo Banco Central.

A atividade de *factoring* caracteriza-se pela combinação entre prestação de serviços e aquisição de créditos decorrentes de vendas de mercadorias/produtos ou serviços. Fomentando assim, a cadeia produtiva das micro, pequenas e médias empresas, de acordo com as definições aprovadas na Convenção Diplomática (UNIDROIT) realizada em Ottawa em 1988, foi concluído que somente há *factoring*, quando ocorrer pelo menos duas funções relacionadas, entre as seguintes:

- (A) gestão de crédito;
- (B) administração de contas a receber;
- (C) cobrança;
- (D) proteção contra riscos de crédito;
- (E) fornecimento de recursos.

No início formal da atividade de *factoring* no Brasil, em 1982, eram pouco mais de dez empresas atuando no setor, e mesmo com as restrições impostas pelo Banco Central e Juntas Comerciais no período de 1982 a 1988, passou a contar com mais de 80 empresas; assim vem se consolidando em nosso país com aproximadamente 600 empresas prestando serviços a mais de 140.000 pequenas e médias empresas.

A regulamentação da atividade é necessária apenas para facilitar os trâmites legais, pois já está consolidada no mercado em que vem se desenvolvendo constantemente e que presta relevantes serviços às empresas, quando assumem administração da área de contas a pagar e receber, o que possibilita ao empresário uma dedicação maior às atividades de desenvolvimento, produção e venda dos produtos.

### 3. METODOLOGIA

Para BEUREN *et al.* (2004), a metodologia é determinada com base no problema formulado, podendo assim, ser trocado ou seguido da elaboração de hipóteses. Que serão apresentados da seguinte sequência delimitando a caracterização da pesquisa: quanto à natureza, quanto à abordagem do problema, quanto aos seus objetivos, quanto aos procedimentos técnicos.

O estudo desenvolvido caracteriza-se, quanto aos objetivos, como descritivo, uma vez que este tipo de estudo pretende descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade (TRIVINOS, 1987).

A classificação do trabalho quanto à natureza caracteriza-se como básica, pois não apresenta aplicação prática. Segundo Gil (2007), a pesquisa básica gera conhecimentos novos, úteis para o avanço da Ciência, sem aplicação prática prevista. Além disso, envolve verdades e interesses universais.

Em relação à forma de abordagem do problema, este estudo caracteriza-se como qualitativo. Godoy (1995) relata que a abordagem qualitativa “busca novas informações e relação para verificação e ampliação do conhecimento disponível sobre os assuntos, partindo das questões-foco de interesse amplo, envolvendo a obtenção de dados descritivos sobre lugares, pessoas e processos, por meio de contato direto do pesquisador com o objetivo de pesquisa, facilitando a compreensão dos fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos da situação do estudo”.

Quanto aos objetivos, o presente estudo classifica-se como pesquisa descritiva, pois na concepção de GIL (2002), a pesquisa descritiva tem como finalidade principal descrever as características de determinada população ou fato, estabelecendo relações entre as variáveis. Seguindo esse mesmo raciocínio MARION, DIAS e TRALDI (2002, p. 62), destacam que

pesquisa descritiva “objetiva descrever as características de determinado fenômeno ou população, correlacionar fatos ou fenômenos sem, no entanto, manipulá-los”. No presente trabalho, é apresentada a descrição do funcionamento do *factoring* no Brasil, assim como suas vantagens e desvantagens, sua importância no mercado brasileiro e a situação atual através de uma pesquisa bibliográfica.

Quanto aos procedimentos, a pesquisa classifica-se como bibliográfica. A pesquisa bibliográfica é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites (FONSECA, 2002). A pesquisa realizada visou uma retomada teórica sobre o *factoring*, por meio de busca realizada em periódicos, em conjunto com a verificação de livros e artigos em eventos publicados a respeito do tema.

#### 4. RESULTADOS

A área de fomento mercantil tem como finalidade suprir às necessidades que as pequenas e médias empresas encontram em setores de gestão administrativa, financeira ou mercadológica, através de uma gama de serviços ofertados, a fim de oferecer melhores condições de desenvolvimento à economia nacional (BATISTA; JUNIOR, 2012).

Segundo Leite (2011), o *factoring* apresenta benefícios para as empresas como maior concentração em suas atividades de produção, menor envolvimento e preocupação do empresário com as suas atividades de rotina, segurança no recebimento de suas vendas, orientação empresarial e acesso aos recursos de que necessita pela oportunidade de negociar os direitos de suas vendas sem necessidade de reciprocidades e outras exigências.

O mesmo autor salienta que os benefícios do *factoring* para pequenas e médias empresas são inquestionáveis, pois além de ser uma fonte legal de recursos, ajudam a empresa no controle de estoques, no acompanhamento de contas, na expansão de suas vendas, na orientação de tomada de decisões importantes e no fornecimento de recursos necessários para a produção.

Além disso, SEBRAE/PA (2012) apresenta as seguintes vantagens diretas e indiretas do *factoring* para as pequenas e médias empresas.

Vantagens Diretas	Vantagens Indiretas
Pagamento à vista, de vendas realizadas a prazo, pelo empresário;	Aprimoramento de estruturas financeiras, simplificação contábil e redução de custos fixos nas vendas a prazo, eliminando esforços de cobrança de crédito duvidoso;
Garantia de pagamento de créditos comerciais;	Reorganização interna dos setores administrativos e contábil, com redução de custos internos;
Ampliação do capital de giro das empresas;	Maior confiança na expansão de vendas das empresas;
Redução do endividamento das empresas, proveniente de clientes inadimplentes;	Otimização de capacidade gerencial do empresário em termos de compras e vendas;
Acesso às fontes legais de recursos, com disponibilidade imediata de dinheiro, amenizando as restrições impostas as micro e pequenas empresas, que dependem de difíceis empréstimos;	Maior estabilidade empresarial – o <i>factoring</i> assume riscos de impontualidade do comprador;

Acesso seguro às exportações;	
Capitalização da empresa.	

Quadro 1 – Vantagens Diretas e Indiretas do *factoring* para as pequenas e médias empresas  
Fonte: SEBRAE/PA (2012)

O *factoring* apresenta muitas contribuições para a economia nacional, devido apresentar várias obtenções de recursos no mercado financeiro. Além disso, contribui também para o aumento da produtividade, injetando recursos em atividades produtivas, reduzindo assim, as especulações em operações da ciranda financeira (*open-market*, CDB, etc.). E inibia a ação de intermediários que praticam a agiotagem, colaborando no controle exercido pelas autoridades monetárias, o *factoring* facilita o maior controle do mercado paralelo. No que diz respeito às desvantagens do *factoring*, *citam-se* as possibilidades de falta de escrúpulos. Há ainda, a ineficácia de algumas empresas, não institucionalizadas no setor, e que não são filiadas ao órgão competente que regulamenta e controla as atividades das empresas de fomento mercantil conhecido como ANFAC. (ARRIERO, 1999).

Importante ressaltar que o empresário necessita verificar se a *factoring* é filiada à ANFAC ou se ela está associada a alguma entidade de classe ética; também é importante pesquisar junto a outras empresas de *factoring* sobre os valores cobrados, se estes estão de acordo com o mercado e se a empresa possui *know-how* em gestão empresarial (BATISTA; JUNIOR, 2012).

Além disso, há alguns casos em que os encargos, englobando juros e comissão pelo risco, sem incluir a correção monetária, atingem a ordem de vinte a quarenta por cento no mês. Com isso, infere-se a alta margem entre o custo da mercadoria e o preço na sua colocação junto ao comércio. Constitui este dado um fator determinante da inflação, proporcionando a especulação financeira. Diante disso, forma-se uma classe de pessoas parasitas no setor produtivo, causando uma verdadeira sangria na economia das empresas (RIZZARDO, 1997).

#### 4.2 A importância do *factoring* no Brasil

As empresas de pequeno porte são as principais clientes das empresas de *factoring*, pois encontram muitas dificuldades para adquirir o capital de giro necessário para as suas operações junto ao sistema bancário, que acostuma privilegiar as grandes empresas com seus recursos representarem um menor custo operacional nas operações (BRITO, 2004).

Os *factoring* têm sido uma ótima oportunidade para as empresas, pois prestam não apenas orientação à gestão empresarial, mas uma maior visão conceitual das atividades inerentes, como também capital de giro para que possam produzir, gerando resultados com a rentabilidade dos negócios e, conseqüentemente, emprego e renda para a economia do Brasil (COCHRANE, 2005).

Banerjee (2003) aponta a importância do *factoring* como suporte para dar sustentabilidade às pequenas e médias empresas, destacando também a representatividade do negócio de *factoring* tanto em economias desenvolvidas, como em desenvolvimento. O papel do *factoring* está relacionado em auxiliar aos empresários em assuntos relacionados provimento de recursos e administração financeira. (LEITE, 2005).

O relacionamento entre a empresa de fomento mercantil inicia-se na assinatura de um contrato de fomento mercantil. Neste ato, a *factoring* toma conhecimento das necessidades e características de suas empresas clientes e são estabelecidas as condições e particularidades.

As operações de *factoring* ocorrem a partir de quatro etapas básicas: a empresa presta um serviço ou vende um produto a prazo; a empresa vende esse crédito a prazo para uma *factoring* e recebe à vista; de posse desse crédito, a *factoring* informa o sacado sobre a operação e a forma de cobrança, se em carteira ou em um banco; no vencimento do título, a empresa

sacada paga o valor do crédito à *factoring*, encerrando a operação. Ajustando-se às necessidades das empresas clientes, a *factoring* pode conceder adiantamentos, através da ferramenta denominada “fomento à produção”. Nesse caso, ela financia a compra de matéria-prima e o pagamento da mão de obra, capacidade de produzir e de entregar os produtos com pontualidade. Um dos grandes diferenciais do *factoring* reside na concessão de crédito a empresas sem acesso ao crédito bancário. Com a agregação do Fomento à produção, o *factoring* se adapta à necessidade dos contratados de seus clientes. Isso dá a pequenas e médias empresas o poder de competir no mercado. A empresa fomentada passa a ter mobilidade financeira imediata. O dinheiro entra em caixa na hora certa, gerando maior competitividade.

Assim, a atividade de *factoring* tornou-se fundamental para o crescimento da economia brasileira, por proporcionar às empresas fomentadas estrutura sólida e capital de giro ágil para gerenciar e desenvolver seus negócios, gerando novas oportunidades e empregos (SINFAC, 2013).

### 4.3 A situação atual das *factoring* no Brasil

Os resultados referentes à situação atual *dos factoring* no Brasil foi dividido em duas etapas: números consolidados por região geográfica e direcionamento das operações de fomento comercial por setor de atividade.

#### 4.3.1 Números consolidados por região do Brasil

A tabela 1 apresentou que a Região Sudeste concentra o maior número de empresas de fomento e, também, de empresas – clientes. O Levantamento Estatístico ANFAC apontou que, em 2010, a região Sudeste, com destaque para o Estado de São Paulo, representou 80,2% do volume total realizado no País. A projeção dos elementos constantes dos relatórios deste levantamento, ao longo dos últimos anos, permitiu a tabulação, que lista os segmentos econômicos que mais demandam os serviços oferecidos e disponibilizados pelas empresas de fomento comercial associada.

Regiões	Associadas	Patrim. Líquido*	Crédito Bancário*	Mútuo Sócios/ Coligadas*	Carteira*	Inadimpl. (%)	Funcionários	Empresas Clientes
<b>Sudeste</b>	337	9.577	1.650	8.568	67.335	3,63	5.650	95.045
<b>Sul</b>	73	2.295	248	568	6.585	3,43	1.200	16.850
<b>Nordeste</b>	71	1.671	193	378	3.930	3,78	1.195	15.605
<b>C.Oeste</b>	38	650	76	173	1.860	3,9	730	8.945
<b>Norte</b>	34	430	42	90	1.035	4,05	470	4.155
<b>Total</b>	553	10.662	2.209	9.777	80.745	3,53	9.245	140.600

Tabela 1 – Levantamento estatístico do *factoring* no Brasil

Fonte: ANFAC (2010)

#### 4.3.2 Direcionamento das operações de fomento comercial por setor de atividade

O quadro 2 lista os setores empresariais que historicamente demandam os serviços disponibilizados pelas empresas de fomento comercial associadas à ANFAC. São indicados, em percentuais, os segmentos econômicos e a sua participação na série histórica anual. Os setores industriais que mais lideram o *ranking* das estatísticas são as empresas do segmento automotivo e metalúrgico, que apresentam crescimento dos negócios em seu mercado.



Segmento	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Econômico</b>									
Metalúrgica	25,00%	25,75%	26,00%	26,50%	25,50%	26,00%	25,00%	26,75%	26,50%
Outras Indústrias	31,00%	20,00%	19,50%	18,50%	19,50%	20,50%	20,00%	19,50%	19,25%
Têxtil e Confecção	8,00%	10,75%	10,50%	9,00%	8,00%	7,50%	9,05%	8,75%	8,50%
Química	4,00%	4,75%	5,00%	5,25%	6,00%	5,50%	4,50%	4,75%	4,25%
Gráfica	3,50%	4,00%	3,50%	3,75%	4,00%	3,00%	3,50%	2,75%	3,00%
Transportes	1,00%	1,75%	1,50%	1,25%	1,50%	1,75%	1,70%	1,50%	1,75%
Sucro- Alcooleiro	1,50%	2,50%	3,50%	4,75%	4,50%	4,75%	4,00%	5,00%	5,25%
Prestação de Serviços	11,00%	14,00%	13,50%	13,75%	14,00%	13,75%	13,50%	12,75%	13,00%
Empresas Comerciais	15,00%	16,50%	17,00%	17,25%	17,00%	17,25%	18,75%	18,25%	18,50%

Quadro 2 – Direcionamento das Operações de Fomento Comercial por Setor de Atividade  
Fonte: ANFAC/2010

Além disso, o giro de carteira anual das empresas de fomento mercantil associadas à ANFAC gerou R\$ 90 bilhões. Os números de clientes atendidos ao longo do exercício de 2012 foram de 150 mil pessoas jurídicas incluindo micros, pequenas e médias empresas. A quantidade de empregos formais sustentados (diretos e indiretos) resultou em 2.500.000 no Brasil e o quadro associativo da ANFAC em 2011 originou 520 empresas de fomento associadas com certificado e registro (SINFAC, 2013).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Levando em consideração o trabalho exposto, foi possível responder a questão “Qual a importância do *factoring* no Brasil?” através do crescimento da economia brasileira que tem proporcionado às empresas fomentadas estrutura sólida e capital de giro ágil para gerenciar e desenvolver seus negócios, gerando novas oportunidades e empregos.

Além disso, foi possível observar que o setor metalúrgico tem apresentado uma parcela significativa no crescimento dos *factoring* no Brasil, devido utilizar maior número de atividades prestadas.

Importante ressaltar que as *factoring* caracterizam-se como atividades legais e administrativas, diferente de agiotagem. E que as empresas necessitam informarem-se as empresas de fomento mercantil estão amparadas por órgãos reguladores.

Outro fator importante a mencionar refere-se à limitação do autor no que diz respeito à disponibilidade em fazer uma pesquisa aplicada devido trabalhar em uma *factoring* e não poder apresentar informações da empresa e dos clientes.

Como recomendações futuras, sugerem-se pesquisas aplicadas com os clientes das empresas de fomento mercantil de uma determinada região a fim de verificar detalhadamente o funcionamento e as suas vantagens do *factoring*.

## REFERENCIAS

ANFAC. **Levantamento Estatístico ANFAC 2010.** Disponível em: <<http://www.anfac.com.br/v3/factoring-estatistica.jsp#factoring>>. Acesso em: 30 maio 2015.

ARRIERO, Márcia Aparecida Soares. **Mecanismos de Apoio às Pequenas Empresas: A polêmica de *factoring* x agiotagem.** Monografia (graduação) – Administração Financeira e Bancária. Centro Universitário Ibero Americano, 1999.

BATISTA, Robson Silva; R. JUNIOR, João Francisco Lins Brayner. **A importância do *Factoring* para pequenas e médias empresas.** Revista Eletrônica de Ciências VEREDAS. Vol. 5, n. 1-2 (2012).

BANERJEE, Prashanta Kumar. ***Global Factoring Business: Trend and Performance.*** Delhi: FinanceIndia, 2003.

BEUREN, Ilse Maria (Org.) *et al.* **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BRITO, Carmo Aparecido. **Um estudo exploratório sobre a atuação da controladoria nas empresas de *factoring*.** Dissertação (mestrado) - Mestrado em Controladoria e Contabilidade Estratégica. São Paulo: UniFecap, 2004.

COCHRANE, Teresinha Maria Cavalcanti. **As empresas de *Factoring* e as Micro e Pequenas e Médias empresas: Parceria.** Publicado Jornal O POVO, 2005.

DONINI, Antonio Carlos. **Manual do *Factoring*.** São Paulo: Klarear, 2004.

FERREIRA, Carlos Renato de Azevedo. ***Factoring*.** São Paulo: Fiúza Editores, 2002.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica.** Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

GODOY, A.S. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades.** Revista de Administração de Empresas, v.35, n.2, p.57-63, mar/abr.1995.

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

\_\_\_\_\_. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LEITE, Luiz Lemos. ***Factoring no Brasil.*** 09. ed. São Paulo: Atlas, 2004

\_\_\_\_\_. ***Factoring no Brasil.*** 10. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

\_\_\_\_\_. ***Factoring no Brasil.*** 12. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MARION, José C.; DIAS, Reinaldo; TRALDI, Maria C. **Monografia para os cursos de administração, contabilidade e economia.** São Paulo: Atlas, 2002.

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

SEBRAE-PA – **Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado do Pará.** Disponível em: <[http://www.pa.sebrae.com.br/sesses/pse/tdn/tdn\\_fac\\_oque.asp](http://www.pa.sebrae.com.br/sesses/pse/tdn/tdn_fac_oque.asp)>. Acesso em: 01 maio 2015.

SINFAC RS. **O que é Factoring.** Disponível em:<[http://www.sinfacrs.com.br/home/show\\_page.php?id=5211&](http://www.sinfacrs.com.br/home/show_page.php?id=5211&)>. Acesso em: 18 maio 2015.

\_\_\_\_\_. **A história do Fomento Mercantil Factoring:** uma visão do SINFAC RS. Porto Alegre: Francke, 2013.

SODRÉ, Maria Cecília de Azevedo. **Análise setorial factoring.** São Paulo: Gazeta Mercantil, 2000.

TERGOLINA, Silvana Beltran. **Estudo de viabilidade econômico-financeira para abertura de factoring para atuação na área de construção civil.** Trabalho de Conclusão de Curso. Departamento de Ciências Administrativas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2010.

TRIVINOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

WOLF, Fernando Machado. **As práticas de análise para concessão de crédito numa empresa de Fomento Mercantil (Factoring).** Trabalho de Conclusão de Curso. Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, 2008.