

Fomento Mercantil

Eunice Bitencourt Haddad ¹

No II Encontro de Fomento Mercantil, realizado no dia 7 de outubro do corrente ano, foi possível a avaliação da atividade de *factoring* por vários ângulos, iniciando-se com a Exposição do Dr. Luiz Lemos Leite, ex-Diretor do Banco Central e Presidente da ANFAC, criada há 30 anos, com a finalidade de congregar as pessoas jurídicas que exercem atividade de fomento mercantil, bem como de difundir a atividade como geradora de riqueza.

O I expositor definiu *factoring* como uma atividade comercial mista atípica, consistente na prestação de serviços somada à compra de créditos resultantes de vendas mercantis.

Sendo que tal atividade é caracterizada como fomento mercantil, na medida em que expande os ativos das empresas (clientes) ao transformar o lucro que se daria a prazo em lucro à vista.

Daí a distinção do *factoring* em relação a outras atividades, tais como empréstimos, desconto de duplicatas ou de cheques, adiantamentos, crédito pessoal, consórcios e afins.

Para o regular exercício da atividade de *factoring* a empresa deve ser regularmente constituída na Junta Comercial e realizará, dentre outras, atividades de avaliação de fornecedores, clientes e sacados, acompanhamento de recebíveis oriundos de suas vendas mercantis ou de prestação de serviços, avaliação de fluxo de caixa, custos e contabilidade.

O indicador da idoneidade de uma sociedade de fomento mercantil é o fato de ser filiada à ANFAC, que provê ampla assistência jurídica, operacional, técnica, contábil, fiscal e política a mais de 750 empresas associadas. O *factoring* existe institucionalmente no Brasil desde 1982 com a

¹ Juíza de Direito da 5ª Vara Cível de Niterói.

criação da ANFAC; é uma atividade mercantil rigorosamente legal amparado nas normas do direito vigente no País.

As empresas de *factoring* associadas à ANFAC são sociedades mercantis legalmente constituídas e registradas nas Juntas Comerciais, que seguem as normas e procedimentos sistematizados no Código de Ética e Disciplina.

Não se pode confundir a atividade exercida pela empresa que presta serviços de *factoring* com as atividades típicas das instituições financeiras, tal qual captação de dinheiro, realização de empréstimos, com necessidade de autorização do Banco Central para operar.

Em relação às distinções com as instituições financeiras, é importante destacar que à sociedade de fomento mercantil é proibido, por lei, fazer captação de dinheiro no mercado e emprestar dinheiro. Quem capta dinheiro e empresta dinheiro é banco, que, como já dito, depende de autorização do Banco Central para funcionar. O *factoring* é instituto do direito mercantil. Presta serviços e compra créditos (direitos) de empresas, resultantes de suas vendas mercantis a prazo. A transação do *factoring* é mercantil. É uma compra definitiva em que a sociedade de fomento mercantil assume os riscos de insolvência.

Ressaltou o Palestrante, acerca da história do *factoring*, que o Banco Central do Brasil reconheceu ser o mesmo uma atividade mercantil mista atípica, mediante o compromisso firmado pela ANFAC (Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil) de não fazer qualquer tipo de intermediação de recursos de terceiros no mercado, comprar efetivamente créditos mercantis e somente realizar a prestação de seus serviços a empresas jurídicas, na forma da Circular do BC-1.1359/88.

As empresas de fomento mercantil, além de tal compromisso, têm sua atividade regulada pelas normas ditadas pelo Conselho Monetário Nacional, pelo Código Civil, por Leis e Convenções, incluindo-se Ato Declaratório nº 51, de 28-9-94, da Receita Federal.

A operacionalização do *factoring* inicia-se com a prestação de serviços completando-se com a compra dos créditos advindos das vendas efetuadas pelas empresas-clientes. Segundo o I. Palestrante, as empresas

de *factoring* devem ajudar a empresa-cliente a comprar matéria-prima, a organizar a contabilidade, a fazer orçamento, a controlar o fluxo de caixa, a acompanhar suas contas a receber e a pagar, a fazer o orçamento de custos, a buscar novos clientes, a melhorar o padrão de seus produtos e a expandir as vendas. Trata-se de verdadeira parceria entre o agente de fomento mercantil e as empresas-clientes, com estreito e constante contato. Pela prestação de serviços cobra-se uma comissão.

Em segundo lugar, como consequência de todo o serviço primariamente prestado, a empresa-cliente vende à vista os direitos de suas vendas mercantis a prazo, que são comprados à vista pela sociedade de fomento mercantil e incorporados ao seu ativo patrimonial. É tipicamente uma venda e compra mercantil prevista no art. 191 do Código Comercial. Como a empresa de *factoring* compra créditos (direitos), é necessário calcular o preço pelo qual ela vai adquiri-los. Chama-se fator de compra. Empresa de *factoring* não faz empréstimos, portanto, não pode cobrar juros.

É importante também ressaltar que uma empresa de *factoring* desempenha uma série de funções e atividades à sua clientela, qual devidamente estruturada, associada a ANFAC e atualizada, contribuirá para o seu aperfeiçoamento operacional além de reduzir seus custos.

No que toca aos atributos do contrato de fomento mercantil, este pode ser classificado como bilateral, pois há dois polos, duas partes convergentes para o mesmo fim; consensual, com obrigações e direitos recíprocos; comutativo, mediante remuneração; oneroso, por um serviço ou uma venda de forma continuada e personalíssima ou intuitu personae. Entretanto, segue-se um contrato comercial atípico, como a melhor doutrina prefere. Apesar da atipicidade, o contrato de *factoring* tem objeto próprio e características que o identificam como tal.

Resumidamente, são elementos do contrato de *factoring*: (i) aquisição de créditos ou prestação de serviço discriminado; (ii) riscos para o faturizador de receber os valores cedidos pelo faturizado-cliente; (iii) cláusula expressa de não regresso contra o cedente dos créditos; (iv) liberdade de escolha por parte do faturizador das faturas ou títulos devido ao risco existente; (v) a cobrança de comissão ou taxa de remuneração.

Quanto à ‘cláusula de regresso’, dissertou com brilhantismo o Eminentíssimo Desembargador Marco Aurélio Bezerra de Melo, acerca da responsabilidade das empresas de *factoring* quanto ao desconto do título, diante dos princípios norteadores do Código de Defesa do Consumidor, de acordo com a jurisprudência sobre o tema.

A assunção dos riscos, por parte do faturizador, é fundamental para caracterizar o contrato de fomento mercantil.

A relação entre faturizador e devedor existe pela sub-rogação dos créditos cedidos pelo faturizado, que se liberou, em termos, da responsabilidade do negócio.

Poderá acontecer que a relação entre faturizador e faturizado seja ‘dupla’, ou seja, o direito de regresso.

Concluimos, assim, que o *factoring* não tem vinculação com o sistema financeiro, apesar da proximidade com o instituto do desconto bancário. E por isso está impedida de exercer atividades próprias de bancos, seguradoras, etc., aquelas dispostas na Lei 4.595/64 e de acordo com a definição da Lei 8.981/95.

A empresa de *factoring* tem caráter mercantil (ou comercial), bastando a inscrição dos seus estatutos na Junta Comercial e alvará de funcionamento junto ao município.

A atividade de fomento mercantil, como o próprio nome já diz, fomenta a economia. Eis que as empresas de pequeno e até de médio porte que não têm condições boas para o giro de capital, utilizam-se de tal instituto para transmudar o faturamento a prazo para faturamento à vista. Como sói acontecer com os cheques pós-datados (conhecidos vulgarmente como pré-datados).

Para conseguir vender diante da crise econômica em que se encontra o país, no cotejo com o estímulo ao consumismo por toda mídia, o comércio atrai os consumidores com ofertas de parcelamento com cheques para 30, 60 e até 90 dias. Os consumidores, de fato, são atraídos, e pagam o preço com a emissão de tais cheques. A empresa, então, que é cliente de uma empresa de *factoring*, vende os títulos, com desconto da comissão cobrada, e antecipa o faturamento.

Não se trata de agiotagem, na medida em que visa promover o desenvolvimento da empresa, prestando, como já dito, diversas atividades primariamente até que se chegue à finalidade de *per si*. O *factoring* contribui para o incremento das atividades produtivas e concorre para melhorar a liquidez do sistema econômico

Ressalte-se, mais uma vez, que todas as sociedades de fomento mercantil são sociedades legalmente constituídas, com sua atividade econômica definida no seu objeto social, e registradas nas Juntas Comerciais. Tais empresas firmam um termo de compromisso de praticar o Fomento dentro da legalidade e pagam regularmente todos os seus impostos (IR, CSLL, COFINS, PIS, INSS, CPMF e ISS).

Com isso, a empresa-cliente deixa de contratar empréstimo pessoal, muito mais burocrático, porém, muitas vezes, com taxas menores.

Enfim, a atividade de fomento mercantil é essencial para a economia do país, fazendo com que a ANFAC tenha, cada vez mais, um papel de tamanha importância na sociedade brasileira. ◆