

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**VINÍCIUS CAUDURO**

**FOMENTO MERCANTIL: ESTRATAGEM PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA  
*FACTORING* NO MUNICÍPIO DE COCAL DO SUL – SC NA MODALIDADE  
FOMENTO CONVENCIONAL**

**CRICIÚMA**

**2016**

**VINÍCIUS CAUDURO**

**FOMENTO MERCANTIL: ESTRATEGIA PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA  
FACTORIZING NO MUNICÍPIO DE COCAL DO SUL – SC NA MODALIDADE  
FOMENTO CONVENCIONAL**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado para obtenção do grau de Bacharel no Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof. Manoel Vilsonei Menegali

**CRICIÚMA**

**2016**

**VINÍCIUS CAUDURO**

**FOMENTO MERCANTIL: ESTRATEGEMA PARA IMPLANTAÇÃO DE UMA  
FACTORING NO MUNICÍPIO DE COCAL DO SUL – SC NA MODALIDADE  
FOMENTO CONVENCIONAL**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Bacharel, no Curso de Ciências Contábeis da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC, com Linha de Pesquisa em Educação e Pesquisa em Contabilidade.

Criciúma, 11 de Julho de 2016.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Manoel Vilsonei Menegali – Esp. – UNESC – Orientador

---

Prof. Ângelo Périco – Esp. – UNESC – Examinador

**Dedico este trabalho a minha família e ao meu orientador.**

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todos que me ajudaram, deram apoio moral e torceram por mim, para que fosse possível alcançar mais esse objetivo em minha vida.

Agradeço a minha família por sempre me ajudar e dar suporte em meus estudos para que conseguisse superar os momentos difíceis de minha vida, agradeço em especial minha irmã Flávia Cauduro, por sempre me entender e ajudar nesses momentos.

Meu orientador, Manoel Vilsoni Menegali, pelo seu profissionalismo, conhecimento, paciência e dedicação em buscar sempre me orientar da melhor forma possível, sendo sem dúvidas fundamental para que chegasse ao término deste trabalho.

**“O país onde o comércio é mais livre será sempre o mais rico e próspero, guardadas as proporções”.**

**(Voltaire, filósofo francês)**

## RESUMO

CAUDURO, Vinícius. Fomento Mercantil: **Estratagem para Implantação de Uma *Factoring* no Município de Cocal do Sul – SC na Modalidade Fomento Convencional**. 2016. 67p. Orientador: Manoel Vilsonei Menegali. Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis. Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC. Criciúma – SC.

Com o surgimento cada vez maior de empresas que sofrem de problemas financeiros e que tenham a possibilidade de se financiar utilizando os bancos, gera-se a possibilidade para que as *factorings* possam atuar como parceiros destas empresas, ajudando-as com sua necessidade de capital giro. Este trabalho tem por objetivo identificar quais são os processos necessário para a implantação de uma *factoring* convencional no município de Cocal do Sul. Para chegar nos objetivos propostos, foi necessário realizar além de pesquisas bibliográficas, as pesquisas documentais. Sendo que o estudo de caso foi desenvolvido visando apresentar o balizamento legal necessário para que a empresa possa exercer suas atividades, identificar o seu regime jurídico, tributário evidenciando os impostos aplicáveis às operações. Os resultados alcançados com o estudo de caso levam a visualizar as operações de fomento comercial, analisando os aspectos jurídicos e tributários, além de exemplificar os passos para que a empresa de fomento mercantil seja devidamente instalada, registrada e que possa exercer suas atividades dentro da legalidade, demonstrando todas as obrigações e deveres da mesma.

**Palavras-chave:** *Factoring*. Fomento mercantil. Compra e venda de crédito. Implantação de empresa.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Concretização da <i>factoring</i> .....	21
Figura 2 – Fluxograma <i>factoring</i> convencional.....	22
Figura 3 – Fluxograma <i>factoring</i> compra de matéria prima.....	23
Figura 4 – Fluxograma <i>trustee factoring</i> .....	24
Figura 5 – Fluxograma <i>maturity factoring</i> compra de matéria prima .....	25
Figura 6 – Fluxograma <i>factoring</i> de exportação .....	26
Figura 7 – Direcionamento das operações de <i>factoring</i> por segmento econômico...32	
Figura 8 – Informação cadastral – Pessoa Jurídica .....	44
Figura 9 – Informação cadastral – Pessoa Física – Pagina nº 1 .....	45
Figura 10 – Informação cadastral – Pessoa Física – Pagina nº 2.....	46
Figura 11 – Cartão de assinaturas – Pessoa Físic.....	47
Figura 12 – Ficha de pessoas politicamente exposta.....	48
Figura 13 – Ficha de classificação de risco da empresa cliente.....	51
Figura 14 – Ficha de definição de limite operacional. ....	53
Figura 15 – Ficha de definição de limite operacional - Pagina 2. ....	54
Figura 16 – Fluxograma de operações da <i>factoring</i> . ....	57
Figura 17 – Ficha de aprovação de cadastro. ....	59

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Diferenças entre instituições bancárias e <i>factorings</i> .....	19
Quadro 2 – Premissas e balizamentos do fomento.....	27
Quadro 3 – Premissas e balizamentos do fomento.....	28
Quadro 4 – Resoluções do COAF para as <i>factorings</i> . ....	35
Quadro 5 – Documentos exigidos para abertura da empresa.....	40
Quadro 6 – Contabilização do fomento convencional .....	41
Quadro 7 – Classificação do cliente .....	42
Quadro 8 – Documentação para classificar risco.....	49
Quadro 9 – Documentos para elaboração da operação.....	58

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANFAC	Associação Nacional de Fomento Comercial
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
COAF	Conselho de Controle de Atividades Financeiras
COFINS	Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social
CPF	Cadastro de Pessoas Físicas
CSLL	Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido
DARE	Documento de Arrecadação de Receitas Estaduais
DARF	Documento de Arrecadação de Receitas Federais
FCN	Ficha de Cadastro Nacional
INSS	Instituto Nacional do Seguro Social
IOF	Imposto sobre Operações Financeiras
IRPJ	Imposto de Renda de Pessoa Jurídica
ISS	Imposto Sobre Serviços
PIS	Programa de Integração Social
PPL	Programa de Prevenção de Lavagem de Dinheiro
REGIN	Sistema de Registro Integrado
RG	Registro Geral
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SINFAC	Sindicato Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
1.1 TEMA, PROBLEMA E QUESTÃO PROBLEMA.....	12
1.2 OBJETIVOS .....	13
1.3 JUSTIFICATIVA .....	13
1.4 ESTRUTURA DO ESTUDO .....	14
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	<b>15</b>
2.1 ABORDAGEM GERAL SOBRE <i>FACTORING</i> .....	15
2.2 ORIGENS DO <i>FACTORING</i> .....	15
2.3 <i>FACTORING</i> NO BRASIL .....	17
2.4 CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS DE <i>FACTORING</i> .....	18
2.5 CONCEITO E ESPÉCIES DE <i>FACTORING</i> .....	20
<b>2.5.1 <i>Factoring</i> convencional</b> .....	<b>22</b>
<b>2.5.2 Compra de matéria prima</b> .....	<b>23</b>
<b>2.5.3 <i>Trustee factoring</i></b> .....	<b>24</b>
<b>2.5.4 <i>Maturity factoring</i></b> .....	<b>25</b>
<b>2.5.5 <i>Factoring</i> exportação</b> .....	<b>26</b>
2.6 BALIZAMENTO LEGAL.....	27
2.7 REGIME TRIBUTÁRIO.....	28
2.8 IMPOSTOS, TRIBUTOS E CONTRIBUIÇÕES .....	28
<b>2.8.1 IOF</b> .....	<b>29</b>
<b>2.8.2 PIS/Cofins.</b> .....	<b>29</b>
<b>2.8.3 ISS</b> .....	<b>30</b>
<b>2.8.4 IRPJ/ CSLL</b> .....	<b>31</b>
2.9 ANFAC .....	32
2.10 COAF .....	33
<b>2.10.1 Normas do COAF para as <i>factorings</i></b> .....	<b>35</b>
2.11 ESTUDOS ANTERIORES.....	36
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	<b>37</b>
3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO.....	37
3.2 PROCEDIMENTOS PARA COLETA E ANÁLISE DE DADOS.....	37
<b>4 ESTUDO DE CASO</b> .....	<b>39</b>
4.1 ABERTURA DA EMPRESA DE FOMENTO.....	39

<b>4.1.1 Registros legais do fomento .....</b>	<b>39</b>
<b>4.1.2 Registros contábeis .....</b>	<b>41</b>
<b>4.1.3 Software .....</b>	<b>41</b>
<b>4.2 CADASTRO DE CLIENTES .....</b>	<b>42</b>
<b>4.2.1 Análise inicial do cadastro .....</b>	<b>49</b>
<b>4.2.2 Relatório de visita .....</b>	<b>49</b>
<b>4.2.3 Classificação de risco do cliente .....</b>	<b>49</b>
<b>4.2.4 Aprovação do limite operacional .....</b>	<b>52</b>
<b>4.2.5 Contrato de fomento convencional .....</b>	<b>55</b>
<b>4.2.6 Operação de fomento convencional .....</b>	<b>56</b>
<b>4.2.7 Cadastro das operações e aditivos ao contrato de fomento convencional .....</b>	<b>58</b>
<b>4.2.8 Arquivamento e guarda da documentação .....</b>	<b>60</b>
<b>4.2.9 Monitoramento das documentações .....</b>	<b>60</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>62</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>63</b>
<b>ANEXO(S).....</b>	<b>66</b>
<b>ANEXO A – RELATÓRIO DE VISITA .....</b>	<b>67</b>
<b>ANEXO B – CONTRATO DE FOMENTO.....</b>	<b>71</b>
<b>ANEXO C – ADITIVO DE CONTRATO .....</b>	<b>78</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Este capítulo visa apresentar o tema abordado, o problema de pesquisa inserido na área de Contabilidade Gerencial, com o foco no planejamento estratégico.

Será abordado também os objetivos gerais e os objetivos específicos, sendo eles muito importantes para demonstrar as ações necessárias para responder o tema proposto.

### 1.1 TEMA, PROBLEMA E QUESTÃO PROBLEMA

O estudo do plano de negócios para o início das atividades é essencial para a sobrevivência da empresa, devido à competitividade do mercado, é necessário um bom planejamento e conhecimento do ramo para que se possa chegar ao sucesso no negócio.

Segundo o SEBRAE, em uma pesquisa realizada em 2013, das empresas brasileiras constituídas em 2007, demonstram que a taxa de sobrevivência com até 2 anos de atividade foi de 75,6%.

A solução para falta de dinheiro, para liquidez imediata é uma das principais funções destas empresas, mas para que possa ser colocada em ação esta operação é necessário o conhecimento das leis, de como elas funcionam e de suas operações.

É importante conhecer a função, já que elas são uma alternativa de crédito à micro e pequenas empresas que estão com dificuldades financeiras, a *factoring* não empresta dinheiro, ela não é uma instituição financeira, mas, sim, compra o direito de crédito das empresas.

É preciso conhecer o mercado em questão, analisar os valores, os indicadores para ter certeza da viabilidade do negócio em questão, já que o País atualmente enfrenta uma época de recessão e aumento da taxa de juros. Levando estes fatores em consideração, é possível realizar a seguinte questão:

Quais as caminhos para a implantação de uma *factoring* no município de Cocal do Sul?

## 1.2 OBJETIVOS

O objetivo geral deste estudo consiste em identificar os passos para a implantação de uma *factoring* no município de Cocal do Sul-SC.

Diante do tema, apresentam-se os objetivos específicos:

- a) Apresentar o balizamento legal;
- b) Evidenciar as características da *factoring*;
- c) Identificar o regime jurídico e tributário;
- d) Apontar os processos de implantação de uma *factoring* (modalidade convencional);

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Com este estudo será possível visualizar a viabilidade para a implantação de uma empresa de fomento mercantil, podendo auxiliar empresários da região, na abertura de sua empresa ou até mesmo na melhoria das entidades já consolidadas no mercado.

Sendo um tema com ampla bibliografia quando se fala de *Factoring*, pois é um ramo de atividade que existe há anos, mas que ainda sofre certo preconceito. Além de possuir um suporte bibliográfico para auxiliar o trabalho, na região existem vários profissionais que atuam na área que podem contribuir para o trabalho.

Comenta-se que o período bom para a operação das *Factorings* se acabou, que não rende mais devido a facilidade da aquisição de financiamentos bancários. Mas com essa resseção que o país vem passando e esta mudança no cenário econômico gerou a alta dos juros bancários, e a limitação do crédito para várias empresas o mercado para as *Factorings* pode voltar ao seu apogeu.

Nos últimos anos vários bancos atacaram o desconto de títulos com taxas muito baixas, gerando grande prejuízo para as *factorings*. Mas o pequeno e médio empresário nem sempre foi beneficiado com essas taxas, e hoje cada vez menos vem sendo beneficiado. É onde estes empresários procuram a *factoring* para satisfazer sua necessidade financeira a curto prazo.

#### 1.4 ESTRUTURA DO ESTUDO

Está sendo contemplado neste capítulo os itens introdutórios, sendo contextualizado o tema e o problema, definição dos objetivos e a justificativa.

No capítulo seguinte, será abordado a fundamentação teórica, onde irá conter a revisão da literatura com estudos teóricos sobre o tema, contendo temas de suma importância, sendo ligados diretamente aos assuntos abordados neste trabalho. Serão abordadas todas as regras e leis para operações de crédito, levando-se em consideração os dois modelos de empresas.

Posteriormente, o trabalho trará os aspectos referenciando ao método utilizado para a concretização deste estudo e então as considerações finais.

No capítulo seguinte, contempla-se o estudo de caso efetuado, com a posterior conclusão, seguida das referências.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nesse tópico serão abordados os temas que fundamentam o estudo, versando sobre *factoring*, entre outros assuntos de relevância para a pesquisa e convergentes entre os dois modelos de fomento mercantil.

### 2.1 ABORDAGEM GERAL SOBRE *FACTORING*

Para que seja possível compreender o contexto da atividade de fomento comercial, é necessário saber alguns aspectos sobre este instituto, tais como conceito, origens, legalidade no Brasil, entre outros, conforme se destaca a seguir.

### 2.2 ORIGENS DO *FACTORING*

Os registros históricos mostram que o comércio de créditos é tão velho quanto à humanidade, conforme aponta Leite (2003, p. 29).

A troca (venda) de mercadorias ou ativos com a finalidade de obter os recursos necessários para o comerciante tocar e girar os seus negócios é tão velha quanto o comércio em si e atividades desta natureza datam daqueles tempos praticadas pelos comerciantes da babilônia para contornar dificuldades encontradas na comercialização de suas mercadorias.

Em 1200 a.C., os fenícios dominaram as atividades comerciais do Mediterrâneo, desenvolvendo na Península Ibérica o seu comércio. Os fenícios criaram centros comerciais conhecidos como *factorias* devido à necessidade de redução do risco de crédito inerente as suas atividades comerciais (LEITE, 2003).

Então, na Roma antiga, surgiu a figura do *factor*, o agente responsável por promover o comércio local, que apresentava informações de crédito sobre outros comerciantes, se tornou um consultor de negócios. Ressalta-se que o substantivo *factor*, de origem latina, significa aquele que faz alguma coisa, que desenvolve ou fomenta uma atividade, portanto o *factor* dos romanos era o agente mercantil (NEGRÃO, 2014).

Em tal época, os *factors*, também chamados de agentes, nada mais eram do que comissários dos vendedores, recebendo dos mesmos mercadorias que se

encarregavam de vender e cobrar o preço, sobre o qual tinham uma comissão (MAMEDE, 2013).

Sobre as origens do *factoring*, afirma Martins (2010 apud MAMEDE, 2013, p. 426):

A origem da faturização ou *factoring* remonta à mais longínqua antiguidade quando, na Grécia e em Roma, comerciantes incumbiam a agentes (*factors*), disseminados por lugares diversos, a guarda e venda de mercadorias de sua propriedade. Posteriormente, o costume se difundiu na Idade Média, principalmente entre os comerciantes dos países mediterrâneos. Depois dos grandes descobrimentos, a instituição de *factors* ou agentes de venda e cobrança de mercadorias teve grande desenvolvimento nos países onde o comércio mais se expandia, tais como a Inglaterra, Holanda, Espanha e França. Com a descoberta e colonização da América, *factor* de comerciantes ingleses passaram a operar nesse país, notando-se que tal modo de comerciar era bastante propício para os países distantes, sobretudo em face das dificuldades dos transportes, de que a instituição dos *factors* foi uma consequência direta.

O uso das funções de um factor era importante para garantir bons negócios, devido à lentidão e dificuldade de comunicações geradas pela distância geográfica, quando então, era necessário suporte para a intermediação dos negócios. Devido a isso, os *factors*, por serem detentores do conhecimento e da tradição creditícia dos comerciantes locais, faziam-se intermediários uteis nas trocas comerciais, desempenhando um papel de essencial importância (LEITE, 2003).

Com o descobrimento de novas terras e evolução da sociedade, os *factors* continuaram em atividade, sobretudo com a colonização dos Estados Unidos, onde o serviço dos *factors* foi utilizado para expandir vendas (NADER, 2013).

Desse modo, com o correr dos tempos, principalmente em virtude da disseminação do *factoring* nos Estados Unidos, passaram os *factors* a encarregar a terceiros, o recebimento, a guarda e venda das mercadorias, ficando eles apenas com o encargo do recebimento das vendas, antecipando, entretanto, aos vendedores o valor das mesmas, deduzida uma comissão que era a remuneração do factor. O ramo principal em que operavam era o de produtos têxteis, em maior escala produzidos pela Inglaterra; mas, em quantidade reduzida, operavam também sobre a venda de outros produtos, como o trigo (NADER, 2013).

Com isso, surgiu o sentido moderno do *factoring*, o seja, com a venda dos créditos oriundos da venda dos bens, pelos produtores ou fornecedores, os *factors* adquiriam o direito de cobrá-los, como seus legítimos proprietários. “O *factor*, que no

seu sentido primitivo prestava serviços de comercialização, distribuição e administração, agregou a função de fornecedor de recursos” (LEITE, 2003, p. 31)

De acordo com Donini (2005, p. 30):

Evoluiu, desse modo, o *factoring* de um simples contrato de comissão para constituir um contrato em que o factor assume a posição de financiador dos empresários, adquirindo os seus créditos, mediante o pagamento dos mesmos em épocas aprazadas, mas, em regra, antes do vencimento. Uma abundante legislação foi posta em prática na Inglaterra e nos Estados Unidos, regulando as atividades dos factors; o mais antigo factor's Act da Inglaterra é de 1823. Nos Estados Unidos, vários Estados baixaram leis especiais a respeito.

Hoje, a atividade do *factoring* é reconhecida em mais de 50 países, sendo o Brasil um deles, onde se encontra legislação para suas operações.

### 2.3 FACTORING NO BRASIL

Por muito tempo, a expressão de *factoring*, no Brasil, era inteiramente desconhecida. Tinha-se a ideia de se tratar de uma forma de capital de giro e serviços. Segundo Markusons (1997), o *factoring* no Brasil passou a desenvolver-se com mais intensidade a partir de 1992, com o surgimento da Associação Nacional de *Factoring* – ANFAC, regendo assim uma atividade auto regulamentada no Brasil, dispondo de normas disciplinadoras do instituto.

A definição legal da atividade de *factoring* consta do art. 1, do projeto de lei nº 230, de 1995, que regulamenta essa atividade no Brasil.

Entende-se por fomento mercantil, para os efeitos desta lei, a prestação contínua e cumulativa de serviços de assessoria creditícia, mercadológica, de gestão de crédito, de seleção de riscos, de acompanhamento de contas a receber e a pagar e outros serviços, conjugada com a aquisição pro labore de créditos de empresas resultantes de suas vendas mercantis, a prazo, ou de prestação de serviços (BRASIL, 1995).

“Através da Circular nº 1359, de 30/09/88, o Banco Central do Brasil liberou o *factoring*, com a condição de que não fosse praticada nenhuma operação privativa das instituições financeiras” (MARKUSONS, 1997,p. 41).

A introdução do *factoring* no Brasil é preconizada como um meio de atender às pequenas e médias empresas, na obtenção de capital de giro, sem as

dificuldades geralmente observadas no desconto bancário, muitas vezes de difícil acesso aos “pequenos comerciantes.” (DONINI, 2005).

Dessa forma, em todo o mundo, o *factoring* é uma crescente fonte de financiamento externo para as pequenas e médias empresas, pois um desafio para muitas dessas empresas é o acesso ao financiamento. Assim, as vantagens da relação com as empresas de fomento para os empresários-clientes são inúmeras, pois os serviços oferecidos vão além da aquisição de títulos e, dessa forma, estes poderão se concentrar em aspectos mais importantes de sua atividade, como a procura por mais clientes, mas é importante destacar que os benefícios do fomento vão além dos benefícios para as empresas envolvidas, pois as empresas de fomento incentivam o crescimento econômico de seus clientes e de forma indireta de outras empresas (ANFAC, 2010).

#### 2.4 CARACTERIZAÇÃO DAS EMPRESAS DE *FACTORING*

A função da *factoring* é a compra de títulos, mediante o pagamento à vista recebendo uma remuneração por tal operação, ou uma prestação de serviços, gerando benefícios ao cliente. Segundo Leite (2003), os benefícios são maior concentração em suas atividades de produção, segurança no recebimento de suas vendas, entre outros.

Desse modo, a operação é triangular, envolvendo o cliente do faturizado, que, por sua vez, é cliente do faturizador. Usam-se, ainda, outros termos para os sujeitos dessa relação: devedor, vendedor e empresa de *factoring* ou, ainda, sacado, faturizado e factor. No entanto, de forma usual, são as seguintes as expressões utilizadas no *factoring*: (a) devedor, para o comprador ou utilizador de serviços objeto da relação subjacente que dá origem ao saque ou emissão do crédito cedido no contrato de faturização; (b) faturizado, para o vendedor ou prestador de serviços na relação subjacente; (c) factor, faturizador ou empresa de fomento para a empresa especializada que adquire os créditos do faturizado e lhe presta os serviços administrativos especializados (NEGRÃO, 2014).

O contrato se faz entre o faturizador e o faturizado ou vendedor, sendo necessário o comprador apenas porque são os créditos que o vendedor tem contra ele que vão ser cedidos ao faturizador. Tanto faturizador como vendedor devem ser

empresários, por isso, o contrato de faturização é de natureza empresarial (MAMEDE, 2013).

Como o risco do adimplemento corre por conta do faturizador, este seleciona os títulos da cessão, levando em consideração a solvência e o bom nome dos devedores. A transferência se opera mediante endosso, devendo o cedente comunicar, logo, ao devedor, o nome do novo titular do crédito, para efeito do pagamento futuro (NADER, 2013).

Outro aspecto relativo ao *factoring* é a diferença entre estas empresas e os empreendimentos bancários, conforme se pode observar no quadro 1.

Quadro 1 – Diferenças entre instituições bancárias e *factorings*

<b>BANCO</b>	<b>FACTORING</b>
Capta recursos e empresta dinheiro. Faz intermediação.	Não capta recursos. Presta serviços e compra créditos.
Aceita depósito.	Não aceita depósito.
Exige garantias.	Não exige garantias.
Empresta dinheiro que é antecipado ou adiantado. Os títulos são cedidos <i>pro-solvendo</i> , havendo direito de regresso do faturizador contra o faturizado.	Coloca à disposição do cliente uma gama de serviços não creditícios.
Cobra juros – (remuneração pelo uso do dinheiro mutuado durante determinado prazo).	Mediante preço certo, ajustado com o cliente, compra à vista créditos gerados pelas vendas. Pro soluto
Existe <i>spread</i> – Margem entre o custo de captação e o preço de financiamento.	Na formação do preço são ponderados todos os itens de custeio de uma empresa de <i>factoring</i> .
É instituição financeira autorizada a funcionar pelo BC (Lei nº 4.595).	Não desempenha atividade financeira, mas sim atividade mercantil mista atípica. É cliente do Sistema Financeiro.
Poderá socorrer-se da linha de redescontos do BC.	Não tem acesso a redesconto, uma vez não ser instituição financeira.
Desconta títulos e faz financiamentos.	Não desconta, mas compra títulos de crédito ou direitos creditórios.
Em caso de inadimplemento do título descontado, há direito de regresso (“reembolso”).	Em caso de inadimplemento do sacado, não pode cobrar do faturizado.
O cliente é seu devedor	O cliente não é seu devedor

Fonte: Leite (2003).

Dentro deste contexto, a utilidade da faturização destaca-se porque é ela destinada, principalmente, às pequenas e médias empresas, em que as dificuldades de capital de giro muitas vezes são prementes. Distanciando-se do desconto bancário principalmente no fato de não ter o faturizador ação regressiva contra o faturizado, assumindo aquele os riscos da não liquidação dos débitos, essa vantagem suplanta a desvantagem de ser, na faturização, a comissão do faturizador, em regra, superior à taxa do desconto bancário. Aplicada com o devido critério, a faturização pode ser um remédio, eficiente para suprir a falta de capital de giro de empresas em formação que não contam, por isso, com numerário suficiente para expandir-se (DONINI, 2005).

## 2.5 CONCEITO E ESPÉCIES DE *FACTORING*

Ao efetuar vendas, as empresas emitem duplicatas, geralmente para pagamento a prazo. A necessidade de obter, antecipadamente, os respectivos créditos, levam-nas a celebrar o contrato de *factoring*, transferindo os títulos para empresa especializada, que lhes paga adiantadamente o valor correspondente ao quantitativo das duplicatas ou de outros documentos, descontando o importe de sua comissão (NADER, 2013).

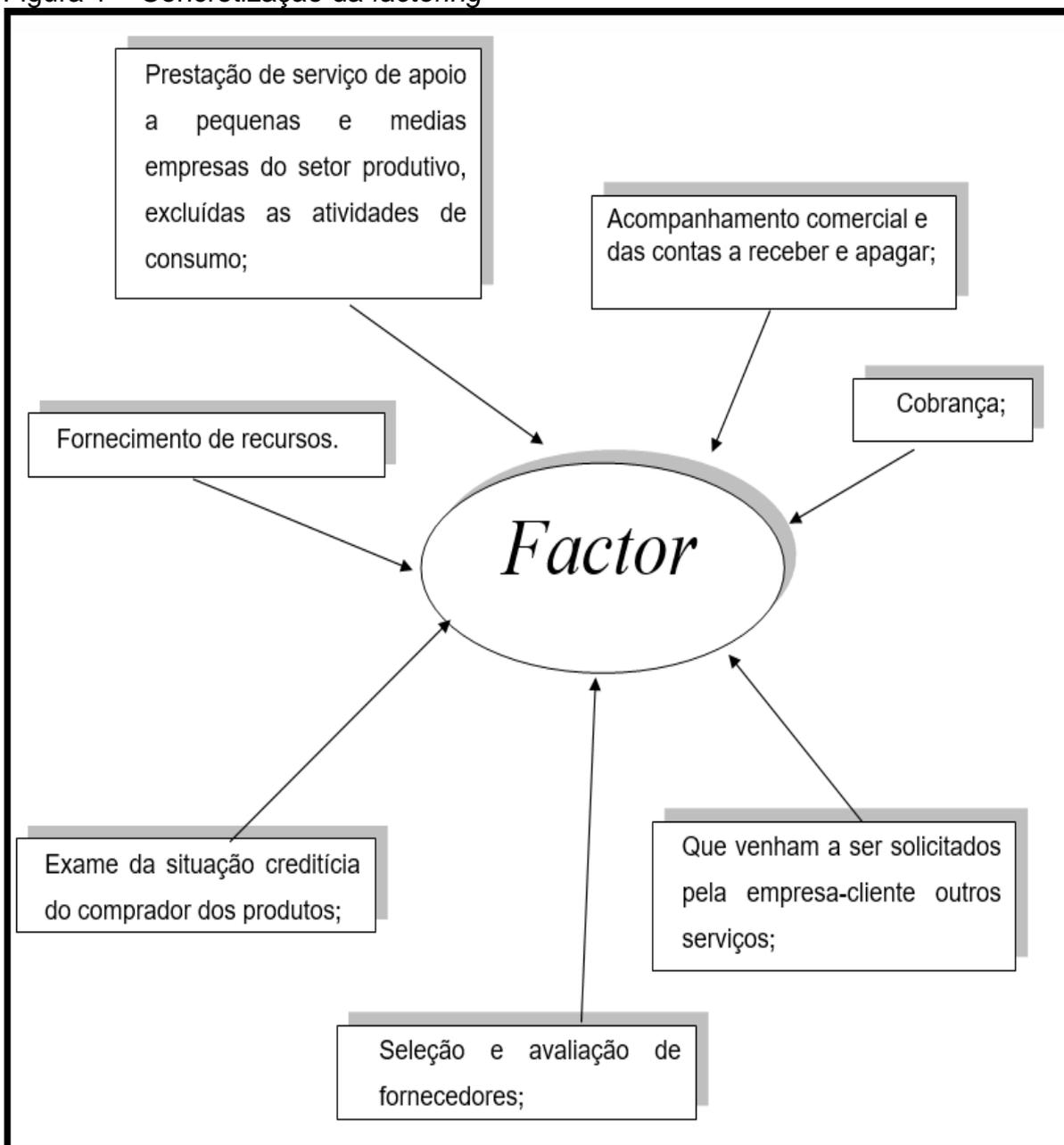
Faturização ou *factoring* é a operação em que um empresário cede a outro os créditos, na totalidade ou em parte, de suas vendas a terceiros, recebendo o primeiro do segundo o montante desses créditos, mediante o pagamento de uma remuneração (MAMEDE, 2013).

É a prestação contínua de serviços de alavancagem mercadológica, de avalizado de fornecedores, cliente e sacados, de acompanhamento de contas a receber e de outros serviços, conjugada com a aquisição de créditos de empresas resultantes de suas vendas mercantis ou de prestação de serviços, realizadas a prazo (LEITE, 2003, p. 32).

Mesmo que o volume expressivo de cessões de créditos decorra de operações envolvendo venda mercantil, o *factoring* pode abranger prestação de serviços e outras atividades econômicas, tais como negócios imobiliários e os decorrentes de agronegócios. Mas é indispensável que a operação se destine ao fomento, isto é, ao incremento de uma atividade econômica (NEGRÃO, 2014).

Contudo, efetivamente só se concretiza o *factoring* (*Factor*), se ocorrer a combinação que inclua pelo menos dois dos seguintes serviços, resumidos na figura 1 a seguir.

Figura 1 – Concretização da *factoring*



Fonte: Adaptado de Narder (2013).

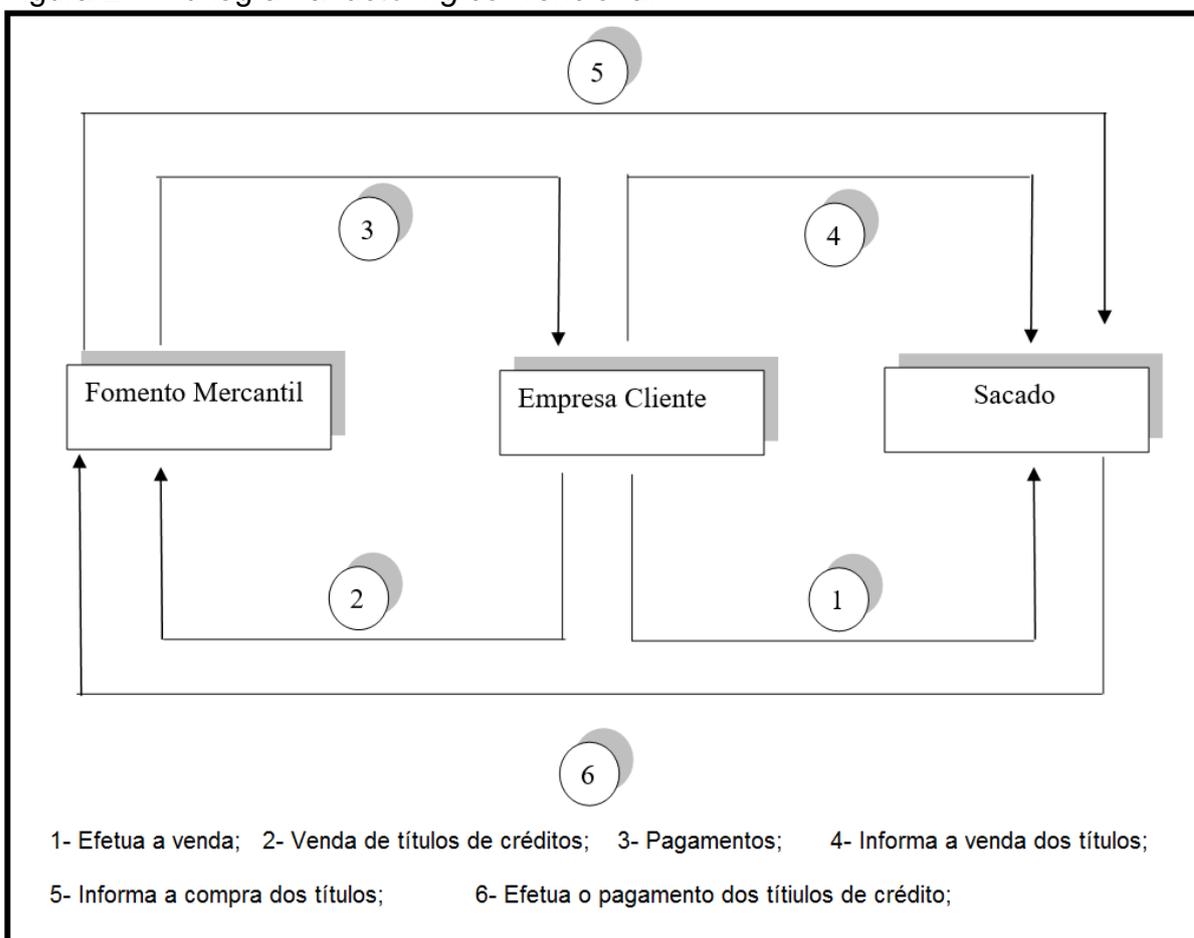
Dentro do contexto de uma ampla gama de serviços oferecidos, no Brasil, existem cinco tipos de modalidades de *factoring*, que são divididas conforme o setor de atuação e a função da empresa-cliente: o *factoring* convencional, compra de matéria-prima, *trustee*, *maturity* e *factoring* exportação.

### 2.5.1 Factoring convencional

Atua basicamente prestando serviços de forma conjunta, adquirindo direitos creditícios originados das vendas efetuadas a prazo pela empresa-cliente. Esta é a modalidade mais conhecida e praticada no Brasil. Geralmente, a contraprestação, a título de comissão *ad valorem* gira em torno de 0,5% a 3% sobre o título (LEITE, 2005).

Na figura 2, demonstra de forma gráfica como ocorre a modalidade de fomento convencional.

Figura 2 – Fluxograma *factoring* convencional



Fonte: adaptado de Maso (2004).

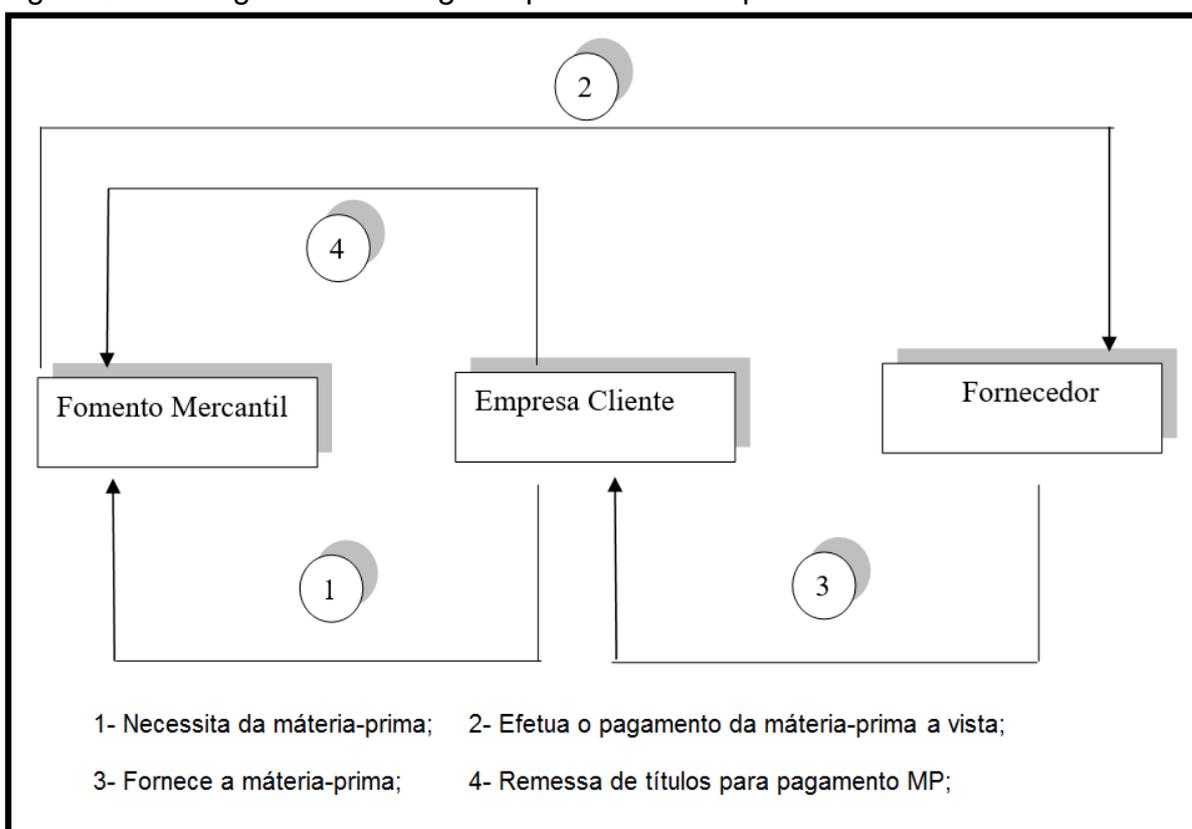
Sendo a modalidade com maior procura, pois tem sua operação resumida na compra e venda de créditos, resolvendo as necessidades dos clientes de forma direta.

### 2.5.2 Compra de matéria prima

Nesta formatação, a *factoring* fomenta a compra de matéria prima, estoques e insumos para serem utilizados no processo produtivo da empresa-cliente. De forma geral, o pagamento à organização de fomento mercantil provém do faturamento registrado pela transformação desses insumos em produtos, bens ou serviços (LEITE, 2005).

Na figura 3, demonstra de forma gráfica como ocorre a modalidade de compra de matéria prima.

Figura 3 – Fluxograma *factoring* compra de matéria prima



Fonte: adaptado de Maso (2004).

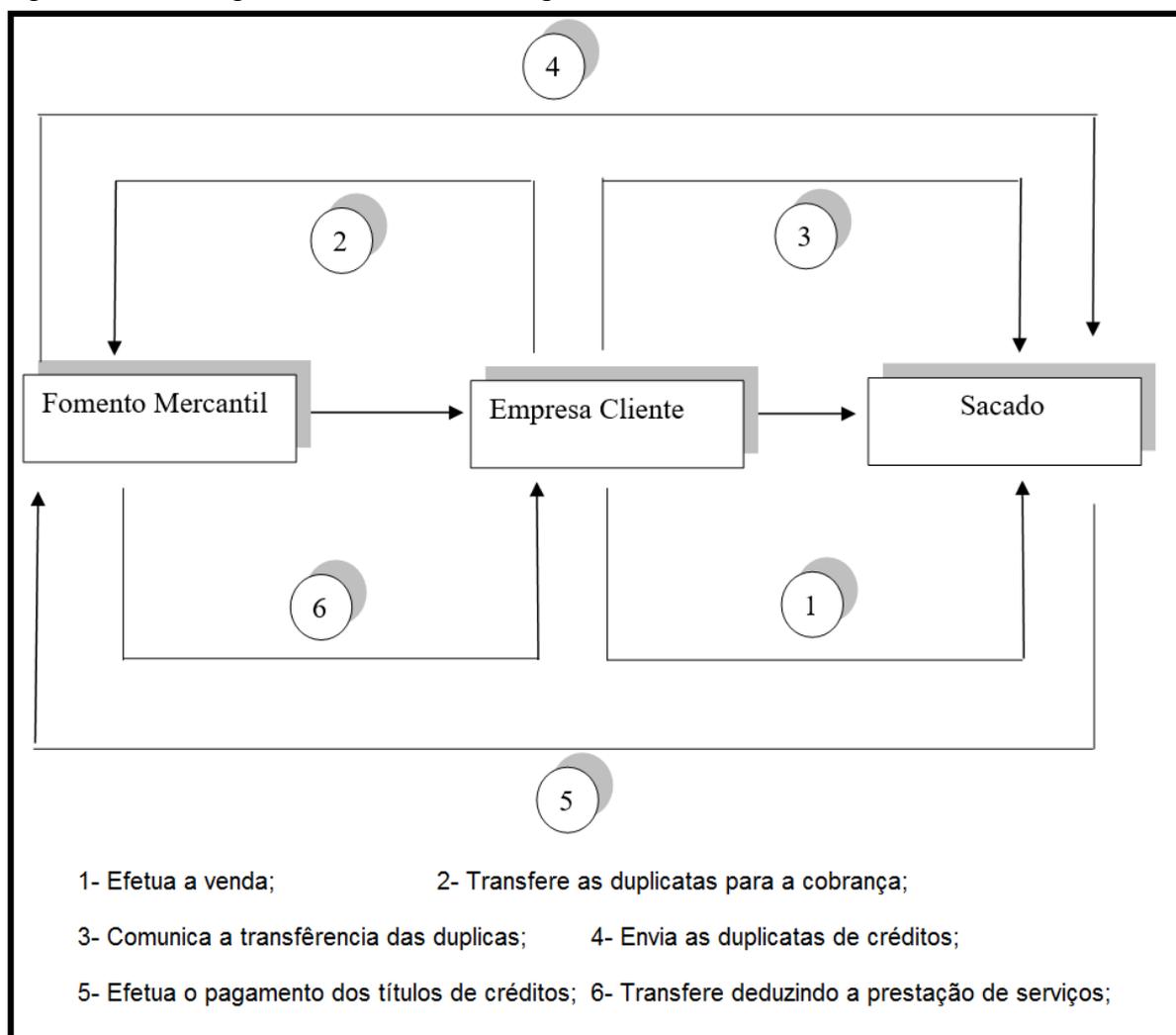
Sendo um método antigo de *factoring* onde o contratante adquire direto a matéria prima para seu cliente, fazendo com que empresas sem créditos, ou com dificuldades de capital de giro consigam comprar insumos e garantir suas operações.

### 2.5.3 *Trustee factoring*

A palavra inglesa *trustee* tem o significado de confiança. Com base nisso, este tipo de fomento mercantil refere-se à prestação de serviços no setor de tesouraria, ou seja, passa a ser responsável pela gestão das contas a pagar e receber, a título de prestação de serviços (LEITE, 2005).

Na figura 4, demonstra de forma gráfica como ocorre a modalidade de *trustee factoring*.

Figura 4 – Fluxograma *trustee factoring*



Fonte: adaptado de Maso (2004).

Rizzardo (2000) afirma que neste método é criado um laço entre a empresa contratada e a contratante, com o interesse convergentes no fomento mercantil. Sendo que a *factoring* cabe controlar e administrar as contas da

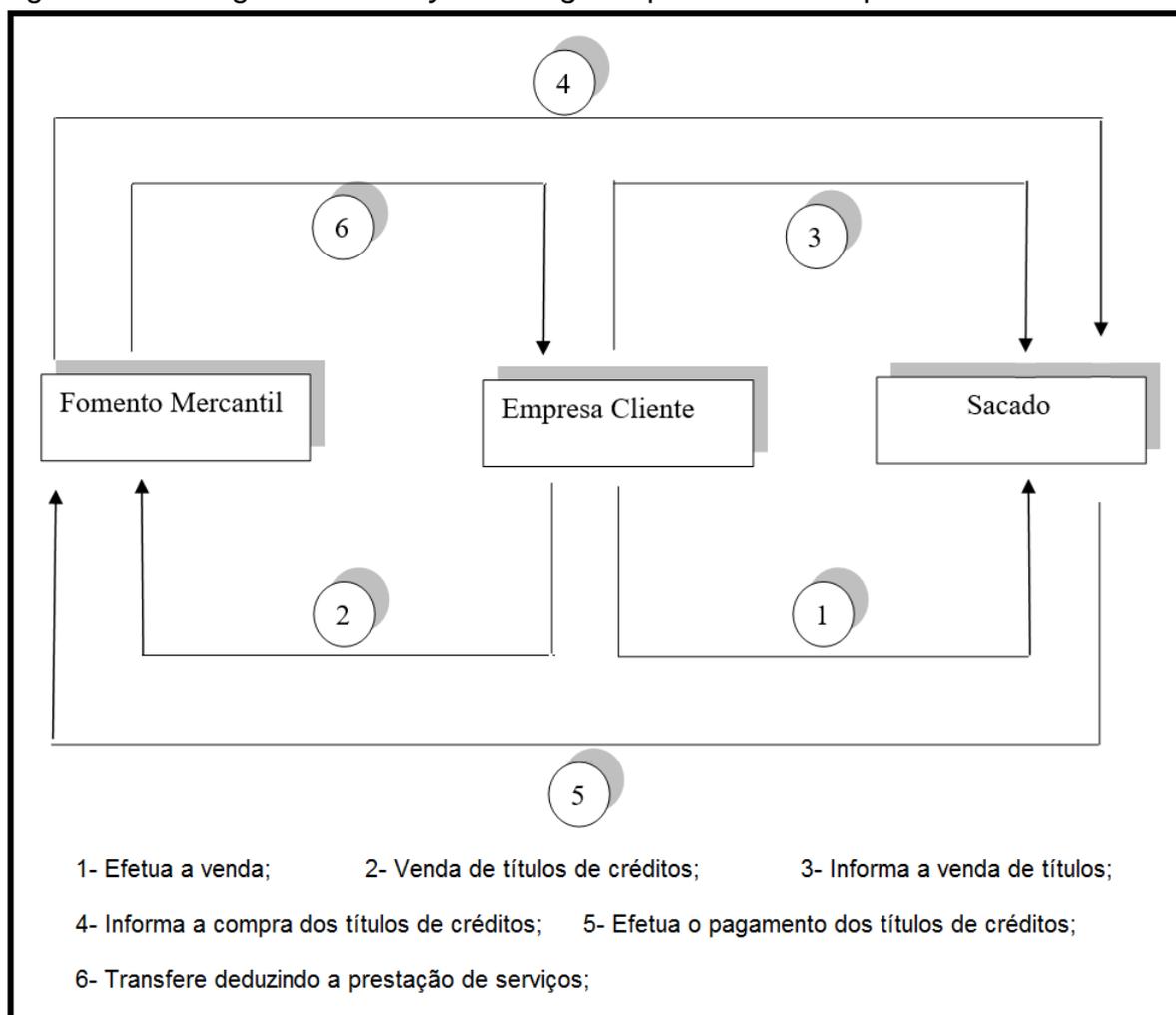
contratante, assessorar na seleção de compradores, planejar a expansão do seu comércio, entre outras funções ligadas à sua administração.

#### 2.5.4 *Maturity factoring*

A palavra *maturity* também de língua inglesa significa vencimento. Dessa forma, nessa modalidade, a empresa de *factoring* apenas adquire os títulos dos clientes e os paga no vencimento, não ocorrendo, portanto, a antecipação de pagamentos. Poucas são as *factorings* que atuam com esta modalidade no Brasil (DONINI, 2005).

Na figura 5, demonstra de forma gráfica como ocorre a modalidade de *maturity factoring*.

Figura 5 – Fluxograma *maturity factoring* compra de matéria prima



Fonte: adaptado de Maso (2004).

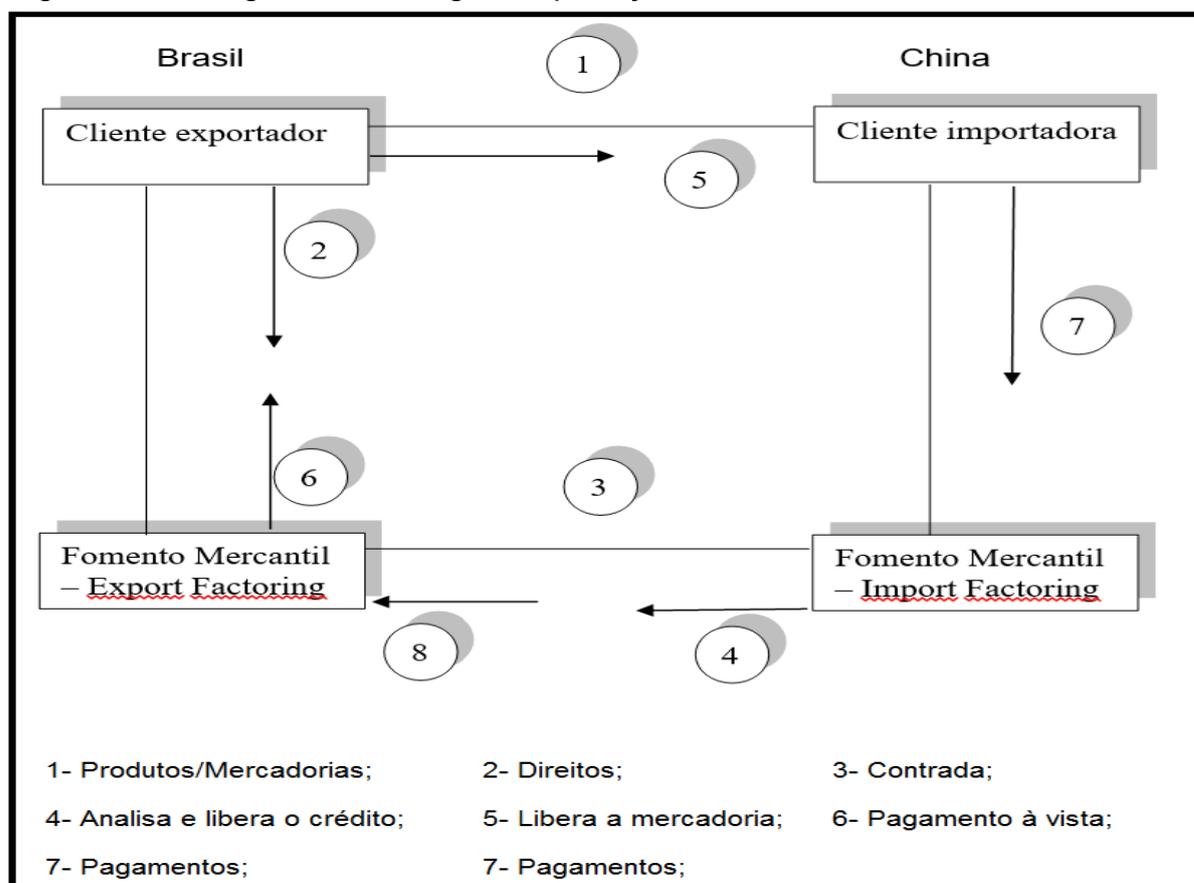
Segundo Rizzardo (2000) neste tipo de *factoring* a grande desvantagem é o seu risco de não recebimento.

### 2.5.5 Factoring exportação

Também denominada *factoring* internacional, atua apenas direcionada ao comércio exterior. Nesta modalidade, a empresa de fomento comercial efetua atividades de importação, exportação e garantia, nos casos em que adquire os créditos. Além disso, o *factoring* exportação também efetua serviços convencionais, conjugados ou separados, tais como análises e controle do mercado, a cobrança dos créditos a receber, gerenciamento dos créditos e administração de vendas (LEITE, 2003).

Na figura 6, demonstra de forma gráfica como ocorre a modalidade de *factoring* exportação.

Figura 6 – Fluxograma *factoring* de exportação



Leite (2007) afirma que este modelo de *factoring* é destinado apenas para o mercado internacional, pois empresas de pequena e médio porte podem se utilizar de seus serviços para exportar, sendo que em muitos casos não existe este tipo de serviço não conseguiriam realizar tais vendas.

## 2.6 BALIZAMENTO LEGAL

O balizamento legal e suas premissas podem ser compreendidos melhor analisando o quadro 2 a baixo.

Quadro 2 – Premissas e balizamentos do fomento.

Premissa x Balizamento	Descrição	Autor
Premissas do fomento.	<p>a) Não se utilizar de mecanismos de intermediação de recursos no mercado privativo das instituições financeiras autorizadas a funcionar pelo banco central (não fazer captação de recursos);</p> <p>b) Comprar créditos oriundos de transações mercantis; e</p> <p>c) Só operar com pessoas jurídicas.</p> <p>Conforme LEITE, estes são as leis, decretos, resoluções e circulares que dão o balizamento legal para o <i>factoring</i> no brasil.</p>	LEITE (2003)
Balizamento do fomento.	<p>Baixo estão listados todas as leis, decretos, resoluções e circulares que dão o balizamento legal para o <i>factoring</i> no brasil.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arts. 1.216 a 1.236 do código civil</li> <li>• Arts. 191 a 220 do código Comercial</li> <li>• Art. 28, alínea c-4 da lei nº 8.981/95</li> <li>• Art.15 da Lei nº 9.249/95</li> <li>• Art 58 da Lei nº 9.430/96</li> <li>• Art 58 da Lei nº 9.532/97</li> <li>• Circular nº 1.359/88, do Banco central do Brasil</li> <li>• Resolução nº 2.144/95, do conselho monetário nacional</li> <li>• Art 1.065 a 1.079 do código civil</li> <li>• Lei nº 5.474/68</li> <li>• Decreto nº 167/67</li> <li>• Decreto nº 57.663/96</li> <li>• Ato declaratório nº 51-94, da secretaria da receita federal</li> <li>• Circular <sup>a</sup> 2.715/96, do banco central do brasil.</li> </ul>	LEITE (2003)

Fonte: Adaptado de Leite (2003).

Leite (2003) fala que a atividade de fomento mercantil se caracteriza pela prestação de serviços/compra de créditos mercantis. Ou seja, nas operações entre a empresa contratada e a empresa contratante, é necessário que ocorra, de forma contínua, a negociação de créditos decorrentes das vendas ou serviços prestados pela empresa contratante.

## 2.7 REGIME TRIBUTÁRIO

As *factorings* e demais instituições financeiras operam no regime do Lucro real. Segundo a ANFAC, a lei nº. 9430/96, as empresas de fomento mercantil estão obrigadas a apurar o resultado líquido do exercício pelo regime do Regime de Lucro Real.

Conforme o Decreto-lei nº 1.598 de 1977, o lucro real é o lucro líquido do exercício ajustado pelas adições, exclusões ou compensações prescritas ou autorizadas pela legislação tributária (BRASIL, 1977).

Desse modo, as *factorings* são obrigatoriamente enquadradas no Lucro Real, como regime de tributação federal, podendo ele ser apurado trimestral ou anualmente. Esta forma de tributação determina que no âmbito federal as empresas tenham de calcular e transferir para os cofres públicos os seguintes impostos em sua operação: IRPJ, CSLL, Adicional de IR, PIS e COFINS, dentre outros (ALMEIDA, 2012).

## 2.8 IMPOSTOS, TRIBUTOS E CONTRIBUIÇÕES

As operações de *factoring* são tributadas pelos seguintes impostos, demonstrados no quadro 3:

Quadro 3 – Premissas e balizamentos do fomento.

<b>COMPETÊNCIA</b>	<b>IMPOSTOS TRIBUTOS E CONTRIBUIÇÕES</b>
União	IRPJ; CSLL; IOF; PIS; COFINS;
Estadual	Não se aplicam;
Municipal	ISS;

Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Estes tributos e contribuições são de competência da união e da prefeitura municipal onde as empresas de fomento mercantil exercem suas atividades, sendo que os impostos estaduais não se aplicam para a operação de fomento.

### **2.8.1 IOF**

IOF é a sigla de Imposto sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguros, e é um imposto federal. Seu fato gerador é qualquer tipo de operações de crédito, câmbio, seguro e qualquer outra espécie de operações relacionadas a títulos e valores mobiliários (CHAGAS, 2014).

A pessoa física ou jurídica que alienar, à empresa de fomento mercantil, direitos creditórios resultantes de vendas a prazo, sujeita-se à incidência do imposto sobre operações de crédito, câmbio e seguro ou relativas a títulos e valores mobiliários - IOF às mesmas alíquotas aplicáveis às operações de financiamento e empréstimo praticadas pelas instituições financeiras. Importante observar que embora o contribuinte seja a cessionária, cabe a empresa de fomento mercantil reter o imposto e efetivar o recolhimento aos cofres do Tesouro Nacional, sob pena de assumir o ônus tributário (COELHO, 2015).

O IOF incidirá no período compreendido entre a data da ocorrência do fato gerador e a data do vencimento de cada parcela do direito creditório alienado à empresa de *factoring*. A base de cálculo é o valor líquido entregue ou colocado à disposição do alienante (CHAGAS, 2014).

### **2.8.2 PIS/Cofins.**

As *factorings* estão sujeitas ao regime não cumulativo para contribuição do PIS (Programa de Integração Social) e COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social).

Conforme Santos (2007, p. 41):

Estão sujeitas à Cofins e à contribuição para o PIS/Pasep na modalidade não-cumulativa as pessoas jurídicas de direito privado e as que lhe são equiparadas pela legislação do Imposto de Renda, tributadas com base no

lucro real, com algumas exceções, entre elas, as instituições financeiras e, também, os contribuintes em relação a algumas receitas expressas na Lei.

No regime não cumulativo admite-se o direito de crédito relativo à entrada de mercadorias, bens e serviços no estabelecimento do contribuinte, além de permitir o desconto de créditos apurados com base em custos, despesas e encargos da pessoa jurídica (COELHO, 2015).

A base de cálculo do PIS/PASEP e da COFINS é a somatória das receitas obtidas pela pessoa jurídica, independentemente da classificação contábil, com as devidas exclusões admitidas pela legislação (SANTOS, 2007).

Vale ressaltar que pelo regime não cumulativo as receitas financeiras obtidas pela pessoa jurídica ficam reduzidas à alíquota zero de PIS/PASEP e COFINS, contudo essa redução não se aplica às receitas de juros sobre capital próprio. (SANTOS, 2007).

O valor das contribuições, PIS/PASEP e COFINS, é definido ao final de cada mês aplicando sobre a base de cálculo a taxa de 1,65% para o PIS e 7,6% para COFINS (RIBEIRO, 2005).

### 2.8.3 ISS

O ISS - Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza é um tributo de competência dos municípios e do Distrito Federal. Tem como fato gerador a prestação de serviços e o contribuinte é o próprio prestador do serviço (COELHO, 2015).

O ISS considera o imposto devido ao serviço no local do estabelecimento prestador ou, na falta do estabelecimento, no local do domicílio do prestador. A alíquota mínima é de 2% (dois por cento) e a máxima é de 5% (OLIVEIRA, 2011).

Ainda em relação aos tributos incidentes nas operações, o artigo 14 da Lei 9.718/1998, as empresas de *factorings* estão obrigadas a apurar o IRPJ e o CSLL conforme a apuração do Lucro Real.

Além disso, existe a incidência de imposto municipal sobre os serviços prestados (ISS) pelas *factorings*. Alguns itens da lista de serviços anexa a Lei complementar nº 56/87, além do item que fala em agenciamento de *factoring*, respaldam a incidência do ISS, a saber os itens 22,23,24 e 25. Contudo, mesmo

sem eles, haveria serviço no *factoring* à disposição evidentemente, é o valor dos serviços, excluídas a parcela referente ao diferencial entre a compra do faturamento e sua realização pelo factor (LEITE, 2003).

#### **2.8.4 IRPJ/ CSLL**

O imposto de renda das pessoas jurídicas surge com a incidência do fato gerador, ou seja, os resultados positivos, independentemente do regime de tributação que a empresa adota.

Sobre o lucro real, presumido ou arbitrado ficará sujeita o adicional de alíquota de 10% sobre o valor que ultrapassar R\$ 20.000,00 (vinte mil reais) mês, ou pela multiplicação do valor pela quantidade de meses de apuração (NEVES; VICECONTI, 2007).

Diante disso, na apuração do lucro real anual, com pagamentos mensais, o adicional de alíquota será sobre o valor que exceder a R\$ 240.000,00, já na apuração trimestral sobre o valor que ultrapassar os R\$ 60.000,00. Segundo o portal Sinfac-SP, “A base de cálculo para determinação do imposto de renda corresponderá ao lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, exclusões ou compensações prescritas ou autorizadas pela legislação do imposto de renda (Lucro Real)”.

Neste sentido, a pessoa jurídica que for tributada pelo lucro real poderá apurar trimestralmente ou anualmente, além do IRPJ, a Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido (CSLL).

Segundo o portal Sinfac-SP (2016), em relação ao IRPJ, faz-se necessário ainda verificar a possibilidade da incidência do adicional do imposto de renda, calculado mediante aplicação da alíquota de 10% sobre a parcela do lucro real que exceder o valor resultante da multiplicação de R\$ 20.000,00 pelo número de meses do respectivo período de apuração.

Por outro lado, as *factorings* devem recolher o PIS e COFINS, utilizado como base de cálculo o faturamento total referente a aquisições de direitos creditórios, sendo a alíquota de 1,65% para PIS e de 7,6% para COFINS.

## 2.9 ANFAC

A Associação nacional de Fomento Comercial surgiu em 1982, com o compromisso de unir as empresas e fortifica-las.

O objetivo da ANFAC, dentre outros, é representar suas empresas associadas em todas as esferas – Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário e entidades representativas da sociedade – como também contribuir para o aperfeiçoamento normativo da atividade (ANFAC).

Segundo a ANFAC, com a consolidação do mercado, em 2010 cerca de R\$81 bilhões foram negociadas, por empresas de fomento mercantil, a entidade luta pela aprovação da legislação que consolida o balizamento legal da do fomento mercantil.

Segundo a ANFAC, as *factorings* atuam em vários segmentos na imagem abaixo é possível ver quais foram os segmentos mais impactantes.

Figura 7 – Direcionamento das operações de *factoring* por segmento econômico.

Segmento Econômico	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Metalurgia	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%

Fonte: ANFAC (2010)

A Anfac sempre demonstra a importância das empresas de fomento na economia do país, já que vários setores da economia nacional estão conectados as suas operações, facilitando e mantendo as operações de varias empresas.

## 2.10 COAF

O tráfico de drogas, a violência contra pessoas em situação de vulnerabilidade (incluindo o genocídio e a tortura), a corrupção no Poder Público, a degradação do meio ambiente, o tráfico de bens culturais e o terrorismo são ilustrações de uma espécie de criminalidade cujo combate cobra atenção e colaboração de todos. Trata-se de uma área em que teoria dos direitos fundamentais encontram espaço legítimo de aplicação (SÁNCHEZ, 2010).

O Conselho de Controle de Atividades Financeiras (COAF) é um órgão federal que foi criado em 1998, pela lei nº 9.613, seu principal meio de atuação é combater a lavagem de dinheiro e ao financiamento ao terrorismo.

A lavagem de dinheiro é um processo ou conjunto de atos com a finalidade de conferir aparência de legalidade a bens obtidos por meio de delitos (REZENDE, 2013).

O encobrimento dos bens ilícitos no crime de lavagem de dinheiro tanto pode ser cometido por meio de uma sequência de condutas quanto por apenas uma única conduta. A diferença reside no fato de que a última forma de agir propicia um menor distanciamento da origem ilícita dos bens e, conseqüentemente, uma ocultação ou dissimulação “mais rasa”, sendo a conduta ilegal mais facilmente descoberta pelo Estado; ou seja, quanto maior o número de condutas, afastando o bem de sua origem criminosa, mais robusta será a aparência de legalidade conferida.

Desse modo, pode-se entender que a lavagem de dinheiro consiste na conduta ou condutas voltadas a conferir um aspecto de legalidade a bens de procedência criminosa, mascarando a sua origem ilícita, com o propósito de evitar a localização e apreensão desses bens pelo Estado, bem como a identificação do autor da infração penal antecedente (REZENDE, 2013).

Por outro lado, essa estratégia de prevenção e repressão ao crime é especialmente eficaz em relação ao crime organizado. Pessoas, mesmo líderes, em grupos criminosos organizados podem ser substituídas, às vezes até com ganhos de eficiência. Para desmantelar grupos criminosos organizados, a asfixia econômica, privando-os do produto de sua atividade e das condições de autofinanciarem-se, constitui estratégia mais eficaz da lei (MORO, 2010).

Deve ficar claro que não se trata de estratégias alternativas, ou seja, prisão sem confisco ou confisco sem prisão. Prisão e confisco se complementam, devendo cada criminoso ser punido na medida de sua culpabilidade.

A Lei nº 9.613/98 traz sanções de advertência, multa, inabilitação temporária e cassação de autorização, ou ainda a atuação do COAF quando da comunicação de atividades suspeitas às autoridades competentes (SÁNCHEZ, 2010).

As competências da Receita Federal são definidas nos artigos 14 e 15 da lei nº. 9.613 de 1998:

Receber, examinar e identificar as ocorrências suspeitas de atividades ilícitas;  
Comunicar às autoridades competentes para a instauração dos procedimentos cabíveis nas situações em que o Conselho concluir pela existência, ou fundados indícios, de crimes de “lavagem”, ocultação de bens, direitos e valores, ou de qualquer outro ilícito;  
Coordenar e propor mecanismos de cooperação e de troca de informações que viabilizem ações rápidas e eficientes no combate à ocultação ou dissimulação de bens, direitos e valores;  
Disciplinar e aplicar penas administrativas (BRASIL, 1988).

Conforme o artigo 9 da lei que regulamenta o COAF, existem pessoas obrigadas, segundo o COAF, são aquelas pessoas para as quais a Lei nº 9.613, de 1998, impõe obrigações para a prevenção e combate ao crime de lavagem de dinheiro e financiamento ao terrorismo. As obrigações, estabelecidas pelos artigos 10 e 11 da Lei, referem-se ao dever de identificar clientes, manter registros e comunicar operações financeiras.

Ou seja, o COAF utiliza estas pessoas como forma de informação, obrigando-os a informar qualquer atividade que suspeita de lavagem de dinheiro e financiamento de terrorismo.

Conforme o artigo 12 da lei 9.613 de 1998, as empresas de fomento comercial que deixarem de cumprir suas obrigações legais regulamentadas junto ao COAF ficam sujeitas a:

Advertência;  
Multa pecuniária variável, de um por cento até o dobro do valor da operação, ou até duzentos por cento do lucro obtido ou que presumível seria obtido pela realização da operação, ou, ainda, multa de R\$200.000,00 (duzentos mil reais);

Inabilitação temporária, pelo prazo de dez anos, para o exercício do cargo de administração das pessoas jurídicas;  
 Cassação da autorização para operações ou funcionamento (BRASIL, 1988).

A criminalização dos delitos pelo COAF incrementa as chances de confisco do produto do crime. Se o criminoso utilizar artifícios para ocultá-lo ou dissimulá-lo ficará incurso na pena de novo crime. De forma semelhante, se terceiro participar, conscientemente, de transação envolvendo produto do crime, cometerá o crime de lavagem. O objetivo é isolar o produto do crime, facilitando o confisco (MORO, 2010).

### 2.10.1 Normas do COAF para as *factorings*

O COAF também estabelece algumas normas, estas normas têm por objetivo nortear as operações do fomento, demonstrando como devem ser feitas as operações, mostrando os documentos e ações a serem seguidas para que tenha uma prevenção contra a lavagem de dinheiro, financiamento ao terrorismo entre outras atividades ilícitas. No quadro 4 abaixo, é abordado as três normas do COAF voltadas para as *factorings*, dando um breve resumo de seu objetivo.

Quadro 4 – Resoluções do COAF para as *factorings*.

Resoluções	Objetivos
Nº 15	Dispõe sobre os procedimentos a serem observados pelas pessoas físicas e jurídicas reguladas pelo COAF relativamente a operações ou propostas de operações ligadas ao terrorismo ou seu financiamento.
Nº 16	Dispõe sobre os procedimentos a serem observados pelas pessoas reguladas pelo COAF, relativamente a operações ou propostas de operações realizadas por pessoas politicamente expostas.
Nº 21	Dispõe sobre os procedimentos a serem adotados pelas empresas de fomento comercial. A presente Resolução tem por objetivo estabelecer normas gerais de prevenção à lavagem de dinheiro e ao financiamento do terrorismo.

Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Estas são todas as normas do COAF que regem as operações das empresas de fomento mercantil, visando sempre ações contra a lavagem de dinheiro e contra o financiamento ao terrorismo.

## 2.11 ESTUDOS ANTERIORES

Nos estudos anteriores como o da Arlete Guide Constantino, é possível compreender a importância das empresas de fomento mercantil no mercado atual, onde atua como uma fonte de capital de giro para as empresas, conseguindo antecipar o recebível das empresas.

Anfac (2010) cita que em 2010 havia um portfólio de 141 mil clientes, dos mais variados tamanhos e setores econômicos (vide o quadro direcionamento do *factoring*) demandou os serviços disponibilizados pelas empresas de fomento viabilizando, dessa forma, o seu fluxo de Empresas associadas registram movimento de R\$ 81 bilhões.

Anfac (2010) ainda comenta que além de ser responsável pela geração de caixa de seus clientes, ela ainda garante que as empresas tenham condições de honrar suas despesas trabalhistas, podendo ajudar a sustentar 2,2 milhões de empregos diretos e indiretos.

### 3 METODOLOGIA

Este capítulo busca descrever o método de pesquisa, tem como função essencial dispor os meios e técnicas de pesquisa a fim de se chegar aos objetivos propostos no capítulo anterior.

#### 3.1 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

Do ponto de vista do enquadramento metodológico, o estudo pode ser considerado como sendo uma pesquisa do tipo descritiva.

A pesquisa descritiva refere-se aos estudos que buscam detalhar as variáveis, os eventos ou fenômenos que se vinculam a um determinado problema, sem que haja a interferência do pesquisador nos resultados, como ocorre nas pesquisas do tipo experimental (PINHEIRO, 2010).

A pesquisa qualitativa será de muita importância para o desenvolvimento do trabalho, pois buscaremos entender e explicar a operação e o processo das *factorings*. A abordagem qualitativa da presente pesquisa provém do fato de não requerer a utilização de métodos e técnicas estatísticas para coleta de dados para a apresentação do estudo de caso.

A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. Os pesquisadores que adotam a abordagem qualitativa opõem-se ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais têm sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria. Assim, os pesquisadores qualitativos recusam o modelo positivista aplicado ao estudo da vida social, uma vez que o pesquisador não pode fazer julgamentos nem permitir que seus preconceitos e crenças contaminem a pesquisa (GOLDENBERG, 2007, p. 34).

#### 3.2 PROCEDIMENTOS PARA COLETA E ANÁLISE DE DADOS

Para desenvolver o objeto de estudo, foi necessário estudar e analisar as leis vigentes e suas resoluções, para alcançar o embasamento legal necessário para

elaborar os processos para a implantação de uma *factoring*. Foi também de suma importância compreender e analisar as atividades da *factoring*, para que seja possível demonstrar os procedimentos de forma clara e objetiva.

Quanto aos procedimentos utilizados para que conseguíssemos realizar e alcançar os objetivos propostos foram realizados a pesquisa bibliográfica, e também a pesquisa documental.

Segundo Santos (1999), as pesquisas bibliográficas contêm toda a bibliografia já publicada sobre o assunto, ela pode estar em várias mídias, como jornais, revistas, livros, filmes, pesquisas monográficas entre outras.

Seu objetivo é de que o pesquisador do assunto possa ter contato com todo material disponível do assunto, para assim o tema abordado tenha um material mais rico, já que foram utilizadas várias ferramentas para aquisição de novas informações.

Já a pesquisa documental segundo Gil (2008), é realizada utilizando matérias que não receberam ainda um tratamento analítico sobre o mesmo, ou seja, eles ainda podem ser modificados de acordo com a sua pesquisa.

## 4 ESTUDO DE CASO

Neste capítulo será abordado o processo para a abertura de uma empresa de fomento mercantil, sendo uma *factoring*, onde será descrito quais os passos para abertura e regularização da mesma, demonstrando os documentos necessários para o início de suas atividades.

Também será demonstrado quais são os documentos e a devida diligência para atender a legislação do COAF, mostrando também o passo a passo para que a transação seja aprovada na modalidade convencional.

### 4.1 ABERTURA DA EMPRESA DE FOMENTO

Primeiro passo para a abertura da empresa é verificar se existe algum tipo de restrição para o funcionamento de *factorings* no município. Não havendo nenhum empecilho, é necessário iniciar a elaboração do contrato social junto ao contador da empresa, e então com a aprovação de todos os sócios, o contrato deve ser registrado na junta comercial estadual.

*Factorings* são isentas de cadastro estadual por não ser contribuintes do ICMS, portanto deverá ser feito o registro da empresa no município, dando entrada no alvará de funcionamento, sanitário e de localização. Após a aprovação dos alvarás municipais a empresa estará apta para funcionamento, mas para operar como uma empresa de fomento deverá proceder o seu registro em duas entidades, na ANFAC e no COAF.

Após esses procedimentos a empresa poderá começar suas atividades como uma empresa de fomento comercial, devidamente registrada em todos os órgãos competentes.

#### 4.1.1 Registros legais do fomento

Os documentos descritos no quadro 5 são de suma importância para o norteamento da empresa de forma tributária e legal, já que são os documentos exigidos para o funcionamento da mesma.

Quadro 5 – Documentos exigidos para abertura da empresa

Órgãos	Documentos
Junta Comercial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identidade e CPF dos sócios;</li> <li>- Capa do processo;</li> <li>- Contrato Social;</li> <li>- Ficha de cadastro nacional – FCN;</li> <li>- Taxas de registro (DARF e DARE) com seus respectivos comprovantes;</li> <li>- Consulta de viabilidade REGIN;</li> </ul>
Receita Federal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ficha cadastral da Pessoa Jurídica;</li> <li>- Quadro dos sócios e administradores;</li> <li>- Documento básico de entrada do CNPJ;</li> </ul>
Receita Estadual	Isento de cadastro estadual;
Prefeitura Municipal	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alvara de funcionamento;</li> <li>- Alvara sanitário;</li> <li>- Alvara de localização;</li> </ul>

Fonte: Elaborado pelo autor (2016).

Segundo o artigo 19º, da resolução nº 21, de 20.12.2012, do COAF, as empresas de fomento comercial (*factoring*) deverão cadastrar-se e manter seu cadastro atualizado no COAF, com as seguintes informações:

- a. nome empresarial (razão social);
- b. número de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ;
- c. endereço completo, inclusive eletrônico e telefones; e
- d. identificação do diretor responsável pela observância das normas previstas na presente Resolução.

O cadastramento no COAF é obrigação decorrente de regulamentação e a sua inobservância sujeita aos infratores, no caso empresa de fomento comercial (*factoring*), à penalidades a serem aplicadas pelo referido COAF.

Todos os documentos listados acima são fundamentais para que a empresa possa iniciar suas atividades, devidamente registrada.

### 4.1.2 Registros contábeis

Considerando que o campo operacional das empresas de *factoring* encontra-se delimitado pela prestação de serviços, os mais variados, e pela aquisição de direitos creditórios, procuramos utilizar de contas que reflitam, com clareza, a prestação de serviços, a compra de direitos creditórios e as receitas com o diferencial da compra, não permitindo confundir, pelos registros contábeis, operações de *factoring*, com operações típicas de instituições financeiras, empréstimos e descontos.

Quando ocorre a operação, ou seja, quando a *factoring* compra os direitos de crédito do cliente, é descontado o valor de sua prestação de serviço (fator), no quadro 6 é simulado como ocorre a contabilização de uma duplicata com a face de R\$1.000,00, com o prazo de 30 dias.

Quadro 6 – Contabilização do fomento convencional

Histórico	Debito (R\$)	Crédito (R\$)
Duplicatas a receber	1.000,00	
Fator (4%)		40,00
Receita Prest. Serviços (1% ad. Valorem)		10,00
Emissão de cheque XXX		950,00
Total	1.000,00	1.000,00

Fonte: Adaptado ANFAC (2010).

A *factoring* registra a duplicata pelo valor de face da mesma, ou seja, R\$1.000,00, mas o valor pago ao seu cliente será de R\$ 950,00.

### 4.1.3 Software

O grande desafio que os administradores enfrentam nos dias atuais, é o de prever os problemas e conceber soluções práticas a eles, a fim de realizar os anseios objetivados pela empresa. O administrador necessita estar muito bem informado, pois a informação é a base para toda e qualquer tomada de decisão. Os Sistemas de Informação têm um papel fundamental e cada vez maior em todas as organizações de fomento Mercantil (*factoring*).

Explica a ANFAC (2010) que, as tomadas de decisões precisam ser rápidas, como num “clique” e, por isso, as ferramentas devem permitir uma visão das atividades da empresa em tempo real. A *factoring*, por sua natureza, caracteriza-se por um alto nível de dependência de TI, nesse panorama, a agilidade na concessão do crédito e demais rotinas operacionais são fundamentais para a sobrevivência competitiva.

Os *softwares* voltados para o fomento mercantil têm ajudado empresas a antecipar-se às fraudes, a partir do uso de ferramentas gerenciais, utilizando bancos de dados externos e o próprio banco de dados da empresa de fomento. Ao longo prazo existe o retorno do investimento feito em *software*, além de gerar uma maior segurança e qualidade de gestão na empresa.

#### 4.2 CADASTRO DE CLIENTES

A empresa deve apresentar aos seus clientes a listagem dos documentos necessários para que seja efetuado o cadastro do mesmo junto a *factoring*, esses documentos quando recebidos, devem ser conferidos, cadastrados no sistema e encaminhados para que sejam arquivados.

Segundo a resolução nº 21 do COAF o cadastro das empresas contratantes (empresa cliente) deverá conter, no mínimo:

Quadro 7 – Classificação do cliente

Classificação do Cliente	Descrição
Clientes classificados na categoria de risco mais baixa	a) razão social e nome de fantasia; b) Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica - CNPJ; c) identificação dos beneficiários finais ou o registro das medidas adotadas com o objetivo de identificá-los, nos termos do art. 10, bem como seu enquadramento em qualquer das condições previstas nos incisos I, II e III do art. 1º da Resolução COAF nº 15, de 28.3.2007 ou na condição de pessoa politicamente exposta, nos termos da Resolução COAF nº 16, de 28.3.2007; d) data de constituição; e) endereço; número de telefone;

Continua...

## Conclusão.

<p><b>Clientes classificados na categoria de risco mais baixa</b></p>	<p>f) atividade(s) principal(is) desenvolvida(s);</p> <p>g) valor do faturamento em cada um dos últimos três anos;</p> <p>h) registro da análise que determinou a categorização de risco do cliente, nos termos do art. 4º;</p> <p>i) as seguintes informações sobre todos os sócios, representantes e procuradores, exceto no caso das sociedades anônimas de capital aberto, cujas informações deverão alcançar os controladores, presidente e dirigentes autorizados a praticar atos de gestão que onerem o patrimônio:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. nome completo;</li> <li>2. número de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF;</li> <li>3. endereço residencial e comercial, inclusive eletrônico;</li> <li>4. número(s) de telefone fixo(s) e móvel(is);</li> <li>5. enquadramento em qualquer das condições previstas nos incisos I, II e III do art. 1º da Resolução COAF nº 15, de 28.3.2007; e</li> <li>6. enquadramento na condição de pessoa politicamente exposta, nos termos da Resolução COAF nº 16, de 28.03.2007;</li> </ol> <p>j) registro do propósito e da natureza da relação de negócio;</p> <p>k) data do cadastro e, quando for o caso, de suas atualizações; e</p> <p>l) as correspondências impressas e eletrônicas que disponham sobre a realização de operações; ou</p>
<p><b>Clientes classificados na categoria de risco mais elevada</b></p>	<p>a) todas as informações previstas no inciso I do art. 1º da Resolução COAF nº 15, de 28.3.2007;</p> <p>b) cópia do contrato social e alterações;</p> <p>c) cópia do cartão de inscrição no CNPJ;</p> <p>d) relatório de visita contendo informações sobre:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. faturamento do último semestre civil, quando se tratar de micro ou pequena empresa, ou demonstrações contábeis atualizadas, para as demais; e</li> <li>2. compatibilidade das instalações, quantidade de empregados, capacidade de geração de recebíveis e estoques com o faturamento; e</li> </ol> <p>e) cópias dos seguintes documentos sobre todos os sócios, representantes e procuradores, exceto no caso das sociedades anônimas de capital aberto, cujas informações deverão alcançar os controladores, presidente e dirigentes autorizados a praticar atos de gestão que onerem o patrimônio:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. documento de identificação; e</li> <li>2. comprovante de inscrição no Cadastro de Pessoas Físicas – CPF.</li> </ol>

Fonte: adaptado do COAF (2012).

Esses são os documentos exigidos pelo COAF para que seja efetuado o cadastro da empresa cliente, ao receber todos esses documentos o colaborador responsável pela análise deve confirmar se estão todos devidamente corretos, podendo pedir mais documentos para provar a fidedignidade dos mesmos.

O cadastro do cliente deve contemplar no mínimo as informações requeridas no artigo nº 4 da resolução nº 21 do COAF. O cadastro é realizado pelo setor comercial já que o mesmo detém as informações necessárias ao seu preenchimento. Assim o cadastro é preenchido como o modelo a seguir nas fichas 01- Informação Cadastral – Pessoa Jurídica, Ficha de Informação Cadastral – Pessoas Física, Ficha de Assinatura – Pessoa Física e Reconhecimentos de Pessoa Politicamente Exposta.

Figura 8 – Informação cadastral – Pessoa Jurídica

<b>Ficha nº: 01</b>		<b>FL 01 - FICHA DE INFORMAÇÃO CADASTRAL - PESSOA JURÍDICA</b>	
<b>EMPRESA CLIENTE</b>			
<b>Empresa:</b>			
<b>Núm. cadastro:</b>		<b>Código Sistema:</b>	
<b>IDENTIFICAÇÃO</b>			
<b>Razão Social:</b>			
<b>Nome Fantasia:</b>		<b>CNPJ:</b>	
<b>Insc. Est.:</b>		<b>NIRE:</b>	
<b>ENDEREÇO</b>			
<b>Logradouro:</b>		<b>Nº.:</b>	
<b>Complemento:</b>		<b>Bairro:</b>	
<b>Cidade:</b>		<b>Estado:</b>	
		<b>CEP:</b>	
<b>CONTATO</b>			
<b>E-mail:</b>		<b>Fone:</b>	
<b>Site:</b>		<b>Fone:</b>	
		<b>FAX:</b>	
<b>OUTRAS INFORMAÇÕES</b>			
<b>Ramo de Atividade:</b>			
<b>Data de Fundação:</b>			
<b>Número de Filiais:</b>			
<b>Natureza Jurídica:</b>			
<b>Regime Tributário:</b>			
<b>QUADRO SOCIETÁRIO</b>			
<b>Pessoa</b>	<b>CNPJ/CPF</b>	<b>Participação(%)</b>	
<hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <b>Assinatura do Responsável Legal</b>			

Figura 9 – Informação cadastral – Pessoa Física – Pagina nº 1

<b>Ficha nº:</b> <b>02</b>		<b>FL 02 - FICHA DE INFORMAÇÃO CADASTRAL - PESSOA FÍSICA</b>	
<b>EMPRESA CLIENTE</b>			
<b>Empresa:</b>			
<b>Núm. cadastro:</b>		<b>Código Sistema:</b>	
<b>IDENTIFICAÇÃO</b>			
<b>Nome:</b>			
<b>CPF:</b>	<b>Nacionalidade:</b>	<b>Naturalidade:</b>	
<b>Data de nascimento:</b>	<b>RG:</b>	<b>Orgão expedidor:</b>	
<b>Sexo:</b>			
<b>ENDEREÇO</b>			
<b>Logradouro:</b>			<b>Nº.:</b>
<b>Complemento:</b>		<b>Bairro:</b>	
<b>Cidade:</b>	<b>Estado:</b>	<b>CEP:</b>	
<b>CONTATO</b>			
<b>E-mail:</b>		<b>Fone:</b>	<b>Fone:</b>
<b>Site:</b>	<b>Cel.:</b>	<b>FAX:</b>	
<b>OUTRAS INFORMAÇÕES</b>			
<b>Estado civil:</b>			
<b>Regime comunhão:</b>			
<b>Nome cônjuge:</b>		<b>CPF cônjuge:</b>	
<b>Pessoa politicamente exposta:</b>			
<b>Funcionario público:</b>			
<b>Pessoa ligada ao terrorismo ou a seu financiamento:</b>			
<b>Sócio-proprietário:</b>		<b>Participação societária(%):</b>	
<b>Tempo de relacionamento com empresa cliente:</b>			
<b>Observação:</b>			

Figura 10 – Informação cadastral – Pessoa Física – Pagina nº 2

<b>Ficha nº:</b> <b>02</b>		<b>FL 02 - FICHA DE INFORMAÇÃO CADASTRAL - PESSOA FÍSICA</b>
<b>PERFIL SOCIOECONÔMICO</b>		
<b>Renda mensal individual:R\$</b> <b>Grau de escolaridade:</b> <b>Se superior completo, qual curso:</b> <b>Profissão:</b>		
<b>OUTRAS ATIVIDADES</b>		
<b>Outras atividades desenvolvida:</b> <b>Participação em outras empresas, inclusive como procurador:</b>  <hr/>		

Figura 11 – Cartão de assinaturas – Pessoa Físic.

<b>Ficha nº: 03</b>		<b>FL 03 - CARTÃO DE ASSINATURAS - PESSOA FÍSICA</b>	
<b>EMPRESA CLIENTE</b>			
Empresa:			
Núm. cadastro:		Código Sistema:	
<b>IDENTIFICAÇÃO</b>			
Nome:			
CPF:	Nacionalidade:	Naturalidade:	
Data de nascimento:	RG:	Orgão expedidor:	
Sexo: Feminino			
<b>ENDEREÇO</b>			
Logradouro:			Nº.:
Complemento:		Bairro:	
Cidade:	Estado:	CEP:	
<b>CONTATO</b>			
E-mail:		Fone:	Fone:
Site:		Cel.:	FAX:
<b>ASSINATURAS</b>			
<div style="border: 1px solid black; height: 100px; width: 100%;"></div> <p><b>Autorizo a inclusão de dados cadastrais às Agencias de Informação (SERASA, BOA VISTA , ETC).</b></p> <div style="border: 1px solid black; height: 100px; width: 100%;"></div>			

Figura 12 – Ficha de pessoas politicamente exposta

<b>Ficha nº: 18</b>	<b>FL 18 - RECONHECIMENTO DE PESSOA POLITICAMENTE EXPOSTA</b>	
<b>EMPRESA CLIENTE</b>		
Empresa:		
Núm. cadastro:	Código Sistema:	
<b>IDENTIFICAÇÃO</b>		
Nome:		
CPF:	Nacionalidade:	Naturalidade:
Data de nascimento:	Orgão expedidor: . . . . .	
<b>DECLARAÇÃO</b>		
Para fins de atendimento a Resolução 16/2007 COAF - Conselho de Controle de Operações Financeiras.		
(1) Assinale abaixo, se nos últimos cinco anos, retroativos até esta data, você ou algum de seus familiares na linha direta até o 1º grau, inclusive seus representantes EXERCEM ou EXERCERAM CARGOS, EMPREGOS ou FUNÇÕES PÚBLICAS RELEVANTES (Pessoas Politicamente Expostas) no país ou no exterior:		
<input type="checkbox"/> SIM <input type="checkbox"/> NÃO		
(2) Caso tenha assinalado SIM, e a Pessoa Politicamente Exposta, não for a própria, preencha os dados abaixo referentes a PPE.		
Nome Completo:		
Descrever o parentesco:		
Especificar o cargo/função:		
Período de exercício ou mandato:		
CPF:		
RG:	Orgão expedidor:	
Declaro, sob as penas da Lei, que as informações ora prestadas são verdadeiras, assumindo por elas integral responsabilidade e comprometendo-me a comunicar a imediatamente caso haja alteração da minha situação, posterior a esta data, declarando ainda que tenho pleno e total conhecimento de teor da Resolução 16/2007 COAF.		
Data e Local:                      ,Criciúma		
		_____
		Assinatura

#### 4.2.1 Análise inicial do cadastro

Após o recebimento de toda a documentação e o preenchimento das fichas 1 a 5, o responsável pelas operações da *factoring* deverá realizar a análise inicial do cadastro do cliente, decidindo pela aceitação ou não de seu cadastro.

#### 4.2.2 Relatório de visita

Assim que houver o cadastro aprovado, o setor comercial da empresa deve realizar a visita ao cliente, a fim de negociar as taxas com a *factoring* e também apresentar as políticas da empresa.

Visitar frequentemente a empresa cliente é de fundamental importância pois é possível monitorar o desenvolvimento de suas atividades, identificar as possíveis áreas de risco potencial e oportunidade de ampliar as vendas e, enfim, aumentar o grau de conhecimento sobre a empresa cliente e seus compradores.

Ao visitar o cliente, o colaborador deve registrar os dados da visita no relatório de visitas contido no Anexo A, onde nele deve anotar as informações para futuras análises, e esse processo deve ser repetido a cada visita ao cliente.

#### 4.2.3 Classificação de risco do cliente

Segundo a resolução 21 do COAF, para cada cliente cadastrado pela empresa deve ser feita a classificação de risco do mesmo, essa classificação tem o objetivo de avaliar caso o cliente tenha alguma relação com a prática de lavagem de dinheiro ou com o financiamento do terrorismo.

Para elaborar a classificação de risco do cliente é necessário utilizar no mínimo as seguintes informações a respeito do cliente:

Quadro 8 – Documentação para classificar risco.

Classificação	Descrição
I - empresa contratante	a) informações do contrato social: 1. objeto;

Continua...

Conclusão.

I - empresa contratante	2. valor do capital; e 3. tempo de existência; b) atividades efetivamente desenvolvidas, inclusive tipos de bens e serviços negociados, características dos clientes e área geográfica de atuação; c) tempo de efetiva operação; d) endereço; e) demonstrações contábeis, no mínimo, do ano anterior; e f) instalações, quantidade de empregados, capacidade de geração de recebíveis e estoques.
II – sobre os sócios, representantes e procuradores da empresa contratante:	a) perfil socioeconômico; b) outras atividades desenvolvidas; c) participação em outras empresas, inclusive como procurador ou detentor de qualquer outro tipo de mandato; d) nacionalidade; e) endereço residencial; e f) condição de pessoa politicamente exposta, nos termos da Resolução COAF nº 16, de 28.3.2007.

Fonte: Adaptado do COAF (2012).

Segundo o Parágrafo único, do artigo 14º da resolução COAF nº 21 20.12.2012, as *factorings* deverão incluir na categoria de risco mais elevada, no mínimo, as seguintes pessoas:

I - pessoa jurídica cujo beneficiário final não puder ser identificado ou cuja identificação for difícil ou onerosa;

II - cliente cuja devida diligência não puder ser completada;

III - cliente representado de modo contumaz por terceiros;

IV - Cliente representado por, ou de cuja composição societária ou acionária participe, pessoa domiciliada em jurisdições com deficiências estratégicas de prevenção à lavagem de dinheiro e ao financiamento do terrorismo ou região considerada de tributação favorecida; e

V - Cliente de qualquer forma relacionado a pessoa enquadrada em qualquer das condições previstas no art. 1º da Resolução COAF nº 15, de 28.3.2007.

Segundo o Art. 6º da resolução COAF nº 21 20.12.2012. A classificação do cliente na categoria de risco mais elevada não implicará necessariamente a comunicação de todas as suas operações ao COAF.

Dentro desta resolução do COAF deve ser preenchido a ficha 10, para que se possa classificar o risco da empresa cliente.

Figura 13 – Ficha de classificação de risco da empresa cliente.

<b>Ficha nº: 06</b>		<b>FL 06 - FICHA DE CLASSIFICAÇÃO DE RISCO DA EMPRESA CLIENTE</b>
<b>IDENTIFICAÇÃO DA FICHA DE CLASSIFICAÇÃO</b>		
Data:		PPL:
Número da Ficha de relatório de Visitas (FL 05):		
<b>IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA CLIENTE</b>		
Núm. cadastro:		Código Sistema:
Nome Fantasia:		
CNPJ:		
<b>CLASSIFICAÇÃO DE RISCO DA EMPRESA CLIENTE</b>		
Fundamento (1):		
Classificação:		
Fundamento (2):		
Classificação:		
Observação		
<b>APROVAÇÃO</b>		
Responsável(DG):		Data: 08/05/2015
<hr style="width: 30%; margin: 0 auto;"/> Assinatura do Responsável		

Fonte: Adaptado do *software* 4C (2016)

#### **4.2.4 Aprovação do limite operacional**

Antes de ser realizada qualquer operação, a empresa de Fomento Mercantil deverá ter certeza da veracidade das informações cadastrais das empresas clientes refletem sua situação atual, devendo o cadastro do cliente ser atualizado periodicamente, sem prejuízo de atualizações circunstanciais que se fizerem necessárias, de modo a assegurar a constante fidedignidade das informações.

É de suma importância ressaltar que utilização de informações cadastrais e de análises de riscos, existentes em bancos de dados de entidades públicas ou privadas não substitui nem supre as exigências acima previstas, sendo admitido o seu uso para, em caráter complementar, confirmar dados e informações previamente coletados.

A elaboração do cadastro e sua constante atualização deverão ter como objetivo precípuo identificar o beneficiário final das operações realizadas, devendo para tanto ser adotadas medidas adequadas para compreensão da composição acionária e a estrutura de controle das empresas-clientes pessoas jurídicas.

Quando não for possível identificar o beneficiário final das operações realizadas, além da automática classificação da empresa-cliente como de risco elevado, deve-se avaliar a conveniência de realizá-la ou de estabelecer a relação de negócio.

Sendo de suma importância o preenchimento das fichas 11 e 12, para que seja definido o limite operacional dos clientes, levando em consideração os dados contidos na ficha 10, onde é feito a classificação de risco do cliente, o gestor deve definir qual deve ser o limite operacional do cliente em questão.

Figura 14 – Ficha de definição de limite operacional.

<b>Ficha nº: 07</b>	<b>FL 07 - FICHA DE DEFINIÇÃO DE LIMITE OPERACIONAL</b>
<b>IDENTIFICAÇÃO DA FICHA DE DEFINIÇÃO DE LIMITE OPERACIONAL</b>	
Data:	PPL:
Número da Ficha de relatório de Visitas (FL 05):	
<b>IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA CLIENTE</b>	
Núm. cadastro:	Código Sistema:
Nome Fantasia:	
CNPJ:	
<b>IDENTIFICAÇÃO DA FICHA DE DEFINIÇÃO DE LIMITE OPERACIONAL</b>	
Classificação de risco:	
Limite máximo R\$:	
Limite Máximo Sugerido com Base no Risco R\$:	
Limite definido pelo gestor de PPL R\$:	
Observação:	

Fonte: Adaptado do *software* 4C (2016)

Figura 15 – Ficha de definição de limite operacional - Pagina 2.

<b>Ficha nº:</b> <b>07</b>		<b>FL 07 - FICHA DE DEFINIÇÃO DE LIMITE OPERACIONAL</b>
<b>APROVAÇÃO</b>		
Aprovação do limite definido pelo gestor de PPL? Novo limite definido pela direção geral: Fundamentação:		
Responsável(DG):		Data:
<hr/> <b>Assinatura do Responsável</b>		

Fonte: Adaptado do *software* 4C (2016).

#### 4.2.5 Contrato de fomento convencional

A negociação entre a sociedade de fomento mercantil com seu cliente deve ter uma relação fiduciária, ou seja, deve ser realizado um contrato conforme o anexo B, já que as *factorings* implicam em uma política de transparência e lealdade, é uma forma de moralizar os negócios entre as partes.

É sugerido que o contrato tenha as seguintes cláusulas:

- a) Definir o objetivo jurídico e estabelecer as bases da negociação como: o preço e as condições, o valor de compra atribuída a cada crédito entre outros;
- b) Constatado qualquer tipo de vício ou irregularidade na constituição do crédito, extingue-se automaticamente, fazendo com que a empresa contratante assumam as responsabilidades, respondendo por todas as obrigações jurídicas do endosso, caso haja exceções quanto a legalidade, legitimidade ou veracidade dos títulos que foram negociados, obrigando-se a recompra-los;
- c) Cláusulas penais, onde deve ser estipulado multas indenizatórias no caso de descumprimento de qualquer condição presente no contrato;
- d) Exclusiva titularidade dos créditos adquiridos garante a empresa de fomento, e só a ela, receber o pagamento no vencimento;
- e) Os negócios do dia a dia do contratado, deve ser realizado apenas mediante a termos aditivos que são parte integrantes do contrato “mãe”;
- f) Comunicação ao sacado para provar a transferência dos direitos de cessão;
- g) Da remuneração do contratado;
- h) Da duração do contrato.
- i) Da rescisão por iniciativa das partes;
- j) Responsabilidade solidária abrange todo o contrato. Não garante propriamente o título, mas a obrigação do contratante de recompra-lo;

#### 4.2.6 Operação de fomento convencional

A operação de fomento convencional é a mais comum praticada no mercado, é a de compra de créditos, com direito de regresso.

O fomento na modalidade convencional, tem como objetivo a aquisição de direitos de créditos do cedente, por meio de contrato de fomento mercantil, pagando-os à vista, ou seja, adiantando os direitos de recebimento, atendendo assim as necessidades de fluxo de caixa do cedente.

O processo ocorre quando o cedente vende a mercadoria ao sacado, então o cedente apresenta as duplicatas a empresa de fomento mercantil, a *factoring* compra os títulos descontando o fator, e faz o pagamento ao cedente. As partes, informam o sacado desta negociação, e na data do vencimento do título o sacado efetua o pagamento a *factoring*.

O processo da operação pode ser exemplificado de forma mais detalhada conforme o fluxograma a seguir.



#### 4.2.7 Cadastro das operações e aditivos ao contrato de fomento convencional

O COAF exige que para cada operação realizada pelas empresas de fomento mercantil seja arquivado os documentos necessários para elaborar o cadastro das operações, esse cadastro deve ser feito a cada operação, e a contratada deve recolher os seguintes documentos:

##### Quadro 9 – Documentos para elaboração da operação

Documentos Necessários para elaboração de uma operação
I - a identificação do cliente;
II - sobre o representante do cliente: a) nome do signatário do aditivo; b) CPF do signatário do aditivo; e c) cargo/função do signatário do aditivo;
III - sobre a operação: a) data; b) valor bruto; c) valor líquido, se houver; d) descrição pormenorizada da diferença entre os valores bruto e líquido, se houver; e) forma e instruções de pagamento; e f) comprovante(s)/recibo(s) da quitação, contendo: 1. meio de pagamento; 2. data do pagamento; e 3. no caso de pagamento em espécie ou por meio de cheque ao portador, identificação do signatário representante da empresa e do portador;
IV - Sobre o lastro da operação: a) se operação de fomento comercial ou mercantil ( <i>factoring</i> ), em qualquer de suas modalidades: 1. tipos de títulos negociados; 2. identificação dos títulos negociados (número, data, valor, etc); 3. nome/razão social dos sacados; e 4. CPF/CNPJ dos sacados; ou b) se operação prevista no parágrafo único do art. 1º: 1. tipos de mercadorias, bens ou serviços comercializados, adquiridos ou alienados; 2. descrição pormenorizada das mercadorias, bens ou serviços comercializados, adquiridos ou alienados (data, valor, motivo, etc); 3. nome/razão social da contraparte na operação; e 4. CPF/CNPJ da contraparte na operação;

Fonte: Adaptado do COAF (2012).

O aditivo de contrato conforme contido no anexo C tem o objetivo de adicionar a nova negociação ao que já foi negociado antes, então ele deve ser integrado ao já presente contrato de fomento comercial convencional, chamado também de contrato mãe, onde deve ser detalhado toda a operação realizada, contendo valores, números dos títulos, vencimentos, sacados, etc.

Após todos os documentos acima estarem em mãos, o colaborador deve preencher a ficha 13, após isso a documentação deve ser encaminhada para o gestor de PPL, onde o mesmo irá avaliar a documentação e devera classificar dentre as operações de risco e informar ou não o COAF.

Figura 17 – Ficha de aprovação de cadastro.

<b>Ficha nº: 08</b>	<b>FL 08 - FICHA DE APROVAÇÃO FINAL DE CADASTRO</b>
<b>IDENTIFICAÇÃO DO CADASTRO</b>	
CADASTRO:	
<b>IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA CLIENTE</b>	
Núm. cadastro:	Código Sistema:
Razão Social:	CNPJ:
Nome Fantasia:	
<b>APROVAÇÃO FINAL DO CADASTRO</b>	
Aprovação Final do Cadastro: ( )SIM      ( )NÃO	
Observação:	
Responsável(DG):	Data:
<hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> Assinatura do Responsável	

Fonte: Adaptado do software 4C (2016).

#### **4.2.8 Arquivamento e guarda da documentação**

Na resolução 21 do COAF, também é definido quanto ao arquivamento e guarda da documentação, o COAF exige que os documentos relacionados a negociação entre as duas partes devem ser guardados por no mínimo 5 (cinco) anos, contados do encerramento da relação contratual com o cliente.

A empresa deve guardar os documentos de cada cliente de forma organizada e segura, apenas ao alcance de colaboradores, sem que terceiros tenham acesso a tais documentos. Para que fique mais fácil a localização dos documentos, é importante que seja feito um controle de localização.

É necessário possuir uma pasta arquivo para cada cliente, onde será arquivada toda a documentação de seu cadastro, assim como o relatório de visita, a fundamentação da classificação de risco e as correspondências de propostas de operações efetuadas e outras cópias de documentos.

Em outro espaço serão arquivadas as operações por ordem cronológica, sendo que cada operação deve portar os documentos do cadastro, a fundamentação da classificação de risco, a fundamentação de comunicação ao COAF e o Termo Aditivo das operações realizadas.

#### **4.2.9 Monitoramento das documentações**

A contabilidade irá realizar a escrituração de toda a documentação financeira da empresa para apuração de impostos e fechamento de balanço/balancete, já que é uma obrigação para empresas optantes pela apuração de IRPJ e CSLL com base no Lucro Real.

Dessa forma a Contabilidade é usada como uma ferramenta que auxilia a revisão dos processos, pois irá verificar o cadastro das operações e acompanhar a origem dos títulos comprados, podendo o Contador, comunicar ao Administrador possíveis irregularidades que passarem despercebidas nos processos da empresa, já que ela irá escriturar a negociação com uma visão imparcial sobre o processo.

A empresa deverá ter uma equipe interna ou externa responsável pela Auditoria e controle. O qual deverá ser realizado em todas as áreas envolvidas na

atividade a empresa de fomento mercantil, registrando em atas a reunião deste comitê, sugerindo formas de correção se necessário.

O Gestor de PPL é o responsável por todo o processo de prevenção dentro da empresa. Portanto cabe a ele, frequentemente, observar o andamento dos colaboradores com relação ao disposto no manual, e se houver necessidade, aplicar medidas flexíveis para tornar o trabalho mais prático e eficaz possível, com auxílio do contador.

Quando for realizada alguma alteração no manual, é necessário comunicar a todos os colaboradores sobre a mudança mediante reunião coletiva.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa apresenta um melhor entendimento sobre o assunto relacionado às *factorings* e sobre a atividade de fomento mercantil, definindo-as e demonstrando suas principais utilidades, seus benefícios e importância para economia do país. A presente pesquisa teve foco no objetivo proposto pelo aluno de demonstrar quais seriam os passos necessários para a implantação de uma empresa de fomento mercantil no município de Cocal do Sul - SC.

Buscando sempre resolver o objetivo proposto foi necessário analisar as suas origens, para que seja possível compreender por qual motivo e função originou-se as empresas de fomento. Seguindo essa linha de pensamento foi abordado também suas características, normas, balizamentos legais que norteiam o funcionamento da empresa e também as principais diferenças entre as instituições bancárias e *factorings*.

Esse objetivo foi atingido no momento em que os objetivos específicos desta pesquisa, transcritos a seguir, foram abordados no capítulo 4 – apresentar os passos para a abertura da empresa, evidenciando os documentos legais e contábeis necessários para a criação da empresa e sua regularização. Demonstrando desde a regularização na prefeitura, receita federal, junta comercial e órgãos reguladores como o COAF. Além de apresentar documentação necessária para que a empresa esteja apta a exercer suas atividades foi demonstrado também os processos dentro da operação, mostrando documentos necessários para cadastros e demais operações.

As limitações da pesquisa estão presentes nos seguintes aspectos: (i) Analisar apenas os passos necessários para implantação, sem levar em consideração se existe a viabilidade para que a mesma opere com resultados positivos; (ii) Foi apresentado somente o modelo convencional da *factoring*, sendo que a empresa poderia prestar outros serviços;

A partir das limitações apontadas, sugere-se os seguintes tópicos para futura pesquisa: (i) Pesquisa de mercado e análise de capital necessário para que a empresa seja rentável no município proposto; (ii) Demonstrar quais serviços além do convencional uma empresa de *factoring* poderia prestar para aumentar sua lucratividade.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Amador Paes de. **Manual das sociedades comerciais** (direito de empresa). 20. ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

ANFAC – ASSOCIAÇÃO NACIONAL DAS SOCIEDADES DE FOMENTO MERCANTIL – SOFTWARE. **Os números do factoring no Brasil**. 2010. Disponível em: <<http://www.anfac.com.br/v3/>>. Acesso em 15 fev. 2016.

BRASIL. **Decreto-lei nº 1.598, de 26 de dezembro de 1977**. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/decreto-lei/Del1598.htm>>. Acesso em: 27 mar. 2016.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 9.613, de 3 de março de 1988**. Dispõe sobre os crimes de "lavagem" ou ocultação de bens, direitos e valores; a prevenção da utilização do sistema financeiro para os ilícitos previstos nesta Lei; cria o Conselho de Controle de Atividades Financeiras - COAF, e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9613.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9613.htm)>. Acesso em 15 fev. 2016.

\_\_\_\_\_. **Projeto de lei do senado nº 230, de 1995**. Disponível em: <<http://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/1622?o=c>>. Acesso em 27 mar. 2016.

CHAGAS, Edilson Enedino das. **Direito empresarial esquematizado**. São Paulo: Saraiva, 2014.

COAF. **Resolução nº 21, de dezembro de 2012**. Disponível em: <<http://www.coaf.fazenda.gov.br/menu/legislacao-e-normas/normas-do-coaf/coaf-resolucao-no-21-de-20-de-dezembro-de-2012-esta-resolucao-entra-em-vigor-em-1.3.2013>>. Acessado em 18 de maio de 2016.

COELHO, Fábio Ulhoa. **Curso de direito comercial: direito de empresa**. 19. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

DONINI, Antonio Carlos. **Factoring de acordo com o novo código civil**. Rio de Janeiro: Editora Forense, 2005.

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

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais** / Mirian Goldernberg. 10. Ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

LEITE, Luiz Lemos. **Factoring no Brasil**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

\_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

- MAMEDE, Gladston. **Direito empresarial brasileiro: empresa e atuação empresarial**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2013.
- MARKUSONS, Luiz Alexandre. **Factoring: Teoria, prática, legislação**. 2. ed. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 1997.
- MASO, Dorival. **Revista do fomento mercantil**. São Paulo, 47 ed. Maio de 2004.
- MENEGALI, Manoel Vilsonei. **Manual de políticas e procedimentos operacionais de prevenção a lavagem de dinheiro e o financiamento do terrorismo**. Criciúma, SC: TWA, 2015. 54 p.
- MORO, Sergio Fernando. **Crime de lavagem de dinheiro**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- NADER, Paulo. **Curso de Direito Civil: responsabilidade civil**. 2. ed. Vol. 7, Rio de Janeiro: Forense, 2013.
- NEGRÃO, Ricardo. **Manual de Direito Comercial: títulos de crédito e contratos empresariais**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2014.
- NEVES, Silvério das; VICECONTI, Paulo E. V. **Contabilidade Avançada: e análise das demonstrações financeiras**. 15. ed. São Pulo: Frase, 2007.
- OLIVEIRA, José Jayme de Macêdo. **Impostos municipais: ISS, ITBI, IPTU comentários, doutrina, jurisprudência**. 2. ed., São Paulo: Saraiva, 2011.
- PINHEIRO, José Mauricio dos Santos. **Da iniciação científica ao TCC: uma abordagem para os cursos de tecnologia**. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2010.
- REZENDE, Bruno Titz de. **Lavagem de dinheiro**. São Paulo: Saraiva, 2013.
- RIZZARDO, Arnaldo. **Factoring**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2000.
- RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade intermediária**. São Paulo: Saraiva, 2005.
- SÁNCHEZ, Rodrigo Rios. **Direito penal econômico: advocacia e lavagem de dinheiro: questões de dogmática jurídico-penal e de política criminal / Rodrigo Sánchez Rios**. – São Paulo: Saraiva, 2010.
- SANTOS, Cleônimo dos. **Como calcular e recolher pis/pasep e cofins**. 4. ed. São Paulo: IOB, 2007.
- SANTOS, Antonio Raimundo. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- SEBRAE. **Guia prático para a formalização de empresas**. 2016. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/guia-pratico-para-a>

formalizacao-de-empresas,8f8a634e2ca62410VgnVCM100000b272010aRCRD>.  
Acesso em 03 maio 2016.

**SINFAC. IRPJ e CSLL em detalhes para as *Factorings*.** 2016. Disponível em  
<[http://www.sinfac-sp.com.br/v2/content.php?id\\_content=3207&id\\_page=106](http://www.sinfac-sp.com.br/v2/content.php?id_content=3207&id_page=106)>.  
Acesso em 25 de maio 2016.

**ANEXO(S)**

**ANEXO A – RELATÓRIO DE VISITA**

Ficha 6 – Relatório de visitas.

<b>Ficha nº:</b> <b>05</b>		<b>FL 05 - FICHA DE RELATÓRIO DE VISITAS</b>
<b>DETALHES DE PRODUTO / SERVIÇO</b>		
Tipo de produto / serviço: Valor médio dos produtos / serviços: Observação:		
<b>CAPACIDADE INSTALAÇÃO</b>		
Produção média diária : Observação:		

## Ficha 7 – Relatório de visitas - Folha 2.

<b>Ficha nº: 05</b>		<b>FL 05 - FICHA DE RELATÓRIO DE VISITAS</b>
<p>Número de funcionário:</p> <p>Observação:</p> <p>Organização do ambiente de trabalho:</p> <p>Observação:</p>		
<b>OPERAÇÕES</b>		
<p>Tempo de efetiva operação:</p> <p>Atividade efetivamente desenvolvidas:</p>		

## Ficha 8 – Relatório de visitas – Folha 3.

<b>Ficha nº:</b> <b>05</b>		<b>FL 05 - FICHA DE RELATÓRIO DE VISITAS</b>
<b>FATURAMENTO</b>		
Faturamento médio mensal: Prazo médio de faturamento: Observação:		
<b>DESPEAS E RESULTADOS</b>		
Despesas (média mensal): Resultado (média mensal): Observação:		



## ANEXO B – CONTRATO DE FOMENTO

### CONTRATO DE FOMENTO COMERCIAL - CONVENCIONAL

<b>QUADRO I – CONTRATANTE</b>		
Nome Empresarial:		
CNPJ. - MF:		
Inscrição Estadual/Municipal:		
Endereço:		
CEP.:		
Cidade:	Estado:	
Telefone:	Fax.:	E-mail:
<b>QUADRO II - REPRESENTANTE(S) DA CONTRATANTE</b>		
Nome:		
CPF:	RG:	Emissor:
Nacionalidade:		
Estado Civil:	Profissão:	
Endereço:		
CEP.:		
Cidade:	Estado:	
Telefone:	Fax.:	E-mail:
<b>QUADRO III - RESPONSÁVEIS SOLIDÁRIOS DA CONTRATANTE</b>		
Nome:		
CPF:	RG:	Emissor:
Nacionalidade:		
Estado Civil:	Reg. de Casamento:	Profissão:
Endereço:		
CEP.:		
Cidade:	Estado:	
Telefone:	Fax.:	E-mail:
Nome:		
CPF:	RG:	Emissor:
Nacionalidade:		
Estado Civil:	Reg. de Casamento:	Profissão:
Endereço:		
CEP.:		
Cidade:	Estado:	
Telefone:	Fax.:	E-mail:
<b>QUADRO IV – CONTRATADA</b>		
Nome Empresarial:		
Registro ANFAC n°:		
CNPJ./MF:		

Endereço:		
CEP.:		
Cidade:	Estado:	
Telefone:	Fax.:	E-mail:
<b>QUADRO V - REPRESENTANTE(S) DA CONTRATADA</b>		
Nome:		
CPF:	RG:	Emissor:
Nacionalidade:		
Estado Civil:	Profissão:	
Endereço:		
CEP.:		
Cidade:	Estado:	
Telefone:	Fax.:	E-mail:

**CLÁUSULA 1ª** - O presente contrato é um contrato atípico, onde a CONTRATANTE, a CONTRATADA e os RESPONSÁVEIS SOLIDÁRIOS declaram conhecer e aceitar sua sistemática e as condições relativas aos negócios de fomento comercial, com amparo nas disposições contidas no Código Civil Brasileiro (Lei n.º 10.406/2002).

**CLÁUSULA 2ª** - As partes contratantes declaram-se cientes de que as operações, celebradas no âmbito do presente contrato, estarão sujeitas às determinações contidas na Lei nº 9.613 de 04 de março de 1.998, como também nas Resoluções e Instruções Normativas emanadas pelo COAF - Conselho de Controle de Atividades Financeiras.

**CLÁUSULA 3ª** - O presente CONTRATO tem por objeto a aquisição, à vista, total ou parcial, pela CONTRATADA de direitos creditórios de titularidade da CONTRATANTE.

**PARÁGRAFO ÚNICO:** Entendem-se, por direitos creditórios, no âmbito do presente contrato:

- a. os direitos e títulos representativos de crédito, originários de operações realizadas nos segmentos: comercial, agronegócio, industrial, imobiliário, locação de bens móveis e imóveis e serviços;
- b. créditos originados de contratos mercantis de compra e venda de produtos, mercadorias e/ou serviços para entrega ou prestação futura, bem como títulos ou certificados representativos desses contratos, desde que emergentes de vínculos contratuais já constituídos.

**CLÁUSULA 4ª** - De comum acordo, conjuntamente, ou não, com a aquisição dos direitos creditórios poderá a CONTRATADA prestar um ou mais dos seguintes serviços:

**I - fomento** de processo produtivo ou mercadológico;

**II - acompanhamento** de contas a receber e a pagar; e

**III - seleção e avaliação** de clientes, devedores ou fornecedores.

**CLÁUSULA 5ª** - A prestação de serviços de fomento ao processo produtivo ou mercadológico consistirá em propiciar a compra de matéria-prima, insumos e ou produtos para revenda.

**CLÁUSULA 6ª** - A prestação de serviços de acompanhamento de contas a receber e a pagar, destina-se ao ajuste do fluxo de caixa da CONTRATANTE, compatibilizando os prazos de cobrança e os de pagamento.

**CLÁUSULA 7ª** - A prestação dos serviços de seleção e avaliação consiste em coligir informações comerciais sobre o perfil de clientes, de sacados devedores e de fornecedores, objetivando a redução de ocorrência de riscos e de inadimplência.

**CLÁUSULA 8ª** - Os serviços constantes das Cláusulas 4ª, 5ª, 6ª e 7ª, quando prestados, serão comprovados mediante emissão de nota fiscal de serviços pela CONTRATADA, de acordo com o art. 594, do Código Civil.

**CLÁUSULA 9ª** - A remuneração pelos serviços prestados na forma estabelecida por este contrato dar-se-á mediante uma comissão cobrada "ad valorem", com percentual livremente pactuado, que incidirá sobre o valor de face dos títulos de crédito adquiridos ou por um valor livremente pactuado entre CONTRATANTE e CONTRATADA, baseado na complexidade dos serviços prestados.

**CLÁUSULA 10** - As aquisições de direitos creditórios, representadas por títulos de crédito, serão formalizadas e demonstradas em um instrumento próprio denominado "ADITIVO" onde constarão: a discriminação dos títulos de crédito pelo seu valor de face, o diferencial resultante da aplicação do fator de compra pactuado entre as partes, em cada operação, a retenção do IOF, o valor da comissão de serviços e respectivas retenções tributárias, e o valor líquido do desembolso.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO:** Os ADITIVOS deverão estar assinados pelas partes CONTRATANTES e RESPONSÁVEIS SOLIDÁRIOS.

**PARÁGRAFO SEGUNDO:** Na hipótese de algum dos ADITIVOS não possuir a assinatura dos RESPONSÁVEIS SOLIDÁRIOS, estes declaram que independentemente de terem assinado ou não os Termos Aditivos, mantêm hígida sua responsabilidade pela liquidação de todos os títulos negociados na forma do presente instrumento.

**PARAGRAFO TERCEIRO:** O presente instrumento e seus respectivos ADITIVOS poderão ser elaborados e transmitidos de forma digital, mediante a utilização de processos de certificação disponibilizados pela ICP-BRASIL

**CLÁUSULA 11:** Para a precificação da compra dos direitos creditórios será utilizado um **FATOR DE COMPRA** - pactuado entre as partes, composto pelos seguintes itens:

- a. custo de oportunidade dos recursos da contratada
- b. despesas operacionais
- c. carga tributária
- d. expectativa de lucro

**PARÁGRAFO ÚNICO:** A precificação da compra dos títulos, decorrente da aplicação do fator mensal, levará em consideração o prazo "pro rata temporis" entre a data da aquisição e a data do efetivo recebimento dos valores estampados nos respectivos títulos de crédito.

**CLÁUSULA 12** - Os títulos de crédito serão adquiridos mediante um preço, livremente pactuado, e transferidos por endosso pleno, em preto, que se aperfeiçoará com a tradição dos títulos, respondendo a CONTRATANTE pelo cumprimento da prestação constante dos títulos.

**PÁRAGRAFO PRIMEIRO** - As partes poderão convencionar aquisições sem a responsabilidade da CONTRATANTE pela prestação constante dos títulos, sendo que tal condição constará do respectivo endosso.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** - As obrigações da CONTRATANTE, como endossante, e do sacado, como devedor, decorrentes dos títulos de crédito endossados poderão ser objeto de aval.

**PARÁGRAFO TERCEIRO** - A CONTRATANTE dispensa a CONTRATADA da obrigatoriedade em realizar o protesto por falta de pagamento para o exercício do direito de regresso, de acordo com a faculdade prevista no 46 do Decreto 57.663 / 66 cc art. 25 da Lei nº 5.474 / 68.

**CLÁUSULA 13** - Os títulos, adquiridos com responsabilidade, que forem recomprados pela CONTRATANTE, poderão ser mantidos em cobrança, convertendo-se o endosso translativo em endosso mandato, autorizando a CONTRATANTE o prosseguimento, em seu nome, das providências para recebimento do crédito, inclusive com envio dos títulos ao cartório de protesto, estando ciente de que a CONTRATADA, nestes casos, estará agindo na condição de simples cobradora/mandatária, não assumindo a CONTRATADA qualquer responsabilidade resultante de eventuais protestos.

**CLÁUSULA 14** - A CONTRATANTE compromete-se a remeter à CONTRATADA, discriminados no Termo Aditivo, os títulos representativos dos créditos a serem negociados, oriundos de suas vendas mercantis e/ou da prestação de serviços realizados, devidamente endossados em preto, conforme disposto na cláusula 12 e devidamente acompanhados das cópias reprográficas de suas respectivas notas fiscais, ou arquivo digital correspondente e os respectivos comprovantes da entrega de mercadorias ou da prestação dos serviços.

**CLÁUSULA 15** - A negociação dos títulos de crédito constantes do Termo Aditivo operar-se-á com a venda à vista pela CONTRATANTE de seus direitos, adquiridos pela CONTRATADA, mediante um preço certo e ajustado entre as partes.

**PARÁGRAFO ÚNICO:** Com o pagamento à vista, realizado pela CONTRATADA em relação aos títulos de crédito discriminados no ADITIVO, a CONTRATANTE transfere a titularidade dos seus direitos à CONTRATADA, que passa a ser a sua única e legítima credora dos mesmos.

**CLÁUSULA 16** - A CONTRATANTE obriga-se a dar ciência ao sacado devedor da alienação dos títulos, no ato da negociação, informando-lhe que o respectivo pagamento deverá ser feito somente à CONTRATADA ou à sua ordem. Essa comunicação ao sacado devedor poderá ser feita pela CONTRATADA, a critério desta, que neste ato expressamente fica autorizada pela CONTRATANTE a fazê-lo.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** - Consideram-se, para todos os efeitos legais, liquidados os títulos negociados, no momento em que o sacado devedor efetuar o seu respectivo pagamento, observado o disposto no parágrafo seguinte.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** - Na eventualidade da não liquidação dos títulos de crédito adquiridos com responsabilidade, será a CONTRATANTE comunicada para cumprir com a prestação constante no título no prazo de 24 (vinte e quatro horas), sob pena de, decorrido o prazo citado, serem aplicados sobre o crédito inadimplido pelo sacado devedor os mesmos encargos moratórios previstos na Cláusula 20, deste instrumento.

**PARÁGRAFO TERCEIRO:** A recusa no cumprimento da prestação constante do (s) título (s), no prazo estipulado, além dos encargos moratórios, poderá dar ensejo à cobrança judicial contra a CONTRATANTE e RESPONSÁVEIS SOLIDÁRIOS.

**PARÁGRAFO QUARTO** - A CONTRATANTE, ao cumprir com a prestação constante do título, ficará sub-rogada nos direitos do credor, sendo-lhe restituída a respectiva cambial.

**PARÁGRAFO QUINTO** - Na hipótese do parágrafo anterior, os títulos cujos protestos por falta de pagamento tenham sido lavrados, serão entregues à CONTRATANTE, com o respectivo instrumento e carta de anuência, ficando atribuída ao credor sub-rogado a obrigação de entregar tais documentos ao devedor quando da quitação da cártula.

**CLÁUSULA 17** - Na hipótese de o devedor negar-se a efetuar o pagamento dos direitos creditórios adquiridos na forma desse instrumento, diretamente à CONTRATADA, tal pagamento deverá ser feito pela CONTRATANTE à CONTRATADA mediante a transferência bancária do valor recebido.

**PARAGRAFO PRIMEIRO:** A transferência bancária aludida no "caput" dar-se-á em no máximo 24 (vinte e quatro horas) após o recebimento da empresa devedora, sob pena de ficar configurado apropriação indébita dos valores por parte da empresa CONTRATANTE.

**PARAGRÁFO SEGUNDO:** As partes contratantes poderão celebrar em conjunto com instituições financeiras contratos que tenham por objetivo a viabilização de operações com empresas que se

negam a efetuar pagamentos a terceiros, correndo por conta da CONTRATANTE os custos, tarifas e despesas, previstos nos referidos contratos, ainda que tais custos, tarifas e despesas, sejam debitados da CONTRATADA, que nessa hipótese poderá reembolsar-se junto à CONTRATANTE.

**PARÁGRAFO TERCEIRO** - Por mera liberalidade da CONTRATADA e ocorrendo a hipótese prevista no "caput", o pagamento dos direitos creditórios poderá se dar por meio da entrega de novos direitos creditórios revestidos de todas as formalidades legais, realizando-se uma nova operação comercial entre CONTRATANTE e CONTRATADA, nos moldes previstos na Cláusula 10.

**PARÁGRAFO QUARTO** - Caso o valor líquido dos novos direitos creditórios recebidos como pagamento seja inferior ao valor que seria originalmente devido à CONTRATADA, a CONTRATANTE fará a complementação do pagamento até o montante que seria devido em função da operação originalmente feita. Caso o valor líquido dos direitos creditórios adquiridos pela CONTRATADA seja superior ao que era originalmente devido, a CONTRATADA fará o pagamento à CONTRATANTE da diferença entre o que era originalmente devido e o valor líquido apurado.

**CLÁUSULA 18** - A CONTRATANTE responsabiliza-se também perante a CONTRATADA, pelos riscos e prejuízos dos títulos negociados, no caso de serem opostas exceções quanto à sua legitimidade, legalidade e veracidade. Em decorrência, ratificam, neste ato, os direitos e obrigações, inerentes à compra e venda mercantil, representados pelos títulos de crédito negociados.

**CLÁUSULA 19** - No caso de serem opostas as exceções de que trata a Cláusula 18, acima, a CONTRATANTE, sem prejuízo das sanções penais cabíveis, assumirá, em consequência, integral responsabilidade pelos vícios redibitórios e, exemplificativamente, em especial:

- a. se os créditos representados pelos títulos vendidos forem objeto de outra alienação, ajuste ou oneração, sem o consentimento prévio e expresso da CONTRATADA;
- b. se os créditos adquiridos pela CONTRATADA forem objeto de acordo entre a CONTRATANTE e o sacado devedor, que possa ensejar arguição ou compensação e/ou outra forma de redução, extinção ou modificação de qualquer uma das condições que interfiram ou prejudiquem um dos direitos emergentes dos títulos negociados;
- c. se o sacado devedor refutar, contestar ou devolver total ou parcialmente os produtos, mercadorias ou prestação de serviços fornecidos;
- d. se a CONTRATANTE receber em pagamento, no todo ou em parte, valores relativos aos títulos de crédito negociados com a CONTRATADA, além das cominações legais relativas ao endosso, fica a CONTRATANTE, obrigada a devolvê-los à CONTRATADA no prazo máximo de 48 horas, sob pena de, decorrido esse prazo, ficar caracterizada a apropriação indébita (art. 168, do Código Penal);
- e. se a falta de pagamento por parte do sacado devedor resultar de ato de responsabilidade da CONTRATANTE;
- f. se for oposta qualquer exceção, defesa ou justificativa pelo sacado devedor baseada em fato de responsabilidade da CONTRATANTE ou contrário aos termos deste contrato;
- g. se for oposta qualquer exceção defesa ou justificativa pelo sacado devedor baseada na recusa ou aceitação de mercadoria ou serviço ou qualquer forma de mora ou inadimplemento da CONTRATANTE junto ao mesmo sacado devedor, ou contra-protesto do sacado devedor e/ou reclamação judicial deste contra a CONTRATANTE.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** - A CONTRATANTE não poderá modificar com o sacado devedor as condições originais de venda do produto/mercadoria ou serviço sem o consentimento, por escrito, da CONTRATADA.

**PARÁGRAFO SEGUNDO** - Toda alteração do contrato social, estatuto ou mudança de endereço da CONTRATANTE deverá ser previamente comunicada à CONTRATADA.

**CLÁUSULA 20** - A CONTRATANTE, sem prejuízo da assunção da responsabilidade pelo cumprimento da prestação constante dos títulos endossados, assume a responsabilidade de, concluída a operação, e sobrevindo a constatação de vícios ou de quaisquer outras exceções na origem do(s) título(s) negociado(s), recomprá-lo(s) da CONTRATADA, pelo valor de face do título negociado, acrescido da multa de 10,00% (dez por cento), de juros moratórios convencionados conforme faculdade prevista no Art. 406 do Código Civil de \_\_\_\_ % (\_\_\_\_ por cento), ao mês, de atualização monetária segundo índices oficiais regularmente estabelecidos, das perdas e danos e honorários de advogado, tudo conforme autorizam os artigos 389 ao 392 e 394 ao 396 do Código Civil.

**PARÁGRAFO PRIMEIRO** - O prazo para a CONTRATANTE recomprar o(s) título(s) será de 48 horas após ser cientificada da constatação de vícios ou de quaisquer outras exceções na origem do(s) título(s) negociado(s).

**PARÁGRAFO SEGUNDO**- A recusa na recompra do(s) título(s) no prazo estipulado, poderá dar ensejo à cobrança judicial contra a CONTRATANTE e RESPONSÁVEIS SOLIDÁRIOS.

**PARÁGRAFO TERCEIRO** - Qualquer tolerância em relação ao disposto nesta cláusula será considerada mera liberalidade da CONTRATADA.

**PARÁGRAFO QUARTO** - No caso de a CONTRATADA acionar judicialmente os devedores em decorrência dos casos previstos nesta cláusula, obriga-se a CONTRATANTE a reembolsar, com todos os acréscimos legais, o valor desembolsado pela CONTRATADA, incluindo despesas com advogados e custas processuais.

**CLÁUSULA 21** - A CONTRATANTE e os Responsáveis Solidários responsabilizam-se pela existência dos créditos representados pelos títulos negociados, por seus vícios redibitórios e pelo cumprimento da prestação constante do título.

**CLÁUSULA 22** - No que tange aos títulos de crédito, com cláusula à ordem, cuja forma de transmissão dar-se-á, por força da lei, obrigatoriamente por meio do endosso, o presente contrato representa a causa subjacente do ato formal do endosso, regulando-se as relações entre a CONTRATADA, endossatária, e o devedor e demais coobrigados, pelas normas aplicáveis aos títulos de crédito em que figuram como intervenientes.

**CLÁUSULA 23** - Poderão também ser objeto de negociação direitos creditórios de titularidade da CONTRATANTE e que não estejam representados por títulos de crédito com a cláusula à ordem, nesta excepcional hipótese a aquisição se dará por meio de "Instrumento de Cessão de Crédito" e obedecerá ao previsto nos Artigos 286 a 298 do Código Civil.

**PARÁGRAFO ÚNICO:** A Contratante poderá responder pela solvência do sacado devedor, devendo tal responsabilidade estar expressa no "Instrumento de Cessão de Crédito".

**CLÁUSULA 24** - A CONTRATANTE, a CONTRATADA e os RESPONSÁVEIS SOLIDÁRIOS estabelecem como válidos para efeito de mútua comunicação o FAX, CORREIO ELETRÔNICO/EMAIL e/ou carta com aviso de recebimento, nos termos do Artigo 225 do Código Civil.

**CLÁUSULA 25** - Em caso de rescisão do presente contrato, a CONTRATADA permanece com o direito de receber todos os créditos que lhe houverem sido transferidos.

**CLÁUSULA 26** - Os Responsáveis Solidários declaram conhecer os termos deste Contrato de Fomento comercial, o qual assinam como principais pagadores, solidariamente responsáveis pelo cumprimento de todas as obrigações pactuadas e assumidas pela CONTRATANTE, inclusive em relação ao termos aditivos, por eles subscritos ou não, permanecendo íntegras suas responsabilidades até o total e definitivo cumprimento das obrigações avençadas, nos termos dos Artigos 264 e 265 do Código Civil.

**CLÁUSULA 27** - Os casos omissos resolver-se-ão pela legislação em vigor e pelos princípios gerais do direito do comércio.

**CLÁUSULA 28** - O presente contrato é feito pelo prazo de .....

**CLÁUSULA 29** - Fica eleito o foro da Comarca de ....., com a exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja, para solucionar as pendências decorrentes da aplicação do presente instrumento.

**CLÁUSULA 30** - Para efeito do competente registro, atribui-se ao presente instrumento o valor de R\$ .....

Local e data,

\_\_\_\_\_  
CONTRATANTE

\_\_\_\_\_  
CONTRATADA

\_\_\_\_\_  
RESPONSÁVEL SOLIDÁRIO

\_\_\_\_\_  
RESPONSÁVEL SOLIDÁRIO

\_\_\_\_\_  
TESTEMUNHA

\_\_\_\_\_  
TESTEMUNHA

## ANEXO C – ADITIVO DE CONTRATO

Termo Aditivo ao Contrato de Fomento Comercial - Convencional				
<b>Termo Aditivo ao Contrato de Fomento Comercial - Convencional Nº __ de __/__/__</b>				
CONTRATANTE:		CONTRATADA:		
Empresa:		Empresa:		
CNPJ(MF):		CNPJ(MF):		
<b>FOMENTO COMERCIAL CONVENCIONAL (Compra de Créditos à vista - duplicatas)</b>				
<b>Borderô</b>				
<b>Espécie</b>	<b>Nº do título</b>	<b>Vencimento</b>	<b>Devedor</b>	<b>Valor do título</b>
<b>Total do Borderô R\$:</b>				
<p>O presente Termo Aditivo ao Contrato de Fomento Comercial é formalizado de acordo com as condições gerais estipuladas no CONTRATO firmado, as quais a CONTRATANTE e a CONTRATADA ratificam em sua plenitude.</p> <p>A CONTRATADA recebe, neste ato, a documentação referente aos títulos relacionados no preâmbulo deste instrumento, responsabilizando-se a CONTRATANTE por sua legitimidade, legalidade e veracidade e ainda pela prestação constante do(s) título(s), ora negociado(s), de acordo com as cláusulas 10, 12, 18, 19 e 20 do contrato acima referido.</p> <p>A Contratante declara ainda possuir a documentação comprobatória quanto ao fundamento econômico e legal dos recebíveis negociados no presente aditivo.</p> <p>Por este instrumento acertam o preço (diferencial) na compra dos títulos de crédito e a remuneração dos serviços prestados pela CONTRATADA à CONTRATANTE, conforme se demonstra a seguir:</p>				
<b>DEMONSTRATIVO DA OPERAÇÃO</b>				
I-	Valor de face dos títulos negociados			R\$
II-	Deduções:			
a.	Diferencial na compra dos títulos ( <i>fator de compra</i> ).			R\$
Retenção do IOF:				
IOF normal (0,0041% ao dia) R\$ _____				
IOF adicional (0,38% flat) R\$ _____				
Total do IOF retido				R\$
Valor líquido da compra				R\$
b.	Valor da nota fiscal - comissão de prestação de serviços			R\$
Retenções:				
IRRF 1,5% R\$ _____				
Contribuições 4,65% R\$ _____				
Total de Retenções R\$ _____				

	VALOR LÍQUIDO DO DESEMBOLSO	R\$
III	Forma de Pagamento:	
-	( ) <i>TED</i>	
	( ) <i>DOC</i>	
	( ) <i>Transferência</i>	
	( ) <i>Cheque Nominativo</i>	
Local e data.		
_____ CONTRATANTE Nome do signatário: CPF do signatário: Cargo do signatário:		_____ CONTRATADA
_____ RESPONSÁVEL SOLIDÁRIO		
_____ RESPONSÁVEL SOLIDÁRIO		
_____ TESTEMUNHA		_____ TESTEMUNHA