

## **Apresentação feita pelo presidente da ANFAC na abertura do IX Congresso Brasileiro de Fomento Mercantil**

**A história do factoring no mundo se repete na maioria dos países onde foi implantado.**

**Superada a confusão de natureza conceitual com outros institutos, a atividade cresceu e prosperou e hoje 67 países praticam factoring nos 5 continentes, com o volume de negócios da ordem de 1 trilhão e 200 bilhões de euros.**

**26 anos de atividade de fomento mercantil-factoring no Brasil, são 26 anos de história, de lutas, desafios e conquistas.**

**26 anos de realização de um trabalho diuturno, continuado, persistente e sério para construir um arcabouço institucional capaz de sustentar um volume cada vez mais crescente de negócios que, em seu cerne, só existe porque se destina a apoiar as pequenas e médias empresas, um segmento com enorme potencial de crescimento.**

**Para o crescimento do fomento mercantil no Brasil têm contribuído tanto a dinâmica de mercado, quanto a presença de operadores que o enriquecem com suas experiências empresariais.**

**Numa larga visão retrospectiva, podemos constatar a longa caminhada já percorrida e a acentuada aceleração dos relevantes serviços de natureza socioeconômica prestados pelo fomento mercantil, hoje um mecanismo que já conquistou sua posição de destaque no sistema econômico brasileiro.**

**Uma rápida incursão pela história da ANFAC, nestes 26 anos, põe à calva toda a sistemática operacional do factoring hoje em prática no Brasil, que surgiu respaldada nos elementos por nós colhidos durante o estágio realizado na Walter Heller Co., de Chicago, em junho de 1982, naquela ocasião considerada o paradigma do factoring no mundo.**

**O futuro do factoring desponta promissor para os negócios, particularmente, nos segmentos de agronegócios, celulose, metalurgia, mineração, energia, sucro-alcooleira, biocombustível, construção civil e desta situação se beneficiarão aquelas empresas de fomento que souberem se adequar às novas exigências do mercado, que envolvem, dentre outras, atualização tecnológica, capacitação profissional, identificação de problemas e necessidades, atendimento personalizado à clientela, além de adequado nível de capitalização.**

**Os benefícios da utilização dos serviços do fomento mercantil devem significar para as empresas-clientes uma maior concentração em suas atividades-fim, menor envolvimento e preocupação com sua rotina, segurança no recebimento de suas vendas, orientação empresarial e acesso aos recursos de que precisam pela oportunidade de negociar os direitos creditórios de suas vendas mercantis.**

**Um breve histórico sobre os congressos realizados pela ANFAC nos permite ter uma ampla visão da evolução do mercado de fomento mercantil no Brasil.**

**O I Congresso Brasileiro, realizado de 05 a 08 de setembro de 1991 em São Paulo, procurou demonstrar a importância socioeconômica do setor e reforçou as suas características como atividade comercial, não-financeira e auto-regulamentada.**

**O II Congresso Brasileiro, realizado de 09 a 12 de outubro de 1992, em Fortaleza, elegeu a capacitação profissional como meta prioritária para dar continuidade ao crescimento e ao bom atendimento ao crescente número de suas empresas-clientes.**

**O III Congresso Brasileiro foi realizado em São Paulo de 04 a 07 de setembro de 1993. A inflação caminhava para o caos, com índices mensais de aumento de preços superiores a 30%. Com o descontrole, o ano terminou com históricos 2.477,15% de inflação medida pelo IPCA. No final deste ano, Fernando Henrique (Ministro da Fazenda) anunciava a criação da unidade real de valor (URV), base para nova moeda, o Real. O fator de compra dos recebíveis, praticado por nossas empresas, chegou a 34% a.m., em junho de 1994.**

**O IV Congresso Brasileiro foi realizado em São Paulo nos dias 06 e 07 de dezembro de 1996. Era o terceiro ano do real e os resultados econômicos trouxeram à tona ineficiências que a inflação mascarava e a passagem de uma economia com inflação anual de 3 a 4 dígitos para condições de quase estabilidade. O fomento mercantil compareceu com serviços e liquidez, resultando em aumento de 32,55% na carteira de**

**clientes, de R\$ 8,6 bilhões em 1995 para R\$ 11,4 bilhões em 1996, bem acima do PIB que evoluiu 2,66% naquele ano.**

**O V Congresso Brasileiro, de 14 a 16 de outubro de 1999, em São Paulo, realizou-se sob a visão de um ano inteiro de nova política cambial e suas conseqüências sobre a vida do País e das empresas em particular. A inflação pelo IPCA alcançou 8,94%. O fomento mercantil, novamente, demonstrou sua pujança econômica crescendo 15,65%. O ponto alto deste Congresso foi a corajosa decisão de rever conceitos operacionais e jurídicos no que tange à quebra do tabu das operações realizadas sem a garantia de solvência do sacado devedor. Foi uma iniciativa vitoriosa da ANFAC.**

**De 10 a 12 de outubro de 2002, a ANFAC realizou, em São Paulo, o VI Congresso Brasileiro, que procurou contextualizar os acontecimentos, dar aos empresários as novas diretrizes para o País e para o setor e debater a adequação do contrato de fomento mercantil ao novo Código Civil que entraria em vigor em janeiro de 2003. Promoveu ainda o primeiro painel sobre certificação eletrônica.**

**O VII Congresso Brasileiro foi realizado de 20 a 22 de maio de 2004 no Rio de Janeiro, com o propósito de ampliar o campo de atuação da sociedade de fomento mercantil e iniciar um trabalho institucional ante diversos setores da sociedade e, muito especialmente, perante o Poder Judiciário. Foi um investimento altamente produtivo para toda a categoria.**

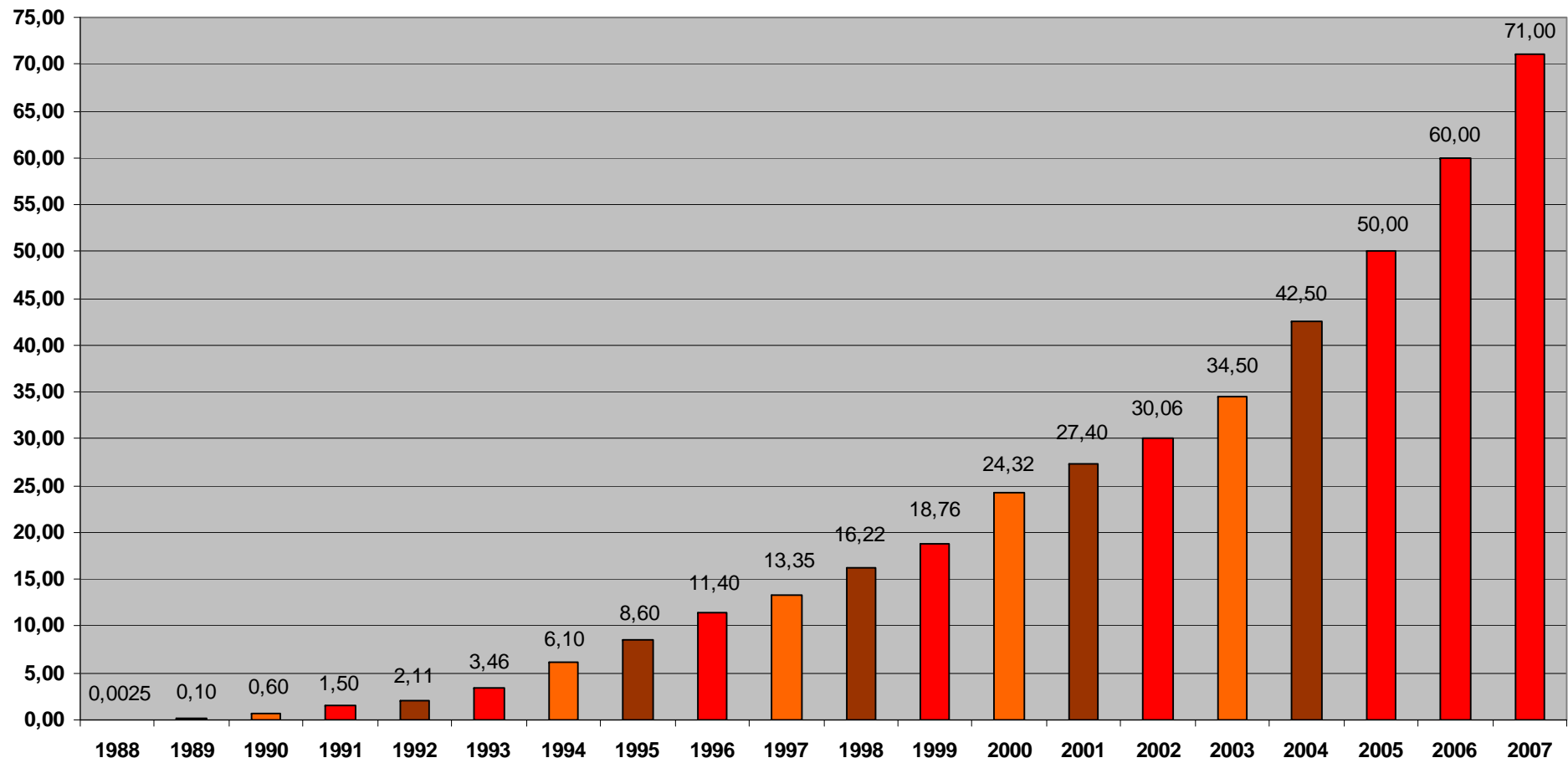
**O VIII Congresso Brasileiro de Fomento Mercantil foi realizado em 2006, em Porto Alegre, e o ponto alto foi a palestra do Presidente da Associação Espanhola de Factoring.**

**Estamos agora, neste momento, dando início ao IX Congresso Brasileiro de Fomento Mercantil, cujo objetivo precípua é o aperfeiçoamento da vida institucional do fomento mercantil que, está a exigir de todas as empresas, particularmente das associadas, a observância de alguns princípios e normas básicos que mostrem nossa união e nosso profissionalismo, mas, sobretudo que se valorize o precioso know how técnico reunido com a ajuda fornecida por todas as filiadas, pelas decisões judiciais que nos têm fortalecido e pelos longos anos de intenso trabalho em favor das pequenas e médias empresas.**

**As principais economias e os países em desenvolvimento têm no fomento mercantil um importante esteio para assistir a sua clientela composta de pequenas e médias empresas.**

**No Brasil, a atuação das empresas filiadas apresentam a seguinte evolução:**

## CARTEIRA DE BILHÕES



## DIRECIONAMENTO DAS OPERAÇÕES

Segmento Empresarial	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Metalurgia	25,00%	25,75%	26,00%	26,50%	25,50%	26,00%
Outras Indústrias	31,00%	20,00%	19,50%	18,50%	19,50%	20,50%
Têxtil e Confecção	8,00%	10,75%	10,50%	9,00%	8,00%	7,50%
Química	4,00%	4,75%	5,00%	5,25%	6,00%	5,50%
Gráfica	3,50%	4,00%	3,50%	3,75%	4,00%	3,00%
Transportes	1,00%	1,75%	1,50%	1,25%	1,50%	1,75%
Sucro-Alcooleiro	1,50%	2,50%	3,50%	4,75%	4,50%	4,75%
Prestação de Serviços	11,00%	14,00%	13,50%	13,75%	14,00%	13,75%
Empresas Comerciais	15,00%	16,50%	17,00%	17,25%	17,00%	17,25%

## FATOR ANFAC (1993-2008)

FATOR DE COMPRA %																
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Jan	28,07	30,67	8,36	6,64	4,55	4,79	4,52	4,20	3,80	3,89	4,42	4,24	4,55	4,52	3,96	3,96
Fev	25,64	32,96	8,32	6,73	4,43	4,75	4,85	4,16	3,77	3,88	4,40	4,40	4,57	4,51	3,95	3,95
Mar	24,73	34,56	8,90	6,61	4,28	4,64	5,10	4,12	3,83	3,82	4,40	4,40	4,60	4,51	3,94	3,95
Abr	27,00	36,80	9,29	6,51	4,25	4,55	4,92	4,01	3,89	3,83	4,40	4,39	4,62	4,42	3,92	3,98
Mai	26,64	35,30	9,07	6,23	4,24	4,50	4,82	3,99	3,89	3,81	4,43	4,41	4,63	4,35	3,91	4,00
Jun	27,09	35,40	9,00	5,89	4,20	4,42	4,79	3,97	3,93	4,10	4,39	4,40	4,64	4,31	3,90	3,99
Jul	27,42	9,85	9,02	5,60	4,20	4,33	4,75	3,91	4,10	4,04	4,36	4,42	4,63	4,29	3,90	
Ago	28,22	10,40	8,49	5,44	4,15	4,20	4,70	3,88	4,04	4,04	4,34	4,43	4,63	4,24	3,91	
Set	28,83	8,58	8,11	5,25	4,13	4,50	4,56	3,87	4,03	4,01	4,33	4,45	4,62	4,13	3,92	
Out	28,55	8,46	7,85	5,02	4,10	4,55	4,40	3,85	3,97	4,25	4,28	4,46	4,61	4,06	3,93	
Nov	29,47	8,71	7,72	4,78	4,96	4,50	4,39	3,87	3,95	4,37	4,25	4,49	4,58	3,99	3,94	
Dez	31,26	8,36	7,28	4,70	4,80	4,49	4,35	3,83	3,90	4,38	4,24	4,51	4,55	3,96	3,96	

## **CARTEIRA ANFAC VERSUS PIB BRASIL:**

<b>ANO</b>	<b>CARTEIRA</b>	<b>PIB</b>	<b>CARTEIRA / PIB</b>
	<b>ANFAC</b>	<b>BRASIL</b>	
1.999	18.760	973.846	1,93%
2.000	24.250	1.101.255	2,20%
2.001	26.591	1.198.736	2,22%
2.002	30.062	1.447.822	2,08%
2.003	34.567	1.699.948	2,03%
2.004	42.674	1.941.498	2,20%
2.005	50.745	2.147.239	2,36%
2.006	60.345	2.332.936	2,59%
2.007	70.102	2.558.821	2,74%

No período considerado, a participação da CARTEIRA ANFAC, no PIB brasileiro, se deu de forma crescente. Para uma evolução do PIB brasileiro, no período de 162,75%, a CARTEIRA ANFAC teve uma expansão de 273,68%, ou seja, 68,16% a mais.

No período 1/01/2.004 a 31/12/2.007, período onde o país conviveu com a mais extraordinária expansão do crédito, tanto o focado nas empresas como nas pessoas físicas, para uma evolução do PIB brasileiro de 50,52% a CARTEIRA ANFAC evoluiu 102,80%, o que demonstra efetivamente a relevância da atividade para o país, e é importante que se ressalte ser o público alvo das empresas associadas à ANFAC as pequenas e médias empresas, segmento que enfrenta toda a sorte de dificuldades para sobreviver.

**Em termos de participação percentual no PIB a CARTEIRA ANFAC, teve uma evolução de 41,97%, no período analisado.**

	<b>FATOR ANFAC/</b>	<b>CAPITAL DE GIRO/</b>	<b>CONTA GARANTIDA/</b>	<b>DESC.DUPLIC./</b>
	<b>CDI</b>	<b>CDI</b>	<b>CDI</b>	<b>CDI</b>
<b>MÉDIA</b>	<b>376,04%</b>	<b>204,72%</b>	<b>418,91%</b>	<b>290,70%</b>
<b>DESV. PADRÃO</b>	<b>55,88%</b>	<b>27,92%</b>	<b>89,92%</b>	<b>41,73%</b>
<b>COEF. VARIAÇÃO</b>	<b>14,86%</b>	<b>13,64%</b>	<b>21,46%</b>	<b>14,35%</b>

**Da análise estatística dos dados, aí compilados, verificamos que tanto o FATOR ANFAC, como a taxa de desconto de duplicatas, praticada pelas instituições financeiras, AMBAS apresentam o MESMO COEFICIENTE DE VARIAÇÃO, ou seja, ambas apresentam o MESMO RISCO, ainda que as suas operacionalidades sejam razoavelmente diferentes.**

**Por outro lado, vemos que o FATOR ANFAC, a taxa de juros do capital de giro e a taxa de desconto de duplicatas apresentam, praticamente, o mesmo coeficiente de variação, o que demonstra não haver entre elas qualquer distorção significativa.**

**Por sua vez verificamos que a variável observada conta garantida apresentou coeficiente de variação bastante elevado, cerca de 45% superior aos demais, o que evidencia o ALTO RISCO dela, o**

que em certa parte é coerente com as características de crédito que essa variável representa.

#### COEFICIENTES DE CORRELAÇÃO:

DUPLICATAS E CAPITAL DE GIRO:	0,9600
DUPLICATAS E CONTA GARANTIDA:	0,5350
DUPLICATAS E CDB:	0,7920
FATOR ANFAC E CAPITAL DE GIRO:	0,9300
FATOR ANFAC E CONTA GARANTIDA:	0,8600
FATOR ANFAC E CDB:	0,9440
FATOR ANFAC E DUPLICATAS:	0,8040

Quando determinamos o coeficiente de correlação, observamos que as taxas de juros referentes ao capital de giro e a taxa de desconto de duplicatas têm uma correlação positiva e bem próxima de um **(0,960)**, significando uma **CORRELAÇÃO QUASE PERFEITA**. O mesmo procedimento efetuado com as taxas de juros dos CDBs e das taxas de desconto de duplicatas mostrou uma correlação **FORTEMENTE POSITIVA (0,792)**, significando haver entre elas um **GRAU DE ASSOCIAÇÃO** bastante considerável.

Quando adotamos igual procedimento, agora introduzindo a variável observada FATOR ANFAC, podemos verificar que:

- a) O FATOR ANFAC e a variável observada taxa de juros do CDB estão, praticamente, **PERFEITAMENTE CORRELACIONADOS POSITIVAMENTE (0,944)**, vindo isto a confirmar a evidência do benchmark adotado em sua concepção técnica, ou seja, as demais variáveis que entram na sua formulação não chegam a distorcer a base de cálculo adotada.
- b) O FATOR ANFAC e a variável observada taxa de juros para capital de giro, utilizada pelo sistema financeiro, também estão muito próximas de serem consideradas **PERFEITAMENTE CORRELACIONADAS POSITIVAMENTE (0,930)**, o que demonstra a forte coerência teórica e conceitual na concepção dessas variáveis e as suas destinações.
- c) O FATOR ANFAC quando cotejado com a variável observada taxa de juros da conta garantida mostrou **CORRELAÇÃO POSITIVA** bastante considerável (**0,860**), inferindo – se daí que, embora as premissas de cálculo utilizadas nas formulações delas sejam bastante diferentes, o **GRAU DE ASSOCIAÇÃO** entre elas é extremamente forte, justificando e confirmando assim a razão pela qual os produtos financeiros que essas variáveis

**representam tenham tão forte presença nas atividades empresariais no Brasil.**

**d) Quando comparamos, vis - a - vis, o FATOR ANFAC e a variável observada taxa de desconto de duplicatas, praticada pelo sistema bancário, verificamos existir uma ALTA CORRELAÇÃO POSITIVA entre elas (0,804), e, mais uma vez observamos que, ainda que a metodologia de cálculo e premissas adotadas para essas variáveis, os valores usualmente praticados, para essas variáveis, são extremamente compatíveis e afins.**

### **ENCONTROS JURÍDICOS**

- 1. EMERJ – junho/2004 - Itaipava/RJ**
- 2. Tribunal de Justiça – outubro/2004 Recife/PE**
- 3. Santa Catarina – outubro/2004 - Florianópolis/SC**
- 4. Fomentando Direito – fevereiro/2005 Vitória/ES**
- 5. Fomentando Direito – APAMAGIS – setembro/2005 SP**
- 6. Encontro Nacional dos Advogados – março/2006 Brasília/DF**
- 7. Encontro Paranaense de Advogados – abril/2006 Curitiba/PR**
- 8. Fomentando o Direito – junho/2006 – Cuiabá/MT**
- 9. Fórum Jurídico Amazônico – setembro/2006 – Belém/PA**
- 10. Encontro Jurídico – setembro/2006 – Belo Horizonte/MG**
- 11. Encontro de Magistrados – outubro/2006 – Curitiba/PR**
- 12. Encontro Nacional dos Advogados - maio/2007 Rio de Janeiro/RJ**
- 13. Encontro Jurídico TJ Goiás – junho de 2007 Goiânia/GO**
- 14. Encontro dos Advogados – julho de 2007 Porto Alegre/RS**

- 15. Fórum Jurídico Nacional – outubro de 2007 – Jarinu/SP**
- 16. Encontro Jurídico da Magistratura Cearense – outubro de 2007 – Fortaleza/CE**
- 17. I Curso de Reciclagem ANFAC/Escola Paulista de Magistratura – mar/2008 – SP**
- 18. Encontro Nacional dos Advogados – maio/2008 – Curitiba/PR**

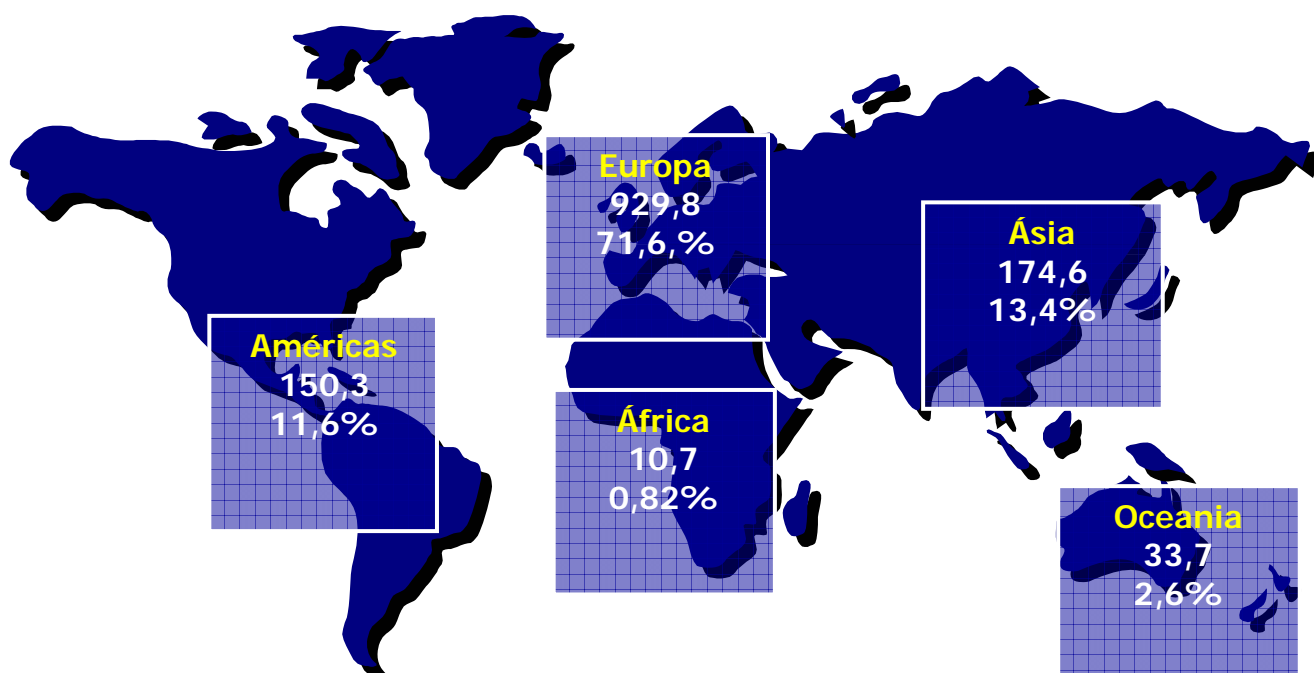
### **WORKSHOPS - REUNIÕES TÉCNICAS**

- **Workshop Regional – junho/2006 – Cuiabá/MT**
- **Workshop Regional – agosto/2006 – Bauru/SP**
- **Workshop Regional – agosto/2006 – Rio de Janeiro/RJ**
- **Workshop Regional – outubro/2006 – São José do Rio Preto/SP**
- **Workshop Regional – março/2008 – Bauru/SP**
- **Fórum Técnico Operacional – abril/2008 – Vitória/ES**
- **Reunião Técnica do Fomento Mercantil – maio/2008 – Salvador/BA**
- **Reunião Técnica do Fomento Mercantil – junho/2008 Ribeirão Preto/SP**

### **RELEVANTES FUNÇÕES SOCIOECONÔMICAS**

- **Sociedades de fomento mercantil filiadas ao Sistema ANFAC – 720 (2007).**
- **Giro de carteira anual – R\$ 60,00 (2006) e R\$ 71 bilhões (2007).**
- **130.000 empresas clientes de pequeno e médio porte.**
- **2 milhões de empregos diretos e indiretos.**
- **Tributos recolhidos diretamente pelas sociedades de fomento mercantil, R\$ 330 milhões.**
- **Estimativa dos tributos recolhidos pelas empresas-clientes, aproximadamente, R\$ 120 milhões.**

## GEOGRAFIA DO FACTORING



**TOTAL : €1,299.127 trilhão em 2007 – (Fonte: FCI)**

Segundo dados do FCI – Factor Chain International, no ano de 2007, o *turn over* das operações de factoring atingiu a cifra de €1,299.127 trilhão.

Neste cenário, a Europa obteve destaque com o movimento de €928,8 bilhões, o que corresponde a 71,06% do movimento verificado no mundo todo.

Neste continente, sobressaem-se as operações da Inglaterra com € 286 bilhões, seguida da Itália com € 122 bilhões, da França com €121 bilhões, da Alemanha com €89 bilhões e da Espanha com €83 bilhões.

**Nas Américas, os Estados Unidos têm a maior movimentação, que é de € 97 bilhões, o Brasil está na seqüência com € 23 bilhões, o Chile com € 14 bilhões e o México com €9 bilhões.**

**Na Ásia, evidenciam-se o Japão com € 77 bilhões, Taiwan com 42 bilhões e China com 33 bilhões.**

**Na Oceania, a Austrália com €33 bilhões.**

**Na África, a África do Sul com €9 bilhões.**

**Nos próximos anos iremos conviver, com um maior fluxo financeiro externo, com investimentos dirigidos e segmentados, contribuindo assim para tornar a economia nacional mais robusta, com melhor musculatura, mais diversificada, com maiores e melhores oportunidades para todos, onde a palavra chave será vencer a miopia provinciana de muitos dos atuais dirigentes das empresas nacionais, que ainda resistem em aceitar que vivemos novos tempos, tempos onde a colaboração, o compartilhamento de informações, a troca de experiências, a atualização de práticas, conhecimentos e visão empresariais, enfim, a prática de um profissionalismo autêntico será sinônimo de sobrevivência.**

**Do ponto de vista da governança corporativa é de se considerar que as empresas de fomento mercantil, em particular, as que pretendam se beneficiar dessa nova realidade deverão, desde já, desenvolver processos, procedimentos e práticas de gestão empresarial transparente e eficiente de desempenho operacional detalhado, coerente e exequível, que demonstrem visão de futuro e gosto pela inovação.**

**As nossas empresas filiadas devem programar-se para enfrentar uma fase de profundas mudanças em seu mercado, cuidando da modernização de seu ambiente de negócios, em que o crescimento se transformou em uma experiência marcada pelo risco.**

**Estejamos certos de que as transformações no campo econômico e tecnológico serão tão profundas e rápidas nos próximos 2 anos que, no X Congresso Brasileiro de Fomento Mercantil, em 2010, nos defrontaremos com um cenário totalmente novo e renovado.**

**Temos que reformular nossa vida.**

**De registrar que as conquistas e vitórias alcançadas nestes 26 anos pela ANFAC, como entidade-mater, são de todos nós, unidos pelo ideal de uma atividade de inequívoca relevância no contexto econômico nacional.**

**Meus cumprimentos a todos os empresários que participam deste IX Congresso.**

**Que possam levar deste importante evento valiosos ensinamentos para otimizar os métodos de gestão de suas empresas.**

**A todos os meus sinceros augúrios de sucesso e de muito sucesso.**

**São Paulo, 18 de junho de 2008**

**Luiz Lemos Leite  
Presidente da ANFAC**