

■ DELFIM NETTO ANALISA OS ERROS E ACERTOS NO GOVERNO



FOMENTO MERCANTIL

Publicação da ANFAC - Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil - Factoring

23 ANOS

**ANFAC CONSOLIDA ESTRUTURA
E ANTECIPA RUMOS DO SETOR**

CRESCIMENTO

**MERCADO DEPENDE DA
CONFIANÇA DO CONSUMIDOR**

INDÚSTRIA

DO PONTO À PONTA

**Talvez você não saiba, mas sua roupa pode
ter um novo ingrediente: fomento mercantil**

Capa

O fomento mercantil está presente em todas as etapas da confecção de jeans em Goiás, que gera quase 100 mil empregos



INDÚSTRIA 8
Produção de roupas mobiliza 4.300 empresas

6 **MERCADO**
Consumidor se faz de São Tomé e ainda vê o futuro com reservas

13 **JUSTIÇA**
Tribunal de Justiça de PE dá ganho de causa a empresa de factoring

14 **ECONOMIA**
Delfim Netto diz que País está no caminho certo, mas vê erros da política econômica

16 **NOVA FASE**
Anfac concretiza reestruturação e comemora 23 anos de atividades

18 **FISCALIZAÇÃO**
Coaf vai mudar normas para obrigar empresas a relatar operações atípicas

Capa



Foto: Juan Guerra

Seções

EDITORIAL	4
ARTIGO	5
SERVIÇOS	12
NOS SINDICATOS	23
INVESTIMENTOS	26
CARTAS	26

Uma história de sucesso

A história é plena de tenacidade e abnegação. Acontecimentos universais, localizados, articulados até, escondem – ou mostram – homens, grupos, sociedades que se notabilizam na busca de objetivos e, ao alcançá-los, mudaram rumos, conceitos, comportamentos. Numa palavra: coragem de decidir, ousar, criar, inovar e evoluir.

A nossa trajetória se insere nesse processo, de pessoas que lutaram e lutam incansável e incessantemente para ver reconhecida uma atividade, antes cercada de incompreensões, hoje valorizada por sua importância socioeconômica na vida de 100 mil empresas e de 2 milhões de trabalhadores.

São 23 anos marcados por avanços e por obstáculos - estes servindo de estímulo para que novos degraus, nova etapa fosse alcançada -, desde que em 11 de fevereiro de 1982 fundamos a nossa Associação. O fomento mercantil era uma atividade nova, desconhecida do meio econômico nacional. Ainda por se firmar e com todas as suas peculiaridades, exigia um processo didático de divulgação de seus verdadeiros conceitos perante a sociedade brasileira. Entre idas e vindas, colhemos pelo caminho importantes aliados de nossa causa, que se revelaram imprescindíveis na consolidação do setor.

Muito ainda há por fazer, reconhecemos, mas é inegável que uma atividade que irriga a economia brasileira, tão carente de capitais, desponta a cada ano como um apoio decisivo ao desenvolvimento nacional.

A presença do fomento já é percebida de norte a sul do País, por vezes tomando viáveis cadeias produtivas inteiras, como a da confecção de jeans em Goiás, uma das reportagens objeto desta edição. Sociedades de fomento fornecem liquidez ao setor, do preparo do tecido à costura, peças que vão ilustrar as vitrines do comércio. E o consumidor que vai à loja nem imagina que aquele produto teve importante participação do fomento mercantil. É como se aquela peça



A trajetória do fomento mercantil é exemplo de tenacidade

de vestuário pudesse sustentar mais uma etiqueta com dizeres, num vocábulo bem coloquial, “aqui tem fomento”.

Nesses anos, promovemos congressos, seminários, encontros. Disseminamos a cultura da atividade e já usufruímos o reconhecimento de sua importância. Mas é no dia-a-dia das operações, no eficiente atendimento às demandas de parte dos milhões de pequenas e médias empresas do País que consolidaremos mais e mais a imagem do segmento que, ultrapassada a maioridade, revela saudável amadurecimento.

A capilarização do fomento mercantil vem alcançando seu objetivo de oferecer serviços especializados ao segmento das pequenas e médias empresas, suporte de qualquer economia, alavancando zonas de atividade produtiva nos mais recônditos quadrantes do território continental deste país, descobrindo valores e potencialidades e levando assistência a milhares de empreendedores muitas vezes hábeis e competentes, com vontade de vencer com seu talento, desprovidos, porém, de conhecimentos básicos sobre administração, mercadologia, legislação, técnicas de negociação, análise de custos, gestão de negócios e outros desafios. Empreender significa ter coragem de enfrentar desafios para organizar seu próprio negócio para produzir bens ou serviços.

Numa fase de mudanças sociais e tecnológicas e de desenvolvimento econômico globalizado, é fundamental incentivar o talento empreendedor na busca por atingir níveis de desempenho demandados pelo aumento da competitividade e pela necessidade de sobrevivência de segmentos da população. O fomento mercantil tem sido o instrumento alavancador de muitos empreendedores, nos rincões do País, transformando idéias e habilidades em resultados concretos e positivos para o desenvolvimento da economia brasileira. ●

Luiz Lemos Leite
Presidente da Anfac

Pode faltar crédito à exportação?

EMILIO GAROFALO FILHO

O País está maduro para que o fomento mercantil possa financiar as exportações

Financiar a exportação brasileira já tem história como atividade segura e rentável. E consideramos essa atividade como razoavelmente “segura” por algumas razões, que são adicionais em relação às demais formas de crédito:

1) A empresa que toma um financiamento para o fim de exportar, em não cumprindo sua obrigação, além das consequências usuais de qualquer inadimplemento, ainda passa a ter um sério (e caro) problema com o Banco Central. Sujeita-se a tantas multas e restrições que dificilmente descumpra seu contrato, preferindo muitas vezes comprar uma “performance” e cumprir o combinado.

2) Mesmo nos momentos mais difíceis de nossas crises externas, incluindo as três moratórias internacionais dos anos 80, jamais incluímos o financiamento de exportação em qualquer renegociação.

Ademais, é “rentável”, não se compararmos essa atividade ao financiamento popular de sofás, geladeiras, guarda-roupas – que tem rentabilidade e risco maiores –, mas a aplicações em moeda estrangeira, mesmo em fundos que aliam a alta rentabilidade de papéis de países emergentes com maior risco.

Com esse quadro, é de se supor que jamais faltasse financiamento à exportação brasileira. Ledo engano! No período de crise externa, entre 1982 e 1990, mesmo “performando” tudo, o Brasil se viu obrigado a fazer e renegociar, ano após ano, custosos acordos com a banca internacional – chamados Projeto 3 ou C – com o escopo de garantir esse tipo de financiamento. E, o mais grave, em 2002, durante o processo eleitoral, secaram as fontes de financiamento externo, por medo, a ponto de requerer funding do próprio BC e do BNDES – por US\$ 6 bilhões – para que os bancos no Brasil mantivessem “a roda girando” na exportação brasileira.

Pior: no final de março último reuniu-se em Madri o tradicional Instituto para as Finanças Internacionais (IFF), que congre-

de repatriar recursos hoje aplicados no exterior por aqueles que se valem da diversificação de risco soberano em sua estratégia pessoal de administração de portfólio, mas poderiam ser convencidos a assumir maior parcela de risco Brasil, porém em prazos mais curtos e referenciado em moeda estrangeira. Tudo, evidentemente, legal.

Por isso, impulsiona-nos a impressão de que dentre as possibilidades aventadas nos últimos anos, talvez aquela mais próxima de viabilizar-se seja o direcionamento de recursos das empresas de fomento mercantil para o financiamento de comércio exterior. Entendemos, sem profundidade de estudos, que isso já seja possível – ao menos parcialmente – por meio das chamadas “export notes”, a alternativa legal para financiar comércio exterior em moeda nacional. Seja, ou não, correto esse entendimento, o País está mais do que maduro para que as empresas que se dedicam à atividade de fomento mercantil busquem o respaldo legal necessário ao exercício dessa função, nobre, rentável e importante: financiar o comércio exterior brasileiro, especialmente as exportações.

ga cerca de 340 dos grandes bancos mundiais, onde, pela voz de William (Bill) Rhodes, presidente do Citibank, a comunidade financeira, ou parte dela, mais uma vez ameaça os emergentes com o fogo do inferno da falta de financiamento, mercê de uma potencial crise de liquidez no Primeiro Mundo (como denunciaram o recente aumento da taxa básica norte-americana para 2,75% ao ano e os aumentos dos spreads bancários acima do equador).

Dependência externa - Pode ser tudo balela e é provável que seja. Mas ressalta uma de nossas verdadeiras dependências externas, a do financiamento necessário para manter vivo nosso comércio exterior, em particular a exportação. Na importação o problema não é tão grave, porque outros países, diferentemente do Brasil, já desenvolveram diversas formas de financiar suas exportações e, para garanti-las, são capazes de manter nosso crédito. Mas nós permanecemos na eterna dependência de capitais estrangeiros para alimentar os bancos no Brasil e estes financiarem nossas exportações.

Fica claro que o Brasil necessita, urgentemente, encontrar caminhos novos de financiamento, seja pelo uso do BNDES com recursos do FAT, seja por meio dos fundos do tipo Fiex, que trocam a rentabilidade certa do DI pelo potencial ganho de variação cambial ou por meio de empresas cujo escopo é o fomento mercantil (como as factoring). Esse tipo de empresa teria o condão



Emilio Garofalo Filho é ex-diretor do Banco Central e diretor do Banco Latino-Americano de Exportação



Fomento Mercantil é uma publicação da Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil-Factoring (ANFAC)

Endereço: Rua Teixeira da Silva, 217
Bairro Paraíso - CEP 04002-905 - São Paulo.
Telefone: (11) 3549-4855 - Fax: (11) 3549-4866
E-mail eletrônico: anfaca@anfaca.com.br ou
www.anfaca.com.br

DIRETORIA

Presidente
Luiz Lemos Leite
1.º Vice-presidente
Manoel F. Pires do Costa
2.º Vice-presidente
Daniel Gonçalves

VICE-PRESIDENTES EXECUTIVOS

Relações Corporativas
Augusto Sabadin
Relações Corporativas
João Amado Régua
Assuntos Internacionais
Alexandre B. de Souza
Resp. Social Empresarial
Alexandre Dumont Prado
Coord. Reg. - Norte
César Moura Rodrigues
Marketing e Vendas
Cláudio André Halaban
Coord. Reg. - Sudeste
José Paulo Carvalho Lage
Educação Corporativa e Recursos Humanos
Cleonice Arantes De Cicco
Coord. Reg. - Centroeste
Dalton Xavier Araújo
Coord. Reg. - Sul
Dario Tomasselli Júnior
Assuntos Trabalhistas
João Telles
Planejamento e Gestão
Lívio Utch
Novos Produtos
Marcelo Katz
Coord. Reg. - Nordeste
Marconi José Pereira
Assuntos Institucionais
Maria Isabel Salviani
Governança Corporativa
Pio Daniele
Assuntos Tributários
Sérgio Melo
Recuperação de Empresas
Wilson Borges

VICE-PRESIDENTES REGIONAIS

Presidentes das SIMFACs
Luiz Alberto Villar (AL)
Valdemar Pinheiro (AM)
Paulo Villas Boas (BA)
Francisco G. Coelho (CEPIMARN)
Luiz Napoleão da S. Brito (DF)
João Carlos Ribeiro Vargas (ES)
Lindomar Moreira (GO-TO)
Régis Barros de Carvalho (MG)
Rubens Filinto (MS)
Luiz Magno Pires (PA)
Alcides Sabino Maciel (PE)
José Góes (PR)
Flávio Lacerda (RJ)
Jovelino Perondi (RO-AC)
Álvaro Acosta López (RS)
Tarcísio Zonta (SC-NCO)
Sérgio Dogamin (SC-CCS)
Marcus Jair Garutti (SP)

Diretor Adm. e Financeiro
Marcelo A. de Menezes

CONSELHO FISCAL

Presidente
Odilon Pereira Guerra
Conselheiros
João dos Santos Carliá
Tarcísio Zonta

CONSELHO DE ÉTICA E DISCIPLINA

Presidente
Manoel Carlos V. de Moraes
Vice-Presidente
Lúcio Abrahão Bastos
Conselheiros
Cláudio Good
Luiz Fernando D. L. da Trindade
Miguel de Oliveira

ASSESSORES DA PRESIDÊNCIA

São Paulo: Darival Maso, Lívio Arutu Neto, Siguenobu Yoshimura e Viviane Curuncci
Rio de Janeiro: Jorge Lisboa Salgueiro
Distrito Federal: Nadir Baruzzi

EDIÇÃO

TPT Comunicações Ltda.
Telefone: (11) 3077-2790
Endereço: Rua Taboquinha, 422, 5.º andar
Jornalistas responsáveis: Roberto do Nascimento e Antonio Gaspar Filho

Projeto Gráfico e Diagramação:

Marcos Magno
Assistente de arte:
Luiz Eduardo M. S. Prado
Redação: Roberto do Nascimento, Antonio Gaspar Filho, Luciano Arante e Jaime Alves
Fotografia: Juan Guerra

Tiragem: 9 mil exemplares
Impressão: Gama Gráficos Ltda.
Obs.: A reprodução do conteúdo da revista depende de autorização da ANFAC.

Confiança do consumidor pode antecipar rumos

Mais do que a necessidade move o brasileiro. Ele decide pensando se vai estar empregado no mês seguinte e se a prestação cabe no bolso

Uma análise mais cuidadosa do desempenho da economia brasileira em 2004 anunciado pelo IBGE revela um importante fator que norteou a expansão do Produto Interno Bruto (PIB) em 5,2%, comparado a 2003, e deve ser o fiel do crescimento em 2005: a confiança do consumidor. No ano passado, todos os setores que compõem o PIB foram beneficiados. A indústria teve alta de 6,2%, a agropecuária, de 5,3%, e os serviços, de 3,7%. Na indústria, os destaques foram transformação (7,7%), construção civil (5,7%) e serviços industriais e utilidade pública (5%).

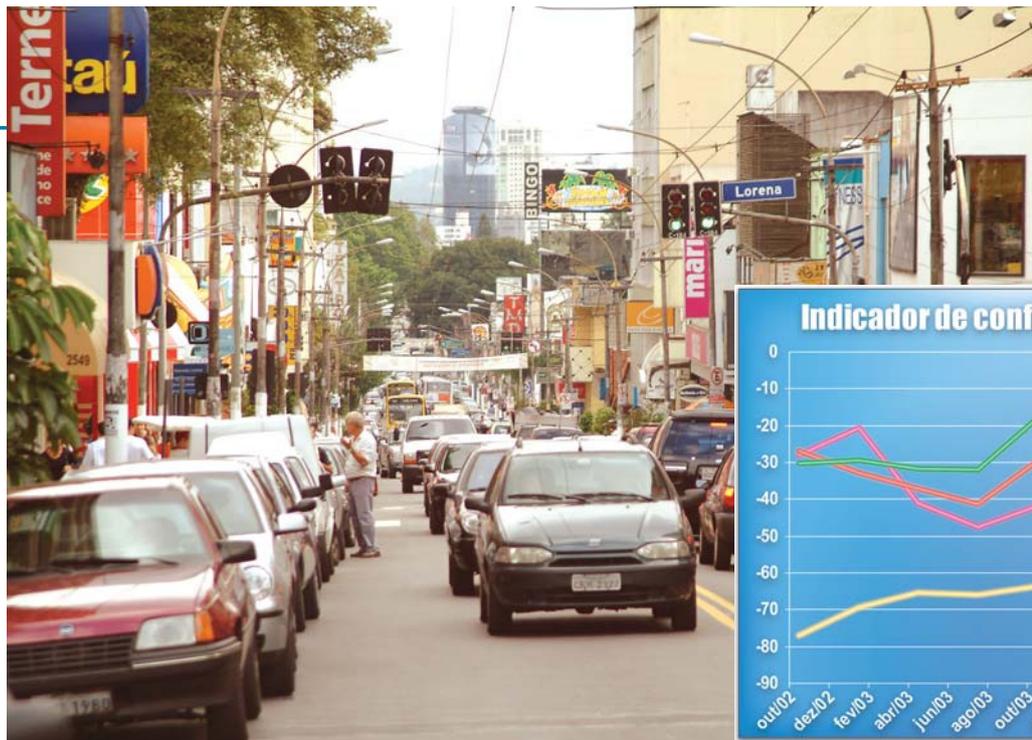
Na prática, foi uma grande retomada na demanda, não por força de um estuendo aumento de renda ou do nível de emprego, mas principalmente por uma retomada na confiança do consumidor que, mais otimista, atreveu-se a buscar os financiamentos de longo prazo. O próprio IBGE, ao anunciar os dados, afirmou ter percebido uma mudança na composição da taxa de crescimento do PIB, uma vez que o setor externo continuou contribuindo positivamente, mas numa magnitude menor. A taxa de demanda interna é que impulsionou mais fortemente o crescimento do produto.

O que isso significa? Que é preciso estar atento no ano corrente a dados como o índice de confiança do consumidor, produzido pela Fundação Getúlio Vargas. O levantamento da FGV deve dar, portanto,

em boa medida, os sinais do nível em que a economia do País continuará a se expandir. "O consumidor mantém um otimismo cauteloso", afirma o coordenador das sondagens conjunturais do Ibre/FGV, Aloisio Campelo. "Não é mais como nos Planos Cruzado ou Real, não há mais euforia." O item mais importante do PIB é o consumo, movido pela renda e pelo emprego, as faces reais da economia. Mas há também o fator psicológico do consumidor, que nenhum indicador capta.

Desde 2002, quando teve início a pesquisa, Campelo afirma que este é o melhor momento. O consumidor ainda vê o presente de forma insatisfatória, mas enxerga o futuro com moderado otimismo.

Entre os fatores de ocupação do consumidor está a inflação, que para ele é sempre superior à indicada pelos índices oficiais, mesmo que os aumentos de preços ocorram de forma isolada. No caso do emprego, embora os indicadores tenham revertido a tendência de aumento, o consumidor, segundo Campelo, é como São Tomé e só vai acreditar em mudança quando a oferta de trabalho for mais



Otimismo moderado: mesmo insatisfeitos com o presente, consumidores vão às compras, na expectativa de um futuro mais favorável



veloz que o crescimento econômico. Ele não vê facilidade para conseguir emprego no futuro próximo.

De qualquer forma, o coordenador de sondagens da FGV entende que emprego e renda estão de fato aumentando e a percepção dessa melhora reflete-se em respostas mais positivas quanto à situação econômica da família.

As informações do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (Caged), do Ministério do Trabalho, relatava a fevereiro, apontaram expansão moderada do emprego formal no País. O estoque de mão-de-obra com carteira assinada registrou acréscimo líquido de 73,3 mil postos, o que representou crescimento de 0,30% sobre o estoque de janeiro. ALCA Consultores fez um ajuste sazonal nesse resultado e concluiu que o cres-

cimento do emprego formal entre janeiro e fevereiro foi ainda menor, de 0,23%.

A indústria de transformação – que em janeiro havia retomado, ainda que de forma modesta, seu ritmo de admissões – “andou de lado” em fevereiro. Mesmo levando em conta que o carnaval ocorreu em fevereiro – em 2004, foi em março –, o que reduziu o número de dias úteis no mês, a evolução do emprego na indústria mostrou desempenho bastante fraco. Ao final do primeiro bimestre de 2004, a indústria de transformação havia gerado em torno de 74,2 mil novos postos de trabalho formal. Em 2005, este número ficou em 33,7 mil. Em particular, a indústria de calçados parece sentir, cada vez mais, os efeitos da valorização do real em relação ao dólar. O saldo negativo em fevereiro (menos 1,3 mil postos, ante janeiro) acende a luz amarela nesse ramo, uma vez que na mesma comparação em 2004 foram criadas 3,8 mil novas vagas formais, observa a consultoria.

O modesto saldo positivo na geração de postos de trabalho formal, em fevereiro, esteve em grande parte associado ao desempenho dos setores de comércio e serviços, que se beneficiam de melhores resulta-

dos no mercado doméstico a partir de meados de 2004. A mão-de-obra formal no comércio situou-se em nível bem superior ao registrado em fevereiro de 2004 (7,9%). O setor agropecuário, que teve desempenho bastante destacado no ano passado, poderá reduzir o ritmo de contratações em 2005, em função da baixa (cíclica) das cotações de boa parte de suas commodities no mercado internacional observada ao longo do segundo semestre.

Em 2004, pela ótica da oferta, destacaram-se as taxas de crescimento do comércio (7,9%), da indústria de transformação (7,7%) e da construção civil (5,7%). Do ponto de vista da demanda, os destaques nessa mesma comparação ficaram com exportações (18%), importações (14,3%) e formação bruta de capital fixo (10,9%).

Vale observar que, pelo lado da demanda, da taxa de 5,2% de crescimento do PIB de 2004, 4,1% se referem à demanda interna e 1,1%, à externa. Em 2003, a demanda interna havia caído 1,1%, e o setor externo cresceu 1,6%, levando ao resultado no fim daquele ano de 0,5%. É o dobro da taxa média de crescimento dos últimos dez anos, que ficara em 2,4% ao ano.

Para 2005, as previsões, até aqui, flutuam em torno de 4%, o que seria ótimo, mas soa um pouco otimista, especialmente se a política de contenção inflacionária for aplicada em dose excessiva e provocar reações que possam afetar a confiança dos consumidores, afirma o economista Emilio Garofalo Filho.

Em 2003, não ocorreu queda catastrófica do PIB graças à força exportadora do País. Em 2004, o setor externo se manteve em alta, mas a demanda interna cresceu muito mais: de uma variação negativa de 1,1% em 2003 para uma positiva de 4,1% em 2004. Agora, em 2005, o mercado interno pode ter um peso ainda mais preponderante no conjunto da economia.

Inflação e emprego vão caminhar lado a lado nas expectativas dos consumidores. De acordo com analistas, a política monetária imposta pelo Banco Central, com aumento da taxa básica de juros, não deve ter peso na decisão dos consumidores, porque vem sendo acompanhada, contraditoriamente, pela expansão do crédito. O sinal amarelo só deve acender quando os juros representarem ameaça ao emprego. ●



Campelo: consumidor é São Tomé

O jeans tinge de azul os números da economia goiana

Parceria entre as confecções e o fomento mercantil possibilita o surgimento e a sustentação de pequenas e microempresas, responsáveis por cerca de 100 mil empregos, com baixo investimento

No quarto maior pólo de confecções do País, os principais insumos são o tecido, a mão-de-obra especializada e... fomento mercantil. Isso mesmo, fomento mercantil. As 4.300 empresas de confecção do Estado de Goiás – segmento industrial que fica atrás apenas de São Paulo, Paraná e Santa Catarina – produzem por mês 5 milhões de peças, 90% delas destinadas às Regiões Norte e Nordeste. Setor com forte predomínio de pequenas e microempresas, a indústria de confecções enfrenta a asfixia da falta de liquidez que marca parcela importante dos 4,6 milhões de pequenos estabelecimentos espalhados pelo País. Mas os produtores de Goiás descobriram na parceria com as factorings a saída para a falta de capital.

Cerca de 95% das confecções são pequenas e microempresas, um mercado que cresce com o apoio do fomento mercantil, informa o presidente da Associação Goiana da Indústria de Confeções (Agicon) do Sindicato da Indústria de Roupas de Goiânia, Frederico Martins Evangelista. “Com certeza, 90%, ou mais, do capital de giro dessas empresas é pro-

veniente de terceiros, empresas de fomento mercantil e bancos.”

Evangelista procura orientar as pequenas e microempresas de confecção a ver nas factorings um parceiro capaz de prover a liquidez necessária ao crescimento. “Recomendo sempre que as confecções, ao procurar uma empresa de fomento mercantil, o façam buscando aquelas que já são estabelecidas, ligadas à entidade de classe.” Isso porque obterão o apoio de que necessitam para fomentar todas as suas atividades. “Com isso, a factoring será uma parceira da empresa.”

O proprietário da Lopes Confeções Ltda., Wagner Souza Amorim, trabalha no segmento há seis anos e há quatro encontrou o caminho não só para manter os negócios como ampliá-los. Ele utiliza o serviço da KF Factoring Fomento Comercial há quatro anos.

A Lopes fabrica 10 mil peças por mês, com faturamento em torno de R\$ 150 mil. Pelo menos metade do giro vital ao funcionamento da empresa tem a participação do fomento mercantil, que está presente em todos os segmentos de confecção de jeans - indústria, lavanderia e comércio.

“Para a compra de matéria-prima de fornecedores de Goiânia ou empresas de fora do Estado, precisamos de capital de giro. A lavanderia necessita do fomento na compra de produtos para a lavagem do jeans de terceiros, e o comércio, por causa da grande quantidade de vendas com pré-dados, sempre recorre à KF”, comenta Amorim.

Para ele, as empresas de fomento mercantil são de grande importância na atividade. “A empresa de factoring tem mais disponibilidade para nos atender, para combinar o fator. Dependendo do montante que você está fomentando dá para negociar, por meio do prazo médio dos cheques que recebemos em pagamento das mercadorias vendidas, além de profissionalizar a operação”, disse.

Amorim informa que o fomento mercantil concorre com vantagem em relação ao prazo dado pelo fornecedor. Ao negociar a compra de matéria-prima, segundo ele, o fornecedor dá descontos vantajosos para pagamento à vista. “Geralmente, em compras de 30 dias, a fábrica cobra de 8% a 10%. Já o valor pedido pela empresa de factoring para o período é bem menor que isso”, informa. Assim, buscar o fomento desde a compra da matéria-prima acaba sendo um bom negócio para a confecção.

Essa alternativa para as pequenas empresas se torna fundamental, no momento em que o crédito direto de curto prazo dos fornecedores para capital de giro já supera o concedido pelo sistema financeiro, de acordo com levantamento da Serasa. Até meados de 2004, os fornecedores respondiam por R\$ 153 bilhões do giro das empresas, enquanto o crédito fornecido pelos bancos somava R\$ 133 bilhões.

É as confecções de Goiás têm um peso considerável na economia do Estado. Responsáveis pelo movimento de R\$ 200 milhões por mês, elas mantêm grande parte do emprego formal no Estado: 30 mil trabalhadores com carteira assinada, além de gerar outros 60 mil empregos indiretos.

Além das lojas, os produtores de jeans de Goiânia têm um jeito peculiar de vender seus produtos. Todos os domingos, realizam a chamada Feira Hippie, que recebe a visita de lojistas de vários Estados, interessados em comprar roupas para revenda diretamente dos produtores. A esti-



Thanira, da KF: empresa instalada estrategicamente no pólo de Goiânia

mativa é de que a cada domingo as vendas cheguem a um milhão de peças, mecanismo que se constitui na principal forma de escoamento da produção.

A cadeia produtiva do jeans do Estado favorece o surgimento de pequenas e microempresas que, por sua natureza, dependem muito de recursos de terceiros. A fabricação do jeans pode ser realizada de forma própria ou terceirizada. É comum, nesse caso, que as várias etapas do processo de fabricação sejam terceirizadas, no corte, na costura ou na lavagem.

É o caso da Rosental Rosental Indústria e Comércio de Roupas, que trabalha no setor desde 97 e transfere a produção da roupa e lavagem do jeans. “Nós compramos a produção de uma empresa e repassamos para a lavagem em outra, sempre dependemos do custo do serviço na hora de escolher os parceiros”, informa o proprietário, Hans de Oliveira Rosental.

Nos primeiros anos de vida da Rosental, de acordo com ele, a parceria com a empresa de fomento mercantil foi essencial. “No início era um apoio, cerca de 60% do nosso capital de giro era proveniente do fomento mercantil. Hoje, depois que a empresa deslanchou e tem capital próprio, trabalhamos muito menos, em torno de 10%. No começo é fundamental”, avalia Rosental.

O industrial adotou uma política de exclusividade na relação com empresas de fomento mercantil. Para ele, é importante trabalhar com apenas uma. Uma das razões para essa fidelidade é a parceria que se forma entre o cliente e a empresa: o custo cobrado pela factoring na compra dos recebíveis é bem acessível. “A questão é a necessidade. Hoje, como a empresa já está estabelecida, tem um patrimônio, consegue recursos mais em conta.” Para ele, a agilidade e o baixo custo dos serviços prestados pelo fomento mercantil melhoraram a produtividade.

O setor de confecções é um dos principais clientes das empresas de fomento mercantil em Goiás. A atividade é responsável por 40% do volume de operações com recebíveis em todo o Estado. Só a confecção de jeans responde por 20% desses negócios, diz a administradora da KF Factoring Fomento Comercial, Thanira Brasseiro Moreira. Sua empresa está instalada estrategicamente no pólo de Campinas, em Goiânia. “Em nossa empresa, 25% dos clientes são do setor de confecção. É um mercado bastante amplo, que movimenta vários outros segmentos, como aviamentos, tecidos e malharia”, informa Thanira.

As indústrias de jeans e tecelagens trabalham com sistema de concessão de pra-

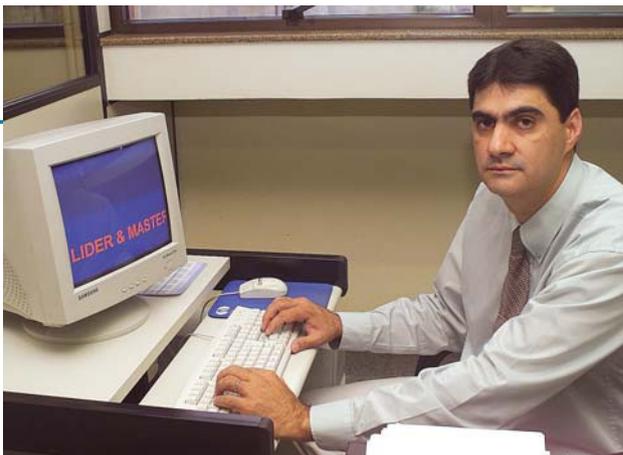
zo para os clientes. Esses fabricantes buscam no fomento uma alternativa mais vantajosa. “As confecções recebem desconto na compra do jeans à vista. O custo de nossa operação, da prestação do serviço à compra dos direitos das vendas mercantis é satisfatório e compensador”, afirma Thanira.

O diretor comercial da Santana Têxtil, Daniel Moura, confirma que cerca de 60% das vendas de têxteis são destinadas às pequenas e médias empresas. “No nosso mercado, a maioria das grandes companhias terceiriza a produção com pequenas e médias empresas. E, se contarmos com esse tipo de produção, o número vai para próximo de 90%.”

Para Moura, as pequenas e médias empresas são fundamentais no setor têxtil. “Na minha visão, elas são responsáveis por grande parte da produção de confecções no Brasil.”

Oito municípios concentram a produção de roupas no quarto maior pólo do País, mas é Goiânia que responde por metade do faturamento do Estado.

“Nossa meta é ampliar o mercado, for-



Fernandes: “É o setor mais representativo para o fomento mercantil”

talecer e consolidar o pólo. Fazer com que as empresas agreguem maior valor ao produto, que tenham formação em moda para desenvolver um produto diferenciado. Isso já dá um salto em termos de faturamento muito grande”, afirma o presidente da associação goiana de confecções, a Agicon, Frederico Martins Evangelista. Ele diz que o setor, já consolidado, busca agora aumentar o volume das vendas dos produtos goianos para as Regiões Sudeste e Sul do País. “Temos uma participação

muito pequena nas duas áreas, não chega a 10%. A nossa venda é concentrada no Norte e Nordeste.”

Mas os planos de Evangelista são mais ambiciosos. “Depois de conquistar o País, a meta é exportar”, afirma. As indústrias de jeans e outras confecções goianas, como as que produzem biquínis, já exportam por meio dos Correios (Exporta Fácil), e de pessoas que, quando viajam para fora do País carregam em suas bagagens parte da produção do Estado.

“Mas isso não é exportação, é venda internacional. É uma evolução do mercado, mas ainda precisamos conquistar o Sul e o Sudeste e, num segundo momento, fazer as nossas exportações de maneira mais formal”, informa.

Outra empresa que deu início e cresceu recorrendo ao fomento mercantil foi a AIF Indústria de Confeções, que produz cerca de 5 mil peças por mês e entrou o ramo do jeans há quase dois anos. “No início da atividade o crédito que conseguimos de maneira mais rápida e fácil veio do fomento mercantil”, diz o sócio-proprietário da empresa Francimilton de Campos.

A AIF também terceiriza parte de sua produção. Após o corte do tecido, transfere para outras empresas a costura e a lavagem da calça. “Quando iniciamos, 50% do nosso capital de giro era proveniente da factoring. O trabalho com a empresa de fomento mercantil foi muito importante, porque no início é muito complicado conseguir crédito. Atualmente, sei que posso contar com isso, havendo necessidade.”

A parceria fomento-confecção tem peso

significativo na carteira das factorings. A Master Factoring Fomento Mercantil e a Líder Factoring Fomento Mercantil tiveram, no último trimestre, 35% de concentração no setor que envolve as confecções, vendas de tecidos e malharia, comércio (atacadista e varejista) e acessórios (aviamentos). “Tudo o que é pertinente à atividade de confecção movimentada a economia do Estado e, em consequência, é um setor representativo para as sociedades de fomento mercantil”, diz o supervisor de operações das empresas, James Allen Correia Fernandes.

A Master e a Líder possuem aproximadamente cem clientes ativos do setor de confecções. “Existem períodos, principalmente o Natal, em que ocorre o desaquecimento do mercado, mas quando chega março e abril começa a retomada. Essa não é uma peculiaridade do setor de confecção, todos os segmentos têm um período mais vulnerável.”

O fomento mercantil tem-se revelado vital no desenvolvimento do setor de confecção. Tanto no surgimento e sustentação de pequenas e microempresas quanto

na recuperação daquelas de maior porte. São exemplos as indústrias catarinenses Teka e Buettner, de Santa Catarina, que encontraram a DGS Factoring Fomento Comercial, também localizada no Estado do Sul, o principal ponto de apoio no auge da falta de liquidez. Hoje, recuperadas, essas companhias mantêm a fidelidade nas operações com as sociedades de fomento. O proprietário da DGS, Dario Tomaselli Junior, explica numa frase essa relação: “Nosso papel é facilitar a vida das empresas”.

Um fator adicional revela o papel de destaque do setor de confecções no conjunto da economia do País: a sua capacidade de gerar empregos com baixo investimento. Um estudo do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) mostra que o setor de confecções é um dos poucos que conseguem gerar emprego com menos de R\$ 1 mil de investimentos. Na agropecuária, são necessários R\$ 5,7 mil para a criação de uma vaga, número que quase triplica na indústria automobilística, que exige investimento de R\$ 14 mil por emprego. ●

Processo favorece pequenos



O tecido adquirido pela indústria, normalmente de grandes empresas, passa pelo primeiro processo nas confecções, o corte, que pode ser terceirizado, mobilizando pequenas e microempresas, que geram mão-de-obra e não exigem investimentos elevados.

Na segunda etapa, o jeans segue para a costura. Máquinas e mãos habilidosas unem peças e dão a forma final às roupas que serão vendidas em lojas, feiras atacadistas ou exportadas em pequenas quantidades pelos correios ou diretamente pelos compradores.



A lavagem e a tintura das peças são feitas em processo artesanal por grande número de empresas. Depois de ganhar tons predominantemente azuis, as calças vão receber detalhes e adereços ao gosto dos mercados consumidores.

As vendas são feitas em lojas de fábrica especializadas e podem ser realizadas no atacado e no varejo. São 5 milhões de peças todos os meses, que mobilizam quase 100 mil trabalhadores e geram receitas ao redor de R\$ 200 milhões.



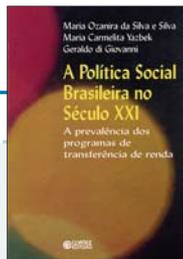
Seminário discute impacto da nova Lei de Falências

A Anfac e o BankBoston promovem no dia 2 de junho o seminário A Nova Lei de Falências. Divididos em módulos, os trabalhos vão abordar na primeira parte os aspectos gerais da legislação: objetivos e filosofia da nova lei, um comparativo entre o Dec. Lei 7661/45 e Lei 11.101/05, as principais inovações e aspectos socioeconômicos positivos e negativos.

A segunda parte será dirigida diretamente ao fomento mercantil: novos requisitos exigidos para o pedido de falência, tramitação judicial do pedido, defesa do devedor, análise comparativa com o Dec. Lei 7.661/45 e início da vigência da nova lei e suas consequências.

As principais inovações da lei sob o aspecto do direito penal e os crimes falimentares vão compor o terceiro módulo. Na última parte, o seminário tratará da recuperação judicial, dos aspectos voltados às pequenas e microempresas e da recuperação extrajudicial.

O seminário é destinado às empresas associadas da Anfac e será realizado no auditório do BankBoston - Av. Chucrê Zaidan, 246 das 13 às 18 horas. Inscrições somente pelo telefone (11) 3549 4855.



O livro **A Política Social Brasileira no Século XXI** – A prevalência dos programas de transferência de renda, de Maria Ozanira da Silva e Silva, Maria Carmelita Yazbek e Geraldo di Giovanni, apresenta um estudo aprofundado das mais relevantes experiências de programas de renda mínima associados à educação e bolsa-escola que foram instituídos no Brasil, com ênfase a partir de 1995, por administradores municipais, estaduais e em convênios com a União.

Os autores se dedicam ao estudo de como é possível criar instrumentos de política pública que possibilitem a construção de um país justo e civilizado. Os três publicaram trabalhos avaliando de forma crítica as iniciativas tomadas pelos governos nas últimas décadas.

Ozanira foi a primeira brasileira a se tornar sócia vitalícia da Rede Européia da Renda Básica (Bien - sigla em inglês).

Obra: **A Política Social Brasileira no Século XXI** – A prevalência dos programas de transferência de renda

Preço: R\$ 29,00

Editora: Cortez

Informações: (11) 3864-0111



Mercados Financeiros para a Certificação Profissional Anbid (CPA-10) apresenta uma introdução aos mercados, adequada às normas da Associação Nacional de Bancos de Investimentos para o exame de certificação profissional Anbid - Série 10 (CPA-10).

Conforme destacado pela instituição, a CPA-10 faz parte do Programa de Certificação Continuada da Anbid e tem como principal objetivo a capacitação técnica permanente dos profissionais que atuam em agências bancárias e têm contato direto com o público na oferta de produtos de investimento.

O livro de Adriano Leal Bruni traz conceitos sobre o tema, como poupar e investir, intermediação e segmentação dos mercados financeiros. Contém ainda informações sobre o sistema financeiro, ética e regulamentação, noções de economia e finanças, princípios de investimento, letras hipotecárias, swaps, certificados de depósito bancário, debêntures e notas promissórias.

Obra: **Mercados Financeiros para a Certificação Profissional Anbid (CPA-10)**

Preço: R\$ 58,00

Editora: Atlas

Informações: (11) 3357-9144

Tribunal dá vitória ao fomento em Pernambuco

Decisão mostra importância do esclarecimento sobre ao Poder Judiciário

O Tribunal de Justiça de Pernambuco julgou procedente, por unanimidade, recurso interposto por sociedade de fomento mercantil associada à Anfac, que, por decisão de primeira instância, foi impedida de promover execução contra devedor de título que lhe fora endossado. Para o presidente do Sindicado das Sociedades de Fomento Mercantil – Factoring de Pernambuco (Sinfac-PE) e vice-presidente regional da Anfac, Alcides Sabino Maciel, a decisão é o “coroamento da iniciativa do Sinfac-PE, na busca de uma maior aproximação com o Poder Judiciário, contando sempre com o apoio da Anfac”.

Por ser uma atividade com características diferenciadas, o fomento mercantil não era bem compreendido por outros setores, especialmente o Judiciário. Um consistente trabalho de conscientização e troca de informações - incluiu reuniões, seminários, congressos - permitiu a juízes e desembargadores tomar contato de forma mais detalhada do balizamento legal do factoring e de suas operações. Para Maciel, os empresários do fomento mercantil de Pernambuco têm sentido



Alcides Sabino Maciel, presidente do Sinfac-PE

que o Poder Judiciário passou a observar o setor com “novo sentimento de respeito e cooperação”.

A presença de magistrados no evento promovido pela Anfac e Sinfac-PE sobre a nova Lei de Falências é uma demonstração de que o Poder Judiciário, na visão de Maciel, compreende os anseios das sociedades de fomento mercantil e deles com-

partilha “em prol de uma sociedade mais justa e de um país mais pujante, dotado de uma economia forte, única forma de reduzir a imensa desigualdade social”.

Para o líder sindical, a decisão da Justiça pernambuca transcende a base territorial do Sinfac-PE e deve ser vista como uma medida de interesse de todas as empresas de fomento mercantil do País.

Desde a realização do VII Congresso Brasileiro de Fomento Mercantil promovido pela Anfac, no Rio de Janeiro, em maio do ano passado - que contou com a presença do ministro do Supremo Tribunal Federal Marco Aurélio Mello -, o segmento vem intensificando contatos com o Judiciário.

Os encontros já reuniram ministros do Superior Tribunal de Justiça (STJ), desembargadores, juízes e outros operadores do Direito de diversos Estados em torno do tema fomento mercantil no Rio de Janeiro, em Santa Catarina, no Espírito Santo, em Pernambuco, em Mato Grosso do Sul e Ceará. ●

Decisão unânime

Veja a íntegra da decisão favorável à empresa de factoring

“Segunda Câmara Cível (Sessão Alepação Cível nº 119494-3 Recife Apelação: Extra Factoring Fomento Comercial Ltda Apelo: Jorge José Bibiano Arruda – ME e Outros Relator: Dês. Jovaldo Nunes Gomes

Ementa: Execução por título extrajudicial.

Títulos de crédito, cambiabilidade, cessão de crédito em favor de empresa de factoring. Subrogação em todos os direitos insitos nas cartúlas representativas do crédito. Legalidade do ato. Cobrança via execução. A empresa de fomento mercantil, devidamente legalizada, credora, por cessão, de crédito representado por título cambiário, portanto subrogada nesses direitos, está legalmente autorizada a exigir o seu crédito através do processo de execução, uma vez que, a cessão e a subrogação operadas não tiram a cambiabilidade, a liquidez e a certeza de crédito. Recurso provido para anular a

sentença que indeferiu a petição inicial da execução por entender inexistir título executivo a amparar o feito executório. Decisão unânime.

Acórdão

Vistos, relatados e discutidos estes autos de Apelação Cível nº 119494-3, da Comarca de Recife, em que figuram como apelante Extra Factoring Fomento Comercial Ltda., e, como apelados, Jorge José Bibiano Arruda – ME e Outros.

Acordam os Excelentíssimos senhores Desembargadores integrantes da Egrégia Segunda Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Estado de Pernambuco, unanimemente, em dar provimento ao apelo, tudo de conformidade com os votos anexos, o qual devidamente revistos e rubricados, passam a integrar este julgado.

Recife, 25 de março de 2005.

Dês.

Presidente

Dês. Jovaldo Nunes Gomes

Relator”

FATOR ANFAC

(Referência para obtenção do preço de compra de recebíveis* - Em percentual, nominal)

	Período											
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
JAN	30,67	8,36	6,64	4,55	4,79	4,52	4,20	3,80	3,89	4,42	4,24	4,55
FEV	32,96	8,32	6,73	4,43	4,75	4,85	4,16	3,77	3,88	4,40	4,40	4,57
MAR	34,56	8,90	6,61	4,28	4,64	5,10	4,12	3,83	3,82	4,40	4,40	4,60
ABR	36,80	9,29	6,51	4,25	4,55	4,92	4,01	3,89	3,83	4,40	4,39	4,62
MAI	35,30	9,07	6,23	4,24	4,50	4,82	3,99	3,89	3,81	4,43	4,41	4,64*
JUN	35,40	9,00	5,89	4,20	4,42	4,79	3,97	3,93	4,10	4,39	4,40	
JUL	9,85	9,02	5,60	4,20	4,33	4,75	3,92	4,10	4,04	4,36	4,42	
AGO	10,40	8,49	5,44	4,15	4,20	4,70	3,88	4,04	4,04	4,34	4,43	
SET	8,58	8,11	5,25	4,13	4,50	4,56	3,88	4,03	4,01	4,33	4,45	
OUT	8,46	7,85	5,02	4,10	4,55	4,40	3,86	3,97	4,25	4,28	4,46	
NOV	8,71	7,72	4,78	4,96	4,50	4,39	3,88	3,95	4,37	4,25	4,49	
DEZ	8,36	7,28	4,70	4,80	4,49	4,35	3,83	3,90	4,38	4,24	4,51	

*Obs: O fator de compra é um dos itens que compõe o custo de uma operação de factoring.

*Até 9 de maio de 2005



Delfim, Lemos Leite e Darcy: propostas e ações para colocar o Brasil no caminho da expansão econômica duradoura

Especialistas vêem saídas e obstáculos ao crescimento

Para ex-ministro, políticas monetária, com alta dos juros, e fiscal, com o déficit nominal, destoam da condução econômica adotada pelo governo. Mas o rumo está certo.

O deputado Delfim Netto faz coro com a maioria dos economistas: o País está no rumo certo. Mas, também como um número considerável desses profissionais, tem restrições a aspectos da política econômica que podem pôr em risco o tão sonhado crescimento sustentável. O ex-ministro da Fazenda participou de seminário promovido pela Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil (Anfac), em São Paulo, para marcar a passagem do 23º aniversário da entidade.

O encontro teve também a participação do diretor de Normas do Banco Central, Sérgio Darcy, que falou das ações no campo do crédito para a expansão nacional. Dois pontos preocupam Delfim de maneira especial: o que chama de comportamento "esquizofrênico" do Banco Central e a convivência da política fiscal com déficits nominais.

O economista não concorda com a política de aumento dos juros conduzida pelo BC. Ele afirma que não existe, por exemplo, base empírica para se dizer que

o juro real no Brasil não pode cair abaixo de 9%. "É uma sandice."

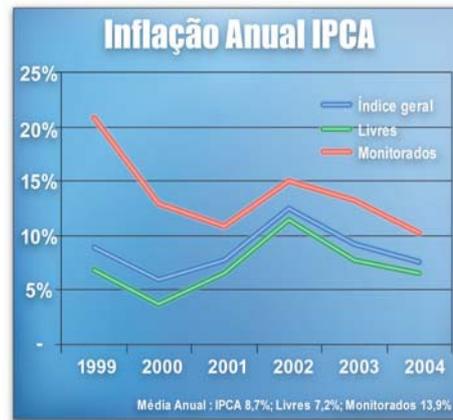
Durante o seminário, Delfim mostrou números que buscam explicar os acertos da política econômica e equívocos pontuais do BC. Segundo ele, ao determinar que a capacidade produtiva do País está chegando ao limite, para justificar medidas (aumento dos juros) que reduzam a demanda e, em consequência, a inflação, o banco, via Comitê de Política Monetária (Copom), esquece de considerar que a economia é dinâmica. Se tiver certeza de que a economia vai

continuar crescendo, não há dúvida de que o empresário vai investir, observa.

Quanto à contenção da eventual demanda, o deputado mostra por meio de um gráfico que a inflação tem sido puxada não por preços livres, mas pelos administrados, resultantes dos contratos de privatização, como energia e telefonia. Enquanto os preços livres subiram em média 7,2% nos últimos cinco anos, os monitorados - que não respondem a alterações das taxas de juros - evoluíram quase o dobro (13,9%), para um IPCA médio de 8,7%.

No mesmo encontro, ao lado de Delfim, o diretor de Normas do Banco Central, Sérgio Darcy, fez um detalhado levantamento das ações do governo para levar o crédito aos mais distantes pontos do País, como forma de pulverizar os benefícios do crescimento econômico.

Contrariamente à política restritiva do Copom, o governo tem incentivado o acesso ao crédito. O total emprestado a pessoas físicas chegou a R\$ 120,8 bilhões em fevereiro, um crescimento de 3,2% em relação a janeiro. Isso apesar de os juros médios sobre operações de crédito terem atingido 64% ao ano, nível mais alto desde o mesmo mês do ano passado. Os empréstimos com desconto em folha ajudaram a aumentar o bolo do crédito e chegaram a R\$ 13,6 bilhões (taxa de juros de 39,4% ao ano). Na média, os juros cobrados pelos bancos subiram de 46,8% ao ano em janeiro para 47,5% em fevereiro.

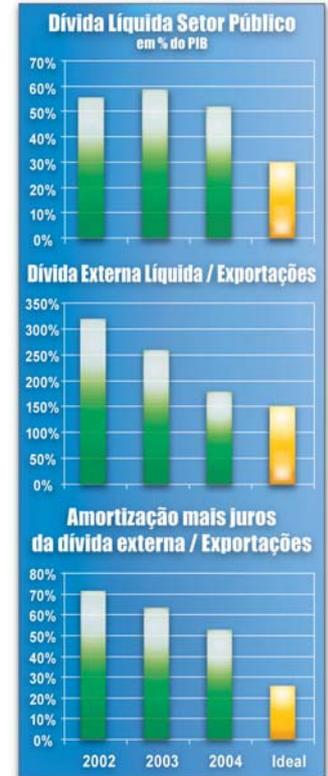


'Sorvalínio' - No aspecto positivo, Delfim Netto destaca que, mesmo nos indicadores macroeconômicos em que ainda não atingiu os números considerados aceitáveis pelos analistas, o Brasil está a caminho (ver quadro indicadores macroeconômicos).

E considera um avanço do BC na ata da última reunião do Copom, quando deixou de citar limites ao crescimento. Segundo ele, essa história de que um país só pode crescer isso ou aquilo de forma sustentável não passa de um truque. De humor aguçado, deu um exemplo de truque estatístico. "Votorantim, cidade próxima a São Paulo é famosa por causa do sorvete caseiro do senhor José. As pessoas até viajam à cidade para tomar o sorvete. Mas é famosa também porque tem um cidadão chamado Antonio Ermírio de Moraes, que produz alumínio. Como se mede a capacidade de produção de Votorantim: pelo sorvete ou pelo alumínio? Os economistas criaram um novo produto, o 'sorvalínio'."

A um público composto de empresários e dirigentes do fomento mercantil, Delfim procurou mostrar porque - ressaltados aspectos pontuais de maior ou menor peso - o País caminha para o crescimento sustentável, com destaque para três grandes números. Segundo ele, a dívida líquida sobre o Produto Interno Bruto, que já alcançou 58,7% em dezembro de 2003, caiu para 51,8% no ano passado e deve conservar trajetória descendente. Está ainda longe dos 30% considerados ideais pelos analistas, mas aos investidores interessa em que direção a economia aponta.

A dívida externa líquida sobre exportações é outro ponto positivo e se aproxima do ponto ideal (150%). Já esteve em 320% em dezembro de 2002 e hoje beira os 180%. Por fim, o pagamento do principal mais juros da dívida sobre exportações de bens e serviços fechou 2004 em 51,9%, ainda longe



dos 26% considerados ideais. Mas já foi muito pior. Em dezembro de 2001, essa relação era de 71,4%.

Já Sérgio Darcy observou que nesse processo de crescimento considera importante a participação das empresas de fomento mercantil como agentes disseminadores do crédito necessário a diversas atividades, especialmente para segmentos e em locais de difícil acesso a outros mecanismos liquidez.

Delfim comentou que não tinha as informações transmitidas por Darcy, sobre a profundidade das medidas de crédito, considerando que são uma razão a mais de crescimento, o que reduziria a preocupação com a real capacidade de expansão do País.

Associação projeta ação de longo alcance

A assembleia-geral ordinária, realizada em 1º de abril último, teve como pauta a aprovação das contas da Anfac, eleição da diretoria e a implementação da reforma aprovada na assembleia-geral extraordinária de 14 de dezembro de 2004. O objetivo primordial da profunda reestruturação havida foi a união de forças de todos os sindicatos numa aliança ideológica e institucional do fomento mercantil. Foi ratificado o pacto federativo já celebrado pelos sindicatos em torno dos ideais preconizados pela Anfac.

Fortalecimento e integração são as palavras de ordem para a nova fase do fomento mercantil, que comemora os 23 anos de fundação da Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil – Factoring (Anfac).

Convidado para o evento, o consultor Luis Almeida Marins Filho disse às lideranças e empresários: “Se não houver união, os riscos para o sistema são muito grandes”. Ele se referia às dificuldades que todos os segmentos encontram em momentos de dispersão de idéias e ações.

“As dificuldades para todo e qualquer setor são enormes, mas não podemos menosprezá-las. Temos que transpor uma a uma para que o sistema se fortaleça”, avaliou Marins.

Foram criados 12 comitês temáticos que serão coordenados por um vice-presidente executivo. Os comitês são: assuntos tributários e contábeis (Sérgio Silveira Melo), governança corporativa, estudos econômicos e de finanças (Pio Daniele), planejamento e gestão (Lívio Utech), marketing e vendas (Cláudio André Halaban), novos produtos, oportunidades e parcerias (Marcelo Katz), educação corporativa e recursos humanos (Cleonice Maria Arantes De Cicco), responsabilidade social empresarial (Alexandre Dumont Prado), assuntos trabalhistas e previdenciários (João Telles), assuntos internacionais (Alexandre Bucker de Souza), assuntos institucionais (Maria Isabel Salvati Camargo), recuperação de empresas (Wilson Borges Pereira Neto) e estudos regionais (César Moura Rodrigues, Marconi José Pereira, Dalton Araújo



Assembleia-geral: fortalecimento do setor e ratificação do pacto federativo

Xavier, José Paulo Carvalho Lage e Dario Tomaselli Júnior).

No final do ano passado, a associação realizou uma assembleia que incluiu os presidentes dos Sinfacs como vice-presidentes regionais da associação, com o objetivo de federalizar a entidade.

Além do comitê de recuperação de empresas, está entre as ações da Anfac para este ano um ciclo de palestras que passará por várias cidades do País orientando os empresários e funcionários do fomento mercantil sobre a nova Lei de Recuperação de Empresas (veja detalhes na página 22).

No evento, o presidente da entidade, Luiz Lemos Leite, destacou a importância da aliança entre os empresários do setor e uma maior participação e integração de todas as regiões. “Precisamos compartilhar todos os troféus que recebemos ao longo desses anos. Todos tivemos a nossa parcela nessa caminhada. A auto-regulação depende de nós, que nos pautamos pela lei, ética e bom senso”, afirmou Lemos Leite. Na visão do 1º vice-presidente, Manoel Francisco Pires da Costa, a união do setor é essencial para o fortalecimento e o crescimento da atividade.

Marins, em sua apresentação, comentou que “o maior e talvez único inimigo do

Sistema Anfac seja o sucesso obtido por ele até o momento”. O consultor analisa o setor como “um vencedor, após esses 23 anos de luta, e, como todo sistema vencedor, através uma benéfica crise de crescimento, porque um sistema só terá vitórias definitivas se ele se mantiver forte e unido”, comentou o consultor que citou como exemplo um grupo empresarial do setor de planos de saúde que “cresceu muito, mas não se uniu, fazendo do seu crescimento o seu maior inimigo”. Por isso, “a integração e a união são vitais para o fortalecimento da atividade”.

Marins observou que é “primordial definir uma metodologia de trabalho” que desenvolva e fortaleça o Sistema Anfac e, para isso, apresentou uma sugestão para o início dos trabalhos. “Se cada um não fizer um esforço pela integração do grupo e apenas vir as dificuldades, por melhor que seja um projeto para o setor, ele não irá para frente.”

Ele finalizou sua análise comentando que é necessário inclusive deixar que o “sistema lance suas negativas, porque isso fará com que ele rode, não podemos ficar brigando com os temas, é necessário encontrar soluções para eles”, avaliou.

A boa-fé e a duplicata simulada

ALEXANDRE FUCHS

Como é sabido por todos, o novo Código Civil trouxe diversas modernidades para o nosso sistema jurídico, em especial o instituto da probidade e boa-fé objetiva contratual, nos termos do art. 422, sendo compulsório aos contratantes tal comportamento.

As empresas de fomento mercantil, que trabalham dentro da legalidade, buscam atuar sempre de forma lisa e ética, comportamento este que não termina apenas com a aquisição à vista dos direitos creditórios da empresa-cliente, ensejando um sem número de outras atividades e responsabilidades, como a necessidade de registro e remessa de informações ao Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf), por exemplo.

Evidentemente que o ato do pagamento à vista da compra dos direitos creditórios é, sem dúvida, a maior demonstração de boa-fé contratual, na medida em que o operador de fomento mercantil está trocando moeda corrente do seu caixa por um documento de dívida, que poderá ou não realizar-se na data apazada, sempre sem esquecer que tal documento é gerado pela empresa-cliente.

Mas a necessidade da lisura nas operações tornou-se, como não poderia deixar de ser, uma verdadeira fixação, um objetivo inarredável, buscado diariamente pelos operadores do fomento mercantil, dando segurança e transparência ao setor que infelizmente ainda é hostilizado pelos desconhecedores.

Tal responsabilidade para com a sociedade em geral, o compromisso com a boa-fé e a lisura nas operações nem sempre é respeitada pela empresa-cliente, mesmo diante do art. 966 do Código Civil, que considera empresário aquele que exerce profissionalmente atividade econômica organizada.

Tanto é assim que, mesmo não sendo defeso o desconhecimento da lei, empre-

sários existem que, imbuídos de má-fé, atentam contra a comunidade empresarial como um todo e, à revelia da lei, usam de subterfúgios para buscar capital de giro, seja na tentativa de esconder a sua incúria administrativa, seja atuando com o dolo específico de obter a vantagem indevida, num verdadeiro estelionato, praticando os delitos do art. 171 e 172 do Código Penal, dentre outros.

Não estamos nos referindo a duplicatas com vícios de origem fundados em descertos, atrasos na entrega de mercadorias, trocas, etc.

Todos sabemos que é comum a recompra de duplicatas com base nos incidentes acima referidos, posto que é das relações humanas os acertos e descertos negociais, que acabam por justificar que os negócios jurídicos subjacentes sejam desfeitos, por exemplo. E, ainda, dispomos nas nossas empresas de diversos mecanismos para evitar tais incidentes e, quando ocorrem, resolvê-los da forma mais rápida e lisa possível.

O foco do presente comentário reside justamente na emissão dolosa, premeditada, de duplicatas sem lastro em negócio mercantil ou em duplicidade.

Uma vez identificado tal documento, imprestável para servir de objeto de contrato de fomento mercantil, a recompra é a primeira providência que se busca, como se essa fossa a única saída para coibir futuras investidas ardilosas da empresa-cliente.

Não são raros os casos em que o operador de fomento mercantil permite que tal recompra seja facilitada com novas e futuras operações, com deduções parciais a cada aditivo, facilitando, assim, a restituição do valor surrupiado da empresa de fomento mercantil.

De tudo isso, fica a nossa crítica. Entendemos ser a emissão de uma única duplicata sem origem ou em duplicidade,



“O cesteiro que faz um cesto faz mil”

onde resta clara a intenção da empresa-cliente em obter vantagem, causa mais que justa para a imediata rescisão do contrato de fomento mercantil, cessada desde logo toda e qualquer operação, uma vez detectada a má-fé contratual e mais, a possibilidade de o operador de fomento mercantil em dar curso na duplicata sabidamente simulada.

Não devemos nos esquecer que o “cesteiro que faz um cesto faz mil” e este comportamento delinqüente certamente se repetirá nas demais operações, viabilizando um prejuízo

muito maior que o primeiro, quando detectado o primeiro lote de duplicatas nessas condições.

Entendemos, ainda, que continuar operando com empresários com essa índole é, com efeito, premiar a sua mente ardilosa, viabilizando que cometa um delito, mas que será escusado caso, nas novas operações, sejam recompradas as malsinadas duplicatas.

Ironizando, seria o mesmo que permitir o homicídio, desde que o agente possa ressuscitar a vítima posteriormente, como forma de isenção da pena fixada pelo delito.

Esta é a cumplicidade e o permissivo que estimula o golpista, o criminoso que exaure os recursos das empresas de fomento mercantil com seus golpes e atua com a consciência de que a esta será conivente, enquanto perdurar o interesse na recuperação do valor aportado, dando margem cada vez maior para aumentar o prejuízo, servindo tal complacência como fator de total impunidade. ●

Alexandre Fuchs das Neves é advogado do Sindicato das Sociedades de Fomento Mercantil – Factoring do Rio Grande do Sul

Coaf vai criar comunicação obrigatória para empresas

Novo mecanismo obriga todas as instituições definidas por lei a entrar em contato com o conselho mensalmente, mesmo que não tenham nenhum caso de movimentação atípica a relatar



O Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf) deve adotar importantes mudanças nos seus procedimentos, a principal delas será a que cria o conceito de informação negativa por parte de todas as instituições obrigadas a fornecer dados de operações passíveis de serem relatadas. Hoje, as empresas só entram em contato com o Coaf quando têm alguma operação atípica a informar. No futuro, terão de enviar comunicação dizendo que nada têm a informar, se for o caso. O projeto que altera os procedimentos está em estudo no Ministério da Justiça, de onde será encaminhado para a Casa Civil e, depois, para o Congresso Nacional, informa o presidente do órgão, Antonio Gustavo Rodrigues. O projeto deve definir também penalidades por omissão.

O Coaf é uma agência responsável por receber, requerer, analisar e distribuir às autoridades competentes as de-

núncias sobre informações financeiras referentes a operações suspeitas. A informação sobre essas operações tem o objetivo de impedir a lavagem de dinheiro. O conselho informações das instituições financeiras, por meio do Banco Central, das seguradoras e entidades abertas de previdência privada, via Susep, das entidades de previdência privada fechadas, por intermédio da Secretaria de Previdência Complementar, e das bolsas de valores e de mercadorias e corretoras, a partir da Comissão de Valores Mobiliários.

Devem informações também ao Coaf as empresas do mercado imobiliário, de jóias, pedras e metais preciosos, loterias, bingos, cartões de crédito, antiguidades e obras de arte, de transporte de valores e as sociedades de fomento mercantil – factorings.

De acordo com o presidente do Coaf, o que as empresas desses setores têm a fazer é informar ao órgão as operações claramente definidas em resoluções. Os negócios que devem ser comunicados

independem de análise, porque todos eles são detalhados pelas próprias normas baixadas pelo Coaf. Assim, se a operação se enquadrar em um ou mais itens dos anexos que acompanham as resoluções do conselho, deve ser informada.

A Resolução nº 1, por exemplo, que trata do setor imobiliário, obriga as empresas do setor a informar cada vez que um cliente utilizar ou propuser pagamento, do todo ou de parte, com recursos de origens diversas (cheques de vários bancos, de várias praças, de vários emittentes) ou de diversas naturezas (moeda nacional ou estrangeira, títulos e valores mobiliários, metais, ou qualquer ativo passível de ser convertido em dinheiro).

A Resolução nº 2, referente a factorings, determina a comunicação ao Coaf quando ocorrer aumentos substanciais no volume de ativos vendidos ou cedidos pela empresa contratante à empresa de fomento mercantil, sem causa aparente, em especial se houver instrução para pagamentos a terceiros (veja na

página 20 todos os casos previstos).

Loterias e sorteios são o tema da Resolução nº 3, que exige, por exemplo, comunicação sempre que houver aumento repentino e continuado da arrecadação de um determinado produto, em uma mesma localidade ou estabelecimento (especialmente produtos de maior probabilidade de acerto), seguido de aumento de incidência de prêmios nessa mesma localidade ou estabelecimento.

A Resolução nº 8 abrange pessoas e empresas que comercializam obras de arte. Entre os casos de comunicação obrigatória está a operação em que o proponente não se disponha a cumprir as exigências cadastrais ou tente induzir os responsáveis pelo cadastramento a não manter em arquivo registros que possam reconstituir a operação pactuada.

O presidente do Coaf, Gustavo Rodrigues, não vê razão para os setores obrigados a dar informações não serem cooperativos. Ele cita números de outros países para mostrar como a comunicação de operações atípicas é freqüente e quantas resultam em pedidos de investigação. Em 2003, nos Estados Unidos foram feitas 523.193 comunicações, que levaram a 5 mil investigações (0,96%). No Canadá,



Comunicações de operações suspeitas recebidas

Setores regulamentados pelo COAF	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Total
Bingos	35	1412	960	55	19	7	2488
Bolsas de mercadorias	1	1	0	0	0	0	2
Cartões de Crédito	0	3	42	58	96	4	203
Compra e Venda de imóveis	206	769	610	741	635	636	3597
Factoring	32	20	37	1	1	27	118
Jóias, pedras e metais preciosos	6	7	1	1	0	1	16
Loterias e sorteios	0	133	167	97	152	84	633
Objetos de arte e antiguidades	0	0	0	0	1	2	3
Transferência de numerário	0	0	0	0	1	0	1
Subtotal Coaf	280	2345	1817	953	905	761	7061
Setores com órgão regulador próprio	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Total
Operações atípicas (Bacen)	544	4308	4521	4697	5212	7483	26.765
Operações em espécie (Bacen)	0	0	0	0	32608	76085	108693
Seguros (Sucep)	0	0	7	361	876	1172	2416
Bolsas (CVM)	0	0	10	9	13	12	44
Fundos de pensão (SPC)	0	1	9	0	2	28	40
Subtotal	544	4309	4547	5067	38711	84780	137958
Total	824	6654	6364	6020	39616	85541	145019

foram 20.915 operações para 103 comunicações (0,49%). E na França, de 6.896 comunicações de operações atípicas, 291 foram investigadas (4,22%). No Brasil, também em 2003, de 7.008 comunicações, 139 resultaram em investigações (1,98%).

Gustavo Rodrigues diz que os setores que omitem essas informações podem acabar dando "um tiro no pé", se houver indícios de que estão sendo usados para lavagem de dinheiro. Correm o risco de acabar sofrendo uma legislação tão restritiva que torne inviável ou dificulte a própria atividade. "Ninguém está dizendo que não se deve fazer um negócio, mas, sim, que se deve reportá-lo, sempre que se enquadrar nas condições

que tornam a comunicação obrigatória."

Por meio de estatísticas, o presidente do Coaf observa que o setor de fomento mercantil "não é muito cooperativo". Registrou 118 comunicações de 1999 a 2004. No mesmo período, outros segmentos regulamentados pelo Coaf fizeram número maior de comunicações. O mercado imobiliário relatou 3.597 casos, loterias e sorteios, 633, e cartões de crédito, 203.

Entre os setores com órgão regulador próprio, o Banco Central, que cuida das instituições financeiras, encaminhou 26.765 casos de operação atípica e 108.693 de operações em espécie, seguido da Susep, que cuida de seguros, com 2.416 casos.

As comunicações ao Coaf são feitas de forma sigilosa, obedecendo aos critérios definidos para cada setor. Por meio de cruzamento de informações, o Coaf consegue determinar se há de fato irregularidade ou se, mesmo usando meios atípicos, o negócio foi normal e está devidamente comprovado nas várias formas de prestação de contas da empresa ou pessoa física.

O presidente do Coaf cita como exemplo dois casos de movimentação financeira com valores e características semelhantes. Ao analisá-las, os órgãos de fiscalização e investigação constaram que uma delas estava plenamente justificada, enquanto a outra não dava a origem dos recursos empregados. ●

Anfac participa de reunião técnica no Coaf

A convite da presidência do Conselho de Controle de Atividades Financeiras (Coaf), formulado em ofício datado de 2 de março, o presidente da Anfac participou no dia 12 de abril de reunião técnica da entidade, em Brasília.

O presidente da Anfac apresentou o balizamento legal do fomento mercantil no País e normas e procedimentos que regem a atividade em todo o mundo. As factoringes estão - ao lado dos bancos, imobiliárias, jóias, pedras e metais preciosos, cartões de crédito, bolsas de mercadorias, antiguidades e obras de arte, transferência de numerário, loterias e bingos - entre as atividades incluídas nos regulamentos do Coaf.

Empresas desses segmentos, além de instituições financeiras, seguradoras, entidades de previdência abertas e fechadas e bolsas de valores e de mercadorias e corretoras, estão obrigadas a informar ao conselho operações que o órgão define como atípicas.

A Resolução nº 2, que trata do fomento mercantil, determina que todas as factoringes devem, obrigatoriamente, manter um cadastro atualizado no órgão fiscalizador. O Coaf tem como função básica evitar a lavagem de dinheiro e o não-atendimento das normas do conselho pode resultar em graves sanções para as empresas.



Francisco de Matos Felix, do Coaf

Por erro, omissão ou conivência, as empresas obrigadas a relatar operações atípicas que não o fazem podem ser envolvidas em ações do Ministério Público, Judiciário, Polícia Federal, Receita Federal, entre outros órgãos governamentais.

Para o Coaf, as instruções sobre as operações que devem ser relatadas, bem como os procedimentos em relação a elas, são claros, não dando margem a que este ou aquele setor ou empresa possa alegar dificuldade no cumprimento da legislação. As diferenças entre um e outro segmento são mínimas, atendendo apenas às peculiaridades operacionais.

O setor imobiliário, por exemplo, tem de informar ao Coaf operações de compra pagas em dinheiro ou com uso de cheques de terceiros a partir de um determinado valor. Já as sociedades de fomento obedecem a outros critérios, como os aumentos substanciais no volume de ativos vendidos ou cedidos pela empresa contratante à factoring, sem causa aparente, em especial se houver instrução para paga-

mentos a terceiros. O volume de vendas ou cessão de ativos incompatíveis com o patrimônio, a atividade econômica e a capacidade financeira presumível da sociedade contratante também deve ser observado.

A empresa de fomento mercantil deve ficar atenta também - e relatar ao Coaf - a operação em que o cliente tenta induzir a não manter em arquivo relatórios específicos de alguma operação a ser realizada. Operações que por sua frequência, valor e forma configurem artifício para burlar os mecanismos de identificação também devem ser informadas.

Além de um cadastro completo de seus clientes, a Resolução nº 2 determina que as factoringes mantenham registro de toda transação que ultrapassar valor equivalente a R\$ 10.000,00 e detenham as seguintes informações: descrição da operação, data de sua concretização, valor dos títulos adquiridos, demonstrativo discriminando fator de compra e comissão de serviços ad valorem e descrição dos serviços prestados.

Os registros e controles internos deverão permitir verificar a compatibilidade entre a correspondente movimentação de recursos, a atividade econômica desenvolvida pela empresa-cliente e a sua capacidade financeira, bem como as de seus sacados-devedores. Deverão, também, ser registradas as operações que, realizadas por uma mesma empresa, conglomerado ou grupo, em um mesmo mês, superem, em seu conjunto, o limite de R\$ 10.000. O endereço do Coaf é www.fazenda.gov.br/coaf.



Fomento mercantil recebe premiação em Fórum

O Fórum de Líderes da Gazeta Mercantil premiou no final do mês empresários do fomento mercantil entre os 215 líderes setoriais nacionais representando 43 segmentos de atuação na economia e os 115 líderes estaduais eleitos pelo voto direto de empresários e executivos no ano passado.

Dario Tomaselli Junior, proprietário da DGS Factoring, recebeu pelo segundo ano consecutivo o prêmio Líder Empresarial Setorial. "Isso me mostra que o que faço é verdadeiro. O prêmio reconhece a dedicação e esforço do empresário com o setor", comentou o empresário que também recebeu este ano a indicação como Líder Empresarial Estadual.

Outros dois empresários citados na premiação foram o presidente da Anfac,

Luiz Lemos Leite, como Líder Empresarial Setorial, e Adhemar Scofield Machado, do Belgo Mineira Fomento Mercantil, indicado para as duas categorias.

O presidente da Gazeta Mercantil e do Jornal do Brasil, Nelson Tanure, destacou o papel de empreendedores brasileiros no desenvolvimento econômico do País. Participaram do evento cerca de 800 pessoas.

Entre as autoridades presentes estavam o ministro-chefe da Secretaria de Comunicação, Governo e Gestão Estratégica, Luiz Gushiken, que representou o presidente Luiz Inácio Lula da Silva, e os ministros do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, Luiz Fernando Furlan, e da Casa Civil, José Dirceu.

Seminário marca os 40 anos do Banco Central

O Banco Central realizou em março um seminário com a presença de seus atuais e ex-dirigentes para marcar a passagem dos 40 anos da instituição. O encontro foi aberto pelo ministro da Fazenda, Antonio Palocci, e contou com apresentações do presidente do Federal Reserve de Nova York, Timothy Geithner, que falou das Perspectivas da Política Monetária e de Banco Centrais, do gerente-geral do BIS, o banco central dos bancos

centrais, Malcolm Knight, com o tema Características de Banco Centrais Efetivos: Algumas Lições da Década Passada. Além deles, o professor da PUC-RJ Dionísio Dias Carneiro falou das atividades da autoridade monetária nacional.

Os trabalhos foram encerrados pelo presidente do BC, Henrique Meirelles. O presidente da Anfac, Luiz Lemos Leite, ex-diretor do BC, também participou das solenidades.



Atuais e ex-dirigentes do Banco Central que participaram da solenidade

Fráguas se afasta da vice-presidência

O empresário Gastão Fráguas, proprietário da Santa Cruz Factoring de São Paulo, uma das mais antigas do setor, reeleito em abril vice-presidente da Anfac, decidiu afastar-se do cargo por motivos de saúde. "É para mim motivo de grande tristeza, pois poder colaborar com a Anfac foi sempre motivo de alegria", disse o empresário. Nas comemorações do 100º curso de agente de fomento mercantil, Fráguas falou da importância da consolidação do setor. "Procuro realizar o meu trabalho da forma que este seja revertido para a sociedade." O presidente da Anfac fez questão de registrar, por uma questão de justiça, "os relevantes serviços prestados pelo sr. Gastão durante os 23 anos de sua participação nos destinos da Anfac".



Anfac faz seminários sobre Lei de Falências

A Lei nº 11.101, que regula a recuperação judicial, a extrajudicial e falência do empresário e da sociedade empresária, é considerada pela Anfac um importante avanço institucional para o País. Além de favorecer a redução do custo do capital, permitirá que, em caso de dificuldades, as empresas possam negociar suas dívidas sem ter de interromper a produção. A Anfac pondera, porém, que a matéria demanda prudência.

Para esclarecer as empresas de fomento mercantil sobre o tema e debater os impactos da nova norma sobre a atividade, o advogado José Luis Dias da Silva, do escritório Savóia Advogados Associado, e o assessor da Presidência da Anfac Dorival Maso têm participado de encontros por todo o País.

A antiga Lei de Falências, de 1945, foi adotada num momento em que a indústria brasileira iniciava suas atividades e o comércio era, em sua maioria, exercido por empresários individuais.

Na época, a lei protegia os credores, não havendo nenhuma preocupação com a continuidade do negócio. Os ativos da empresa eram vendidos para pagamento dos débitos. A finalidade era exclusivamente a de promover a liquidação das dívidas e, por extensão, da empresa.

Com a nova lei, foram criados os institutos da recuperação judicial e de recuperação extrajudicial. No primeiro caso, o devedor ingressa com uma ação que tem por objetivo sanear a crise

O QUE MUDA	
Principais pontos do Dec-Lei 7.661/45 e da Lei 11.101/05	
Pró-credor	Pró-empresa
✓ Finalidade liquidatória	✓ Finalidade recuperatória
✓ Falência como regra	✓ Falência como exceção
✓ Tratamento igualitário com pagamento ao mesmo tempo de todos os credores	✓ Flexibilidade quanto a pagamentos e negociação
✓ Objetiva o encerramento das atividades empresariais	✓ Objetiva a continuidade dos negócios viáveis

econômico-financeira da empresa, a partir da elaboração de um plano, que é submetido à aprovação de uma assembleia-geral de credores, composta por todas as atingidas pela recuperação.

O plano de recuperação é baseado na viabilidade econômico-financeira da empresa, envolvendo um projeto de saneamento, que inclui reorganização societária, arrendamento do estabelecimento ou da empresa, criação de sociedades de credores, dentre outros.

A grande inovação da Lei 11.101 é a ativa participação dos credores, possibilitando a verdadeira recuperação econômica da empresa em crise.

Além disso, explica o advogado

José Luis Dias da Silva, o próprio instituto da falência sofreu profundas alterações. “Primeiro, deixou de ser a regra e passou a ser a exceção, somente aplicável quando a atividade da empresa se revela inviável do ponto de vista econômico. Mesmo assim, quando decretada a quebra, por inevitável que seja, o procedimento falimentar é revestido pelos princípios da celeridade e economia processual, possibilitando a venda antecipada de ativos, evitando sua desvalorização, além da venda em bloco, permitindo a manutenção das unidades produtivas e, conseqüentemente, da atividade econômica.”

A lei, afirma Dias da Silva, em suma, privilegia os interesses sociais, de ordem pública, que estão amplamente vinculados à atividade econômica, já que a atividade empresarial desempenha um papel fundamental na sociedade, criando, desenvolvendo e circulando riquezas, recolhendo tributos, desenvolvendo novas tecnologias, gerando postos de trabalho.

A Anfac, em parceria com os Sinfacs, vem realizando palestras para esclarecer os vários pontos da nova lei por todo o País.

Reciclagem profissional tem participação da Anfac

Empresários e profissionais do fomento mercantil de Passo Fundo (RS) participaram no dia 5 de março do Curso Básico de Aspectos Jurídicos e Operacionais de Fomento Mercantil. O palestrante, advogado do Sindicato das Sociedades de Fomento Mercantil - Factoring do Rio Grande do Sul (SinfacRS), Alexandre Fuchs das Neves, abordou durante o evento o histórico do fomento mercantil, contratos do setor e as variações e riscos das operações na atividade. “Os empresários foram bastante receptivos ao curso. Foi muito positivo para o nosso setor. A missão do sindicato é essa, estar sempre à disposição para maiores esclarecimentos”, disse o advogado. O curso teve a participação da Anfac.

Sinfac-SC-NCO propõe estreitar parcerias

O presidente do Sindicato das Sociedades de Fomento Mercantil - Factoring de Santa Catarina Norte-Centro-Oeste (Sinfac SC-NCO), Tarcísio Zonta, afirma que a união do setor é extremamente importante para “eliminar preconceitos, diminuir dúvidas, firmar entendimentos e aprimorar o conhecimento sobre a atividade”.

Para Zonta, os eventos que vêm sendo realizados desde o ano passado, pela Anfac e sindicatos, aproximando o setor do Poder Judiciário, são de extrema importância e utilidade.

“É verdade que a atividade é ainda pouco conhecida e, muitas vezes, até confundida e utilizada para outras finalidades, que não a de fomentar a atividade produtiva industrial, comercial ou de serviços”, disse Por isso, a união do setor ganha importância fundamental. Para Zonta, o setor já evoluiu muito. “É importante valorizar ainda mais esta atividade tão útil e tão eficaz, geradora de empregos e riqueza para o nosso país”, comentou.

O dirigente informou que deve ocorrer ainda este ano o Segundo Encontro Sul Brasileiro de Fomento Mercantil, a ser realizado na cidade de Curitiba. “Acredito que estes encontros e seminários sejam uma forma ímpar de divulgar a atividade, tanto no meio empresarial, quanto para os poderes constituídos.”

Para ele, os esclarecimentos sobre a atividade durante os seminários e encontros realizados pela Anfac e seus sindicatos são de extrema importância. “Vejo como promissor o futuro da atividade, que, embora ainda se encontre embrionário, pois apenas atingiu a maioria plena há poucos dias, já conta com uma gama invejável de adeptos dispostos a se utilizar deste instrumento de grande potencial e incremento para a economia nacional.”

Na região de atuação do sindicato, que abrange o norte e o centro-oeste do Estado de Santa Catarina, a atividade desempenha o importante papel no desen-



Zonta: recursos para pequena empresa

volvimento de pequenas, médias e até de grandes empresas. A presença do fomento mercantil na economia da região foi reforçada no início dos anos 90, quando a aber-

tura do mercado brasileiro favoreceu uma invasão de produtos asiáticos a preços subsidiados, principalmente têxteis, o que forçou muitas empresas a promover forte ajuste, incluindo demissões.

“A maioria das pequenas e microempresas surgiu sem crédito e sem capital de giro, facilitando a formação de parcerias com as factorings. Com isso, esses novos empreendedores desenvolveram suas atividades, obtendo desde a matéria-prima, até a análise e aprovação de seus clientes. Este foi o principal fator de desenvolvimento da atividade em nossa região.”

Como atuam em todo o processo produtivo, as empresas de fomento mercantil da região devem ser favorecidas pela retomada do crescimento. Para especialistas, a expansão este ano se concentrará no consumo interno, mercado para o qual produzem as médias, pequenas e microempresas, segmento de maior atuação das empresas de factoring.

Porto Alegre forma operadores de fomento

Porto Alegre recebeu o 103º Curso de Agente de Fomento Mercantil - Operador de Factoring de 9 a 13 de maio. O objetivo do curso é a habilitação de profissionais para dirigir, com eficiência, empresas de fomento mercantil. O programa oferece uma ampla visão da atividade, abordando os conceitos básicos legais e operacionais e de crédito, além da terminologia e metodologia de cálculo. O 104º curso de operador já está programado: ocorrerá em junho, em Fortaleza.

As inscrições podem ser feitas pela internet, no site do Instituto Brasileiro de Fomento Mercantil (IBFM): <http://www.ibfm.com.br>.



Cursos foram operadores: 102º foi realizado em

Mais informações podem ser obtidas pelos telefones: (11) 3333-2726 ou 3331-5847, com Fran ou Juliana.

RN elege delegacia regional do Sinfac

A delegacia regional do Rio Grande do Norte do Sindicato das Sociedades de Factoring - Fomento Mercantil do Ceará, Piauí, Maranhão e Rio Grande do Norte (Sinfac CE/PI/MA/RN), criada em fevereiro, elegeu delegado regional Magnus Artur Alves da Silva, administrador da A.S. Factoring Ltda. O novo representante disse que vai reforçar no Estado os princípios e ações que conduzem o Sinfac: estudos, coordenação, proteção e fortalecimento da atividade, por meio da congregação de empresas de fomento mercantil registradas na junta comercial do Rio Grande do Norte.

"Devemos ter uma atuação eticamente defensável e estar filiados ao Sistema Anfac nos permite maior conhecimento sobre os rumos da atividade, além de ser uma forma de unir o setor", avaliou.

De acordo com Artur, antes da instalação da delegacia regional do Estado, o setor se encontrava totalmente desarticulado pela falta de uma entidade representativa. "As empresas de factoring estavam trabalhando como verdadeiras ilhas de isolamento. Neste sentido, estamos iniciando os primeiros passos para a organização da nossa categoria", comentou.



Artur, delegado regional do RN

O presidente da delegacia regional informou que o sindicato definiu como meta o aumento da base de empresas filiadas do Estado. "Vamos buscar novos associados. Além disso, a intenção é discutir e aprovar um procedimento mínimo de garantia das operações de fomento mercantil a ser aplicado pelas empresas filiadas. E trabalhar na melhoria da imagem da atividade junto à sociedade e em especial ao Judiciário", afirmou.

A delegacia também definiu promover, em parceria com a Anfac, cursos e palestras para capacitação e profissionalização dos funcionários das empresas filiadas ao Sistema Anfac.

A atividade de factoring no Estado, afirma, está voltada basicamente para os setores de comércio e serviço: "São alavancados principalmente pelo forte crescimento da atividade turística, que é o motor da nossa região".

Além das ações regionais, Artur comenta a ação nacional da Anfac na condução de processo como a tramitação do Projeto de Lei 230/95, que consolida definitivamente as normas do fomento mercantil e todo seu balizamento legal. "Isto facilitará a nossa tarefa em divulgar e mostrar a atividade de factoring como sendo uma das alternativas mais adequadas ao fornecimento de capital de giro e serviços às pequenas, médias e microempresas", avaliou.

O delegado regional acredita que a economia brasileira "continuará sua trajetória de crescimento em 2005, com números mais modestos que 2004, puxada principalmente pelo mercado interno". Para ele, deve ocorrer em contrapartida uma "demanda de capital de giro e serviços pelas empresas", com maior procura pelas factorings para a compra de recebíveis.

A regional do Sinfac no Rio Grande do Norte realiza reuniões quinzenais na sede do Iate Clube do Natal.

Eseritório regional do Rio Grande do Norte: Av. Antonio Basílio, 3025- Ed. Beatrice Bonnacci- Sala 110- Lagoa Nova - Natal-RN. Mais informações: (0xx84) 211-2376 ou (0xx84) 201-6186.

Nordeste realiza encontro social em junho

O I Encontro Social do Sindicato das Sociedades de Fomento Mercantil - Factoring do Ceará, Piauí, Maranhão e Rio Grande do Norte (Sinfac CE/PI/MA/RN) será realizado entre os dias 3 e 5 de junho no Oásis Praia das Fontes, em Fortaleza (Ceará). A proposta do evento é realizar uma maior integração e troca de experiências entre as empresas de fomento mercantil dos quatro Estados ligados ao Sinfac. Para participar, o interessado deve ligar para (085) 3253-4748.

SP faz curso de análise de crédito em excel

O Instituto Brasileiro de Fomento Mercantil (IBFM) realizou uma experiência piloto, ao desenvolver o 1º Curso de Análise de Crédito em Excel.

Tendo como base os fundamentos contábeis, o curso, ministrado em São Paulo, procurou de forma prática e objetiva, por meio de exercícios, proporcionar aos participantes uma base técnica para profissionais que analisam e concedem crédito às pessoas jurídicas diariamente.

Foram abordados, entre outros temas, análise do capital de giro líquido, índices financeiros, rating no crédito - como calcular sua importância na concessão do crédito, utilização do VaR (value at risk) no cálculo das perdas admissíveis em virtude de concessões de crédito efetuadas, ações a serem observadas pelos profissionais quando da concessão do crédito em análise, os C's do crédito e fatores que influenciam sua concessão.

O embasamento teórico também recebeu um tratamento prático e objetivo, permitindo ao participante do curso maior acesso e compreensão plena desses conhecimentos, bem como evidenciar sua importância e utilização na atividade proposta.

O curso, voltado para os profissionais da área de análise e concessão de crédito, foi apresentado totalmente em excel e ministrado pelo professor Paulo Freire.

O Instituto Brasileiro de Fomento Mercantil (IBFM) planeja realizar novos cursos dessa natureza, dado o seu sentido prático para o dia-a-dia dos profissionais que operam com crédito, especialmente aqueles que atuam em empresas de fomento mercantil. O endereço do IBFM é <http://www.ibfm.com.br> e os telefones são (11) 3333-2726 e 3331-5847.

Sinfac-SP vai ampliar canais de comunicação

Desde março, o Sinfac-SP está em novo endereço: Rua Teixeira da Silva, 217 - Paraíso - CEP 04002-905 - telefone: (11) 3142-9374. A entidade, segundo seu presidente, Marcus Jair Garutti, pretende ampliar a sua base de atuação tanto na capital quanto no interior do Estado, através da instalação de diretori-



as regionais do sindicato. "A palavra de ordem é a união de empresários, para o fortalecimento do setor em São Paulo." O objetivo de Garutti é dinamizar as formas de comunicação, especialmente por meio da revista **Fomento Mercantil** e do site www.sinfacsp.com.br.



Encontro entre representantes do Boston, da WBA e do fomento mercantil

BankBoston e WBA fazem parceria

A WBA, empresa especializada em soluções de tecnologia, e o BankBoston realizaram no dia 10 de março um workshop que concretizou a parceria entre as duas empresas no desenvolvimento de produtos segmentados. O encontro realizado em São Paulo contou com a participação de vários empresários e profissionais de sociedades de fomento mercantil filiadas à Anfac.

Durante o evento, as empresas apresentaram seus projetos. Valter Viana, sócio-diretor da WBA, falou do módulo pagamento eletrônico do sistema de gestão WBA Factoring, bem como das facilidades e vantagens dessa integração.

Em seguida, a gerente de vendas Nathália Mayer e o gerente regional

de vendas Marcus Miranda do BankBoston fizeram uma demonstração dos recursos oferecidos pelo banco, que conferem segurança e agilidade às empresas de fomento mercantil.

Dorival Maso, o assessor que representava o presidente da Anfac, encerrou o evento. Ressaltou a qualidade dos serviços prestados pelo BankBoston e pela WBA.

Em função da grande demanda por parte dos empresários do setor de fomento mercantil, novos encontros devem ser realizados durante o ano. A Anfac tem promovido acordos e convênios para oferecer ferramentas que geram benefícios e ampliam os ganhos de produtividade das empresas de fomento associadas.

A nova casa da Anfac

Anote em sua agenda o novo endereço da Associação Nacional das Sociedades de Fomento Mercantil-Factoring (Anfac):

Rua Teixeira da Silva, 217 - 9º andar
Paraíso - CEP 04002-905 - São Paulo (SP)
telefones (11) 3549-4855
e fax (11) 3549-4866.

Endereço eletrônico: www.anfac.com.br.
E-mail: anfac@anfac.com.br

Renda fixa lidera rendimentos

JAYME ALVES

Como ocorre em períodos de incertezas, os investimentos referenciados ao CDI lideraram o ranking das aplicações brasileiras no primeiro trimestre de 2005, com bom retorno de 4,2% e risco baixo diante das indefinições sobre a trajetória da taxa de juros no Brasil e nos Estados Unidos, além da pressão do preço do petróleo. A taxa básica de juros brasileira subiu 4 pontos percentuais desde setembro de 2004, para 19,5% ao ano, e podem ir mais longe.

Nem mesmo a elevação pelo BC da projeção da inflação para 2005 do IPCA, referência para a política de metas do governo, de 5,3% para 5,5%, foi capaz de mudar o quadro. A alteração deveu-se ao aumento da expectativa para os preços administrados, de 6,7% para 6,9%, por conta do forte reajuste das tarifas de ônibus urbano em São Paulo. É grande a dúvida sobre até

quando o BC manterá a taxa de juros elevada. O receio é de que esse tempo seja mais prolongado do que se imagina, atualmente, o início do segundo semestre.

Com relação à bolsa de valores, as incertezas internas e externas foram determinantes para o desempenho. O Ibovespa ensaiou uma recuperação, disparando 15,6% em fevereiro, refletindo o significativo fluxo de recursos estrangeiros para a compra de ações. Porém, mais dúvidas do que certezas afugentaram os investidores. O alerta de pressões inflacionárias feito pelo Federal Reserve (BC dos EUA) motivou a saída de recursos estrangeiros. Após ingressos de R\$ 4,3 bilhões no primeiro bimestre, o saldo caiu para R\$ 492,4 milhões em março. Assim a bolsa teve pequeno rendimento no trimestre, de 1,6%, e seu futuro dependerá da política monetária no Brasil e dos dados econômicos nos EUA.

Com relação ao dólar, a moeda terminou o trimestre com alta de apenas 0,6% e não atrai. Após amargar nove meses de baixa, o dólar até ensaiou uma recuperação



em março. A reação, porém, foi fabricada por intervenções agressivas do BC no mercado à vista. Além das seguidas compras de moeda, em volumes cada vez maiores, foram realizados leilões de troca de dívida indexada ao dólar por outras referenciadas na Selic. Assim, houve maior pressão artificial de demanda pela moeda, enquanto a oferta, apesar de significativa, praticamente se manteve. O dólar teria que subir para quase a R\$ 3,2 em um ano, supondo o juro médio esperado, apenas para empatar com a renda fixa. ●



Jayme Alves
é economista e consultor do DiárioNet.

cartas

Aniversário

“Não poderia deixar de cumprimentá-lo nesta data tão importante para o fomento mercantil. Sua garra e determinação tornaram o fomento realidade tão importante. Instrumento de apoio e alavancagem do processo produtivo do País. De inegável importância socioeconômica, trabalharemos a favor da motivação e conscientização cada vez maior, para a responsabilidade social empresarial na nossa atividade. Parabéns pelo trabalho desenvolvido.”

Alexandre Dumont Prado
Vice-presidente da Anfac

“No dia em que celebramos o 23º aniversário da Anfac, não poderia deixar de encaminhar minha mensagem de respeito e admiração pelos anos de luta incansável. Graças ao trabalho e denodo, um setor econômico gerador de empregos e receita con-

solidou-se no Brasil. Em torno do fomento mercantil foram criadas inúmeras outras atividades correlatas entre as quais as atividades jurídicas dedicadas à defesa dos interesses das empresa de factoring. Graças a Luiz Lemos Leite, advogados como eu encontraram num mercado de trabalho de imensa competitividade um novo espaço onde poderiam exercer suas atividades. Parabéns e a história com certeza lhe reservará o merecido reconhecimento das gerações que virão.”

José Luís Dias da Silva
Advogado
Savoia Advogados e Associados
São Paulo - SP

Revista

“Agradeço o envio da revista Fomento Mercantil cujo conteúdo tem muito contribuído para meu aprimoramento profissional.”

Maria de Fátima Hang Itabaiana
Advogada

“Achei muito oportuna a reportagem so-

bre imposto de renda publicada na revista Fomento Mercantil (edição 52 – Quanto o Leão do IR levou em 9 anos). Mostra que o governo não tem limites quando o assunto é tirar dos cidadãos e das empresas. E muitos perdem dos dois lados, como pessoas físicas e jurídicas. É o meu caso. Parabéns.”

Maria Anselma Rossini
Saex Ltda
São Paulo - SP

“Tive a satisfação de receber a revista Fomento Mercantil (edição 51), destacando o artigo: ‘Ética, a arte de escolher a melhor conduta’ por Alexandre Dumont Prado. Parabenizo toda a equipe da revista pela qualidade das matérias e agradeço a gentileza da remessa.”

Adão Boeira Bressan
Vacaria - RS

Sugestões e cartas à redação - Rua Tabapuã,
422 - 5º andar - CEP 04533-001
São Paulo - SP - Fax: (11) 3077-2762
e-mail: fomento@tptcomunicacao.com.br