

A SAZONALIDADE PELA PROCURA DOS SERVIÇOS DE FACTORING NO MUNICÍPIO DE PRESIDENTE GETÚLIO/SC

Bárbara Laís Cucco Scheller Asen¹, Eliana Vogel Jaeger²

¹Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC

²Universidade Regional de Blumenau – FURB

barbara.asen@bol.com.br, eliana@ibnet.com.br

Resumo

Factoring, também conhecida no Brasil como fomento mercantil ou comercial, é uma empresa que presta serviços de assessoria, antecipação de recursos não financeiros e a compra de créditos, com cheques pré-datados e/ou duplicatas oriundas exclusivamente das vendas a prazo. Objetivou-se com a presente pesquisa verificar o período do ano que as empresas industriais do município de Presidente Getúlio/SC tem maior necessidade de se utilizar dos serviços prestados por empresas do fomento mercantil. O ramo de atividade estudado foi a área das indústrias, onde foram aplicados 177 questionários, contendo 32 questões com perguntas abertas e fechadas. Os questionários foram coletados entre os dias 30 de agosto de 2012 à 02 de outubro de 2012. Os mesmos foram analisados quantitativamente e qualitativamente. Os resultados apontaram que 72% das empresas participantes, se utilizam dos serviços prestados por empresas de fomento mercantil todos os meses do ano, 19% apenas de outubro à dezembro e 9% procuram as empresas de *factoring* apenas de janeiro à março. Uma administração inadequada pode gerar sérios problemas financeiros, contribuindo efetivamente para a formação de uma situação de insolvência. Constatou-se que as empresas industriais do município de Presidente Getúlio procuram os serviços de *factorings* pelo fato de não possuírem uma administração eficaz, devido a cultura organizacional e ainda a falta de recursos financeiros.

Palavras-chave: *Factoring*. Cultura. Orçamento. Planejamento.

1. Introdução

A necessidade de capital de giro, aliada com a falta de apoio financeiro e orientação empresarial fazem com que as empresas recorram a empresas de *factoring*. Atualmente as *factorings* podem auxiliar de maneira ágil e prática as necessidades financeiras das empresas.

Leite (2011) comenta que público alvo das empresas de *factoring* são as médias e pequenas empresas, dentre quais se destacam, as empresas industriais, que muitas vezes não possuem acesso ao mercado de crédito tradicional, devido a inadimplências.

O objetivo principal deste estudo é demonstrar o período do ano que as empresas industriais do município de Presidente Getúlio buscam recursos em empresas de fomento mercantil, para tanto foram aplicados 177 questionários com 32 perguntas fechadas e abertas, entre os dias 30 de agosto de 2012 a 2 de outubro de 2012. Escolheu-se este segmento por dois motivos: não haver no mercado muitos estudos semelhantes, e pelo fato de alcançar o público alvo das *factorings*.

Em primeiro momento, o estudo foi abordado qualitativamente, e a seguir, quantitativamente. A pesquisa qualitativa utiliza a coleta de dados sem medição numérica para descobrir e aperfeiçoar questões de pesquisa. Já a pesquisa quantitativa, utiliza a coleta de dados para testar hipóteses com base na medição numérica e na análise estatística para estabelecer padrões de comportamento (SAMPLIERI; COLLADO; LUCIO, 2006).

Do ponto de vista dos objetivos deste trabalho, a pesquisa tem característica descritiva, pois são expostas características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Abrange o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados através de questionário e observação sistemática (GIL, 2006).

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos utilizados na elaboração neste trabalho podemos classificar como pesquisa bibliográfica e de levantamento.

A composição da amostra da pesquisa são 177 empresas do ramo industrial das quais revalidaram ou emitiram seu Alvará na Prefeitura Municipal de Presidente Getúlio no ano de 2012.

A estrutura do presente trabalho possui cinco seções. A introdução, com a contextualização do tema, objetivo da pesquisa, justificativa da escolha do tema, além de aspectos metodológicos utilizados para a elaboração desta pesquisa. Após, apresentam-se o referencial teórico com conceituações sobre fomento mercantil. Em seguida são apresentados os resultados com gráficos e contextualizados com fontes teóricas. Por fim, última seção apresenta as considerações finais relativas ao estudo e ao final as referências que deram suporte teórico ao estudo.

2. Revisão teórica

Factoring é o fomento mercantil que provém de atos como compra de créditos, prestações de serviços convencionais ou diferenciados, antecipação de recursos financeiros, conjugados ou separadamente, entre duas empresas, ou seja, o faturizador e o faturizado (DONINI, 2003).

Ressalta-se que as empresas de fomento mercantil são prestadoras de serviços e podem auxiliar as empresas realizando a cobrança de títulos ou direitos e créditos, consulta cadastral, serviços de cobranças, acompanhando as contas a receber e a pagar, avaliando fornecedores e clientes, assessorando financeiramente, realizando a antecipação de recursos não-financeiros, como estoque, insumos ou matéria-prima, etc.(LEITE, 2011).

Conforme sustenta Leite (2011, p. 7), “*Factoring* é uma sociedade mercantil, limitada ou anônima, cuja existência legal nasce com o arquivamento de seus atos constitutivos na Junta Comercial”. Em razão disto, não necessita de autorização do Banco Central.

Diversas empresas não dispõem de uma estrutura administrativa para suportar as incertezas e flutuações de um sistema econômico como o brasileiro, que se caracteriza por diversas oscilações e alterações das políticas governamentais (KATAYAMA, 2003).

Katayama (2003) ainda menciona que as empresas necessitam, especialmente, de apoios técnicos, administrativos e gerenciais para que possam comprar com preços atrativos suas matérias-primas e insumos, produzir com custos compatíveis. E conseqüentemente venderá seus produtos com preços diferenciados e atrativos.

3. Análise e discussão dos resultados

Com a finalidade de evidenciar o período do ano que as empresas industriais do município de Presidente Getúlio procuram por empresas de *factorings*, verificou-se através do Gráfico 1 que 72% das empresas respondentes se utilizam destes serviços todos os meses do ano, 19% empresas destacaram o período de outubro a dezembro e 9% das empresas respondentes de janeiro a março.

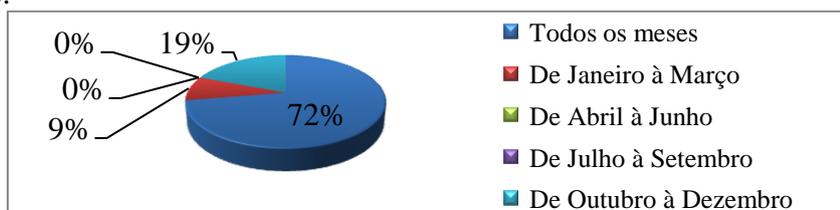


Figura 1 – Período do ano que a empresa procura os serviços de *factoring*(Dados da pesquisa)

O fato das empresas industriais respondentes procurarem estes serviços todos os meses do ano pode ser caracterizado como cultura da empresa, pois estão habituados a utilizarem esta alternativa para anteciparem seus recebíveis.

Dias (2008) comenta que cultura pode ser definida como um sistema de técnicas, artefatos, ideias, conhecimentos e atitudes de uma sociedade ou organização. A cultura organizacional é um conjunto de características dos integrantes de uma organização.

Outro ponto levantado é a falta de orçamento por parte da empresa. O orçamento parte dos objetivos da empresa, permite um plano a curto prazo e auxilia para estimar os recursos necessários, planejar compras, estabelece orçamentos financeiros, além de analisar e mensurar se os objetivos da empresa estão sendo alcançados (LUNKES, 2011).

De acordo com Helfert (2000) diversos setores industriais possuem meses específicos ou semanas de vendas altas, que são seguidas por uma frequência de queda na demanda, onde estes altos e baixos repetem-se de maneira previsível.

Devido à sazonalidade, estas empresas estão sujeitas a implicações financeiras, onde durante o ponto de baixa demanda, as operações contínuas devem ser apoiadas com caixa de fontes internas ou externas (HELFERT, 2000).

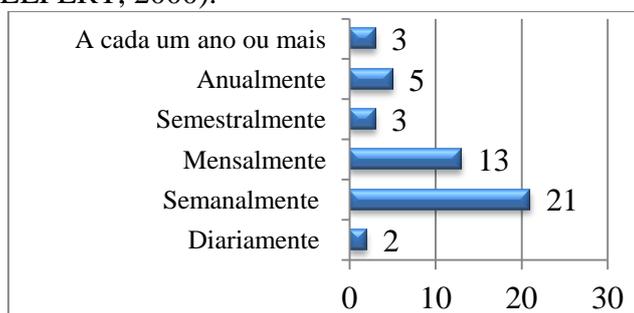


Figura 2 – Quantas vezes as empresas industriais procuram as empresas de *factorings* para negociar (Dados da pesquisa)

Em relação à periodicidade em que é feita as negociações com as empresas de *factoring*, 21 empresas respondentes (45%) afirmaram o uso semanal dos serviços de *factoring*. 28% do total dos respondentes procuram as *factorings* mensalmente, 11% anualmente, 6% semestralmente, 6% a cada um ano ou mais e 4% diariamente.

A maioria procura os serviços semanalmente, este fato pode estar associado com à falta de planejamento financeiro e orçamentos. Não possuem estratégias adequadas para suprir a falta de capital de giro e a maneira mais fácil é recorrer as *factorings*, para suprir as necessidades financeiras. Não estão preparadas para administração da empresa, conhecem muito bem o técnico, mas não tanto o econômico financeiro.

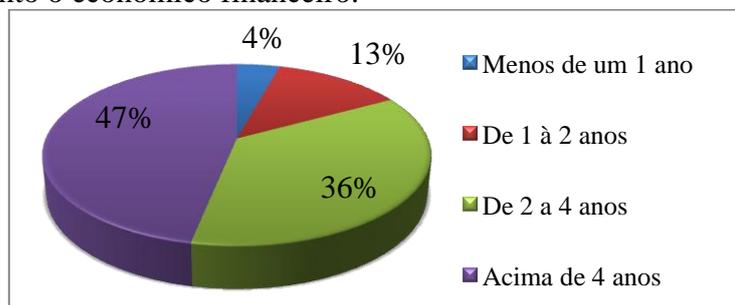


Figura 3 – A quantos anos sua empresa negocia com *factoring*? (Dados da pesquisa)

Ao analisar o Gráfico 3, pode-se dizer que estas empresas se habituaram a negociar seus recebíveis com *factorings*. Estas na maioria utilizando a mais de quatro anos. É difícil parar, virou hábito da empresa (BLATT, 1998).

Mesmo sendo um serviço relativamente novo no mercado, 83% das empresas industriais do município de Presidente Getúlio utilizam os serviços de *factoring* acima de 2 anos. Pode-se dizer que a gerência ou proprietários possuem certo hábito em procurarem as *factorings*.

4. Considerações Finais

Ao analisar os dados do presente estudo é notável que a escassez dos recursos financeiros de parte das empresas respondentes é relativamente constante, pois a procura acontece todos os meses do ano.

As causas desta escassez podem ser as mais variadas e muitas vezes estão relacionadas: com a expansão descontrolada das vendas, o que exige maior volume de compras e custos que a empresa irá ter; com a insuficiência de capital próprio faz com que o administrador necessite procurar capital de terceiros em uma proporção excessiva, o que leva a empresa a um aumento de grau de endividamento; disponibilizar um prazo das vendas muito extenso faz com que o retorno do capital de giro seja mais lento; com compras em grande volume exigem maiores disponibilidades de caixa; com diferenças na velocidade dos ciclos de pagamento de fornecedores e recebimento de clientes; com a baixa velocidade na rotação de estoques e/ou nos processos de produção; falta de capital de giro; grande distribuição de lucros; falta de planejamento financeiro e controle de caixa pode gerar altos custos financeiros (ZDANOWICK, 2000).

Porém, 28% das empresas respondentes afirmaram utilizar os serviços de *factoring* apenas três meses ao ano, este fato pode ser explicado devido a fatores sazonais, tanto internos ou externos. Os fatores externos podem ser declínio das vendas em determinado período do ano; elevação dos preços dos insumos; inflação; concorrência; alterações em alíquotas de impostos; inadimplência, etc. (ZDANOWICK, 2000).

O cotidiano das empresas envolve problemas com a parte técnica, pessoal, estrutura, maquinário da empresa, onde o administrador devido tantas atividades e funções deixa de administrar o financeiro da empresa corretamente. Logo, diversas ferramentas são importantes e podem auxiliar as empresas, como o plano estratégico, o orçamento, relatórios financeiros, fluxo de caixa, etc.

Referências

BLATT, Adriano. *Operações de factoring*. Rio de Janeiro: Suma Econômica, 1998.

DIAS, Reinaldo. *Sociologia das organizações*. São Paulo: Atlas, 2008.

DONINI, Antonio Carlos. *Factoring passo a passo: as quatro estações*. São Paulo: Klarear, 2003.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

HELFERT, Erich A.. *Técnicas de análise financeira: um guia prático para medir o desempenho dos negócios*. 9 ed. Porto Alegre: Bookman, 2000.

KATAYAMA, Daniel Mizusaki. *Modelos de crédito aplicados a empresas de factoring*. São Paulo, 2003. 62 p. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/26771276/Universidade-de-sAo-Paulo-Faculdade-de-Economia>. Acesso em: 05 dez. 2012.

LEITE, Luiz Lemos. *Factoring no Brasil*. 12. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

LUNKES, Rogério João. *Manual de orçamento*. 2. ed. 5 reimp. São Paulo: Atlas, 2011.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernandez; LUCIO, Pilar Baptista. *Metodologia de pesquisa*. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

ZDANOWICK, José Eduardo. *Fluxo de caixa: uma decisão de planejamento e controle financeiros*. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2000.