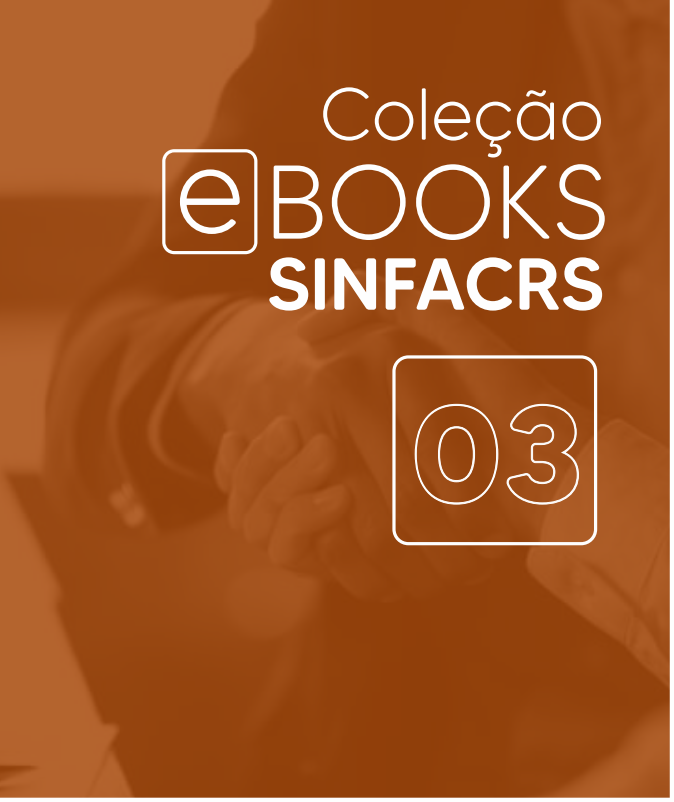
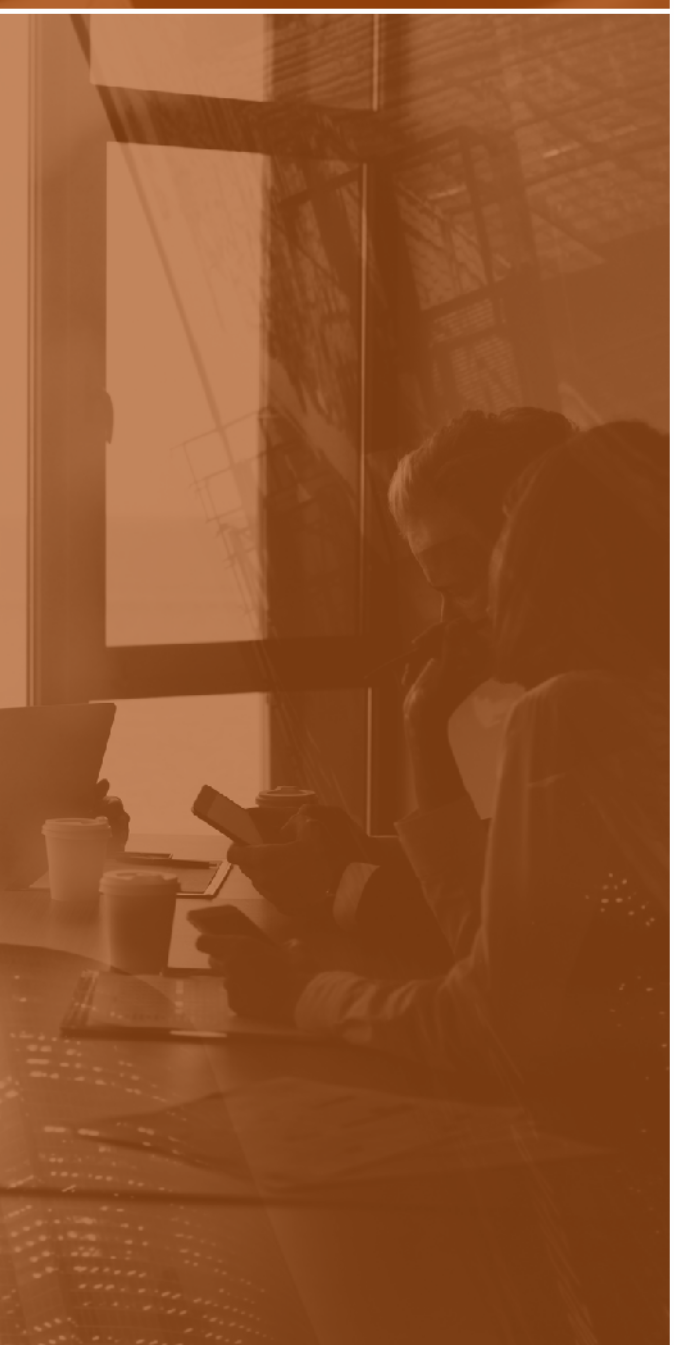
Coleção eBOOKS SINFACRS

03





História do protagonismo **do Factoring no Brasil**

Luiz Lemos Leite

Presidente da ANFAC

SINFACRS®

História do protagonismo **do Factoring no Brasil**

Luiz Lemos Leite

Advogado, formado em 1955 pela UFF. De 1951 a 1981, trabalhou no Banco do Brasil, Presidência da República e no Banco Central. Banco do Brasil, de 1951 a 1967 (de 1964 a 1677 – serviu na Presidência da República). Banco Central – 1967 a 1981 – como funcionário e diretor a partir de 1997. Fundador e presidente da ANFAC desde 1982; presidente da FEBRAF – Federação Brasileira de Fomento Comercial desde 2014; autor dos livros "Factoring no Brasil" (12ª edição / Ed. Altas) e Memória, Visão e Esperança (Ed. Scortecci); Docente do Curso de MBA em Gestão Estratégica de Factoring do IBES (Instituto Blumenauense de Ens. Superior - Blumenau-SC).

Origens Históricas do Factoring

Nos primórdios da História do Ocidente, há mais de dois mil anos antes da nossa era, Hamurabi, Rei da Babilônia, fez gravar num bloco de pedra, como parte do chamado "Código de Hamurabi", fórmulas de gestão comercial e normas que regulamentavam os procedimentos do comércio daquela época. Comércio pressupunha confiança (crédito). Naqueles primórdios da civilização, a forma de obter e transferir recursos a terceiros surgia como necessidade do tráfico de mercadorias e foi utilizada pelos povos antigos, caldeus, babilônios, fenícios, etruscos, gregos e romanos, entre outros que faziam comércio no Oriente Médio e no Mediterrâneo. [1]

À falta de uma regulamentação escrita, os regimes legais para essas transações eram os usos e costumes da época.

Os registros históricos mostram que o comércio é tão velho quanto a humanidade.

Alguns pesquisadores vão buscar no "Código de Hamurabi" as origens históricas dos bancos e de outras atividades comerciais relacionadas com o crédito, dentre as quais, localizam o factoring. Daí afirmar-se que as origens do factoring perdem-se em tempos imemoriais.

A figura do agente mercantil nasceu com a civilização para facilitar e incrementar o comércio, que era, naqueles longínquos tempos, baseado nas trocas de mercadorias – o escambo – pois não existia moeda.

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

---

[1] *Capítulo 1 do Livro Factoring no Brasil, 12ª edição-Luiz Lemos Leite*

Desse modo, comprar créditos comerciais para levantar recursos é prática das mais remotas épocas da civilização, como consta dos registros históricos dos negócios, para fazer capital de trabalho.

Os fenícios – por volta de 1200 a.C. – dominaram o comércio do Mediterrâneo e chegaram à Península Ibérica, lá desenvolvendo em larga escala o seu comércio. Os riscos inerentes ao comércio levaram os fenícios a criar suas factorias movidos pela necessidade de reduzir o "risco de crédito" mediante a presença física de seus agentes no mercado de destino, além de expandir as suas relações comerciais. Há notícias de que os fenícios, em torno do século VIII a.C, estabeleceram em Ulissipona (origem latina do nome da atual capital de Portugal – Lisboa) uma factoria – um centro comercial.

Cartago, o centro comercial mais desenvolvido do Mediterrâneo, foi construída pelos fenícios e cobiçada pelos romanos que lutaram 120 anos (Guerras Púnicas) para conquistá-la.

Os romanos, que construíram um dos maiores impérios da História, para manter a hegemonia do poder nos territórios conquistados, cuidaram de organizar a sua economia explorando as possibilidades comerciais das várias regiões subjugadas. Estabeleceram em pontos estratégicos do seu vasto território a figura do factor – agente – via de regra, um comerciante próspero e conhecido de determinada região que se encarregava de promover o comércio local, de prestar informações creditícias sobre outros comerciantes, receber e armazenar mercadorias provenientes de outras praças e fazer a cobrança, pela qual recebia em pagamento uma remuneração. Era um autêntico consultor de negócios.

O substantivo latino factor, is, da terceira declinação, tem seu radical no supino do verbo facere, cujos tempos primitivos são: facio, facis, feci, factum, que significa agir, fazer, desenvolver e fomentar. Factor, portanto, quer dizer aquele que faz alguma coisa, que desenvolve ou fomenta uma atividade. O factor dos romanos era o agente mercantil.

O uso milenar das funções de um factor, por comerciantes, era feito com a finalidade de facilitar e garantir bons negócios. Devido à lentidão das comunicações e do transporte de mercadorias, um negócio realizado em outro lugar, geograficamente distante e de idiomas diferentes, necessitava de um suporte. Os factors, por serem profundos conhecedores do mercado e da tradição creditícia dos comerciantes locais, faziam-se intermediários úteis nas trocas comerciais e no desenvolvimento da economia do Império Romano, desempenhando um papel de essencial importância.

Com a decadência do Império Romano, continuaram os factors a exercer suas funções.

Na Idade Média apareceu uma espécie de cooperativa (agremiação) com a finalidade de diluir riscos entre os seus comerciantes associados, de modo que as perdas sofridas por um dos seus membros em um negócio eram assumidas por todos da "agremiação". Vale fazer o registro de que, desde as origens da humanidade, na história de todos os povos que desenvolveram suas mais distintas economias, sempre houve uma grande preocupação com o "risco do negócio". Como também sempre os comerciantes souberam que, salvo exceções, a evolução de suas vendas esteve estritamente ligada à existência das linhas de crédito que estavam obrigados a conceder a sua clientela.

Veio, então, a época dos grandes descobrimentos, em que, principalmente, Espanha, Holanda, Inglaterra, Veneza e Portugal lideravam o comércio internacional, com a conquista de seus longínquos territórios ultramarinos. No caso particular de Portugal, estabeleceram-se, em suas colônias da Ásia e da África, as factorias – empórios, armazéns de mercadorias, enfim, um centro polarizador entre a Metrópole, as colônias e outros povos vizinhos.

Esse sistema apresentava características especiais nos Estados Unidos, ainda colônia inglesa, onde os factors não apenas administravam os estoques de produtos (principalmente têxteis, roupas e outras mercadorias) para os seus proprietários na Europa e os vendiam, mas também, garantiam o pagamento como agentes del credere.

Por causa das grandes distâncias entre os centros consumidores dos Estados Unidos, os industriais locais, também, começaram a utilizar-se dos serviços dos factors, para expandir as suas vendas.[1]

Na prática vigorava uma relação fiduciária entre os vendedores e os seus representantes comerciais, integrados no sentido de parceria.

A importância do comércio de produtos têxteis exportados pela Inglaterra para a América era tal que se tornou conhecido como cotton factor ou textile factor.

Com o tempo, os factors prosperaram, passaram a pagar a vista aos seus fornecedores o valor das vendas por estes efetuadas, antes mesmo de os compradores fazê-lo. O factor, a par dos serviços prestados, substituiu o comprador, pagando a vista ao fornecedor, melhorando o padrão de crédito e efetuando a cobrança junto ao comprador final daquela mercadoria. Como as comunicações eram precárias, o produtor enviava, em consignação, seus bens para o agente mercantil, que deveria vendê-los e despachá-los diretamente ao comprador final.

Os fornecedores ou vendedores daquelas mercadorias passaram a desfrutar uma situação confortável pela ação dos seus agentes, profundos conhecedores dos comerciantes locais e de toda a sua tradição creditícia, e não admitiam mais perder os benefícios do serviço prestado pelo agente.

Assim, surgiu o sentido moderno do factoring, ou seja, com a venda dos créditos oriundos da venda dos bens, pelos produtores ou fornecedores, os factors adquiriam o direito de cobrá-los, como seus legítimos proprietários. O factor, que no seu sentido primitivo prestava serviços de comercialização, distribuição e administração, agregou a função de fornecedor de recursos.

Como temos visto em todas as edições deste livro, a etimologia do factoring é latina, razão por que, em 1982, quando fundamos a ANFAC, traduzimos a palavra para o português como fomento comercial.

---

[1] *Capítulo 1 do Livro Factoring no Brasil, 12ª edição-Luiz Lemos Leite*

Estudiosos do latim, egressos que somos de um seminário, coletamos uma interpretação filosófica da origem etimológica da palavra, visto que a tradução literal nunca poderia ser faturização. Estranha-nos a expressão faturização por não encontrar qualquer razão etimológica que possa justificar seu uso, que, para nós, denota parcos conhecimentos do vernáculo, bem como da sistemática operacional modernamente consagrada pela atividade do factoring nos países onde é praticado.

A história do factoring no Brasil

A história do factoring no Brasil começou bem antes do nascimento da ANFAC. Mais precisamente em 1968, quando ainda funcionário do Banco Central, coube a nós examinar o relatório relativo à primeira inspeção realizada em um banco de investimentos no Brasil. A Resolução nº 18/1966, do Conselho Monetário Nacional, regulamentou as operações de banco de investimentos criado pela Lei nº 4.728/1965. O inspetor encarregado se deparou com uma rasura no balancete, de maio de 1968, com a expressão "factoring" colocada datilograficamente sobre a rubrica do ativo "financiamento de capital de giro".

Como o banco comercial do grupo não dispunha de limites para descontar duplicatas, transferiu-as para o banco de investimentos para negociá-las. Entretanto, como é vedado a um banco de investimentos fazer desconto de duplicatas e para não perder o cliente, o banco de investimento fiscalizado usou o subterfúgio colocando no ativo o étimo "factoring", o que determinou a decisão do Banco Central para liquidar essas operações.

De 1968 a 1981, ainda no Banco Central, aprofundamos os estudos e pesquisas em torno do factoring quanto às suas origens etimológicas e históricas e, sobretudo, aos seus aspectos conceituais e operacionais.

Origem da palavra factoring

O étimo "factor" tem suas raízes latinas, no verbo "facere" – fazer, fomentar, daí termos traduzido para o vernáculo como fomento comercial.

Em Roma, o "factor" designava a pessoa que exercia comércio por conta de um terceiro intermediário. A figura do "factor", que, no Império Romano, era o agente comercial, foi aproveitada, no século XVIII, na época da colonização inglesa, para representar na América os interesses da metrópole – Londres, ou seja: desenvolver a economia local da colônia, priorizando a nascente indústria têxtil e o comércio doméstico.

O "factor" era um agente comercial que tinha por objetivo cuidar de toda a logística, recepção, guarda e armazenamento das matérias primas e produtos oriundos da metrópole - Londres. Essa atividade, universalmente conhecida como "factoring", surgiu, em 1808, em Nova York, por indicar o negócio feito por um "factor".

A primeira empresa constituída, como factoring, em 1808, foi a William Iselin & Co, que associou, aos serviços de apoio e orientação que prestava a uma clientela, composta de pequenas indústrias têxteis, a compra dos direitos de suas vendas mercantis.

Esse conceito se consagrou com a sua difusão pelo mundo a partir da Segunda Guerra Mundial.

Em 1981, ao encerrar o tempo de trabalho no Banco do Brasil, na Presidência da República, no Banco Central, movido por uma determinação de continuar em atividade, indagávamos qual seria o nosso futuro. O projeto de vida era não ir para casa.

Lançamo-nos à luta.

Como surgiu a ideia da criação da ANFAC

A ideia da criação da Associação surgiu da experiência que tivemos no Banco Central, por volta de 1967/1968, quando começaram a aparecer anúncios nos jornais do Rio de Janeiro sobre um negócio denominado "leasing". O BC, com base nos endereços publicados, decidiu enviar seus fiscais para procederem a um levantamento. Foram frequentes as visitas ao Banco Central dos primeiros empresários interessados nesta matéria.

O BC então tomou conta das empresas desse incipiente negócio passando a regular as operações de 'leasing', que, a rigor, não são financeiras. Tendo presente a experiência isolada e muito pessoal desses empresários, em 1982, no planejamento estratégico, priorizamos a necessidade de se criar uma Associação com vistas a uma ação institucional consistente e representativa para um negócio novo e desconhecido no Brasil.

A Associação, foi fundada, em 1982, no Rio de Janeiro, para lançar o factoring – fomento comercial no Brasil.

A história da Associação Nacional de Fomento Comercial (ANFAC) inicia-se com um grupo de 11 empreendedores que criaram a entidade em 11 de fevereiro de 1982. A finalidade era congregar as empresas de factoring e divulgar os objetivos e vantagens para o seu mercado-alvo - as pequenas e médias empresas -, além de disseminar a atividade de fomento comercial no Brasil. Desde então, a nossa vida tem sido factoring, dirigindo a Associação, assessorando as empresas filiadas, contactando autoridades, atualizando e reorganizando a estrutura da ANFAC, ministrando cursos, fazendo palestras, proferindo conferências, inclusive no exterior, e participando de eventos internacionais. A ANFAC hoje conta com cerca de 600 empresas associadas (de 23 estados), 8 funcionários e tem sua sede legal em São Paulo, na Avenida Angélica, 2447.

O início foi o árduo, com apenas dois funcionários e em um prédio alugado no Centro do Rio de Janeiro (RJ) - que, na época, centralizava o mercado financeiro e de capitais.

O primeiro desafio foi a Circular nº 703, de 16 de junho de 1982, da diretoria do Banco Central (BC), que questionou as atividades do segmento no Brasil, por entender, naquele momento, que o factoring poderia confundir-se com as operações típicas das instituições financeiras previstas na Lei nº 4595/1964, autorizadas a funcionar pelo BC.

Em momento algum, neste período, a ANFAC deixou de funcionar.

Depois de sua fundação, no mês de junho, juntamente com Atila Ribeiro Martins fizemos um estágio na empresa Walter Heller, em Chicago (EUA), considerada, na época, a maior empresa de factoring do mundo, com larga experiência internacional, pois constituiu, em mais de 20 países da Europa, empresas de factoring conhecidas como Walter Heller, acrescido o nome do país onde se instalavam, como apoio ao plano do governo americano para a recuperação dos países da Europa destruídos pela Segunda Guerra Mundial.

Logo em seguida, em agosto de 1982, veio ao Brasil o senhor Burton Abrahams, chairman (presidente) da Walter Heller, que proferiu uma memorável palestra no Hotel Hilton, em São Paulo, cuja íntegra se encontra no livro "Factoring no Brasil", 12ª edição, nas páginas 53 a 58, de nossa autoria.

Superar este obstáculo foi, sem dúvida, o maior desafio para a atividade. De 1982 a 1988, por uma questão de honra, abraçamos sozinhos esta causa, com a determinação de demonstrar que o factoring era uma ferramenta importante por sua capilaridade para levar assistência de que tanto necessitam as pequenas e médias empresas. Foram seis anos de luta.

E, então, veio a primeira conquista. Com a decisão unânime do antigo Tribunal Federal de Recursos, tomada em novembro de 1986. A diretoria do BC, porém, só revogou a Circular nº 703, em 30 de setembro de 1988, ao expedir a Circular nº 1359, que reconheceu o factoring como atividade comercial alertando, porém, que não podia ser confundida com a de instituição financeira definida na Lei nº 4595/64, nem a ela se assimilar.

O compromisso por nós assumido junto à diretoria do Banco Central consistiu em: não captar recursos de terceiros no mercado; comprar direitos creditórios resultantes de vendas mercantis; só trabalhar com pessoas jurídicas e não praticar qualquer operação privativa de banco, prevista na referida lei.

Depois da revogação da Circular nº 703/1982, pela Circular nº 1359, de 30 de setembro de 1988, a responsabilidade da ANFAC tem sido, por intermédio de um incansável trabalho do seu Presidente, disseminar os verdadeiros conceitos da atividade do fomento comercial e combater estereótipos, desinformação e preconceitos que porventura ainda perduram pela carência de conhecimentos da atividade. Hoje é, fora de qualquer dúvida, possível verificar a mudança havida em torno do factoring, graças à atuação diuturna da ANFAC na defesa dos objetivos e interesses do setor.

A Circular BC nº 1359, de 30 de setembro de 1988, é, até agora, a maior vitória da ANFAC, que obteve o reconhecimento pelo Banco Central, da tipicidade jurídica do fomento comercial (factoring), como atividade não financeira.

Em fevereiro de 1984, a ANFAC realizou o Simpósio Nacional de Factoring, no Hotel Gloria, Rio de Janeiro, com a presença de cerca de 200 empresários. Participaram renomados juristas e professores como Fran Martins, autor de importantes obras do Direito Comercial, tributarista Gilberto de Ulhôa Canto, Wilson do Egito Coelho, ex-chefe do jurídico do Banco Central, e o economista Paulo Guedes.

A conclusão do evento foi que a ANFAC deveria concentrar-se na implantação do fomento comercial dentro dos melhores padrões técnicos, jurídicos e éticos, como garantia de perenização de sua elevada reputação e mecanismo indispensável ao apoio do segmento da pequena e média empresa.

Em abril de 1989, durante três dias, a ANFAC promoveu o Encontro Nacional das Empresas de Fomento Comercial, no auditório cedido pelo Banco Central, no Rio de Janeiro, com participação de 250 empresários. O evento serviu para repassar tudo quanto havíamos vivenciado desde 1982, particularmente no que se referia às experiências relativas à melhor adequação do instrumento jurídico que vinha sendo utilizado na operacionalização do factoring no Brasil, ou seja, o contrato lastreado no instituto civil da cessão de crédito.

O ponto alto deste primeiro encontro nacional, realizado no Banco Central, foi a participação do ex-Ministro da Fazenda, Otávio Gouveia de Bulhões, com uma palestra sobre a atualidade econômica do Brasil.

Dos debates havidos surgiu a proposta de rever matéria, que deu origem, após estudos, ao lançamento do contrato de fomento comercial, pela Circular ANFAC nº 17, de 14.08.1989, ajustado às operações de compra e venda de bens móveis, materializados em títulos de crédito, cuja transferência se processa pelo endosso, instituto próprio do direito cambiário. Uma inovação da ANFAC.

Os estudos foram baseados nos artigos nº 191 a 220, do Código Comercial de 1850, então em vigor. Esses artigos, que compunham o capítulo "Compra e Venda Mercantil", consideravam mercantil a compra e venda de bens móveis (mercadorias, semoventes, serviços e transportes, inclusive papéis de crédito comercial – hoje no direito moderno títulos de crédito mercantil), resultantes das transações efetuadas com estes bens.

O contrato de fomento comercial, inspirado nos preceitos do Direito Comercial da compra e venda de bens móveis, adotado em todo o mercado com suas várias atualizações, está definitivamente incorporado à cultura do fomento comercial. Várias foram as alterações havidas relacionadas aos novos dispositivos do Código Civil, aprovado pela Lei nº 10.406, de 10.01.2020 e a outros novos dispositivos legais que se foram sucedendo.

A consolidação dos princípios doutrinários do factoring se deve a uma entidade denominada UNIDROIT – INSTITUT INTERNATIONAL POUR L'UNIFICATION DU DROIT PRIVÉ, fundada em 1926 pela antiga Liga das Nações, com sede em Roma, que tem por finalidade realizar estudos sobre modelos de contratos na área comercial.

Em fevereiro de 1974, o Conselho do UNIDROIT decidiu incluir no programa de trabalho para o biênio de 1975/1977 o estudo sobre o contrato de "leasing" e de factoring com vistas à elaboração de normas uniformes.

Em dezembro de 1987, a sessão plenária do Conselho do UNIDROIT, composto de 33 membros de vários países, inclusive juristas, empresários e representantes de associações profissionais, aprovou as conclusões do relatório final elaborado e também a minuta de um contrato para transações internacionais de factoring, que seria objeto de grande assembleia que foi proposta para realizar-se em Ottawa, capital do Canadá, em maio de 1988.

O representante do governo do Canadá naquele Conselho anunciou que seu País assumiria o patrocínio de tal evento. Com esta iniciativa oficial, a reunião ganhou caráter diplomático, passando a ser conhecida como a Convenção Diplomática de Ottawa. O Brasil, por manter relações diplomáticas com o Canadá, foi consultado em janeiro de 1988 sobre o seu interesse em participar da Convenção.

O Itamarati tomou todas as providências e organizou um grupo de trabalho em Brasília, com a participação da ANFAC e de outros órgãos federais para preparar a pauta da delegação brasileira, que foi a OTTAWA.

Após 14 anos de estudos, de 1974 a 1988, dentre suas conclusões convém ressaltar aquela que estabelece que a operação de factoring deve ter como característica a continuidade e a conjugação de alguns serviços ou atividades de apoio à pequena e média empresa e o provimento de recursos decorrentes da compra dos direitos das vendas mercantis efetuadas por suas empresas-clientes, excluídas as transações de consumo (textualmente).

É desnecessário salientar que o documento final dessa convenção é extremamente importante, ainda que se ocupe do comércio internacional, porque trouxe elementos e considerações oportunos e compatíveis com a realidade operacional do factoring doméstico, que, para nós, se constituem a doutrina de OTTAWA.

Trajetória da entidade

Em dezembro de 1990, após quase nove anos, a ANFAC deixou sua sede no Rio de Janeiro e transferiu-se para São Paulo. Realmente, foi decisiva e estratégica esta mudança nos rumos da ANFAC. O Rio de Janeiro começava a passar por problemas sociais. A atividade crescia em bom ritmo em São Paulo, que já despontava como centro polarizador da economia: os bancos transferindo suas sedes para São Paulo, a Bolsa de Valores do Rio de Janeiro se esvaziando.

Esta questão foi submetida à apreciação de uma assembleia convocada para promover um estudo e verificar a viabilidade de transferir a sede da ANFAC para São Paulo. Noventa dias depois, nova assembleia foi convocada e decretou a transferência da sede para São Paulo. De fato, a ANFAC tomou novas dimensões e possibilitou maior disseminação dos conceitos e vantagens do factoring, que contribuiu bastante para mitigar os efeitos das distorções e preconceitos que ainda estereotipavam o fomento comercial e, assim, firmar a reputação da ANFAC. Novos horizontes se abriram...

Congressos realizados pela Associação

Com o objetivo de intercambiar informações e compartilhar experiências dos empresários do fomento comercial, a ANFAC já realizou até agora 14 congressos, de âmbito nacional, além de 22 encontros jurídicos, com a finalidade de estreitar o relacionamento com o poder judiciário e mostrar-lhe a legitimidade dos negócios do fomento comercial.

O I Congresso Brasileiro, realizado de 05 a 08 de setembro de 1991, em São Paulo, reforçou as características do fomento comercial como atividade mercantil, não-financeira e autorregulada. O País vivia a turbulência econômica provocada pelos fracassados planos Collor I (março de 1990) e Collor II (janeiro de 1991) com os quais o governo tentou conter a alta generalizada dos preços. O ano fechou com uma inflação crescente de 472,79%.

O II Congresso Brasileiro, realizado de 09 a 12 de outubro de 1992, em Fortaleza, espelhou a preocupação dos agentes de fomento comercial com os marcantes acontecimentos vividos pelo Brasil naquele ano com destaque para o impeachment do Presidente Fernando Collor. As empresas de fomento priorizaram a necessidade imperiosa de resgatar os valores éticos e renovar as esperanças numa ação democrática e soberana. Foi palestrante o Sr. Jeroen Konstamm, Secretário Geral do Factor Chain International, de Amsterdam.

O III Congresso Brasileiro foi realizado em São Paulo de 04 a 07 de setembro de 1993. A inflação caminhava para o caos, com índices mensais de aumento de preços superiores a 30%. Com o descontrole, o ano terminou com históricos 2.477,15% de inflação medida pelo IPCA. No final daquele ano, Fernando Henrique (Ministro da Fazenda) anunciava a criação da unidade real de valor (URV), base para nova moeda, o Real.

O IV Congresso Brasileiro foi realizado em São Paulo nos dias 06 e 07 de dezembro de 1996. Era o terceiro ano do Real e os resultados econômicos trouxeram à tona ineficiências que a inflação mascarava e a passagem de uma economia com inflação anual de 3 a 4 dígitos para condições de quase estabilidade. O destaque do ano de 1995 foi o lançamento do PROER - Programa de Estímulo à Reestruturação e ao Fortalecimento do Sistema Financeiro Nacional.

O V Congresso Brasileiro, de 14 a 16 de dezembro de 1999, em São Paulo, realizou-se sob a visão de um ano inteiro de nova política cambial e suas conseqüências sobre a vida do País e das empresas em particular. A inflação pelo IPCA alcançou 8,94%. O ponto alto daquele Congresso foi a corajosa decisão dos empresários do fomento de rever conceitos operacionais e jurídicos no que tange à garantia de solvência do sacado devedor. Foi uma iniciativa vitoriosa da ANFAC.

O VI Congresso Brasileiro, em São Paulo, de 10 a 12 de dezembro de 2002, transcorreu sob o signo da esperança e de intensa expectativa ante o resultado das eleições de outubro. Procurou contextualizar os acontecimentos, dar aos empresários as novas diretrizes para o País e para o setor e debater a adequação do fomento comercial ao novo Código Civil que entraria em vigor em janeiro de 2003.

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

O VIII Congresso Brasileiro, de 31 de maio a 02 de junho de 2006, em Porto Alegre, teve como destaque a palestra do Sr. Elias Soler, Presidente da Federação Espanhola de Factoring que fez uma palestra sobre a experiência do factoring na Espanha.

O IX Congresso Brasileiro, realizado nos dias 18 a 20 de junho de 2008, em São Paulo, teve a palestra principal proferida pelo Professor Alessandro Carretta, Secretário Geral da Associação Italiana de Factoring trazendo-nos a preciosa experiência vivida pelas empresas de factoring da Itália que ocupa uma posição destacada no ranking mundial do factoring.

O X Congresso Brasileiro, de 2 a 4 de junho de 2010, em Porto de Galinhas, Pernambuco, teve como foco debater o diferencial competitivo dos negócios do fomento comercial como incentivo à criatividade de seus empresários para agregar valores a suas empresas-clientes.

O XI Congresso Brasileiro, de 08 a 11 de fevereiro de 2012, em Araxá – MG, além do debate de matérias do cotidiano do fomento comercial, promoveu memorável comemoração da data histórica de 30 anos da ANFAC e do sucesso obtido pela atividade, nesse período, amparando o maior segmento empregador do País, constituído pelas pequenas e médias empresas.

No XII Congresso Brasileiro, de 30 de abril a 02 de maio de 2014, no Rio de Janeiro, pontificou o Sr. James Perry, Presidente da Advance Financial, de Atlanta (EUA), que discorreu, para os 600 participantes, num português fluente, sobre aspectos práticos das operações, em sua empresa, com alguns pontos em comum com o fomento comercial brasileiro. Foi uma palestra que muito agradou aos presentes. O evento se prestou ainda para mostrar a ampliação do mercado de recebíveis, com a evolução do fomento comercial segmentado nos negócios de factoring e de securitização, com sua enorme participação nos meios de pagamento representados pelos direitos creditórios decorrentes das transações mercantis realizadas por milhões de agentes econômicos que geram as riquezas para este País.

O XIII Congresso Brasileiro de Fomento Comercial foi realizado nos dias 20 a 22 de abril de 2016, em Foz do Iguaçu – PR. O congresso ressaltou a importância do papel socioeconômico desempenhado pelo fomento comercial na atual fase que atravessa o País, suprindo a lacuna aberta pelos bancos no atendimento das necessidades de recursos para o giro dos negócios da economia. Além de outros, cabe destacar dois temas que despertaram o interesse dos congressistas: a atuação da Justiça na apuração dos crimes da lavagem de dinheiro e do desvio dos recursos públicos e o impacto da vigência do novo Código do Processo Civil nos negócios do fomento comercial.

O XIV Congresso Brasileiro de Fomento Comercial, realizado nos dias 17 e 18 de outubro de 2019, em São Paulo – SP, teve novo formato, sendo apenas um dia de trabalho com relevantes temas do setor, com foco nos avanços da modernidade, considerando o dinâmico contexto da era digital que estamos vivenciando. A principal palestra foi ministrada pelo Diretor do Banco Central, Otávio Damaso, que discorreu sobre a Agenda BC que reúne os projetos do Banco Central para a racionalização dos serviços do sistema financeiro e incrementar a competitividade de toda a cadeia produtiva do País.

Atuação no Legislativo

A ANFAC teve atuação no legislativo reunindo vasta experiência ao acompanhar, "pari passu", vários projetos sobre o fomento comercial, que tramitaram nas duas Casas do Congresso:

Projeto de Lei nº 3.972/89, da Câmara, arquivado em 1991.
Projeto de Lei nº 3.181/92, da Câmara, arquivado em 1995.
Projeto de Lei nº 230/95, do Senado, arquivado em 2007.
Projetos de Leis nº 5.375/01, nº 5.612/01 e nº 21/03 (Complementar), da Câmara, todos arquivados.
Projeto de Lei nº 3.615/2000, tramitou 12 anos na Câmara/Senado/Câmara, em caráter terminativo, concluído em 2012. Não foi sancionado pelo fato de o recurso interposto para o Plenário da Câmara não ter sido apreciado.

No momento, tramita, na Câmara dos Deputados, o Projeto de Lei do Novo Código Comercial, com capítulo específico, regulando as atividades do fomento comercial.

A ANFAC já participou de 3 audiências públicas sobre a atividade do fomento comercial: 1 no Senado Federal e 2 na Câmara dos Deputados.

Fomento Comercial

Fomento comercial é uma expressão já conhecida e consagrada em atos legislativos infraconstitucionais e em normativos infralegais da administração pública federal para identificar as atividades de factoring no Brasil. Ela possui um perfil preciso no direito pátrio, guardando perfeita correspondência com a orientação doutrinária existente no ordenamento jurídico e operacional dos 70 países em que o instituto floresceu.

Enquanto ilustres mestres do direito brasileiro, como Fabio Comparato, Waldomiro Bulgarelli e outros, em seus estudos, se concentraram em aspectos jurídicos, nós, ao contrário, procuramos trilhar outros caminhos ao aprofundar-nos nos aspectos operacionais e na realidade fática delineada nos negócios realizados em outros países. E, no Brasil, à luz da cultura instituída pela evolução das praxes comerciais, aqui vigentes, ensejou a segmentação do fomento comercial como gênero de várias espécies.

O fomento comercial prosperou no Brasil como uma atividade autorregulada, e a ANFAC, com a responsabilidade de entidade precursora, vem atuando, nesses anos, na construção de um marco regulatório com base nas experiências do mercado - destinado a manter a estabilidade institucional e a segurança jurídico-operacional com todas as medidas cabíveis para evitar conflitos de interpretação, consolidar os seus conceitos e garantir o nível de profissionalismo da atividade.

Todo este conjunto de normas e eventos de natureza corporativa e institucional faz parte da estratégia da ANFAC em manter-se ajustada ao mercado e à introdução de novas modalidades de negócios que se erigem como atividade complementar e sinérgica do fomento comercial.

O fomento comercial cresceu, desenvolveu e inovou, nestes 40 anos, dando origem ao Sistema Brasileiro de Fomento Comercial, composto da ANFAC, entidade mater, e de 12 sindicatos patronais regionais.

Em 24.02.20214, foi fundada a FEBRAF – Federação Brasileira de Fomento Comercial, com sede em Brasília, por nós presidida, como entidade de cúpula da pirâmide sindical.

Modernização

A ANFAC sempre se preocupou em analisar os avanços tecnológicos e a constante evolução do mercado.

Não deixou de acompanhar o progresso e as transformações da modernidade no sistema de comunicações com vistas a aprimorar e aperfeiçoar cada vez mais a eficiência de suas relações com as empresas associadas e com o mercado, desenvolvendo uma política de educação executiva e corporativa. A grade de cursos destinados a treinamento conta com uma diversidade de matérias para reciclar e aumentar cada vez mais o nível de profissionalização dos empresários do fomento comercial.

Desde o início, a preparação técnica e profissional dos gestores e operadores das empresas de fomento comercial está na pauta de atuação da Associação. Com a experiência nos cursos de treinamento de alto nível que ministramos no Banco Central, foi idealizado o curso de Operador de Factoring. Em 1983, foi realizado o 1º curso de Operador de Factoring, no Rio de Janeiro, na sede do Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais (IBMEC).

Dos 192 cursos já realizados, até 2021, participamos de todos. O curso passou a ser conhecido também como de Agente de Fomento Comercial e já foram diplomados mais de 8.600 participantes, sendo 6.600 homens e 2.000 mulheres.

Consagrado por sua qualidade, o icônico curso de agente, nestes 40 anos, simboliza o conjunto de princípios, conceitos e valores que sustentam a institucionalidade da ANFAC. Em um mundo globalizado, o preparo, a inovação e o compartilhamento do conhecimento são vitais para otimizar a gestão das organizações empresariais. Entendemos ainda que a qualificação profissional é tão importante quanto o capital que se investe no fomento comercial, em todas as suas distintas estruturas empresariais. Este curso desfruta elevado conceito e reputação, inclusive no exterior.

Em 40 anos, a estrutura da ANFAC passou por sucessivas alterações, acompanhando a evolução da economia e do mercado.

Com o aumento de sua responsabilidade institucional, a última reestruturação organizacional da ANFAC foi aprovada na assembleia, realizada em dezembro de 2020. Aquela estrutura embrionária dos primórdios da ANFAC, em 1982, foi experimentando, com o tempo, atualizações, submetidas e discutidas em assembleias, convocadas com a finalidade de atender ao crescimento da ANFAC.

A atividade cresceu, expandiu-se e hoje está em todos os estados do País. A ANFAC, pela necessidade de fazer-se presente em cada canto do Brasil e para descentralizar a gestão dos interesses coorporativos do fomento comercial, criou diversas diretorias regionais a fim de manter integrado o controle da situação. A partir de 1990, entretanto, por força de injunções estranhas ao nosso meio, foi necessário transformá-las em 19 sindicatos patronais, todos, sem exceção, criados pela ANFAC.

O Sistema Brasileiro de Fomento Comercial é liderado pela ANFAC e integrado pelos sindicatos patronais da categoria com ela conveniados, para torná-la uma entidade nacional mais forte na defesa dos superiores e legítimos interesses do setor. Os sindicatos são o elo de interlocução da ANFAC com as empresas de fomento comercial, estabelecidas nas várias regiões do País.

Novos Horizontes

Histórica, a Resolução CMN nº 2.907, de 29.011.2001, abriu caminhos para os associados da ANFAC ampliarem sua participação no mercado com a regulamentação dos fundos de recebíveis em direitos creditórios no Brasil.

A partir de então, aquelas empresas, que gerassem um bom fluxo de títulos de crédito a receber, passaram a dispor de mais uma opção para captação de recursos financeiros no mercado de capitais brasileiro, por meio da securitização desses recebíveis, com algumas vantagens fiscais.

O único imposto é o imposto de renda.

Como qualquer outro fundo de investimentos, o FIDC é uma comunhão de recursos (um condomínio), sem personalidade jurídica.

O termo securitização tem sua origem na expressão inglesa “securities”, que, no mercado de capitais, é empregado para denominar “valores mobiliários”. O fundo de investimento em direitos creditórios nada mais é do que uma entidade emissora, regulamentado pela CVM.

Naquela oportunidade (ano de 2001), a intenção da Autoridade Monetária era incentivar o desenvolvimento de uma ferramenta para alavancagem financeira que pudesse contribuir, ao mesmo tempo, para reduzir o spread verificado nas operações das instituições financeiras, servir de alternativa ao modelo clássico de intermediação de recursos do mercado financeiro e incrementar a atividade econômica.

Imediatamente, a ANFAC deu início aos primeiros estudos de viabilidade, em condições de aproveitar a potencial sinergia da operação de fomento comercial, cujo escopo operacional é voltado à compra e gestão de direitos creditórios dentro da estrutura de fundo de investimento em direitos creditórios de multicendentes e multissacados. A empresa de fomento comercial passaria a prestar serviços de agente de cobrança e de apoio para o seu fundo de recebíveis.

A Associação preparou uma estrutura adequada, um veículo característico do mercado de capitais, muito consistente de ponto de vista regulamentar e do legado operacional, que poderia agregar vantagens competitivas à operação das empresas de fomento comercial, assentado, principalmente, na possibilidade de ampliação do seu objetivo de fomentar os meios para o desenvolvimento do segmento econômico das micros, pequenas e médias empresas.

Outra característica da segurança desses fundos de recebíveis é a possibilidade da existência de duas classes de cotas ou cotistas: a cota ou cotista de classe sênior e a cota ou cotista de classe subordinada.

Concluída em 2001, aquela primeira fase de pesquisa inicial, de entendimento da legislação, da operacionalização e demais subsídios, a ANFAC efetivou a implantação do projeto de estruturação de fundos de recebíveis para empresas de fomento comercial associadas, que se viabilizou graças ao valioso e indispensável suporte tecnológico e operacional do então Banco de Boston e da Corretora Petra, hoje Banco FINAXIS.

Um dos principais objetivos, naquela oportunidade, era aumentar a capacidade e o espectro operacional do Fomento Comercial, promover a redução de custos, contribuir para a mitigação de riscos, melhorar a imagem reputacional dessa atividade e, também, ampliar o raio de ação das empresas associadas.

Um procedimento de estruturação, inicialmente utilizado pela ANFAC, além das exigências da legislação, foi a de aferir a qualidade de gestão da empresa de fomento candidata a estruturar o seu fundo. Ao final do processo de certificação, a empresa de fomento recebia o "Selo de Qualidade" atribuído pela ANFAC, com os seguintes status: ÓTIMA, BOA, ADEQUADA ou INSATISFATÓRIA qualidade de gestão. Somente poderiam prosseguir na estruturação, as empresas de fomento certificadas nos três primeiros níveis.

O nível alcançado pelo projeto de estruturação de FIDCs da ANFAC foi considerado "case" de mercado, de reconhecida validade, e pela qualidade dos fundos, estruturados de acordo com a concepção inicialmente proposta pela ANFAC, acolhida pela CVM (Comissão de Valores Mobiliários).

O Brasil, que deve estar inserido cada vez mais no mercado global, tem que se consolidar como economia de mercado, com um regime político sólido e instituições democráticas atuantes, características que permitem afirmar que as experiências vivenciadas nos reservaram boas expectativas de curto, médio e longo prazo.

No momento, a CVM estuda a atualização das normas, que regem os fundos, com base nas numerosas sugestões colhidas da Audiência Pública realizada no início de 2021.

Em suma, a iniciativa da ANFAC de se dedicar integralmente à busca de um sistema tecnológico e operacional, inédito, foi a garantia do inominável sucesso desse produto do mercado de capitais para o ingresso das empresas de fomento comercial.

Benefícios e vantagens para o associado

Além da reputação institucional, construída e conquistada com extremo zelo, a ANFAC oferece multiplos benefícios a suas empresas associadas, dentre os quais se destacam: a grade de cursos disponibilizados gratuitamente; assessoria técnica, operacional e jurídica; portal de serviços ANFAC; ANFAC News; jurisprudências diárias; Revista ANFAC; Acordos de Cooperação Técnica firmados com diversos parceiros; atendimento personalizado por telefone, com foco operacional, contábil, tributário e jurídico, ou através de reuniões pré-agendadas diretamente com os assessores para tratar de questões mais relevantes no dia a dia operacional das empresas.

O somatório de tantos benefícios oferece uma margem de recursos suficiente para garantir o investimento da empresa filiada na remuneração dos serviços de apoio institucional que a ANFAC lhe presta.

Mercado de Recebíveis

A crescente expansão dos meios de pagamento decorrentes das transações mercantis realizadas diariamente por milhões de agentes econômicos em todos os quadrantes do território nacional constitui-se num enorme mercado de recebíveis de dimensões oceânicas operacionalizado por um instituto flexível e ágil, que é o fomento comercial.

Recebíveis, "receivables", em inglês, "contas a receber", no vernáculo, significam direitos creditórios corporificados por títulos de crédito, gerados por vendas realizadas, fruto de relações comerciais. Títulos de crédito são bens móveis que se incorporam no ativo de uma empresa vendedora.

O fomento comercial, a ferramenta que operacionaliza essas transações de compra e venda mercantil, se segmentou em distintas estruturas empresariais. O fomento comercial, é, pois, o gênero de algumas espécies.

A justificativa foi que a conceituação teleológica do gênero fomento comercial, ao longo do tempo, vem abrigando paulatinamente as atividades do mercado de recebíveis (direitos creditórios) que, pela proximidade dos seus aspectos operacionais e jurídicos, determinou a ampliação da base de representação institucional e corporativa da ANFAC com seus reflexos em todo o Sistema Brasileiro de Fomento Comercial.

Essas atividades econômicas atuam na compra de recebíveis (direitos creditórios), gestão de recursos, emissão de títulos e valores mobiliários, que se inter-relacionam pela similitude de suas características, à exceção da ESC, a saber:

- Factoring (capital próprio, carteira própria e compra de recebíveis);
- FIDC (captação de recursos, mediante emissão de valores mobiliários, administrados/custodiantes e consultor);
- Securitizadora (SPE e captação de recursos através de debentures lastreados em recebíveis);
- ESC - empresa simples de crédito (capital próprio, empréstimo, financiamento e desconto).

Desde 2013, estão abrigadas sob a égide da ANFAC todas essas estruturas operacionais e empresariais, exceto as ESCs, que entraram a partir de maio de 2019.

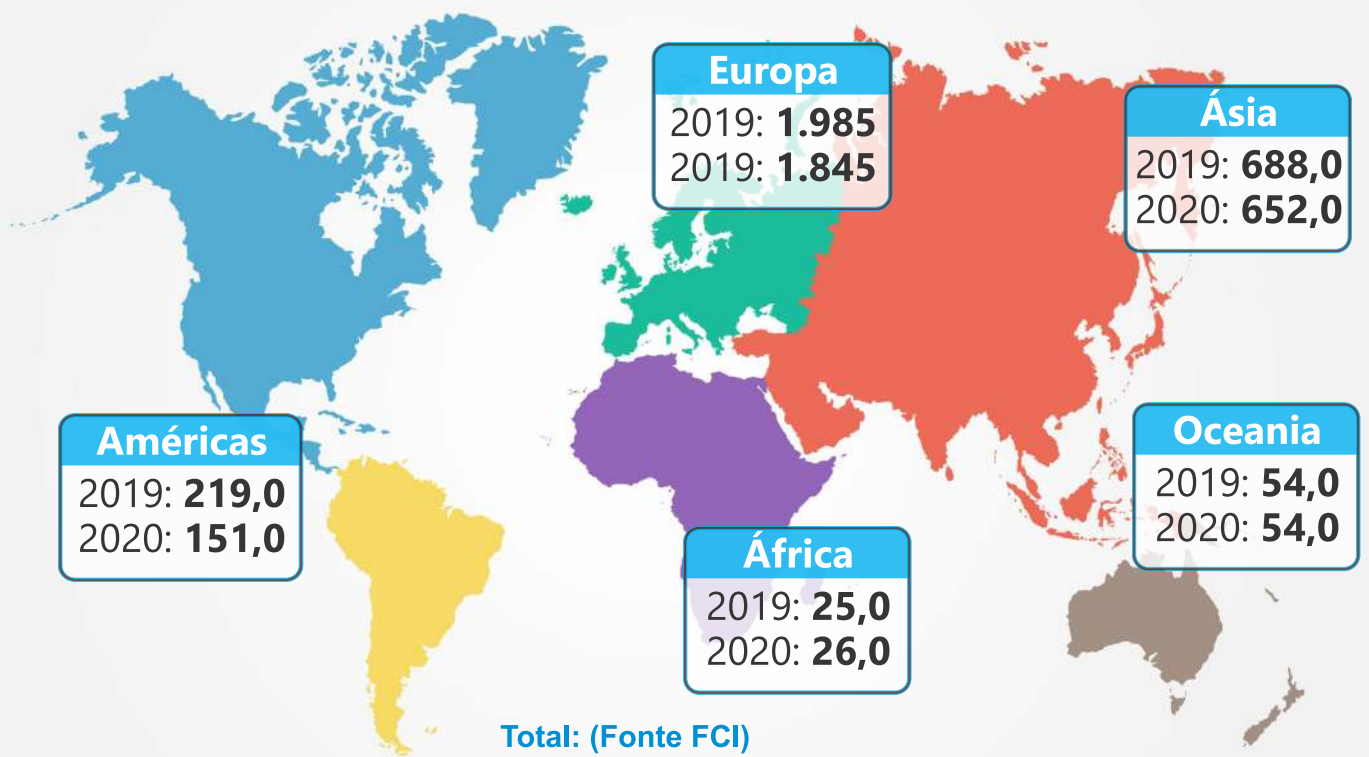
Movimento do setor no Brasil

O giro de carteira das empresas associadas à ANFAC, que vinha crescendo ano a ano registrou, em 2020, um estoque de ativos, representado pela recompra de direitos creditórios originados de vendas mercantis e de prestação de serviços, da ordem de R$ 120 bilhões, oferecendo assistência e suporte a uma clientela composta de 200 mil micro, pequenas e médias empresas, que garantem 6 milhões de empregos formais diretos e indiretos.

É de ressaltar, apesar de todas as dificuldades do momento, que o fomento comercial vem operando com o invejável nível de 90% de liquidez de sua carteira, atendendo às mais variadas cadeias produtivas para solucionar o estresse do fluxo de caixa desses setores e para ajudar a superar a dificuldade do acesso ao crédito.

O factoring no mundo

Geografia do Factoring



COAF – Conselho de Controle das Atividades Financeiras

O COAF – Conselho de Controle das Atividades Financeiras, criado pela Lei nº 9613, de 03.03.1998, é uma unidade de inteligência financeira brasileira, incumbido de promover a integração operacional e a cooperação com a autoridades encarregadas de investigar crimes de lavagem de dinheiro.

Nosso primeiro contato com o COAF ocorreu por intermédio da Dra. Adrienne Senna, a primeira ilustre presidente que tomou a iniciativa de nos ouvir quanto ao teor de uma minuta de texto que daria origem à Resolução nº 02, de 13.04.1999.

Ao longo desses anos a ANFAC tem mantido estreita colaboração com o COAF participando de reuniões sobre as alterações havidas das várias normas relativas ao fomento comercial.

Em março de 2008, ao comemorar 10 anos, foi concedido à ANFAC um troféu em reconhecimento pelo seu trabalho, e mais recentemente, em abril de 2012, foi concedido ao Presidente da ANFAC o Diploma Mérito COAF.

A ANFAC já promoveu mais de 25 cursos para orientação de seus associados quanto à aplicação das normas legais e administrativas que regulam esse órgão.

CRA – Conselho Regional de Administração

Em 14 de novembro de 2014, a ANFAC obteve significativa vitória no STJ com o placar ANFAC 5x1 CRA, após anos de muita luta.

A 1ª Seção do STJ, composta das 1ª e 2ª turmas, concluiu o julgamento do Embargo de Divergência nº 1236002-ES, acolhendo o bem fundamentado voto favorável do Relator Ministro Napoleão Maia, reconhecendo a posição da ANFAC, como "amicus curiae", contra a obrigatoriedade do registro das empresas de fomento comercial nos CRAs. 5 ministros votaram a nosso favor 1 contra.

É de justiça colocar que este processo é originário de uma de nossas empresas associadas do Espírito Santo, em que a ANFAC, cumprindo a sua missão institucional, ingressou, na qualidade de "amicus curiae", com objetivo de oferecer mais subsídios para apreciação do eminente Relator Ministro Napoleão Maia assim como aos demais ministros daquela Corte.

A ANFAC, para reforçar a posição de suas associadas, providenciou minucioso relatório prestando contas com todos os detalhes dessa árdua luta travada na longa tramitação deste processo na esfera administrativa e judiciária, para orientação dos empresários junto aos TRFs regionais, quanto aos questionamentos dos CRAs.

Evento no STJ – O Fomento Comercial na Perspectiva do Superior Tribunal de Justiça

Dos 22 encontros jurídicos realizados pela ANFAC, o evento no STJ, em 2017, merece um destaque especial.

Com a finalidade de promover o debate sobre questões que envolvem o fomento comercial e a norma projetada para o novo Código Comercial foi realizado, em 10 de março de 2017, o seminário "O Fomento Comercial na Perspectiva do Superior Tribunal de Justiça". Com apoio da Associação Nacional de Fomento Comercial (ANFAC), Federação Brasileira de Fomento Comercial (FEBRAF) e Instituto dos Advogados de São Paulo (IASP), o evento, por iniciativa daquele Tribunal Superior e da Fundação Getúlio Vargas (FGV) Projetos, teve como palco a sede do STJ, em Brasília.

Foi um dia memorável, na história da ANFAC, com debates sobre temas relevantes para o direito empresarial e corporativo, com 600 participantes, lotando o amplo auditório do STJ.

Reuniu ministros, desembargadores, autoridades e profissionais do fomento comercial. Os Ministros do STJ, Luis Felipe Salomão e Marco Aurélio Bellizze, foram os coordenadores daquele grande evento.

Ministro Luiz Felipe Salomão foi quem efetivamente liderou a organização deste evento sugerindo o tema. Dentre os comentários que o Ministro fez, inclusive na sua apresentação, cabe destacar:

> *"Dada a importância do fomento comercial em alavancar o crescimento das empresas, posso destacar que o Superior Tribunal de Justiça, em diversos julgados, assegurou e facilitou esse tipo de atividade. Para citar alguns exemplos, o STJ já assentou que o Código de Defesa do Consumidor não incide nesse tipo de contrato (REsp 938.979/DF), a legitimidade do protesto de cártulas pelo endossatário, o que confere proteção ao terceiro adquirente de boa fé e possibilita a circulação dos títulos de crédito (REsp 1.231.856/PR), bem como à desnecessidade de inscrição da empresa de factoring em conselho regional de administração (REsp 955.353/SC).*
>
> *"No Brasil, a difusão desse instituto no meio empresarial se deve em grande escala ao trabalho da ANFAC, desde a sua fundação, em 1982." Salomão salienta que é importante relembrar que, à míngua de um marco legal, o fomento mercantil já enfrentou grandes dificuldades no passado, tal como a Circular nº 703, de 16/6/1982, do Banco Central do Brasil, que praticamente proscreveu o seu exercício. "A ANFAC foi combativa para reverter a medida, merecendo destaque o julgamento do Tribunal Federal de Recursos, em 1986 e, finalmente, a edição da Circular nº 1.359/1988, beneficiando inúmeras empresas de fomento comercial. Também merece registro a sua atuação na Convenção de Ottawa, em 1988, em conjunto com o corpo diplomático brasileiro, chefiada pelo embaixador do Brasil no Canadá Marcos Coimbra, que fixou relevantes elementos e considerações para o factoring no Brasil".*

Do Ministro Belizze, que coordenou a logística do evento, é de ressaltar:

> *"As atividades de fomento comercial são responsáveis por assegurar a liquidez de parcela significativa do mercado de recebíveis, garantindo, assim, o acesso célere e desburocratizado de pequenas e médias empresas a recursos imprescindíveis ao ajuste de seus fluxos de caixa.*

"O crescimento virtuoso desse mercado certamente reconhece a valiosa contribuição direta da ANFAC, que, desde 1982, se compromete na busca constante de inovações e padronizações."

Conforme pontuado pelo ministro, a construção paulatina de um relevante ambiente de autorregulação e securitização pavimentou a via para a consolidação do mercado mesmo em tempos de crise. Em 2015, houve um aumento de 19% das atividades de factoring e, em 2016, o setor alcançou a movimentação de R$ 155 bilhões, dos quais 75% foram destinados a pequenas e médias empresas. "O papel dessas empresas de pequeno e médio porte, por sua vez, tem crescente participação no PIB brasileiro e nas taxas de emprego, segundo dados do IBGE e FGV. Influencia ainda diretamente no desenvolvimento do País, na distribuição de riquezas e no incremento do bem-estar social. "

Ministros e advogados ilustres inclusive autoridades brindaram os participantes com palestras de excelente nível.

Atuação da ANFAC como "Amicus Curiae"

Mais uma atuação exitosa da ANFAC, entre outras, como "amicus curiae", junto ao Superior Tribunal de Justiça em apoio ao recurso interposto pela empresa associada Credfactor Fomento Comercial Ltda, do Espírito Santo.

Em 28/11/2018, a 2ª Seção, que reúne a 3ª. e 4ª. Turmas, do Superior Tribunal de Justiça, acolheu, por unanimidade, o voto da relatora Ministra Maria Isabel Gallotti, sobre os Embargos de Divergência em Resp nº 1.539.749 – RS (2011/0222365-6), que versavam quanto à aplicação dos institutos jurídicos ou da cessão de crédito ou do endosso nas transações mercantis com títulos de crédito, e que vinham sendo objeto de decisões divergentes.

Oportuno ressaltar que, antes dos mencionados Embargos de Divergência, consolidava-se, no Superior Tribunal de Justiça e já com reflexos nas instâncias inferiores, perigoso precedente, que impunha pesado ônus às nossas empresas, ao estabelecer que não se poderia reconhecer, nas relações advindas do contrato de fomento comercial, a condição de terceiro de boa-fé das empresas de "factoring".

Fundamentada em premissa equivocada de que, no fomento comercial, existiria um suposto "profundo envolvimento" das empresas de factoring, com suas empresas clientes, entendia o precedente que, nas transferências de direitos creditórios, envolvendo empresas de fomento comercial, aplicar-se-iam os dispositivos do Código Civil Brasileiro relativos à cessão civil de crédito, sujeitando o cessionário às exceções pessoais que o devedor possuía em relação ao credor originário.

Acolhendo as razões da recorrente e da ANFAC, a 2ª Seção reconheceu que os princípios do direito cambiário são plenamente compatíveis com a atividade de fomento comercial, principalmente a transmissão por endosso e os direitos e prerrogativas decorrentes de tal ato.

A incontestável vitória obtida, contou, não só com a participação direta da Presidência da ANFAC, de seu competente consultor jurídico, José Luís Dias da Silva e a de Alexandre Fuchs das Neves, do SINFAC-RS, mas também com a contribuição do Desembargador aposentado, jurista e ex-Presidente do Tribunal de Justiça de Santa Catarina, Nelson Juliano Schaefer Martins, contratado pela ANFAC e que muito concorreu para o sucesso alcançado.

ESC – Empresa Simples de Crédito

A Lei Complementar nº 167, sancionada em 24.04.2019, criou a ESC. Em 27.07.2015, a ANFAC promoveu reunião com alguns associados com o intuito de aprimorar o texto do Projeto de Lei e viabilizar o mecanismo da ESC como instrumento moderno e inovador.

A principal questão suscitada pela ANFAC naquela reunião se relacionava ao previsto no Art. 63-D, inciso I, que estipulava ser a taxa de juros a única remuneração passível de cobrança por parte da ESC, não se admitindo a incidência de quaisquer outros encargos mesmo sob a forma de tarifas.

Por não ser instituição financeira, a ESC devia ser excluída da regulamentação do Banco Central e, por conseguinte do Sistema Financeiro Nacional, regulado pela Lei nº 4595/1964, impondo-se, nesse caso, uma necessária adequação do projeto de lei sob pena de inviabilizar a existência da ESC.

Por esta razão, é que a ANFAC, como resultado do consenso havido entre os participantes daquela reunião, propôs a seguinte redação, submetida à apreciação do relator do projeto e sancionada em lei, a saber:

Art. 5º...
"Parágrafo único. Não se aplicam à Empresa Simples de Crédito o depósito compulsório de reservas nem outras regulamentações do Banco Central do Brasil, bem como as limitações quanto à cobrança de juros previstas no Dec. Lei 22.626/1933 e no Art. 591 da Lei nº 10.406/2002 (Código Civil)".

Foi a emenda salvadora do projeto, já que, pelo texto original, muito singelo e romântico, os juros remuneratórios, como estava previsto, estariam limitados no máximo a 1% a.m ...

O futuro da ANFAC

A ANFAC capitaneou a história do fomento comercial nesta longa caminhada de 40 anos, de desafios e conquistas, encarando de frente toda sorte de estereótipos e preconceitos. É promissor vislumbrar-se porvir grandioso graças ao trabalho, à dedicação e ao profissionalismo que o empresário do fomento comercial imprime à sua gestão.

A ANFAC – Associação Nacional de Fomento Comercial, é consabido, tem-se empenhado, nestas 4 décadas, em construir uma rica cultura do fomento comercial, alicerçada em uma sólida estrutura corporativa e institucional, suportada no ordenamento de seus conceitos a atos legislativos infraconstitucionais e a normativos infralegais da administração pública federal, com uma visão moderna e condizente com as transformações que ocorrem no mundo dos negócios, que nos permite atuar em ambiente autorregulado e, em consequência, coadjuvar no aprimoramento dos processos de governança corporativa para nossos associados, como garantia da sobrevivência do fomento comercial.

Muito trabalho já foi realizado, no entanto, quando se olha e se projeta o futuro, verifica-se que, com a experiência adquirida, cabe perscrutar os imensos cenários e oportunidades que não cessam de se apresentar aos empreendedores do fomento comercial.

Por certo, a ANFAC há de prosseguir nesta linha de muito trabalhar para muito produzir, em que o interesse coletivo se sobreponha ao individual.

A atual diretoria, que assumiu em setembro de 2020, lançou o projeto ANFAC 4.0. O projeto ANFAC 4.0, em síntese, é a proposta da atual administração de elaborar e desenvolver projetos de modernização e projeção nacional com o objetivo de ratificar a incontroversa representatividade alcançada por esta Associação e preparar-se para enfrentar os desafios de um mundo disruptivo, com tantas inovações e recomendações que sinalizam para a união e a interação do setor, em todos seus níveis, e que consubstanciam o espírito de cooperação que deve presidir as grandes realizações para o fomento comercial.

Por essa razão, é que não se pode perder a perspectiva histórica na avaliação de todas as conquistas obtidas pela ANFAC, para projetar o seu futuro.

Ao celebrar 40 anos, a ANFAC renova o compromisso de sua vocação histórica de concorrer para a solução de tantos desafios de molde a incrementar o desenvolvimento do instituto do fomento comercial capaz de produzir um sistema de gestão em condições de manter suas associadas sempre atualizadas com a evolução dos negócios e da economia e atender ao seu nobre objetivo socioeconômico de assistir as micro, pequenas e médias empresas.

Este é o futuro que vislumbramos para aqueles que se estruturarem para atuar na conformidade das normas que respaldam o abrangente escopo do fomento comercial num mercado altamente competitivo e de insuperável vitalidade, tanto do ponto de vista de rentabilidade financeira, quanto do ponto de vista social e econômico.

É o nosso legado de paz, de união, de trabalho, de profissionalismo e de comprometimento com os mais lídimos preceitos da ética e da legalidade, para inovar e transformar-se para sobreviver sem ter medo do futuro.

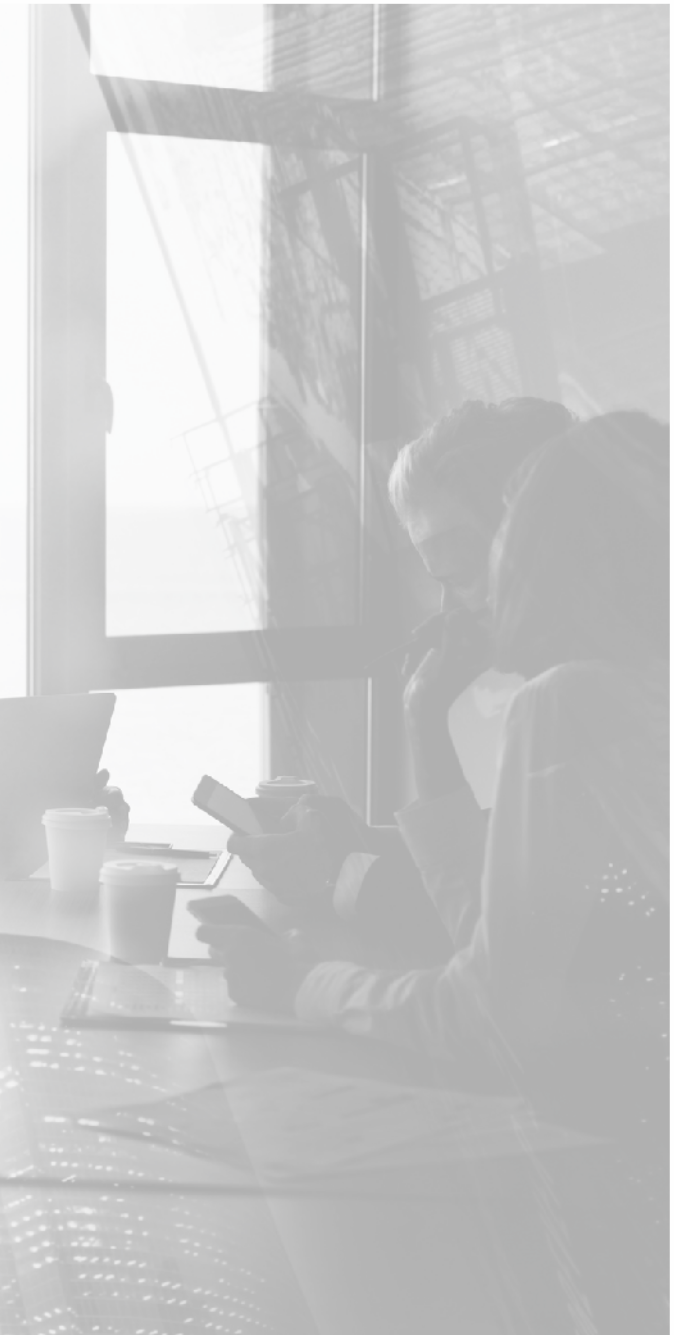
Assim tem sido, a ANFAC é inquestionavelmente um arrojado projeto empresarial que deu certo e não parou no tempo, sustentado por soluções na busca permanente da modernização das práticas de mercado que surgiram nestes 40 anos e muitas outras que ainda hão de surgir em tempos porvindouros.

Temos que respeitar e valorizar 4 décadas de uma atividade vitoriosa e irreversível, que, com a evolução dos negócios e da tecnologia foi sábia em segmentar-se em novas funcionalidades, representadas por suas distintas estruturas operacionais e empresarias.

Todas essas transformações, que demandaram investimento e responsabilidade dos nossos empresários, tiveram o condão de consolidar uma história de muitos desafios, construída minuciosamente em 40 anos pela ANFAC, como entidade mater titular de um indelegável patrimônio que é o instituto do fomento comercial, sintetizado neste reiterado adágio, por mim dezenas de vezes já proferidos: O IDEAL, LEGADO DE UM SONHO, CONSOME UMA VIDA, MAS SE ETERNIZA NA HISTÓRIA.

Personagem marcante

Uma das primeiras funcionárias da ANFAC foi Rosane Gevaert Martins Lemos Leite, esposa já falecida de Luiz Lemos Leite. Contratada como secretária, chegou ao cargo de vice-presidente executiva da entidade, exercendo, até março de 1999, a importante função de gerir com dedicação e eficiência as tarefas administrativas e financeiras da Associação. É de inteira justiça uma homenagem póstuma a ela.



Coleção eBOOKS SINFACRS

SINFACRS®

Diagramação: **Francke Comunicação Integrada**