



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE**  
**CENTRO DE HUMANIDADES**  
**UNIDADE ACADÊMICA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE**  
**COORDENAÇÃO DE ESTÁGIO SUPERVISIONADO**

**ANÁLISE DA PRÁTICA DO DESCOTO DE DUPLICATAS COMO FONTE DE  
FINANCIAMENTO DE CURTO PRAZO EM EMPRESAS COMERCIAIS NA  
CIDADE DE CAMPINA GRANDE**

**BRENO DANTAS AIRES GUIMARÃES**

**CAMPINA GRANDE – PB**

**JULHO 2010**

**BRENO DANTAS AIRES GUIMARÃES**

**ANÁLISE DA PRÁTICA DO DESCOTO DE DUPLICATAS COMO FONTE DE  
FINANCIAMENTO DE CURTO PRAZO EM EMPRESAS COMERCIAIS NA  
CIDADE DE CAMPINA GRANDE**

Relatório de Estágio Supervisionado apresentado ao curso de Bacharelado em Administração da Universidade Federal de Campina Grande, em cumprimento parcial das exigências para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Adail Marcos Lima da Silva

**CAMPINA GRANDE – PB**

**JULHO 2010**

## COMISSÃO DE ESTÁGIO

Membros:

---

Breno Dantas Aires Guimarães

**Aluno**

---

Adail Marcos Lima da Silva

**Professor Orientador**

---

Eliane Ferreira Martins

**Coordenadora de Estágio Supervisionado**

Campina Grande – 2010

**BRENO DANTAS AIRES GUIMARÃES**

**ANÁLISE DA PRÁTICA DO DESCOTO DE DUPLICATAS COMO FONTE DE  
FINANCIAMENTO DE CURTO PRAZO EM EMPRESAS DE PEQUENO E  
MÉDIO PORTE NA CIDADE DE CAMINA GRANDE**

**Relatório aprovado em \_\_\_\_ de julho de 2010**

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Orientador - UFCG**

---

**Examinador - UFCG**

---

**Examinador - UFCG**

Dedico este trabalho às pessoas que mais amo: meu pai, Arquelau Aires Guimarães e minha mãe, Clara Stella Paulino Dantas, as pessoas mais importantes da minha vida.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, acima de tudo a Deus por me conceder a vida, por todos os Seus ensinamentos e por me presentear com as pessoas maravilhosas que convivem ao meu lado e me trazem conforto e felicidade.

Aos meus pais, Clara Stella Paulino Dantas e Arquelau Aires Guimarães, exemplos de profissionais e, principalmente de pessoas, por me ensinarem todos os princípios que possuo e por sempre estarem do meu lado, sempre me oferecendo muito amor e apoio.

Aos meus irmãos, Bruna e Renan, aos quais compartilho todos os bons momentos e que, mesmo com as diferenças, nunca faltaram união e companheirismo.

A todos os meus avós, tios e primos, maternos e paternos, por toda a ligação sempre presente nessas famílias, sempre se ajudando e transmitindo os maiores sentimentos de felicidades a cada vez que nos reunimos.

Agradeço ao meu professor Orientador Adail Marcos, pelo conhecimento, profissionalismo e apoio demonstrado durante o curso e, principalmente, no período de desenvolvimento da pesquisa.

Agradeço em especial a Ana Rita, pessoa que eu tenho grande admiração, amor e respeito, como também a Antônio Neto, Francisco Neto, Gitana Henriques, Marcos Ribeiro, Tulio Ferreira, entre tantos outros, os conhecidos “Amigos do Grebs”, uma amizade conservada desde os tempos de colégio, que percorreram ao meu lado várias etapas da vida, são verdadeiros irmãos que eu escolhi.

Agradeço também amigos que fiz no curso de Administração, aos quais compartilhei todos os momentos durante a jornada, em especial, Antônio Júnior, José Batista, Diogo Mendes, Duana Melina, Eliane Crist, João Alfredo e Ricardo Moraes e a todos os meus colegas de curso.

Por fim, agradeço a todos aqueles que, apesar de não terem sido citados, contribuíram para a minha formação pessoal e acadêmica.

“O futuro tem muitos nomes. Para os fracos é o inalcançável. Para os temerosos, o desconhecido. Para os valentes é a oportunidade.”

(Victor Hugo)

## RESUMO

Nos últimos dez anos a contratação do desconto de duplicatas em bancos comerciais brasileiro apresentou um crescimento de mais 440%, atualmente figurando entre as principais alternativas de financiamento oneroso no curto prazo. Esta pesquisa tem como foco principal a análise da prática do desconto de duplicatas em empresas comerciais de pequeno e de médio porte na cidade de Campina Grande, estado da Paraíba. A metodologia utilizada na pesquisa tem caráter exploratório e descritivo, quanto aos fins; quanto aos meios, pesquisa de campo. Para atingir tal fim, foram coletados dados através de um questionário, contendo perguntas vinculadas aos objetivos específicos. A grande maioria das empresas consultadas utiliza o desconto de duplicatas no financiamento das atividades repetitivas; os gestores das empresas apresentam uma maior preferência por bancos comerciais; as operações são executadas predominantemente em uma frequência semanal; os gestores utilizam a taxa de desconto na definição da instituição financeira a ser acionada; os gestores alegam conhecer o procedimento que se utiliza para calcular a taxa efetiva da operação. A principal constatação desta pesquisa encontra-se fundamentada no esclarecimento do desequilíbrio na relação custo/benefício das operações de desconto de duplicatas: os gestores alegam que sabem calcular o custo efetivo do desconto de um borderô, entretanto, ao serem obrigados a captar recursos com o desconto de duplicatas, fazem uso em mais de 80% das ocasiões da taxa de desconto como variável determinante.

Palavras-chave: Financiamento de Curto Prazo, Desconto de Duplicatas, Bancos Comerciais, *Factoring*, Capital de Giro.

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>09</b>
<b>2. DESCONTOS</b>	<b>12</b>
<b>2.1 Desconto Simples</b>	<b>13</b>
<u>2.1.1 Desconto Racional ou “por dentro”</u>	13
<u>2.1.2 Desconto Comercial ou “por fora”</u>	14
<u>2.1.2.1 Procedimento em Bancos Comerciais</u>	15
<b>3. DESCONTO DE DUPLICATAS</b>	<b>17</b>
<b>3.1 Entendendo o Desconto de Duplicatas</b>	<b>30</b>
<b>3.2 História Recente do Desconto de Duplicatas em Bancos Comerciais</b>	<b>32</b>
<b>3.3 Desconto de Duplicatas em uma <i>Factoring</i></b>	<b>19</b>
<b>3.4 Banco X <i>Factoring</i></b>	<b>21</b>
<b>4. CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO</b>	<b>22</b>
<b>5. CICLO DE CAIXA</b>	<b>26</b>
<b>6. CUSTO EFETIVO TOTAL DAS OPERAÇÕES DE DESCONTO DE DUPLICATAS</b>	<b>28</b>
<b>7. METODOLOGIA</b>	<b>35</b>
<b>8. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS</b>	<b>38</b>
<b>8.1 Utilização do Desconto de Duplicatas pelas Empresas Comerciais em Campina Grande</b>	<b>38</b>
<b>8.2 Preferência por Banco Comercial ou <i>Factoring</i></b>	<b>39</b>
<b>8.3 Frequência de Utilização do Desconto de Duplicatas</b>	<b>41</b>
<b>8.4 Motivação da Contratação do Desconto de Duplicatas</b>	<b>43</b>
<b>8.5 Critérios de Escolha da Instituição</b>	<b>44</b>
<b>8.6 Domínio do Custo Efetivo Total</b>	<b>46</b>
<b>9. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>50</b>
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	<b>53</b>
<b>APÊNDICE</b>	<b>55</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Em um ambiente de mercado onde prevalece a capacidade de se manter competitivo, cada organização “luta com as armas que possui” para garantir sua sobrevivência, como também para não fazer parte das estatísticas que mostram o grande número de empresas, que por culpa de uma má gerência, acabam fechando suas portas. Dados do SEBRAE comprovam que sete em cada dez empresas brasileiras encerram suas atividades antes dos cinco anos de vida. Como apenas 1% da malha empresarial brasileira compõe-se de empresas de grande porte, este é um dado bastante preocupante.

Saber tomar as decisões certas é o que se espera de um administrador que procura se destacar no mercado. Tendo por conhecimento este fato, a melhor maneira de se tornar esse tipo de profissional, é através da busca de uma considerável quantidade de informação para auxiliá-lo nessas decisões. Tais características, infelizmente, não são encontradas entre os gestores na nossa região e, de forma mais agravante, especificamente no estado da Paraíba.

Outros números fornecidos pelo SEBRAE mostram que o maior motivo que levam as empresas à falência, em cerca de 25% dos casos, é a falta de capital de giro. Este grande problema é, principalmente, causado pelo pouco conhecimento dos gestores sobre alguns assuntos que fazem parte do âmbito financeiro de uma organização, como por exemplo, o capital circulante líquido ou o seu ciclo de caixa.

Existem diversos meios para o administrador se adaptar às situações de dificuldades geradas pelos motivos acima citados. A operação de Desconto de Duplicatas de Crédito pode ser uma delas, a partir do momento em que uma empresa necessita da antecipação de suas receitas para efetuar algum pagamento, ou mesmo, para aumentar o seu investimento no giro das operações repetitivas.

Mas será que as empresas da nossa região costumam utilizar de forma racional esse tipo de operação? Com qual frequência costumam contratar um desconto? Costumam contratar operações de desconto em factoring e banco comercial? Conseguem enxergar os principais motivos da contratação do desconto de duplicatas?

E, mais importante, será que as mesmas têm o conhecimento de todos os custos provenientes do desconto de duplicatas?

Finalmente, como se encontra a prática do desconto de duplicatas nas empresas comerciais de pequeno e médio porte na cidade de Campina Grande?

Com base no exposto, este trabalho tem por objetivo geral a análise da prática do desconto de duplicatas no âmbito das empresas comerciais de pequeno e médio porte da cidade de Campina Grande, estado da Paraíba.

Para conseguir uma análise precisa acerca da prática das operações de desconto de duplicatas, objetivo geral desta pesquisa, far-se-ão necessários os objetivos específicos listados abaixo:

- Identificar a parcela das empresas comerciais de pequeno e médio porte da cidade de Campina Grande que costumam contratar o desconto de duplicatas como opção de financiamento de curto prazo;
- Esclarecer a preferência das empresas que contratam o desconto de duplicatas quanto à instituição a ser acionada – *factoring* ou banco comercial;
- Determinar com qual frequência ocorre a contratação do desconto de duplicatas, seja em *factoring* ou banco comercial;
- Avaliar a compreensão dos gestores perante os motivadores da contratação do desconto de duplicatas;
- Definir os principais critérios utilizados na definição da instituição a ser acionada quando da necessidade de se descontar duplicatas;
- Esclarecer se os gestores conseguem agir racionalmente sob a perspectiva da relação custo/benefício, com base no conhecimento sobre o método de cálculo do custo efetivo das operações de desconto.

O conteúdo da pesquisa foi formulado através de pesquisas bibliográficas em livros de matemática financeira de diversos autores, assim como em pesquisas em sites especializados no assunto. Sua estrutura é composta por nove capítulos, no qual a introdução é o primeiro deles. O segundo capítulo abordará o conceito de Desconto,

mais especificamente, o Desconto Simples, apresentando sua tipologia e suas características.

O terceiro capítulo explora o tema foco da pesquisa, o Desconto de Duplicatas. Explicando o que é, de fato, uma duplicata e o seu entendimento, todo o processo e dados sobre a operação e por fim, a diferença entre o desconto em uma instituição bancária e uma *factoring*.

Já no quarto capítulo o tema será o Capital Circulante Líquido, denotando a sua importância e que um gerenciamento efetivo do mesmo pode garantir a sobrevivência da organização, sem inclinação à elevados níveis de dependência financeira.

O quinto capítulo apresenta o conceito do Ciclo de Caixa, que bem administrado, é garantia de maiores lucros para a empresa. O tema será exposto através de fórmulas e de uma ilustração para facilitar um melhor entendimento.

O sexto capítulo fala sobre o Custo Efetivo Total. Um tema bastante importante que, através do seu cálculo, auxilia na escolha da instituição financeira ou da *factoring* que propõe os melhores atrativos de financiamento.

A metodologia utilizada para a pesquisa é o sétimo capítulo da monografia, seguida da apresentação dos resultados da mesma.

Na parte final da pesquisa os objetivos específicos serão explorados com ênfase na conclusão integral da análise da prática do desconto de duplicatas nas empresas de pequeno e médio porte da cidade de Campina Grande.

## **2 DESCONTO**

Significa o ato ou efeito de descontar, isso quer dizer, é uma dedução de uma quantia a receber ou uma compensação.

É definido como um abatimento pelo pagamento antecipado de um compromisso como forma de “recompensa”, ou seja, se caracteriza por uma operação de saldar um título antes do seu vencimento (ASSAF NETO; LIMA, 2009).

Segundo Vieira (2000, p. 47) “a operação de desconto normalmente é realizada quando se conhece o valor futuro de um título (FV) (valor nominal, valor de face ou valor de resgate) e se quer determinar o seu valor atual (PV)”.

Este conceito está relacionado com o de valor nominal, ou valor de resgate, que significa o montante da operação. É o valor determinado para um título em sua data de vencimento. São chamados de títulos de crédito, notas promissórias, duplicatas, letras de câmbio e são alguns desses documentos que atestam dívidas (TOSI, 2007).

Pela fórmula, o desconto nada mais é do que a diferença entre o valor nominal do compromisso e o valor na data de desconto, chamado de valor descontado. Por tanto:

$$\text{Desconto} = \text{Valor Nominal} - \text{Valor Descontado}$$

Os comerciantes em geral, buscando vantagens ou na impossibilidade de efetuarem à vista o pagamento de suas compras, assumem o compromisso de o fazerem em certa data futura. Esses compromissos são expressos em documentos denominados títulos de crédito (TOSI, 2007).

O procedimento tradicional de operações de descontos é através do regime de juros simples, que é bastante adotado, principalmente, em operações de curto prazo, fazendo com que as operações de juros compostos sejam adotadas, na maioria das vezes, nas operações de longo prazo.

## 1.1 DESCONTO SIMPLES

É aquele obtido em função de cálculos lineares (capitalização simples). Podem ser identificados dois tipos de descontos simples no regime de juros simples, que são (VIEIRA, 2000; TOSI, 2007): o desconto “por dentro”, comumente conhecido por racional; e o desconto “por fora”, chamado de comercial – largamente utilizado nas operações de desconto por bancos e *factoring*'s.

### 1.1.1 Desconto Racional ou “por dentro”

O desconto racional, que também pode ser denominado como desconto “por dentro”, ou até mesmo em algumas oportunidades, como desconto verdadeiro, contém atribuições e características básicas de juros simples, no qual os juros incidem sempre sobre o capital inicial.

Com isso, o **Dr** sendo identificado como o valor do desconto racional, **C** como o capital ou o valor atual, **i** a taxa periódica de juros simples na data do desconto e **n** o período antes da data de vencimento, ou seja, o prazo do desconto, a expressão de juros simples é apresentada como (ASSAF NETO, 2008):

$$\mathbf{Dr = C \times i \times n \quad (01)}$$

Usando a definição de desconto e reforçando com o conceito de valor descontado com o **N** o valor nominal ou valor de resgate e o **Vr** como o valor descontado racional ou valor atual na data da operação, substituindo o capital na expressão, resultará na fórmula 02 e seus desdobramentos nas fórmulas 03 a 05 (ASSAF NETO, 2008):

$$\mathbf{Dr = N - Vr \quad (02)}$$

$$Vr = C = \frac{N}{1 + i \times n} \quad (03)$$

$$Dr = N - \frac{N}{1 + i \times n} \quad (04) \quad \Leftrightarrow \quad \mathbf{Dr = \frac{N \times i \times n}{1 + i \times n}} \quad (05)$$

Agora é possível calcular o valor do desconto racional identificado do valor nominal **N**, com uma taxa simples de juros **i** e a um determinado prazo de antecipação.

O valor descontado é encontrado através da diferença entre o valor nominal e o desconto, onde, neste caso, o valor descontado será igual a valor atual na data do desconto, como apresentam as fórmulas 06 e 07:

$$\mathbf{Vr = N - Dr \quad (06) \quad \Leftrightarrow \quad Vr = \frac{N}{1 + i \times n}} \quad (07)$$

Relembrando que o desconto racional representa as relações de juros simples e que o juro incide sobre o capital ou valor atual do título. A taxa de juro significa o custo efetivo do período do desconto.

### **1.1.2 Desconto Comercial ou “por fora”**

Esse tipo de desconto promove um maior volume de encargos financeiros, por incidir sobre o valor nominal do título (ASSAF NETO, 2008; VIEIRA, 2000; TOSI,

2007). Diferentemente dos juros “por dentro”, os juros comerciais são incididos sobre o montante.

O desconto “por fora” é o modelo mais adotado no mercado financeiro em muitas operações de crédito bancário, principalmente no desconto de duplicatas.

O valor do desconto “por fora” em juros simples resulta do valor nominal do título, **N**, da taxa de desconto contratada na operação, **d**, e do prazo de antecipação, **n** (ASSAF NETO, 2008), como mostra a fórmula 08:

$$\mathbf{Df = N \times d \times n \quad (08)}$$

Sendo aplicada a definição, o valor descontado por fora, ou comercial, é encontrado:

$$Vf = N - Df \quad (09)$$

$$Vf = N - N \times d \times n \quad (10)$$

$$\mathbf{Vf = N (1 - d \times n) \quad (11)}$$

#### 1.1.2.1 Procedimento em Bancos Comerciais (Despesas Bancárias)

Em instituições como os bancos comerciais, as operações de descontos bancários, uma forma que vem sendo utilizada tradicionalmente para o financiamento de capital de giro das empresas, são cobrados encargos adicionais, além do desconto, onde todas são pagas à vista. Isso acontece como forma de contemplar as despesas administrativas e operacionais dos bancos; outro tipo de encargo, o fiscal, refere-se ao IOF (Imposto sobre operações financeiras), que já são antecipadamente determinados por lei e incidem sobre o valor descontado do título apenas uma vez, no momento do desconto. Nessa operação de desconto concedida pelo banco, resulta em um maior valor

descontado, conseqüentemente, em um resgate de menor valor para o proprietário do título.

De acordo com Covello (2001, p. 238), dessa operação pode-se destacar cinco características fundamentais:

1. trata-se de um contrato de natureza creditícia, tendo sempre por objeto um crédito contra terceiro ainda não vencido;
2. aperfeiçoa-se com a transmissão efetiva do crédito ao Banco;
3. o Banco torna-se proprietário do crédito por meio da cessão, quando se trata de crédito simples, ou endosso;
4. a cessão do crédito não é plena, pois o Banco não suportou o não pagamento do crédito. Se, a época do vencimento, o crédito não é pago pelo terceiro devedor principal, o Banco tem o direito de pleitear junto ao descontário a cobrança seja por via bancário ou ação causal ordinária;
5. há sempre a dedução prévia de encargos.

Tomando como base a fórmula de desconto “por fora”, deve-se acrescentar a taxa administrativa **t** que é cobrada pelos bancos nas operações de desconto. Então:

$$Df = N \times d \times n \quad (12) \quad \Leftrightarrow \quad Df = (N \times d \times n) + (t \times N) \quad (13)$$

$$\mathbf{Df = N (d \times n + t)} \quad (14)$$

É possível perceber algumas vantagens para as empresas em relação a esse tipo de operação financeira, entre elas, as principais são: o rápido e simples financiamento da atividade econômica, a liquidez gerada a partir de créditos de natureza comercial, uma taxa de juros favorável quando é comparada com a de créditos de natureza financeira e uma maior eficiência e comodidade na gestão e cobrança da carteira de Letras (COVELLO, 2001).

### 3 DESCONTO DE DUPLICATAS

Uma duplicata significa uma espécie de título de crédito (TOSI, 2007). Através dela, se constitui o instrumento de prova do contrato de compra e venda (TOSI, 2007).

O conceito de duplicata encontrado no dicionário é apresentado como sendo um título de crédito formal, nominativo, emitido por negociante com a mesma data, valor global e vencimento da fatura, além de ser representativo e comprobatório de crédito preexistente (venda de mercadoria a prazo), destinado a aceite e pagamento por parte do comprador, circulável por meio de endosso, e sujeito à disciplina do direito cambiário.

Humberto Piragibe Magalhães e Christóvão Piragibe Tostes Malta (Dicionário Jurídico, p. 371), definem uma duplicata de uma forma mais detalhada, segundo os autores, significa um título de crédito constituído por um saque vinculado a um crédito decorrente de contrato de compra e venda mercantil ou de prestação de serviços igualado aos títulos cambiários por determinação legal. Complementam descrevendo ser um título casual, formal, circulável por meio de endosso e negociável. Um título de crédito assinado pelo comprador em que há promessa de pagamento da quantia correspondente ao valor das mercadorias vendidas a prazo.

A partir de sua aprovação pela Resolução do Banco Central, a duplicata deve ser emitida em impressos padronizados. Por característica, é originada de apenas uma fatura, mas a partir dela, podem ser extraídas diversas duplicatas.

Está determinado que dentro de um período de trinta dias após sua emissão, ela deve ser apresentada ao devedor, que deverá obrigatoriamente devolvê-la dentro de um período de dez dias, com a assinatura do mesmo no caso de ter aceitado ou através de uma declaração, esclarecendo porque não a aceita.

Para um melhor entendimento da sua funcionalidade, uma empresa, por exemplo, dispõe de faturas a receber e que, como necessita de um capital de giro, ela se encaminha até uma instituição bancária ou uma *factoring* para trocá-las por dinheiro, por conseqüência, essa operação resulta em uma antecipação de receitas. As faturas a

receber que são negociadas a uma determinada taxa de desconto disponibilizada pelo banco são chamadas de duplicatas (TOSI, 2007).

Com isso, a definição de desconto de duplicatas fica mais simplificada, pois é entendida como sendo a antecipação dos valores a receber em um dado período futuro. Aqueles que possuem esse título, em muitos casos, os vendem antecipadamente para instituições financeiras que aceitam esperar receber o valor real do título na data de pagamento, o chamado de valor de resgate. O valor de compra da duplicata é feito a partir do valor de resgate do título, subtraído pelo desconto.

A duplicata de crédito deixa de circular no momento de sua liquidação. No caso em que o cliente não efetue o pagamento da duplicata no prazo do vencimento, o banco, ou qualquer outra instituição financeira, cobrará o valor correspondente da empresa emissora com base no Direito de Regresso.

As duplicatas descontadas são contabilizadas como conta retificadora do ativo circulante, reduzido o saldo da conta “duplicatas a receber”. Os encargos financeiros decorrentes das operações de desconto são contabilizados como "encargos financeiros a transcorrer", pois representam despesas antecipadas.

A própria duplicata representa um instrumento contratual, livre de questionamentos formais. A partir de seu endosso, é anexada a um borderô. Quando da prática do desconto de duplicatas, ocorre, na verdade, o desconto do borderô de duplicatas entregue à instituição financeira contratada.

### 3.1 ENTENDENDO O DESCONTO DE DUPLICATAS

Como já foi destacado, duplicata significa a antecipação dos valores que uma empresa tem a receber em um dado período futuro, a partir disto, com a necessidade de gerar capital de giro e de antecipar as receitas, o desconto de duplicatas se torna uma operação muito utilizada como alternativa para a captação de recursos onerosos de curto prazo e para aproveitar as oportunidades no mercado financeiro.

Outros motivos de grande importância que levam à antecipação de vendas a prazo por uma determinada empresa, é a busca pela capacidade de formar capital circulante líquido e de enfrentar as dificuldades por, eventualmente, possuir um ciclo financeiro dilatado. Nesta situação, o perfil de previsibilidade de caixa não será satisfatório.

Na busca da manutenção de disponibilidade, um alto CCL e um CF reduzido significam uma saída para a empresa ser capaz de manter caixa, conseqüentemente, não irá precisar utilizar de artifícios como o desconto de duplicatas.

Para Keynes (1985), “a manutenção do saldo de caixa em um determinado patamar encontra justificativa na necessidade de atendimento dos seguintes motivos, que são três: motivo transação, motivo precaução e motivo especulação”.

Assaf Neto (2002) afirma que “a necessidade de manter recursos aplicados no caixa para honrar os compromissos assumidos, caracteriza o primeiro motivo que é a transação”. O mesmo autor afirma, ainda, que a existência de pagamentos futuros nem sempre totalmente previsíveis e a atitude do administrador financeiro em relação ao risco as empresas devem atender o motivo precaução.

Por fim, o terceiro e último motivo, no caso, especulação.

Uma empresa com baixo capital circulante líquido passa a utilizar fundos de curto prazo para financiar investimentos de longo prazo, nesta situação, o desequilíbrio financeiro é evidente, o que pode acarretar no aumento do risco de insolvência. A conseqüência disso é a utilização das contas do passivo circulante para suprir essas dificuldades, a aquisição desses recursos, na maioria dos casos, é feita através de empréstimos e financiamentos, com destaque para o desconto de duplicatas a receber. Quando uma empresa utiliza recursos do passivo circulante está, na verdade, usando recursos de terceiros, tornando a mesma vulnerável a qualquer instabilidade no mercado. Esta é uma das maiores causas de falência que ocorrem, principalmente, nas empresas brasileiras.

Outra dificuldade enfrentada pelos gestores é quando a empresa possui um dilatado ciclo financeiro, ou ciclo de caixa. O ciclo de caixa significa o período de tempo em que os recursos que a empresa possui estão comprometidos pelo pagamento da matéria prima, até o momento em que é recebido o dinheiro pela venda do produto.

A situação ideal para o ciclo financeiro é quando existe um reduzido prazo de recebimento do produto e um grande prazo para o pagamento do mesmo, o que pode resultar em uma menor dependência de recursos. Ocorrendo o contrário, ou seja, quando o ciclo financeiro é dilatado, a empresa pode não possuir recursos suficientes para se manter, nem ao menos para atender aos motivos de transação e precaução. O aumento da quantidade de estoques é o exemplo mais característico desse problema. Com isso, a empresa deverá recorrer para operações financeiras, como empréstimos ou, em certos casos, ao desconto de duplicatas.

Portanto, a contratação do desconto de duplicatas tem o seguinte arranjo como motivação central: ciclo de caixa dilatado e capital circulante líquido reduzido.

### 3.2 HISTÓRIA RECENTE DO DESCONTO DE DUPLICATAS EM BANCOS COMERCIAIS

Sob a intenção de reduzir do *spread* bancário brasileiro, as taxas de juros praticadas pelas instituições financeiras nas operações de crédito que são efetuadas com recursos livres, passaram a ser divulgadas em outubro de 1999. Essas informações são divulgadas tanto de acordo com o tipo de encargo, por exemplo: pré-fixado, pós-fixado, taxas flutuantes e índices de preços, como também com a categoria do tomador, formada por pessoas físicas e jurídicas (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2010).

Existe também a disponibilidade das séries históricas dos dados consolidados do sistema financeiro, onde anteriormente era publicado na Nota para Imprensa Juros e Spread Bancário. Um fato que merece destaque é que as informações cedidas pelas instituições financeiras se tornaram mais detalhadas e de maior qualidade a partir das mudanças introduzidas pela Circular nº 2957, de 30/12/1999.

A figura 03, produzida através da divulgação dos dados do Banco Central do Brasil (2010), demonstra uma significativa redução da taxa efetiva total das operações de desconto de duplicatas em bancos comerciais do ano de 1999 para o ano 2000. A partir daí, ela não sofreu grandes alterações até o fim da década. Com isso, esta operação se tornou um atrativo para os clientes que necessitavam de receitas no curto prazo e, conseqüentemente, também se torna uma garantia de lucros para as instituições financeiras.

O que tornou o desconto de duplicatas mais atrativo foi justamente a redução em seu custo efetivo total, caindo de 73,9%, em 1999, para 37,5%, até o primeiro trimestre de 2010.

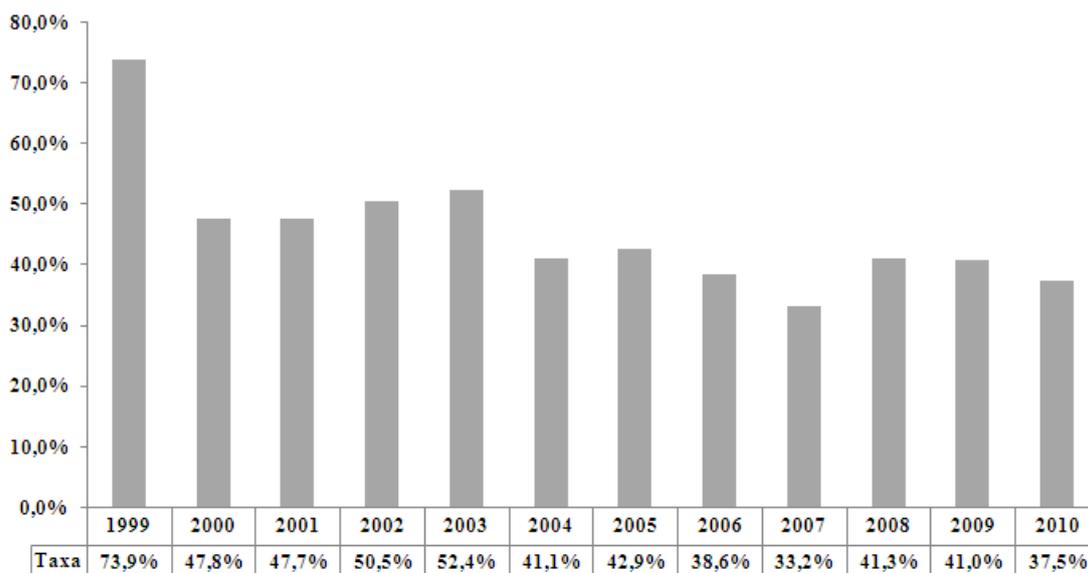


Figura 03: Histórico da taxa efetiva total das operações de desconto de duplicatas em Bancos Comerciais

Fonte: Banco Central do Brasil (2010).

Segundo a figura 04, o custo efetivo total das operações de crédito no Brasil sofreu uma redução de 49%, aproximadamente, entre os anos de 1999 e 2010. No ano de 2007 o custo efetivo total chegou a ser reduzido em 55%, exatamente quando assumiu o valor de 33,2%, o menor da série histórica acompanhada pelo Banco Central do Brasil (2010).

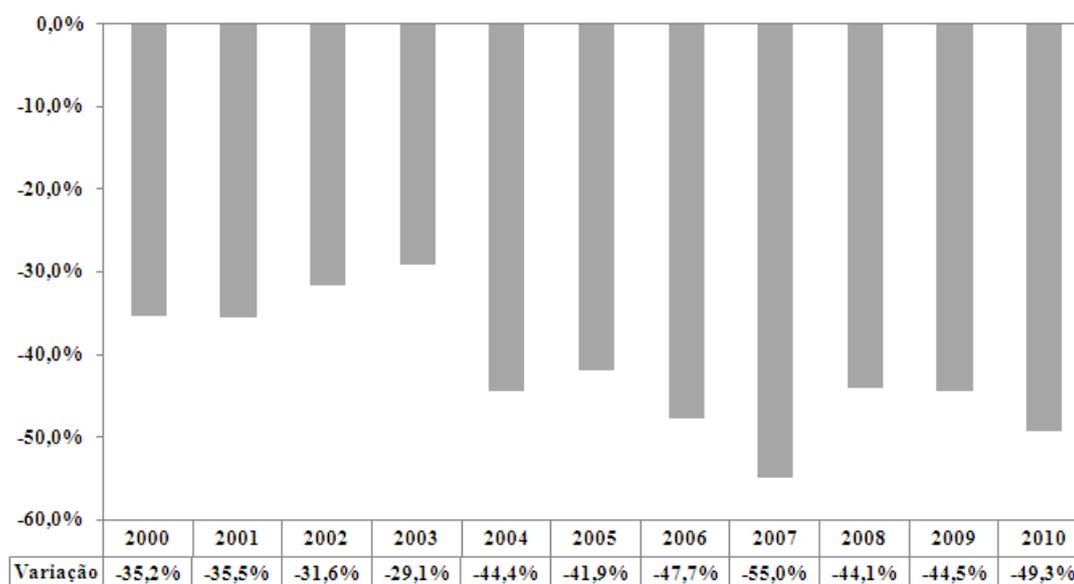


Figura 04: Histórico da variação anual da taxa efetiva total das operações de desconto de duplicatas em Bancos Comerciais

Fonte: formulação própria.

Encontrando um ambiente de menores taxas em operações de descontos de duplicatas, demonstrado nas figuras anteriores, o constante aumento no número de clientes que necessitavam de meios para adquirir a antecipação de receitas, o volume de negócios das operações de desconto de duplicatas em bancos comerciais cresceu progressivamente a partir do ano de 2001, alcançando a expressiva marca de 207,2% no ano de 2009 e com uma tendência de manutenção destes resultados durante e após o ano de 2010.

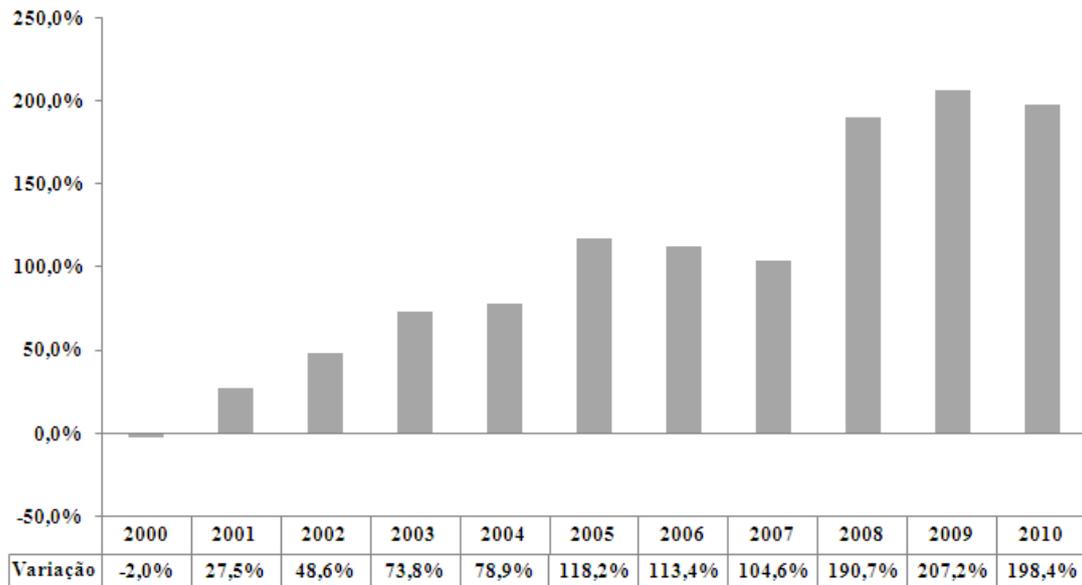


Figura 05: Variação do volume de negócio das operações de desconto de duplicatas em bancos comerciais no Brasil – ano base, 1999.

Fonte: formulação própria.

### 3.3 DESCONTO DE DUPLICATAS EM UMA *FACTORING*

A origem do que se entende atualmente como *factoring*, ocorreu a partir do comércio de internacional de têxteis entre a Inglaterra e suas colônias na América. Por sempre terem que enfrentar grandes distâncias para chegar ao seu destino, os comerciantes ingleses passaram a transportar e vender os seus produtos, sendo intermediados por agentes. Segundo Leite (2007):

O 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*. 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.

De acordo com este fato complementa (LEITE, 2007):

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.

O conceito de *factoring* encontra-se detalhado na Resolução 2144 do Banco Central (22.02.1995), como sendo: "atividade de prestação cumulativa e contínua de serviços de assessoria creditícia, mercadológica, gestão de créditos, seleção de riscos, administração de contas a pagar e a receber, e compras de direitos creditórios resultantes de vendas mercantis a prazo ou de prestação de serviços".

Ainda segundo Leite (2007), tem-se um conceito ainda mais amplo de *factoring*: descrito como uma atividade comercial mista atípica, consequência da compra de créditos (direitos creditórios) resultantes de vendas mercantis. Ele defende que a função de uma *factoring* é expandir os ativos de seus clientes, aumentar suas vendas, eliminar seus endividamentos e transforma as suas vendas a prazo em vendas à vista.

O processo de *factoring* exige o cumprimento de quatro etapas (LEITE, 2007). Na primeira, se espera que a empresa consiga vender seu bem ou serviço a prazo,

gerando um título de crédito. A segunda etapa tem sua concretização fundamentada na contratação de uma operação de desconto numa *factoring*. Com a conclusão da negociação, o sacado deve ser informado. Finalmente, a empresa liquida o crédito à *factoring*, dando por encerrada a operação.

Outra importante distinção do fomento mercantil em relação ao mercado financeiro convencional (LEITE, 2007): pode fazer a captação de recursos de terceiros, além de intermediar para fazer o empréstimo desses recursos, características que não podem ser encontradas em bancos. Por tanto, o *factoring*, na verdade, é uma atividade comercial, porque compra direitos de créditos possuindo exclusivamente recursos próprios.

### 3.4 BANCO X FACTORING

Existem algumas semelhanças e diferenças em relação às práticas utilizadas entre as instituições que aplicam a operação de descontos bancários, as quais serão apresentadas a seguir:

- **Semelhanças:** Além dos dois tipos de instituições procurarem satisfazer a necessidade de crédito do cliente, ambos cobram um determinado valor para transformar o crédito a prazo em crédito à vista.
- **Diferenças:** São duas as principais diferenças encontradas. Na primeira, o banco utiliza capital de terceiros viabilizar o desconto de duplicatas, enquanto uma *factoring* faz uso apenas, e exclusivo, de recursos dos proprietários. A segunda distinção refere-se ao ato de não liquidação de um título de crédito negociado – a empresa de *factoring* passa a ser o único responsável pela cobrança do título, não podendo responsabilizar a empresa emitente; no caso desconto bancário, os bancos comerciais consideram os emitentes dos títulos como garantidores da liquidação, assim sendo, em caso de inadimplência por parte de um cliente, o banco efetua o débito diretamente na conta corrente da empresa.

## 4 CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO

Para um grande gestor, um dos aspectos mais levado em consideração no âmbito da administração financeira é a capacidade de administrar o Capital de Giro, ou seja, as contas circulantes da empresa. Estudos mostram que nas empresas industriais, os ativos circulantes representam, em média, 50% do ativo total, enquanto que 30% do financiamento total são constituídos por passivos circulantes.

Para reforçar essa idéia, de acordo com Assaf Neto e Silva (2002, p.13) “uma administração inadequada do capital de giro resulta, normalmente, em sérios problemas financeiros, contribuindo para a formação de uma situação de insolvência”.

A capacidade de pagar compromissos de curto prazo ao menor custo possível é bastante necessária para se garantir a operacionalidade da empresa, como também, para mantê-la “no azul”. Para alcançar tal situação, a empresa deve administrar cada um dos seus ativos e passivos circulantes, o que pode significar em um nível satisfatório do Capital Circulante Líquido (CCL).

Segundo Lemes, Rigo e Cherobim (2002) existem políticas que podem ser adotadas para um melhor gerenciamento do capital de giro:

- **Volume de investimentos necessários no total do capital circulante:** As políticas referentes aos investimentos devem ser rígidas para que a empresa busque o melhor resultado com os menores recursos possíveis.
- **Distribuição dos investimentos ao nível de caixa, valores a receber e estoques:** O administrador financeiro deverá levar em consideração o ramo de atividade para definir como será distribuído o capital entre os ativos circulantes;
- **Como serão financiados os investimentos:** O volume de investimentos pode estar limitado à utilização de recursos próprios ou de terceiros, conforme a possibilidade de captação.

Portanto, o conceito de Capital Circulante Líquido de uma empresa é a diferença entre o seu ativo circulante e o passivo circulante. Através do seu cálculo pode-se identificar o nível de liquidez da empresa e a capacidade de gerenciar sua relação com os clientes e fornecedores, com recursos a curto e logo prazo.

Matarazzo (2010) define o CCL como "... a folga financeira à curto prazo, ou seja, financiamentos de que a empresa dispõe para o seu giro e que não serão cobrados a curto prazo".

Por tanto, de acordo com o conceito de Capital Circulante Líquido, a fórmula é a seguinte:

$$\text{CCL} = \text{Ativo Circulante} - \text{Passivo Circulante} \quad (15)$$

Ou

$$\text{CCL} = (\text{Patrimônio Líquido} + \text{Exigível à Longo Prazo})$$

$$- (\text{Ativo Permanente} + \text{Realizável à Longo Prazo}) \quad (16)$$

**Ativos Circulantes – AC** (ASSAF NETO, 2007; MATARAZZO, 2010): caixa, títulos negociáveis, duplicatas a receber, estoques.

**Passivos Circulantes – PC** (ASSAF NETO, 2007; MATARAZZO, 2010): duplicatas a pagar, títulos a pagar, despesas provisionadas (salários, ordenados, juros, etc).

Quando o resultado do cálculo do Capital Circulante Líquido é positivo, ou seja, o valor o ativo circulante (bens e direitos conversíveis em disponibilidades no decurso das atividades repetitivas) mostra-se superior ao passivo circulante (necessidades permanentes e sazonais de caixa distribuídas no curto prazo), é resultado de uma boa liquidez por parte da empresa. Seus ativos de curto prazo são maiores do que os passivos circulantes, representando uma “folga financeira”. No caso do valor CCL ser negativo a situação se caracteriza pela possibilidade de insolvência a curto prazo (MATARAZZO, 2010).

Pode ocorrer à situação onde o Ativo Circulante assume o mesmo valor do Passivo Circulante, ocasionando um Capital Circulante Líquido nulo ou inexistente, situação de aperto financeiro com indícios de falência (MATARAZZO, 2010).

Deve-se destacar que existem empresas cujo capital circulante líquido é elevado, mas que enfrentam dificuldades de caixa, um dos motivos, em muitos casos, é o baixo índice de duplicatas a receber. Um CCL baixo não indica uma situação necessariamente falimentar; um supermercado, por exemplo, consegue combinar compras a prazo com um alto giro dos seus estoques em vendas à vista (BRASIL; BRASIL, 2005). Com isso, um supermercado tem a possibilidade de fazer diversos usos dos recursos oriundos de suas vendas, antes da liquidação do conjunto de compromissos assumidos junto aos fornecedores.

A figura abaixo apresenta situações que podem ocorrer no capital circulante líquido:

<b>ATIVO</b>	<b>PASSIVO</b>	<b>ATIVO</b>	<b>PASSIVO</b>	<b>ATIVO</b>	<b>PASSIVO</b>
Ativo Circulante	Passivo Circulante	Ativo Circulante	Passivo Circulante	Ativo Circulante	Passivo Circulante
<b>CCL</b>			<b>CCL</b>		
Ativo Não Circulante	Passivo Não Circulante	Ativo Não Circulante	Passivo Não Circulante	Ativo Não Circulante	Passivo Não Circulante
<b>CCL POSITIVO</b>		<b>CCL NEGATIVO</b>		<b>CCL NULO</b>	

Figura 01: valores do capital circulante líquido.

Fonte: adaptado de Matarazzo (2010).

Uma das formas de beneficiar o valor da empresa é através da busca do equilíbrio entre o risco e o retorno e, para alcançá-lo, deve-se administrar cada item do ativo e do passivo circulante, o que vai de encontro com o objetivo da administração financeira a curto prazo. Portanto, um investimento demasiado em ativos circulantes resulta na perda de lucros, enquanto que um investimento muito reduzido pode acarretar

na falta de possibilidade da empresa em arcar com as obrigações nos prazos combinados.

Segundo este entendimento, Assaf Neto (2002, p. 170) explica:

Deve a empresa decidir o volume de seu capital circulante líquido com base em seus padrões estabelecidos de risco-retorno. Maiores participações de fontes de recursos de curto prazo promovem, ao mesmo tempo, uma redução da liquidez (maior nível de risco financeiro) e elevação do retorno do investimento (em razão do custo mais barato do crédito de curto prazo). Para uma situação de financiamento inversa, verifica-se uma elevação da liquidez da empresa acompanhada de uma redução em sua rentabilidade.

O administrador não deve focar apenas o volume do CCL para medir com exatidão a liquidez de uma empresa, ele também deve verificar a sua estrutura, natureza e qualidade.

Segundo Morante e Jorge (2007, p. 37) algumas conclusões podem ser alcançadas em relação ao CCL:

- a) Quanto maior o CCL menor será o risco de se ter problemas financeiros envolvendo pagamentos atrasados ou descumprimento de obrigações nas datas previstas;
- b) Se a participação dos estoques no Ativo Circulante da empresa for muito elevada, o CCL poderá não significar folga financeira;
- c) Se a conta de duplicatas a receber apresentar prazos extensos, ou seja, com um prazo de recebimento de vendas excessivo, o CCL poderá não significar folga financeira;
- d) O CCL de valor baixo pode, não necessariamente, implicar em problemas como pontualidade no cumprimento das obrigações diárias;
- e) Quando um gestor financeiro aplicar recursos no ativo permanente, ele deve ter noção de que poderá provocar diminuição no CCL, se estes recursos forem suprimidos do Ativo Circulante. De nada adiantará, também, neste caso, se os recursos forem obtidos à curto prazo;
- f) Quando um gestor financeiro aplicar recursos no ativo permanente, o ideal é que obtenha estes mesmos recursos através de exigível à longo prazo ou através dos sócios ou acionistas;
- g) Um CCL elevado significa, sem dúvida, um índice de liquidez corrente saudável;
- h) O CCL elevado tem limites quanto à sua influência junto à rentabilidade da empresa. Ele pode estar concentrado em contas cujo excesso não traz rentabilidade, como estoques excessivos, ou saldos médios excessivos no contas a receber.

## 5 CICLO DE CAIXA

Existem alguns fatores para a maximização do lucro de uma empresa. Administrar o seu Ciclo de Caixa de forma eficaz é um dos mais importantes deles. Portanto, entender o conceito de ciclo de caixa auxilia ao administrador financeiro a atingir bons desempenhos econômico-financeiros (GITMAN; MADURA, 2003).

O Ciclo de Caixa pode ser definido como o período de tempo em que os recursos que a empresa possui estão comprometidos, o motivo é o pagamento da matéria prima. O período dura até o momento do recebimento do dinheiro pela venda a prazo do produto.

$$\text{Ciclo de Caixa} = \text{Data de Recebimento da Venda} \\ - \text{Data de Pagamento da Compra}$$

Durante esse intervalo, os recursos da empresa estão aplicados no seu capital de giro (BRASIL; BRASIL, 2005).

Pode-se calcular o Ciclo de Caixa de outra maneira: subtraindo o número de dias do ciclo operacional (**CO**), intervalo de tempo necessário ao cumprimento integral das atividades repetitivas (ROSS; WESTERFIELD; JAFF, 2002), pelo período médio de pagamento das compras efetuadas junto aos fornecedores (**PMP**):

$$\text{CC} = \text{CO} - \text{PMP}$$

O CC pode ser demonstrado graficamente de uma forma simplificada, como mostra a figura 02:

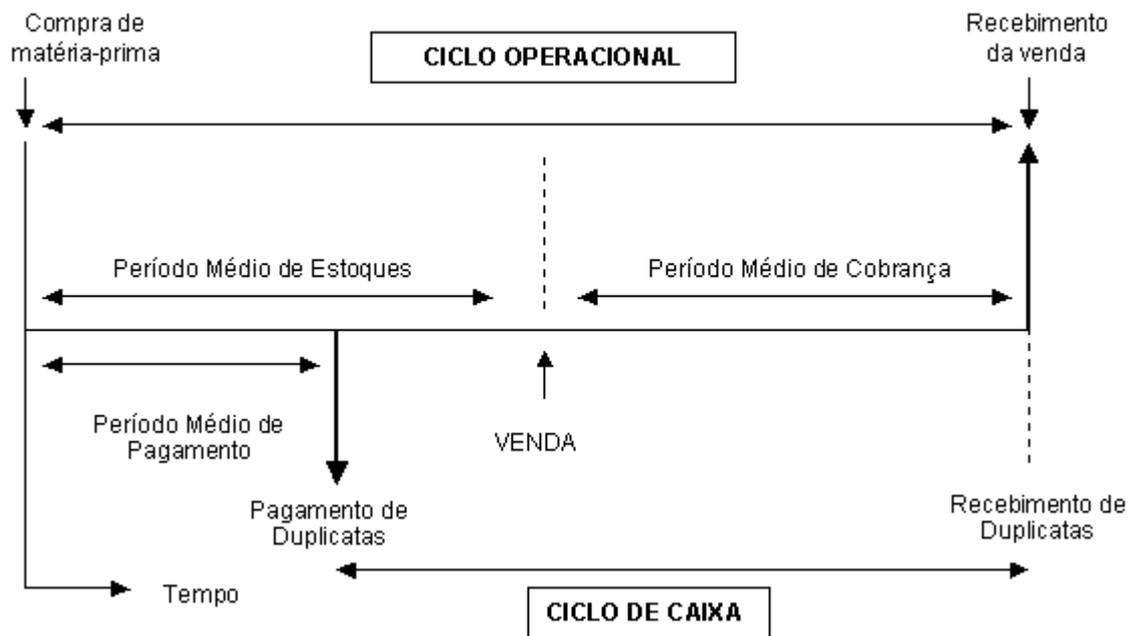


Figura 02: ciclo de caixa.

Fonte: adaptado de Gitman e Madura (2003).

Quando o ciclo de uma empresa é baixo, ela consegue fazer toda operação em um tempo reduzido, isto quer dizer que o seu giro vai ser maior em um determinado período, o que é satisfatório. Ao invés disso, quando o valor do Ciclo de Caixa é alto, quer dizer que a empresa deve buscar alguns financiamentos para adquirir um bom nível.

Sob a perspectiva única do CC: a melhor situação possível recai sobre um CC negativo (BRASIL; BRASIL, 2005). Indicativo de um período médio de pagamento maior do que o Ciclo Operacional, subsidiado pelo baixo volume de estoque e pelo seu maior giro, além dos produtos serem vendidos à vista.

## **6 CUSTO EFETIVO TOTAL DAS OPERAÇÕES DE DESCONTO DE DUPLICATAS**

O conceito e a prática do Custo Efetivo Total das operações de desconto de duplicatas no Brasil são regulamentados pela Resolução 3517 criada pelo Conselho Monetário Nacional, em vigor desde o dia 3 de março de 2008. É uma regra utilizada para financiamentos de pessoas físicas.

O Custo Efetivo Total auxilia ao consumidor comparar o custo final de um produto em vários fornecedores diferentes, como resultado, torna essas operações mais transparentes. Isto acontece porque através dele, o consumidor tem o conhecimento da soma dos custos cobrados na contratação de um empréstimo ou financiamento (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2007).

As instituições financeiras têm a obrigação de fornecer uma cópia da planilha com os cálculos do Custo Efetivo Total para que os clientes tenham o seu total conhecimento no período da contratação.

São permitidas as cobranças como também a inclusão de algumas despesas na operação financeira, que são (BANCO CENTRAL DO BRASIL, 2007):

- a) Tributos: IOF – Imposto Sobre Operações Financeiras;
- b) Despesas originárias da operação: Comissão do Produtor; Outras Comissões;
- c) Tarifas de cadastro/renovação: despesas relacionadas aos dados cadastrais do cliente;
- d) Emolumentos: despesas cartorárias com registros de instrumentos contratuais e outros documentos relativos à operação de crédito;
- e) Seguros: eventuais seguros incidentes sobre os empréstimos/financiamentos;
- f) Outras despesas cobradas do consumidor e relacionadas à operação de crédito.

A partir da análise das taxas citadas, como já foi destacado, o consumidor terá uma maior facilidade para comparar entre as inúmeras instituições financeiras, tendo a capacidade de optar por aquela que supra melhor às suas necessidades. Esse ponto deve ser destacado porque é muito comum o fato de que alguns consumidores não estão atentos de que o Custo Efetivo Total pode variar entre as instituições financeiras.

Como o cálculo do CET é bastante complicado, a maneira mais simples de encontrar o valor é através de simuladores encontrados em sites como o do Procon e até mesmo o do Banco do Brasil.

A prática e o conceito de Custo Efetivo Total também podem ser estendidos às operações de desconto de duplicatas, seja em *factoring* ou banco comercial. Trata-se de um tratamento análogo perfeito. Portanto, quando da necessidade de aferição da taxa efetiva das operações de desconto de duplicatas, basta fazer uso da mesma sistemática empregada no cálculo do Custo Efetivo Total.

## 7 METODOLOGIA

Quanto aos fins (VERGARA, 2009), esta pesquisa pode ser considerada exploratória e descritiva. A classificação exploratória se deve a iniciativa de buscar a ampliação do conhecimento da prática do desconto de duplicatas como alternativa de financiamento de curto prazo. A classificação descritiva se deve ao entendimento da condução das operações de desconto de duplicatas por parte das empresas comerciais de pequeno e médio porte localizadas na cidade de Campina Grande, estado da Paraíba.

Quanto aos meios, trata-se de uma pesquisa de campo, viabilizada a partir da aplicação de um questionário devidamente elaborado em concordância com os objetivos específicos descritos na introdução deste trabalho.

Considerou-se como universo da pesquisa as empresas comerciais com cadastro ativo na Associação Comercial de Campina Grande, e com área de atuação nos principais bairros e centros comerciais da cidade. Para que se pudesse definir a amostra a ser trabalhada, aplicou-se a fórmula específica para populações finitas e sem repetição, como segue descrito abaixo:

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{e^2}}{1 + \frac{1}{N} \left( \frac{z^2 pq}{e^2} - 1 \right)}$$

- **N**, população, de 250 empresas;
- **p**, proporção de ocorrência do fenômeno, de 50%;
- **q**, proporção complementar, de 50%;
- **z**, coeficiente de confiança, de 1,65;
- **e**, erro máximo permitido, de 10%, para um nível de confiança de 90%;
- **n**, amostra, de 54 empresas, aproximadamente.

Portanto, a amostra considerada neste estudo ficou em 54 empresas. A definição dos integrantes da amostra se deu de forma aleatória, a partir de visitas às empresas, realizadas no Centro, Bairro de Campina Grande, e nos principais Centros Comerciais da cidade.

Abaixo, segue a lista das empresas consultadas. Mais uma vez, cabe salientar que a seleção se deu de forma totalmente aleatória.

- 1- Thiago Calçados (Confecções e Vestuário)
- 2- Real Sport (Artigos e Equipamentos Esportivos)
- 3- Credmóveis Novo Lar (Móveis e Decoração)
- 4- Vicente Fernandes (Indústria e Comércio de Plástico)
- 5- Casa do Encanador (Materiais Hidráulicos)
- 6- Posto Polo (Posto de Combustível)
- 7- Almeida (Materiais de Construção)
- 8- Floresta Máquinas e Motores Ltda. (Máquinas e Ferramentas)
- 9- ECS Computadores (Produtos e Serviços de Informática)
- 10- Casa Coral (Construção Imobiliária e Decoração)
- 11- Construtora Rocha Cavalcanti Ltda. (Construção Civil)
- 12- Rutra (Confecções e Vestuário)
- 13- Sistema Correio (Comunicação)
- 14- Associação Comercial de Campina Grande (Associação e Sindicato)
- 15- Casa do Colegial (Livraria e Papelaria)
- 16- Eks Maluketti (Confecções e Vestuário)
- 17- Supermercado Ideal (Supermercado)
- 18- Zary Confecções e Acessorios Ltda. (Confecções e Vestuário)
- 19- Casa Sporte (Artigos e Equipamentos Esportivos)
- 20- Aluísio Calçados (Confecções e Vestuário)
- 21- Olacanti (Representação e Comércio de Instrumentos Musicais)
- 22- IS Modas (Confecções e Vestuário)
- 23- 700 Gauss (Confecções e Vestuário)
- 24- OP Motos (Automóveis e Veículos)
- 25- Óptica Versailles (Ótica, lentes e armações)
- 26- O Borrachão (Comércio e Artefatos de borracha)
- 27- O Vergalhão (Materiais de Construção)
- 28- A Ferrolândia (Comércio de Ferragens)
- 29- Pneumax (Automóveis e Veículos)
- 30- Laboremus (Máquinas e Ferragens)
- 31- Papelaria Rocha (Gráficas e Cópias)

- 32- Caulisa (Minérios)
- 33- Mave (Confecções e Vestuários)
- 34- Viação São José (Serviço de Transporte)
- 35- Infoclub (Produtos e Serviços de Informática)
- 36- Equipa Som (Acessórios de Automóvel)
- 37- Produtos Elétricos Ultra-Som (Eletricidade e Energia)
- 38- JTP Publicidade e Promoções (Produtos e Serviços de festas e Eventos)
- 39- Madeireira Planalto (Comércio de Madeira)
- 40- CG Sistemas (Desenvolvimento de Softwares)
- 41- Casa da Sandália (Confecções e Vestuários)
- 42- Campina Couros (Comércio e Artefatos de Couro)
- 43- A Pereira (Fabricação e Comércio de Fios)
- 44- Brasil Modas (Confecções e Vestuários)
- 45- Trigo.com (Fabricação e Atacado de Alimentos)
- 46- Posto Roma (Posto de Combustível)
- 47- Pizarro (Confecções e Vestuários)
- 48- Nordeste (Artigos de Couro e Ferragens)
- 49- Ramos Móveis (Móveis e Decoração)
- 50- Light Infocon (Desenvolvimento de Ferramentas de Banco de Dados)
- 51- Indústria de Injetados da Paraíba (Peças Industriais e Injetadas de Plástico)
- 52- Vidrobox (Indústria e Comércio de Vidros e Molduras)
- 53- Rio Doce (Comércio de Estivas)
- 54- Astepa (Assistência Técnica de Produtos de Refrigeração)

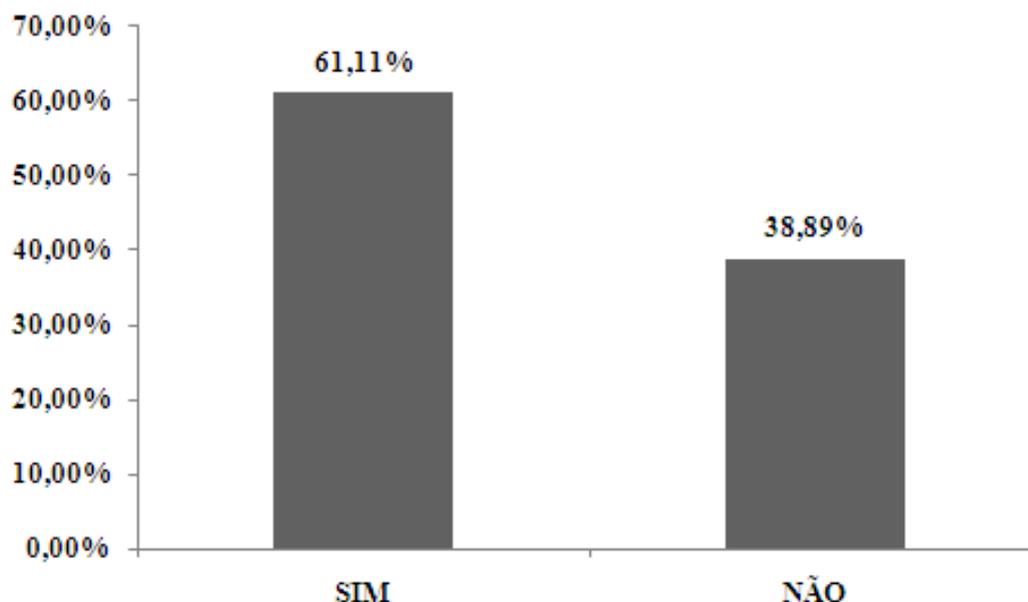
## **8 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

O tópico da apresentação e análise dos resultados encontra-se dividida conforme a sequência definida aos objetivos específicos, na introdução do trabalho. Assim sendo, a parte final do trabalho encontra-se segmentada da seguinte forma:

- Esclarecimento da proporção das empresas que faz uso do desconto de duplicatas;
- Preferência acerca da instituição acionada para contratar o desconto de duplicatas;
- Frequência de utilização do desconto de duplicatas;
- Motivos que levam uma empresa a contratar o desconto de duplicatas;
- Critérios utilizados na escolha da instituição financeira;
- Noções acerca da aferição do custo efetivo total das operações de desconto de duplicatas.

### **8.1 Utilização do Desconto de Duplicatas pelas Empresas Comerciais em Campina Grande**

De acordo com a pesquisa, o primeiro gráfico retrata uma grande diferença entre as empresas que utilizam o desconto de duplicatas, 61,11% delas, em relação com as que não utilizam esse processo, em 38,89% dos casos. Um dos pontos que levam a esta situação, é o considerável número de empresas contidas na amostragem que está relacionada à lojas de confecções e acessórios, onde existem bastante estoques e a maioria das vendas são feitas a prazo, com isso, o ciclo financeiro se torna muito dilatado. Também existem os casos onde uma falta planejamento leva, conseqüentemente, à prejuízos para as organizações, tendo elas que recorrerem à antecipação de receitas proveniente do desconto de duplicatas de crédito que são emitidas, evitando maiores problemas, mas que futuramente pode trazer mais dificuldades financeiras.



**Figura 06:** Utilização do desconto de duplicatas.

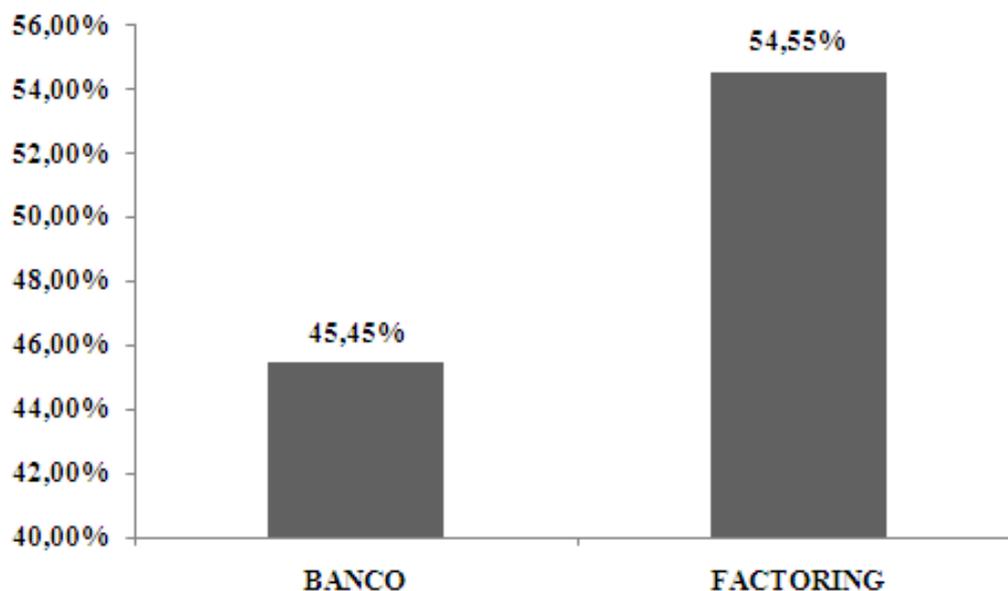
**Fonte:** formulação própria.

Finalmente, das empresas comerciais de pequeno e médio porte localizadas na cidade de Campina Grande, 61%, aproximadamente, fazem uso do desconto de duplicatas, como alternativa de financiamento de curto prazo.

## 8. 2 Preferência por Banco Comercial ou *Factoring*

O que caracteriza o segundo gráfico é uma preferência dos empresários e gerentes das empresas de Campina Grande pelo desconto de duplicatas de créditos em uma *factoring*, em relação a uma instituição bancária.

Em destaque: existe um equilíbrio na preferência entre as duas instituições para a efetuação do desconto de duplicatas. Isto ocorre porque, em uma *factoring*, o empresário obtém acesso ao crédito de maneira mais rápida e com menos burocracia, mas em compensação, na opinião dos empresários, ela acaba refletindo menos segurança do que um banco.



**Figura 07:** instituição utilizada para o desconto de duplicatas.

**Fonte:** formulação própria.

Enquanto no banco comercial as empresas arcam com menores custos, na *factoring* existe a possibilidade de se desfazer de um borderô de duplicatas sem o exercício da garantia pela empresa emitente.

Existem evidências à constatação dos seguintes pontos:

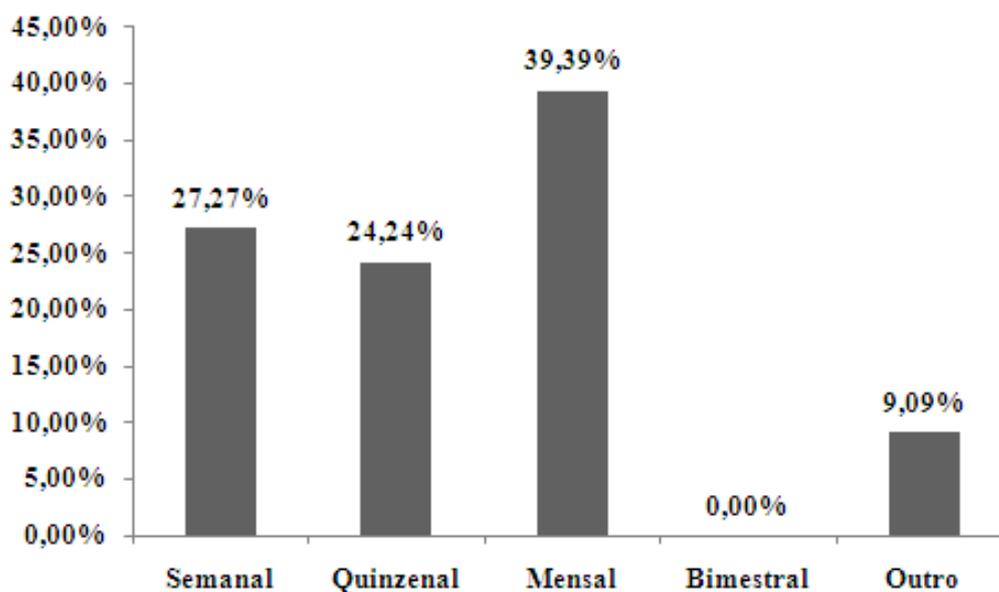
- Quando as empresas necessitam de crédito de menor custo, acionam os bancos comerciais;
- Quando o limite de crédito para descontar duplicas se encerra nos bancos comerciais, as empresas são obrigadas a captarem recursos nas *factoring's*.

Como efetivamente existe uma superioridade de quase 10% da preferência por *factoring*, pode se concluir que na maioria das vezes as empresas comerciais de Campina Grande extrapolam os limites de crédito concedidos pelos bancos comerciais.

### 8.3 Frequência de Utilização do Desconto de Duplicatas

A frequência de utilização do desconto de duplicatas representa um indicativo de escassez de capital circulante líquido. Quanto menor for o intervalo de uso do financiamento por desconto de duplicatas, maior o índice de escassez de capital circulante líquido, sugerindo uma alta dependência financeira.

A figura 08 destaca cinco níveis de frequência, que se seguem assim: semanal, quinzenal, mensal, bimestral e outro. Aproximadamente 39% das empresas contratam operações de desconto de duplicatas a cada 30 dias, e isso indica que a dependência financeira está elevada. A confirmação da dependência financeira por parte das empresas comerciais de pequeno e médio porte de Campina Grande se deve ao seguinte ponto: mais de 51% das empresas acionam o desconto de duplicatas a cada quinze dias, no máximo.

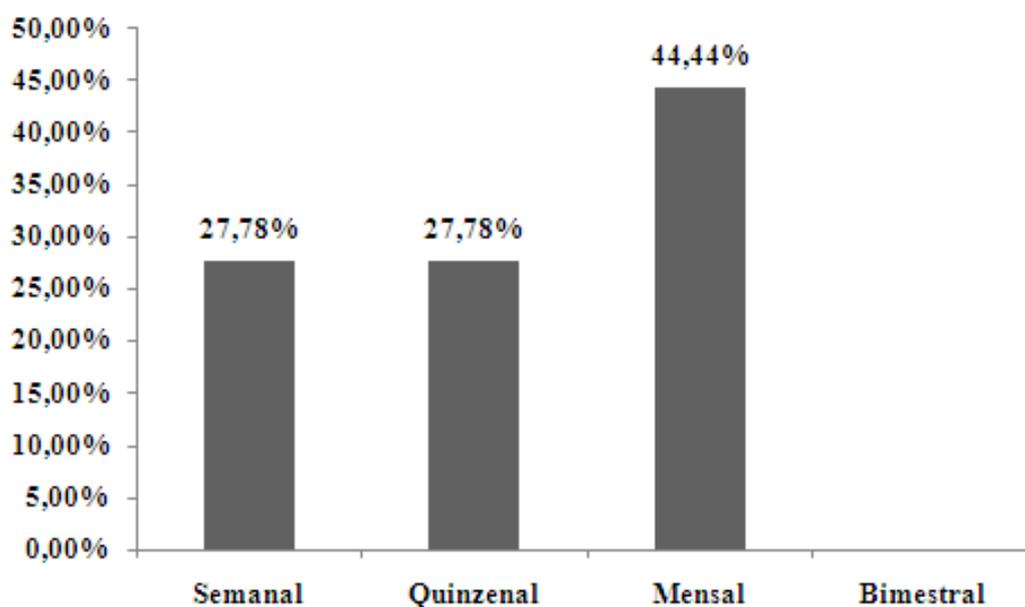


**Figura 08:** frequência de utilização do desconto de duplicatas, para operações com *factoring* e com Bancos.

**Fonte:** formulação própria.

Outro fato que reflete tal dependência é que, desses 9,09% de empresários que responderam à alternativa “outro”, a maioria deles revelaram que chegam a descontar as duplicatas emitidas quase que diariamente.

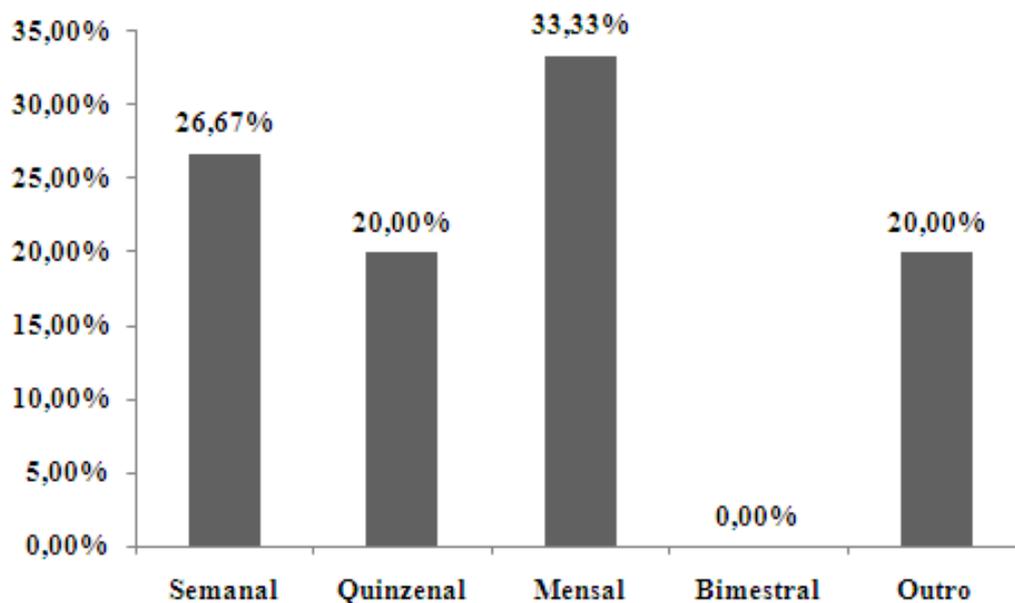
A figura anterior demonstrou os percentuais da frequência com que os empresários de Campina Grande descontam duplicatas de crédito nas duas instituições. Já na figura 09, apresenta aqueles que utilizam a operação apenas em *factoring*. O resultado mostra que 44,44% vão até uma *factoring* para vender o seu título de crédito mensalmente, o que representa quase metade da população, enquanto que a proporção de 27,78% possui tal necessidade tanto quinzenalmente quanto semanalmente. Quase 56% das empresas descontam suas duplicatas em *factoring* a cada quinze dias.



**Figura 09:** frequência de utilização do desconto de duplicatas, apenas para operações com *factoring*.

**Fonte:** formulação própria.

Já a outra parte da amostra, aquela que descontam duplicatas apenas em bancos, 33,33% dos gerentes e empresários responderam que se encaminham até a instituição quase que a cada 30 dias. O percentual dos que utilizam a operação semanalmente também é elevado, 26,67%, seguido dos que antecipam receitas em bancos quinzenalmente, 20% dos entrevistados. Como já foi explanado na figura 08, destes 20% que responderam no questionário o quesito “outro”, em sua maioria o fazem quase que diariamente.

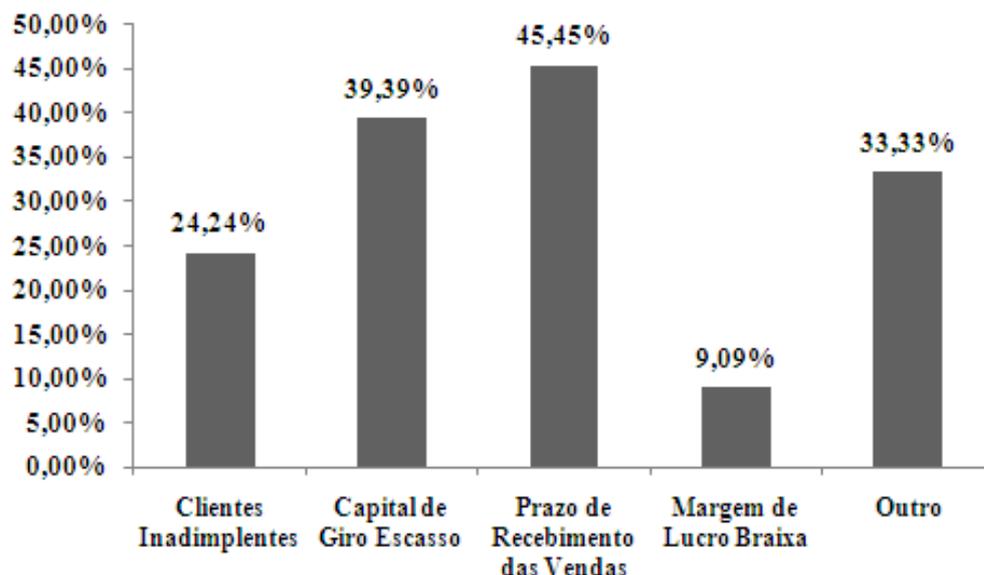


**Figura 10:** frequência de utilização do desconto de duplicatas, apenas para operações com Bancos.

**Fonte:** formulação própria.

#### **8. 4 Motivação da Contratação do Desconto de Duplicatas**

A figura 11 ilustra alguns motivos que, por consequência, resultam na escolha de uma empresa em buscar o desconto de duplicatas para sanar seus problemas de pagamento de despesas no curto prazo. Pode-se constatar que, na maioria das empresas entrevistadas, existe uma grande dificuldade na manutenção do equilíbrio financeiro devido ao prazo de recebimento das vendas efetuadas a prazo, o que pode resultar em uma impossibilidade de fazer pagamentos ou investimentos para a organização, tendo a situação agravada pela grande quantidade de clientes inadimplentes. Com tudo isso, a probabilidade de uma empresa possuir um capital de giro e uma boa margem de lucro é bastante reduzida.



**Figura 11:** motivação para a utilização do desconto de duplicatas.

**Fonte:** formulação própria.

Observando mais detalhadamente a figura 11:

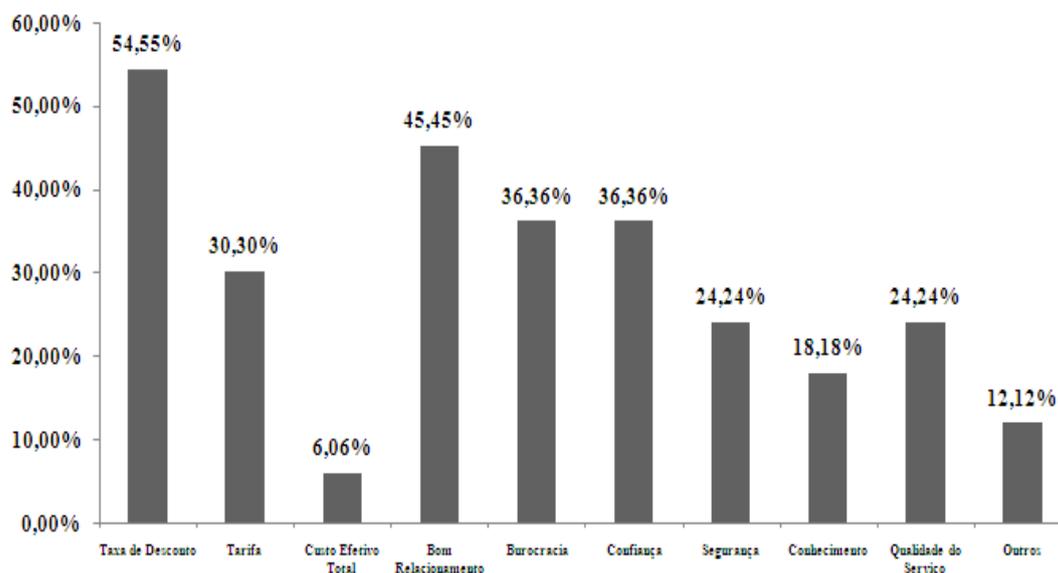
- Em 45,45% das opiniões de gestores e proprietários, o prazo de recebimento das vendas a prazo figura como a principal justificativa ao desconto de duplicatas – no comércio, a concessão agressiva de crédito ao consumidor é uma condição inquestionável;
- Em quase 40% das respostas a escassez de capital de giro foi escolhida como a principal causa da contratação da linha de crédito desconto de duplicatas;
- Por fim, a inadimplência dos clientes foi apontada em 24% das vezes.

Como as empresas estão impedidas de reduzir as vendas a prazo, são indicadas a redução da inadimplência e o aumento do capital circulante líquido, para que a dependência financeira seja reduzida.

## 8. 5 Critérios de Escolha da Instituição

A figura 12 revela os maiores atrativos que influenciam os entrevistados na escolha de qual instituição acionar na hora de contratar uma operação de desconto de duplicatas. Para a grande maioria dos entrevistados, 54,55%, o diferencial que os levam

a escolher um determinado banco ou *factoring* é a busca por uma menor taxa de juros, o que já era esperado.



**Figura 12:** critérios utilizados na escolha da instituição onde será concretizada uma operação de desconto de duplicatas.

**Fonte:** formulação própria.

Em compensação, o fato curioso que foi constatado, comprova que o segundo critério mais lembrado na pesquisa, por tanto, de grande importância na opinião dos empresários, é a escolha de uma instituição por causa do bom relacionamento com o gerente, muitos deles com algum grau de parentesco ou amizade de longa data entre as partes. Os outros critérios com um grande percentual são a escolha de instituições que oferecem menores tarifas e os que também são bastante lembrados, uma menor burocracia e qualidade nos serviços.

A partir da figura 12 é possível constatar:

- As decisões de financiamento por desconto de duplicatas não são fundamentadas em critérios racionais;
- Por não levarem em consideração o custo efetivo total das opções de financiamento à sua disposição, exatamente na definição da melhor

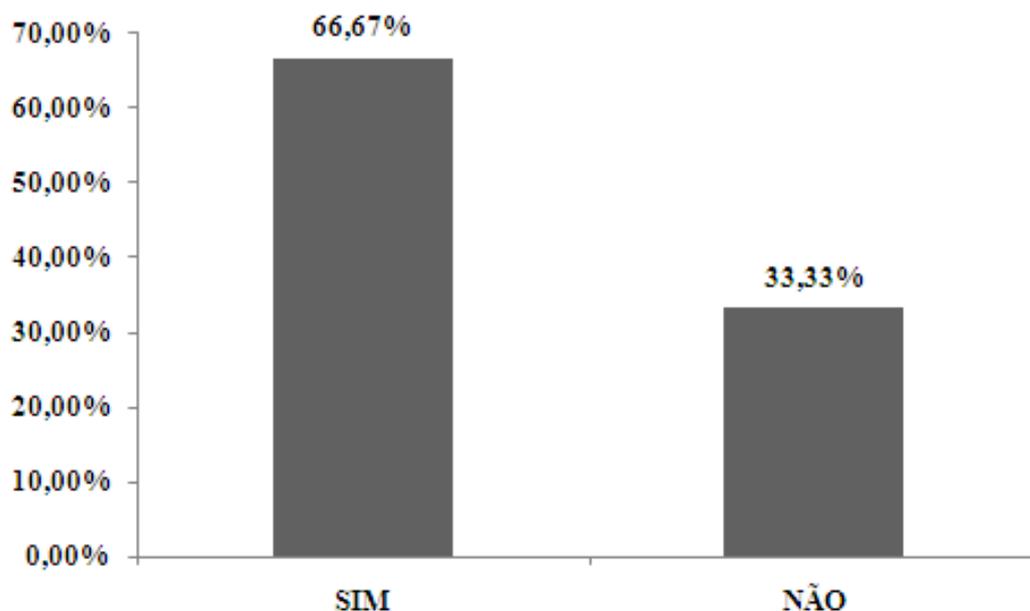
alternativa, empresários e gerentes financeiros não contemplam aspectos referentes a uma boa relação custo/benefício;

- Em apenas 6% das ocasiões o custo efetivo total é considerado como parâmetro na escolha da melhor alternativa de financiamento;
- Com certeza, as empresas comerciais de pequeno e médio porte da cidade de Campina Grande experimentam prejuízos importantes nas operações de desconto de duplicatas, pois desprezam a principal informação, que é aquilo que se destaca como mais importante, ou seja, o custo efetivo total.

### **8. 6 Domínio do Custo Efetivo Total**

Este resultado demonstra a preocupante falta de conhecimento por parte dos empresários de Campina Grande, em relação às inúmeras despesas que são cobradas a partir da operação do desconto de duplicatas. Algumas delas são determinadas por bancos e factorings e são vinculadas ao desconto do título, mas quase quatro entre dez empresários e gerentes das organizações pesquisadas não possuem este conhecimento. Através do cálculo do custo efetivo total, pode ser demonstrado que esses encargos adicionais alteram o valor do desconto, por tanto, o seu conhecimento é de grande importância na escolha pela melhor instituição a ser procurada.

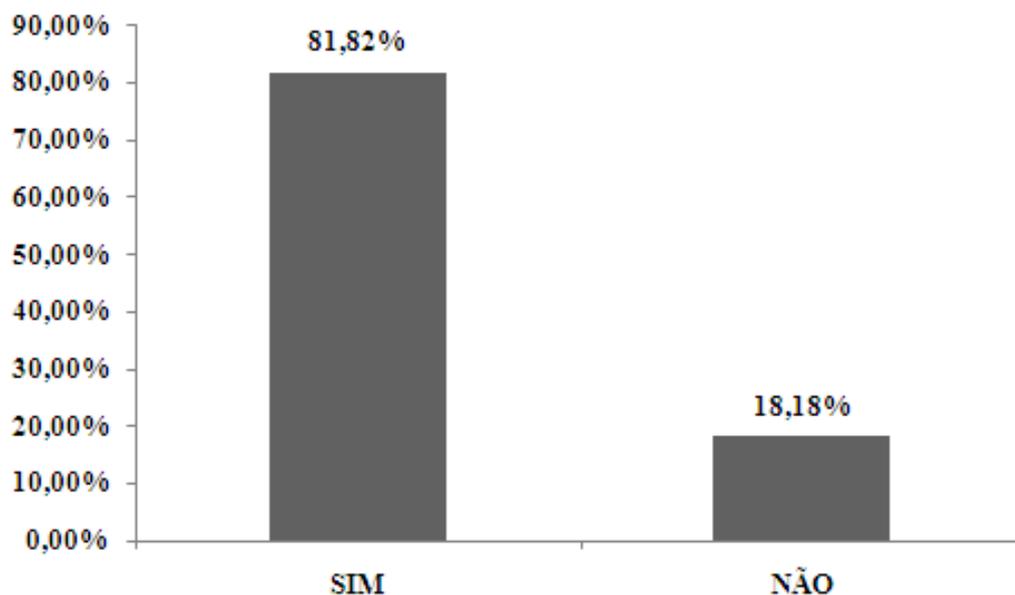
De acordo com a figura 13, dois terços dos empresários e gestores alega conhecer que além da taxa de desconto são obrigados a arcar com outros encargos na contratação do desconto de duplicatas. Confrontando com a figura 12, pode ser constatado que na maioria das vezes o custo efetivo total poderia ser utilizado como parâmetro na escolha das melhores alternativas.



**Figura 13:** conhecimento por parte do gestor da existência de outras despesas vinculadas ao desconto de duplicatas.

**Fonte:** formulação própria.

A figura 14 demonstra um relativo paradoxo em relação aos dados exibidos anteriormente. A figura 12 apresenta que 67% dos empresários tem o conhecimento das diferentes taxas e despesas que são cobradas a partir da operação do desconto de duplicatas, contudo, na figura 13, 81,82% dos entrevistados, ou seja, quase todos responderam que sabem calcular o custo efetivo total. Este dado reflete a idéia de que além da falta de conhecimento sobre o assunto, muitos empresários, preocupados com a imagem que a empresa deve passar, não foram totalmente honestos em relação aos dois últimos quesitos do questionário. Apesar de não ter valor para algumas empresas, a falta de conhecimento do cálculo do custo efetivo total pode afetar negativamente o desempenho econômico da empresa, como por exemplo, em algumas instituições que cobram menores taxas de juros para o desconto de duplicatas, mas através do cálculo do custo efetivo total podem ser reveladas outras despesas resultando em um maior valor no desconto, não equilibrando o fator custo/benefício para a empresa.



**Figura 14:** o gestor conhece o procedimento de cálculo do custo efetivo total do desconto de duplicatas.  
**Fonte:** formulação própria.

Entretanto, levando em consideração o fato de as informações prestadas serem totalmente verdadeiras, que os empresários e gestores financeiros tenham sido realmente honestos, surge a seguinte conclusão:

- Quase 67% dos entrevistados sabem que existem outros encargos embutidos no desconto de duplicatas, além da taxa de desconto;
- Quase 82% dos entrevistados alegaram dominar o processamento do custo efetivo total;
- Somente em 6% das operações o custo efetivo total é analisado de forma preventiva, sendo utilizado na definição das melhores opções de financiamento;
- Ou seja, as empresas comerciais de pequeno e médio da cidade de Campina Grande contratam as operações de desconto de duplicatas sob forte pressão no saldo de caixa, não dando tempo para que se faça um estudo preventivo detalhado, assim, critérios racionais de gestão são deixados de lado, pois o que interessa é acabar com as pressões imediatas sobre a capacidade de pagamento;

- Finalmente, as empresas consultadas sofrem com a escassez de capital de giro e a obrigação de ter que trabalhar com o ciclo de caixa dilatado, afinal, se não concederem crédito ao mercado consumidor, simplesmente deixarão de existir.

## 9 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa elaborada alcançou o seu objetivo geral, no qual foi dedicado basicamente ao estudo da prática do desconto de duplicatas, tomando como amostra as pequenas e médias empresas comerciais situadas na cidade de Campina Grande, na Paraíba.

A fim de identificar estas características, foi utilizado um questionário com perguntas de múltipla escolha como ferramenta, para, através dos dados coletados na pesquisa, mensurar a proporção de empresas que utilizam a operação de desconto de duplicatas em instituições financeiras e, através das práticas desenvolvidas pelos gestores, constatar se existe um equilíbrio em relação ao custo/benefício.

Com base nos objetivos específicos mencionados na introdução, segue abaixo os devidos esclarecimentos:

- Utilização do desconto de duplicatas: Existe um grande número de empresas que utilizam o desconto de duplicatas de crédito. A escassez de capital de giro e a dilatação do ciclo financeiro fazem com que a procura por meios de antecipação de receitas seja muito elevada.

- Instituição utilizada para o desconto de duplicatas: No resultado da pesquisa foi percebida uma maior preferência por *factoring* em relação à bancos para descontar duplicatas de crédito. Independente da instituição, o que os gestores devem buscar é aquela que melhor apresenta vantagens em relação às necessidades de cada organização, mas, de acordo com a pesquisa, os empresários têm a opinião de que *factoring* é a melhor escolha para esta prática, em função da facilidade de acesso ao crédito.

- Frequência de utilização do desconto de duplicatas: O que se pôde tirar do resultado deste quesito é que devido a, já citada, escassez de capital de giro e elasticidade do ciclo de caixa, existe uma grande frequência da necessidade em antecipar receitas. Um planejamento mais elaborado de todas as ações por parte do gestor pode reduzir significativamente a necessidade por tal operação.

- Motivação para a utilização do desconto de duplicatas: Uma situação enfrentada por algumas empresas que possuem a cultura de vender seus produtos a prazo, é a

necessidade de antecipar receitas para pagar eventuais despesas que não foram planejadas, por tanto, uma das saídas utilizadas é o desconto das duplicatas que são emitidas por estas organizações, contribuindo para este ser o maior motivo que leva a prática da operação.

- Critérios utilizados na escolha da instituição onde será concretizada a operação de desconto de duplicatas: Existem diversos fatores que levam uma empresa a optar pela instituição que oferece o desconto de duplicatas. Em quase todos os casos o gestor tem como prioridade aquela que oferece o menor custo, além de uma menor burocracia. Mas também existem aqueles que, de acordo com suas características, buscam alguns atrativos menos comuns para a escolha de uma determinada instituição, como por exemplo, o bom relacionamento com o gerente, que é um diferencial bastante lembrado, mas pode ocasionar em uma menor preocupação com o custo/benefício.

- Conhecimento por parte do gestor da existência de outras despesas vinculadas ao desconto de duplicatas: A falta de conhecimento que foi constatado por parte da maioria dos entrevistados na pesquisa. Denota uma deficiência na gestão das empresas e no fato de os empresários não se preocuparem devidamente com todos os custos e despesas que são cobradas. Para evitar maiores prejuízos, se faz necessário estar atento a todos os tipos de despesas, pois podem influenciar na escolha pela melhor instituição que fornece o desconto de duplicatas.

- O conhecimento do gestor em relação ao procedimento do cálculo do custo efetivo total: Através do cálculo do custo efetivo total, a empresa tem um melhor conhecimento acerca da taxa efetiva genuinamente cobrada por cada instituição nas operações de desconto de duplicatas. Apesar da falta de critério, por se contradizer com a questão anterior, a maioria dos empresários responderam que tem o conhecimento do procedimento deste cálculo, que é de suma importância para evitar a escolha de uma instituição que possui maiores custos.

Detectadas as práticas mencionadas acima, em relação às operações de desconto de duplicatas, constata-se a relevância desta pesquisa como uma fonte de informação, por responder ao problema inicial que deu origem a mesma, que era saber o que leva uma determinada empresa a descontar duplicatas e ao nível de conhecimento dos micro e pequenos empresários de Campina Grande – PB, em relação aos custos provenientes do desconto do título.

Finalmente, as empresas comerciais da cidade de Campina Grande encontram-se numa situação extremamente difícil. A partir do momento que o custo efetivo total é desprezado como parâmetro na decisão de financiamento de curto prazo, tem-se por constituído um ambiente marcado por fortes pressões sobre as disponibilidades das empresas, ou seja, nada mais importa senão o pagamento rápido de compromissos assumidos no passado, muitas vezes em situação de atraso. O que vale é a rapidez com a qual o crédito é acessado, pouco importando a que custo se dará o referido acesso.

A prática do desconto de duplicatas por empresas comerciais de pequeno e médio porte na cidade de Campina Grande é marcada pela escassez de capital de giro, pela obrigatoriedade de se trabalhar com um ciclo de caixa elevado, pela pouca habilidade de proprietários e gestores na condução financeira das empresas, sob uma perspectiva de curto prazo, e por uma desfavorável relação custo/benefício.

## **BIBLIOGRAFIA**

ASSAF NETO, A. **Matemática financeira e suas aplicações**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

\_\_\_\_\_; LIMA, F. G. **Curso de administração financeira**. São Paulo: Atlas, 2009.

\_\_\_\_\_; SILVA, C. A. T. **Administração do capital de giro**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório de economia bancária e crédito (2007)**. Disponível em: <<http://www.bc.gov.br/?SPREAD>>. Acesso em: 20 abr. 2009.

\_\_\_\_\_. **Taxas de juros de operações de crédito (2010)**. Disponível em: <<http://www.bc.gov.br/?TXJUROS>>. Acesso em: 10 maio. 2010.

COVELLO, Sergio Carlos. **Contratos Bancários**, 4ª edição. São Paulo: Livraria e Editora Universitária de Direito, 2001.

GITMAN, L. J.; MADURA, J. **Administração financeira: uma abordagem gerencial**. São Paulo: Pearson, 2003.

KEYNES, J. M. **A teoria geral do emprego, do juro e da moeda**. São Paulo: Nova Cultura, 1985.

LEITE LEMOS, Luiz. **Factoring no Brasil** 11ª edição. São Paulo: Atlas 2007.

LEMES JÚNIOR, A. B. & RIGO, C. M. e CHEROBIM, A. P. M. S. **Administração Financeira: princípios fundamentos e práticas brasileiras**. 5º edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

MAGALHÃES, Humberto Piragibe; MALTA, Christovão Piragibe Tostes. **Dicionário Jurídico**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Edições Trabalhistas

MATARAZZO, Dante Carmine. **Análise financeiras de balanços**. 11ª edição. São Paulo: Atlas, 2010.

MORANTE, Antonio Salvador; JORGE, Fauzi Timaço. **Administração Financeira: Decisões de Curto Prazo, Decisões de Longo Prazo, Indicadores de Desempenho**. São Paulo: Editora Atlas, 2007.

PADOVEZE, Clóvis Luis. **Introdução à Administração Financeira** São Paulo: Editora Thomsom, 2005.

PADOVEZE, Clóvis Luis; BENEDICTO, Gideon Carvalho de. **Análise das Demonstrações Financeiras**. São Paulo: Editora Thomsom, 2005.

ROSS, S. A.; WESTERFIELD, R. W.; JAFFE, J. F. **Administração financeira: corporate finance**. São Paulo: Atlas, 2002.

TOSI, A. J. **Matemática financeira com ênfase em produtos bancários**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

VERGARA, S. Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

VIEIRA SOBRINHO, José Dutra. **Matemática Financeira**. 7ª edição São Paulo: Atlas, 2000.

[www.bb.com.br](http://www.bb.com.br)

[www.portaldecontabilidade.com.br](http://www.portaldecontabilidade.com.br)

# APÊNDICE

## Questionário

**Nome da Empresa:**

**Endereço:**

**Área de Atuação:**

**Ocupação do entrevistado:**

**Exercício Social:**

**Porte (PME):**

- 1. Sua empresa utiliza o desconto de duplicatas?**
  - a. Sim
  - b. Não
  
- 2. Qual a instituição que a empresa prefere para o desconto de duplicatas:**
  - a. Banco
  - b. Factoring
  
- 3. Com que frequência a sua empresa utiliza a operação de desconto de duplicatas em uma banco?**
  - a. Semanal
  - b. Quinzenal
  - c. Mensal
  - d. Bimestral
  - e. Outro
  
- 4. Com que frequência a sua empresa utiliza a operação de desconto de duplicatas em uma factoring?**
  - a. Semanal
  - b. Quinzenal
  - c. Mensal
  - d. Bimestral
  - e. Outro
  
- 5. Quais são os principais motivos que levam a empresa utilizar a operação de desconto de duplicatas?**
  - a. Clientes inadimplentes
  - b. Capital de Giro Escasso
  - c. Prazo de recebimento das vendas a prazo
  - d. Margem de lucro baixa
  - e. Outro \_\_\_\_\_

- 6. Quais critérios de escolha são empregados na definição da instituição a ser acionada no momento do desconto?**
- a. Taxa de Desconto
  - b. Tarifas
  - c. Custo Efetivo Total
  - d. Bom Relacionamento com o Gerente
  - e. Burocracia
  - f. Confiança
  - g. Segurança
  - h. Conhecimento
  - i. Qualidade no Serviço
  - j. Outros \_\_\_\_\_
- 7. Além dos juros, existe a noção de que também existe o pagamento de outros custos em um desconto de duplicatas?**
- a. Sim
  - b. Não
- 8. Existe o conhecimento, por parte da empresa, de como calcular o custo efetivo da operação?**
- a. Sim
  - b. Não