UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

Werner Gustavo Lanzer

BB VENDOR: MANUAL DE APLICAÇÃO PRÁTICA.

Porto Alegre

2009

Werner Gustavo Lanzer

BB VENDOR: MANUAL DE APLICAÇÃO PRÁTICA.

Trabalho de conclusão de curso de Especialização apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Gestão em Negócios Financeiros da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Gestão em Negócios Financeiros.

Orientador: Prof. Tutor Paulo Cear Delayti Motta

Porto Alegre

2009

Werner Gustavo Lanzer

BB VENDOR: MANUAL DE APLICAÇÃO PRÁTICA.

Trabalho de conclusão de curso de Especialização apresentado ao Programa de Pós-Graduação em Gestão em Negócios Financeiros da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Especialista em Gestão em Negócios Financeiros.

Conceito final .....
Aprovado em ..... de .....de .....

BANCA EXAMINADORA:

_____
Prof. – Instituição

_____
Representante da Organização -

_____
Orientador – Prof. Paulo Cear Delayti Motta

RESUMO

As empresas buscam através de suas atividades, satisfazer as necessidades dos seus clientes, obtendo lucro mediante este trabalho. Diante dessa realidade, as empresas precisam criar meios seguros de receber pelas vendas efetuadas ou serviços prestados. Para isso, um dos recursos a disposição das empresas é a utilização do produto bancário *BB Vendor*. De forma simples e com aplicação prática, este trabalho demonstra os resultados obtidos com a simulação de aplicação do produto bancário *BB Vendor*, em três clientes do Banco do Brasil S/A, atendidos pela Agência Medianeira-PR. O *Vendor* é um financiamento de vendas, com cessão de crédito, onde uma empresa vende seus produtos a prazo e recebe à vista de um banco. Como é considerada uma venda à vista, a empresa vendedora obtém uma redução no valor dos impostos incidentes sobre as vendas, nas despesas de comissões pagas aos vendedores e nos *royalties* ou licença para fabricação. Já a empresa compradora poderá obter um prazo maior para pagamento, com taxas de juros menores e as despesas financeiras pagas podem ser deduzidas do imposto de renda. Considerando que o produto é pouco conhecido, o trabalho terá como objetivo principal a formação de um material explicativo, a ser utilizado como manual para os empresários e também para os funcionários da rede bancária como fonte ilustrativa do produto, demonstrando as vantagens e desvantagens do produto na sua aplicação em empresas tributadas pelo lucro real, pelo lucro presumido e pelo simples.

Palavras-chave: Banco do Brasil, Medianeira, Vendor, lucro real, lucro presumido, simples.

ABSTRACT

The companies searching for satisfy their customer needs through some activities achieving profit by this work. In presence of this reality, companies need to create secure means to receive from the sales made or from the sevices rendered. By it, one of the resources available for them is the use of BB Vendor. In a simple and pratical aplication, this work shows the results by a simulation of the aplicance of BB Vendor in three diferent customers of Banco do Brasil S/A assisted by Medianeira/PR agency. The Vendor is a kind of a financing of sale with a credit session where a company sells his products on account and receives in cash from a bank. Is considered as an in cash sale, the seller company gets a reduction in the amount of taxes over sales, the costs of comissions paid to sales, royalties and license of manufacture. In other hand the buyer company could gain a better deadline for payment, with less interest rates and the financial taxes already payed could be discounted of the income taxes. Whereas the product is unless known, the work will have as main objective to attend on as an explanatory material to be used as a guide for business men and employes of the bank, as illustrative product, showing the advantages and disadvantages of the product in its application in companies who are taxed for real profit, for notional profit and for simple profit.
Key-words: Banco do Brasil, Medianeira, Vendor, real profit, notional profit, simple profit.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Estrutura do vendor **16**
Figura 2 - Operação sem o vendor **18**
Figura 3 – Operação com o vendor **19**
Quadro 1 - Despesas com impostos **28**
Quadro 2 - Despesas com comissões sobre vendas **29**
Quadro 3 - Custo das matérias-primas **31**
Quadro 4 - DRE **31**
Quadro 5 - DRE 2 ..... **32**
Quadro 6 - Despesas com impostos **34**
Quadro 7 - Custo das matérias-primas **35**
Quadro 8 - DRE **35**
Quadro 9 - DRE 2 ..... **36**
Quadro 10 - Despesas com impostos **38**
Quadro 11 - Custo das matérias-primas **39**
Quadro 12 - DRE **39**

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 8
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA 10
1.2 OBJETIVOS 11
1.2.1 Objetivo geral 11
1.2.2 Objetivos específicos 11
1.3 JUSTIFICATIVA/RELEVÂNCIA 11
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA 13
2.1 CAPITAL 13
2.1.1 Capital próprio 13
2.1.2 Capital de terceiros 13
2.2 CAPITAL DE GIRO 14
2.3 CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO 14
2.4 LINHAS DE CRÉDITO 14
2.5 VENDOR 15
2.5.1 Estrutura do vendor 16
2.5.2 Participantes da operação 16
2.5.3 Equalização de taxas 19
2.5.3.1 Modalidades de equalização de taxas 19
2.5.4 Garantias 20
2.5.5 Vantagens para a empresa vendedora 21
2.5.6 Vantagens para a empresa compradora 23
2.5.7 Desvantagens para a empresa vendedora 24
2.5.8 Desvantagens para a empresa compradora 24
3 MÉTODO 25
4 RESULTADO DA PESQUISA 27
4.1 EMPRESA 1 – TRIBUTADA COM BASE NO LUCRO REAL 27
4.1.1 Despesas com vendas 27
4.1.2 Comissões sobre vendas 28
4.1.3 Reforço do fluxo de caixa 29
4.1.4 Taxas competitivas 29
4.1.5 Alavancagem das vendas 29

4.1.6 Equalização de taxas **30**
4.1.7 Índices de liquidez e enxugamento do balanço **30**
4.1.8 Desconto nas compras **30**
4.1.9. Empresas compradoras **31**
4.1.10 Análises dos ganhos financeiros da empresa vendedora **32**
4.1.11 Ganhos financeiros para as empresas compradoras **33**
4.2 EMPRESA 2 - TRIBUTADA COM BASE NO LUCRO PRESUMIDO 33
4.2.1 Despesas com vendas **34**
4.2.2 Equalização de taxas **34**
4.2.3 Desconto nas compras **35**
4.2.4 Empresas compradoras **36**
4.2.5 Análises dos ganhos financeiros para a empresa vendedora **36**
4.2.6 Ganhos financeiros para as empresas compradoras **37**
4.3 EMPRESA 3 – OPTANTE PELO "SIMPLES" 37
4.3.1 Despesas com vendas **38**
4.3.2 Equalização de taxas **38**
4.3.3 Descontos nas compras **38**
4.3.4 Análises dos ganhos financeiros para a empresa vendedora **39**
5 CONCLUSÃO **41**
5.1 SUGESTÕES 42
REFERÊNCIAS **43**

1 INTRODUÇÃO

O papel primordial das instituições financeiras é fazer o repasse dos recursos captados através dos poupadores ou de agentes econômicos que possuem os recursos aos correntistas e investidores que necessitam destes recursos para suas necessidades financeiras.

Estes recursos são repassados através de uma grande variedade de linhas de crédito que se diferenciam pela finalidade, prazo, taxas, formas de pagamento e garantias.

Esse trabalho tem um enfoque sobre o BB *Vendor* do Banco do Brasil S/A.e tem como principal objetivo a criação de um manual de aplicação prática deste produto. Num primeiro momento, serão mostradas as vantagens e desvantagens desta linha de crédito, apresentando conceitos sobre o funcionamento desta linha de crédito. Em seguida, será abordado a parte prática, onde serão utilizadas três empresas (uma com tributação com base no lucro real, outra com tributação com base no lucro presumido e a última optante pelo sistema Simples) como base para os cálculos, mostrando as vantagens para cada sistema de tributação. Essas três empresas são clientes da Agência do Banco do Brasil de Medianeira-PR.

Muitas empresas, principalmente as de maior porte e mais organizadas, vem trabalhando atualmente com o sistema de *Vendor* em substituição aos sistemas de vendas a prazo tradicionais. Por este sistema, o fornecedor de uma mercadoria, no momento da venda, extrai uma nota fiscal de venda à vista e passa para um banco a cobrança do cliente, para o qual é concedido um determinado prazo com uma taxa pré-negociada. Em princípio, a operação é boa para a empresa fornecedora, porque transforma as vendas a prazo em vendas à vista, melhorando a sua posição do caixa, além de reduzir a carga tributária sobre o faturamento já que as notas serão emitidas pelos valores à vista.

Para a empresa compradora, a operação também pode ser uma boa opção em razão de prazos mais dilatados que poderá obter do banco, e que não estava podendo obter diretamente do fornecedor, e também por conseguir uma taxa de juros menor pelo financiamento.

Para Fortuna (1999), *Vendor* é uma operação de financiamento de vendas baseada no princípio da cessão de crédito, que permite a uma empresa vender o seu produto a prazo e receber o pagamento à vista de um banco. Desta maneira, ela pode conceder aos seus clientes prazos maiores para o pagamento, possibilitando uma alavancagem das suas vendas.

Nas operações de *Vendor*, pressupõe-se que a empresa compradora seja cliente tradicional da vendedora, pois será esta que irá assumir o risco do negócio junto ao banco. A empresa vendedora transfere seu crédito ao banco e este, em troca de uma taxa de

intermediação, paga ao vendedor à vista e financia o comprador.

A principal vantagem para a empresa vendedora é que, como a venda não é financiada diretamente por ela, a base de cálculo para a cobrança de impostos, comissões de vendas e royalties, no caso de fabricação sobre licença, torna-se menor, reduzindo os valores do IPI, ICMS/ISS, PIS e COFINS que incidem sobre o valor do faturamento da empresa vendedora, bem como os impostos incidentes sobre o lucro contábil (Imposto de Renda e Contribuição Social). Se ela estivesse financiando a venda, teria que embutir no preço os custos financeiros, o que aumentaria o valor dos impostos a pagar. Deste modo, torna-se possível vender seus produtos e serviços por um preço mais competitivo.

Assim, ao receber à vista, a empresa vendedora otimiza o seu fluxo de caixa, melhora os seus índices de liquidez e tem a possibilidade de fazer suas compras à vista, obtendo descontos dos seus fornecedores.

Cabe ressaltar também que, geralmente, os juros cobrados pelos bancos nesta modalidade são menores que a maioria das outras opções de empréstimos para capital de giro.

As principais vantagens do *Vendor* para o comprador são a possibilidade de obtenção de prazos maiores para pagamento, a maior flexibilidade para negociar preço, as taxas menores de financiamento e a possibilidade de deduzir da base de cálculo do imposto de renda os juros pagos pelo financiamento.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

O objetivo principal da maioria das empresas é a geração de lucros e dividendos, ou seja, gerar retorno sobre o seu capital próprio. Atualmente com a grande competitividade dos mercados, grande exigência por parte dos consumidores em qualidade e também por minimização dos preços, o grande desafio das empresas é manter a sua permanência no mercado e com retorno financeiro.

Dentro desta premissa básica cada detalhe é importante e com certeza fará a diferença no final da contabilização dos seus resultados ou prejuízos. Para isto a escolha do tema, relacionando a aplicação de um produto bancário diretamente em casos práticos de aplicações no sistema de financiamento de suas vendas, demonstrando assim se uma instituição bancária poderá afetar diretamente o resultado de seus clientes e comprovar aos empresários que poderá otimizar os resultados utilizando um produto bancário.

Em grande parte das empresas, e principalmente naquelas de pequeno e médio porte, é muito comum à utilização de linhas de crédito de forma indevida. Utilizam-se linhas de empréstimos para capital de giro em investimentos a longo prazo, toma-se empréstimos a taxas maiores quando poderiam ser utilizadas as linhas de crédito para desconto de recebíveis (duplicatas, cheques e cartões de crédito), que geralmente possuem taxas menores.

Dentre as maneiras de financiar o comprador, uma das melhores alternativas é o *Vendor*. Apesar de todas as vantagens que essa modalidade oferece, percebe-se que ainda são poucas as empresas que a utilizam simplesmente por falta de conhecimento de seus dirigentes e também dos funcionários da rede bancária.

Como problema de pesquisa, será pesquisado como a aplicação do BB Vendor no sistema de financiamento das vendas a prazo das empresas poderá afetar o resultado financeiro final das mesmas. E também avaliar se o produto realmente trará vantagens a elas através de simulações em aplicações práticas em seus demonstrativos de resultados.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Esta monografia tem como objetivo principal a criação de um manual de aplicação prática do produto BB Vendor, a fim de orientar os empresários e o funcionalismo da rede bancária, de forma simples, prática e conclusiva. Para isto avalia as vantagens e desvantagens do *Vendor*, comparando os resultados obtidos na sistemática de vendas tradicional das empresas com os resultados do faturamento na modalidade de *Vendor*.

1.2.2 Objetivos específicos

a) Investigar se a forma de tributação de uma empresa é determinante para que a modalidade de *Vendor* seja vantajosa ou não;
b) Comparar as diferenças entre os resultados do faturamento através do *Vendor* com os resultados do tradicional financiamento próprio, utilizando-se dados reais de empresas de diversos portes e formas de tributação;
c) Demonstrar o ganho/perda que as empresas tem com o *Vendor* ou que passariam a ter no caso da utilização desta modalidade, assim determinando se os empresários poderão ganhar dinheiro com a utilização do banco através deste produto.

1.3 JUSTIFICATIVA/RELEVÂNCIA

A razão da abordagem deste tema é o grande número de vantagens que o *Vendor* propicia tanto para a empresa vendedora, quanto para seus clientes, o que pode tornar-se um diferencial competitivo muito importante em um mercado onde a concorrência torna-se cada

vez maior.

Apesar de todas as vantagens, percebe-se que ainda são poucas as empresas que se beneficiam com elas.

O principal motivo disto é o desconhecimento ou o conhecimento pouco aprofundado que as empresas têm sobre a sistemática do *Vendor*.

Mesmo na literatura especializada, a abordagem sobre o assunto, em alguns casos, é bastante superficial ou incompleta, fato este que se comprovou na busca de material literário sobre o tema. Desta forma o resultado do trabalho será de grande valia para orientação sobre o tema com a criação de um manual prático de aplicação do produto conforme já determinado no objetivo geral desta monografia.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CAPITAL

CHIAVENATO (1994, p. 53) assim se refere sobre o tema:

> O capital constitui o recurso financeiro básico da empresa: o investimento efetuado pelos proprietários ou acionistas para a criação e operação da empresa. Contudo, não é somente o *capital* investido pelos acionistas que dinamiza a empresa, uma vez que ela utiliza *capital* de terceiros na operação dos seus negócios.

Assim, quanto à sua propriedade, existem dois tipos de capital: o capital próprio e o capital de terceiros:

2.1.1 Capital próprio

Para HOJI (2001, p. 110), “o capital próprio é representado pelo patrimônio líquido da empresa. No cálculo do custo do capital próprio, há que se considerar os custos das ações e dos lucros retidos”.

2.1.2 Capital de terceiros

De acordo com CHIAVENATO (1994, p. 51) “o capital de terceiros corresponde às exigibilidades da empresa, como os empréstimos, debêntures e ações preferenciais”. Ou seja, o capital de terceiros corresponde ao Passivo Circulante, Passivo Exigível a Longo Prazo e os Resultados de Exercícios Futuros. Diante disto, pode-se inferir que em processos de liquidação ou encerramento das atividades de uma empresa, somente depois de quitadas todas as obrigações com terceiros que, sócios e acionistas terão direito ao Capital próprio. O mesmo ocorre ao se definir o grau de endividamento de uma empresa.

2.2 CAPITAL DE GIRO

CHIAVENATO (1994, p. 52) afirma que “a administração do capital de giro tem por objetivo administrar cada um dos ativos circulantes e passivos circulantes da empresa, para garantir um nível aceitável de capital circulante líquido”.

Para Di Agustini (1999), a característica predominante dos itens que compõe o capital de giro é a transformação, ou seja, cada componente é rapidamente convertido em outras formas de ativo ou receita. As sobras de caixa podem ser usadas para recompor estoques, financiar clientes; os estoques são transformados em vendas, quando à vista voltam a recompor o caixa e quando a prazo elevam o saldo de contas a receber.

2.3 CAPITAL CIRCULANTE LÍQUIDO

Segundo HOJI (2001, p. 111) “a diferença entre o ativo corrente (ativo circulante) e o passivo corrente (passivo circulante) é o capital circulante liquido (CCL), ou capital de giro líquido (CGL)”.

2.4 LINHAS DE CRÉDITO

FORTUNA (1999, p. 130), assim se refere sobre as linhas de crédito:

> As instituições financeiras fazem o repasse dos recursos captados dos agentes econômicos superavitários aos agentes econômicos deficitários, sendo esta a razão de ser de um banco clássico. Existe uma enorme variedade de linhas de crédito que se diferenciam em prazos, taxas, formas de pagamento e garantias, com o limite sendo a criatividade do banco diante das limitações impostas pelo Banco Central.

Após definir as diretrizes gerais da política de financiamento, o administrador financeiro precisa identificar, avaliar e escolher as fontes de financiamento a serem utilizadas pela empresa.

Para SANTOS (2001, p. 127), “as alternativas de financiamentos dividem-se em dois

grupos principais: as de curto e as de longo prazo”.

a) Financiamentos de curto prazo. Groppelli (2001) cita que o empréstimo de curto prazo preenche temporariamente o vazio das necessidades de financiamento de uma empresa. São considerados financiamentos de curto prazo aqueles com prazo de até um ano. Exemplo: Desconto de Títulos, Conta Garantida, *VENDOR* etc.

b) Financiamentos de longo prazo. Para SANTOS (2001, p. 127) “são considerados financiamentos de longo prazo, aqueles com prazo superior a um ano. Estas linhas de crédito destinam-se, geralmente, a financiar os investimentos permanentes da empresa. Ex.: FINAME, BNDES”.

2.5 VENDOR

Conforme DI AGUSTINI (1999, p. 191) “*Vendor* é uma alternativa de financiamento para vendas a prazo, portanto de capital de giro, cuja característica principal é a cessão do crédito, permitindo dessa forma que uma empresa venda seu produto a prazo e receba à vista".

Para Fortuna (1999), *Vendor* é uma modalidade de financiamento de vendas para empresas na qual quem contrata o crédito é o vendedor do bem, mas quem paga o crédito é o comprador. Assim, as empresas vendedoras deixam de financiar os clientes, elas próprias, e dessa forma param de recorrer aos empréstimos de capital de giro nos bancos ou aos seus recursos próprios para não se descapitalizarem e/ou pressionarem seu caixa.

Para FERNANDES (2002, p. 139), “o *Vendor Finance* é uma operação de financiamento de vendas com cessão de crédito em que a empresa fornecedora vende seu produto a prazo e recebe à vista através de uma instituição financeira”.

Pode-se verificar que *Vendor* é um programa de financiamento de vendas através do qual clientes de um banco (vendedores de bens e serviços) podem obter financiamento direto do banco para os seus clientes. Quem contrata o crédito é o vendedor do bem, mas quem paga é o comprador.

O *Vendor* também permite financiamentos por prazos mais longos que os habitualmente concedidos.

Para Santos (1998), a principal finalidade do *Vendor* é o apoio financeiro à comercialização de produtos e serviços, mediante um convênio para a concessão de

financiamento no qual o banco adianta, à vista, os valores referentes às vendas para o vendedor, cobrando do comprador os valores correspondentes, acrescidos dos encargos financeiros contratados, dentro de um prazo previamente estipulado.

A base de risco da operação é o vendedor, que se compromete pelo cumprimento das obrigações dos compradores perante o banco, concedendo-lhes fiança ou aval.

2.5.1 Estrutura do vendor

O relacionamento dos participantes de uma operação de *Vendor* está demonstrado na figura abaixo:

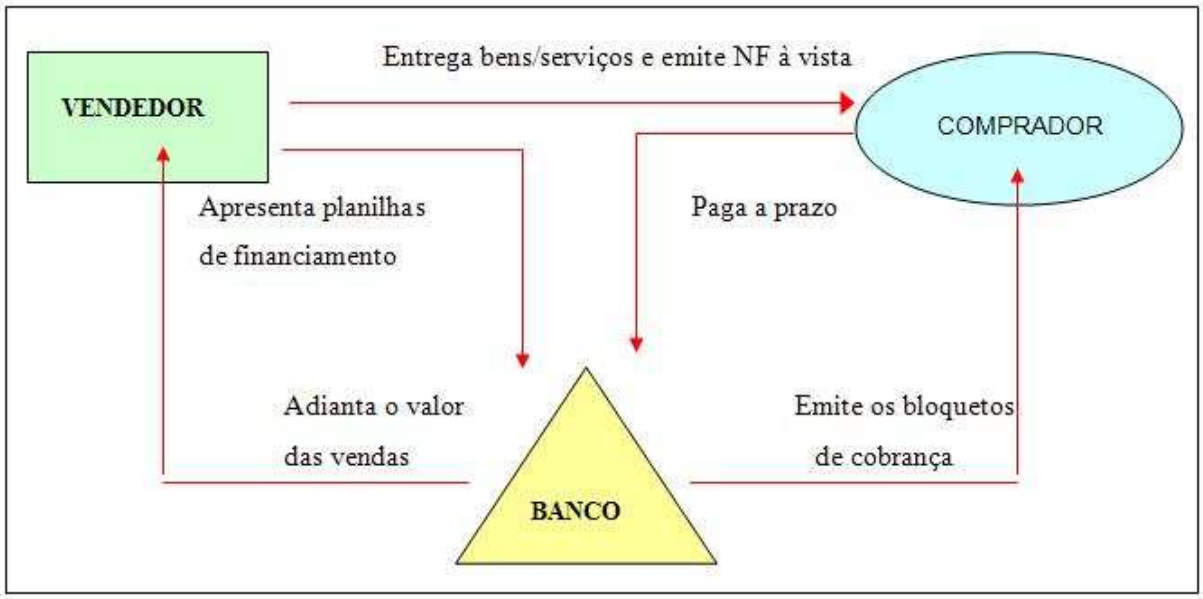

Figura 1 - Estrutura do vendor
Fonte: o autor

2.5.2 Participantes da operação

São três os elementos principais de uma operação de *Vendor*:

a) VENDEDOR: é um fabricante ou distribuidor interessado em efetuar suas vendas à vista, tendo um banco como financiador dos compradores dos seus produtos e serviços.

b) COMPRADOR: são as empresas que compram produtos para transformação ou revenda ou que adquirem serviços do vendedor e se interessam em obter empréstimos para realizar suas compras. Não precisam ser clientes do banco.

c) BANCO: é a instituição que se compromete a, dentro de limites previamente estabelecidos, financiar a aquisição de bens e serviços dos compradores, tendo o vendedor, seu cliente, como base de risco.

O Banco, mediante uma taxa de intermediação, compra o crédito da empresa vendedora, pagando à vista e financia a empresa compradora, com interveniência ou garantia da empresa vendedora.

Para que se materialize a estrutura negocial do *Vendor*, é indispensável a participação da empresa vendedora como fiadora da empresa compradora nas operações.

Caso a empresa compradora não pague, há o direito de regresso contra a empresa vendedora, isto é, o banco retém valores equivalentes em conta corrente da empresa vendedora para cobrir a inadimplência, inclusive sendo esta responsável por cobertura dos juros de mora e multas não pagas.

Qualquer bem ou serviço pode ser financiado, desde que amparado por uma nota fiscal ou um recibo de venda.

Conhecer o cliente é essencial para a empresa contratar uma operação de *Vendor* porque o prazo e a taxa de juros devem ser compatibilizados com fatores como: ciclo operacional e financeiro do comprador, condições oferecidas pela concorrência e estratégia de venda da empresa para determinado segmento ou cliente.

Como na maioria das operações de crédito, há a incidência de IOF (Imposto Sobre Operações Financeiras) calculado sobre o valor do financiamento, sendo atualmente aplicada duas alíquotas.conforme o Decreto Lei número 6.306, de 14/12/2007. A primeira é calculada proporcionalmente ao período da operação., que é de 0,0041 % ao dia e a segunda como adicional de 0,38% sobre o valor da operação, independente do prazo a ser praticado. O IOF pode ser financiado ao comprador, título a título, sendo acrescido ao valor do bloqueto de cobrança, a ser quitado pelo comprador. Se o IOF não for financiado, é debitado na conta corrente do vendedor, na liberação da operação.

Outro aspecto importante, é que o *Vendor* não interfere na gestão da cobrança dos títulos da empresa, pois, apesar de o financiamento ser concedido pelo banco, a empresa vendedora pode dar descontos ou prazos maiores de pagamento, caso, por exemplo, haja atraso na entrega dos produtos.

Para Di Agustini (1999), o prazo concedido para o cliente pagar é um dos fatores determinantes da curva de procura de um produto. Através do *Vendor* a empresa pode receber à vista e, simultaneamente, em parceria com um banco, viabilizar prazo e taxa de financiamento aos seus compradores. Dessa forma, as vendas aumentam, as relações com os clientes se reforçam e o pagamento realizado pelo banco, equivalente a uma venda à vista, reforça o caixa da empresa e aumenta sua liquidez.

O prazo de financiamento é negociado entre a empresa fornecedora e a compradora. O fornecedor adequará o prazo da melhor forma possível para atender às necessidades de fluxo de caixa do comprador e dentro dos seus parâmetros de risco de crédito. Na maioria das vezes, o prazo do *Vendor* é superior ao prazo normal de uma venda a prazo financiada com recursos próprios da empresa vendedora.

Segundo Di Agustini (1999) o *Vendor* deve ser analisado pela empresa como um instrumento financeiro de alta competitividade para alavancar vendas, pois reúne características de financiamento, sem comprometer capital de giro e serviços associados. O fortalecimento das relações entre vendedor e comprador associados a serviços de financiamento, informações sobre crédito e atuação de bancos comerciais assume posição de liderança nos fatores competitivos de nações como EUA, Suíça e Reino Unido.

Os bancos costumam reduzir a burocracia no *Vendor* ao estabelecerem um limite de crédito para os vendedores, dentro dos quais as operações são feitas sem a necessidade de elaboração de um novo contrato a cada operação. As duas partes fazem um contrato-mãe e as operações são feitas até o limite do crédito contratado.

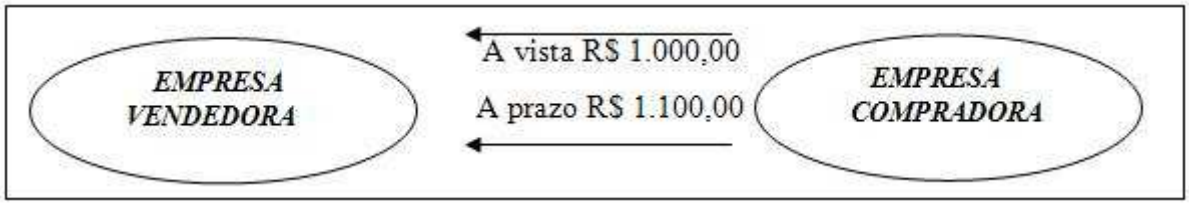

Figura 2 - Operação sem o vendor
Fonte: FORTUNA (1999, p. 135)

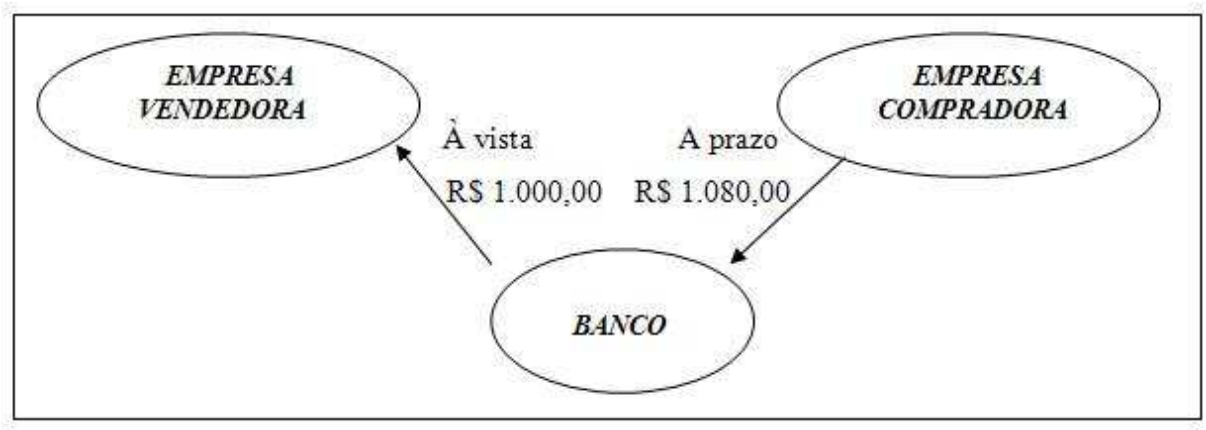

Figura 3 – Operação com o vendor
Fonte: FORTUNA (1999, p. 135)

Segundo DI AGUSTINI (1999), ao receber à vista do banco, a empresa reforça o caixa, melhora sua liquidez, aumenta as vendas e reforça as relações com sua base de clientes. Produtos manufaturados mediante licença pagam *royalties*, que geralmente são calculados sobre o valor da nota fiscal. O *Vendor* também proporciona vantagens neste caso.

2.5.3 Equalização de taxas

A equalização de taxas ocorre quando a taxa pactuada entre o banco e a empresa vendedora é diferente da taxa acertada entre a empresa vendedora e a compradora.

A taxa de juros pactuada entre o banco e a empresa vendedora é denominada de "TAXA DO VENDEDOR". É a taxa de juros que o banco cobra para intermediar a operação.

Já a taxa pactuada entre a empresa vendedora e a compradora é chamada de "TAXA DO COMPRADOR". É a taxa de juros cobrada pela empresa vendedora da empresa compradora. A empresa vendedora deve optar pela equalização no início (liberação do dinheiro pelo banco) ou no final (vencimento do título).

2.5.3.1 Modalidades de equalização de taxas

a) Equalização NULA:

É quando a taxa do vendedor é igual à taxa do comprador. Exemplo:

TAXA DO COMPRADOR (cobrada pela empresa vendedora):..... 2,4 % a.m

TAXA DO VENDEDOR (cobrada pelo banco):..... 2,4 % a.m

EQUALIZAÇÃO (diferença):..... 0 % a.m

Neste caso, os encargos são repassados integralmente à empresa compradora.

b) Equalização NEGATIVA:

É quando a taxa do vendedor é maior que a taxa do comprador. Exemplo:

TAXA DO COMPRADOR (cobrada pela empresa vendedora):..... 2,0 % a.m

TAXA DO VENDEDOR (cobrada pelo banco):..... 2,4 % a.m

EQUALIZAÇÃO (diferença):.....0,2 % a.m

Neste caso, os encargos podem ser divididos entre as empresas ou pagos integralmente pela empresa vendedora.

c) Equalização POSITIVA:

É quando a taxa do vendedor é menor que a taxa do comprador. Exemplo:

TAXA DO COMPRADOR (cobrada pela empresa vendedora):..... 3,0 % a.m

TAXA DO VENDEDOR (cobrada pelo banco):..... 2,4 % a.m

EQUALIZAÇÃO (diferença):..... 0,6 % a.m

Neste caso, os encargos da operação são repassados integralmente ao comprador. O valor resultante da diferença entre as taxas é creditado ao vendedor no início ou no fim da operação, conforme pactuado no contrato.

2.5.4 Garantias

São negociadas conforme critérios específicos de cada banco. As mais comuns são a Fiança, o Aval e a Hipoteca.

2.5.5 Vantagens para a empresa vendedora

As principais vantagens para as empresas vendedoras, extraídas da pesquisa, foram:

a) Redução da base tributária

Segundo Fortuna (1999), com o *Vendor*, reduz-se a carga de IPI, ICMS/ISS, PIS e COFINS que incide sobre o preço da Nota Fiscal da empresa vendedora. Se a própria empresa estivesse financiando a venda, ela embutiria no preço os custos financeiros, o que aumentaria o valor dos impostos a pagar.

A expectativa inflacionária não é embutida no valor das vendas.

Para a empresa vendedora, a base de cálculo destes impostos é menor, pois a cobrança passa a incidir sobre o valor da nota fiscal à vista.

b) Redução das comissões sobre vendas e/ou royalties

Algumas empresas pagam comissões a vendedores/representantes sobre o valor da nota fiscal. Com o *Vendor*, há uma redução nestas despesas, já que o custo financeiro das vendas a prazo não é embutido na nota fiscal. O valor ali constante será menor e, conseqüentemente, as despesas com vendas também.

O mesmo princípio aplica-se às empresas que pagam royalties ou licença para fabricação que também terá o custo reduzido.

c) Reforço do fluxo de caixa

Como todas as vendas feitas através da modalidade de *Vendor* são recebidas à vista, haverá uma otimização do fluxo de caixa da empresa.

d) Taxas competitivas

De modo geral, as taxas cobradas pelos bancos na modalidade de *Vendor* são menores que a maioria das outras opções de empréstimos para capital de giro.

e) Alavancagem das vendas

Com a possibilidade de oferecer aos seus clientes prazos maiores com um custo financeiro mais baixo, a empresa certamente conseguirá alavancar suas vendas.

f) Equalização de taxas

A empresa vendedora poderá escolher a maneira e como o custo financeiro cobrado pelo banco será pago: antecipado ou postecipado, pela empresa compradora ou dividido com a empresa compradora. Além dos encargos financeiros, há também a possibilidade de repassar ao comprador o valor do IOF.

g) Melhora dos índices de liquidez

Como todas as vendas são consideradas à vista, haverá uma melhora nos índices de liquidez da empresa.

h) Possibilidade de oferecer aos clientes prazos maiores

Como a empresa vendedora, independentemente do prazo negociado com o cliente, receberá todos os valores das vendas à vista, poderá oferecer aos seus clientes prazos maiores para pagamento.

i) As mesmas vantagens que tem na cobrança normal

Poderão ser dadas instruções para protesto, abatimento, prorrogações, etc.

j) Fortalecimento das relações comerciais com o cliente

Com o *Vendor*, cria-se, entre a empresa compradora e vendedora, uma parceria negocial muito maior que nas demais formas de venda.

l) Enxugamento do balanço

Os encargos pagos não oneram o balanço, pois não constituem despesas financeiras da empresa. O *Vendor* é contabilizado na rubrica “clientes” como redutor.

m) Possibilidade de oferecer os produtos a preços mais competitivos

Com o *Vendor*, a empresa consegue diminuir os seus custos, podendo, portanto, oferecer os seus produtos a preços menores.

n) Obtenção de desconto nas compras

Recebendo o valor de suas vendas à vista, a empresa poderá fazer suas compras também à vista, obtendo descontos dos seus fornecedores.

A mensuração do ganho a ser obtido com o *Vendor* está diretamente relacionada a duas variáveis: percentual de desconto obtido junto aos fornecedores e taxa de juros negociada com o banco.

2.5.6 Vantagens para a empresa compradora

Para a empresa compradora, detectou-se as seguintes vantagens:

a) Financiamento com taxas menores

Segundo Fortuna (1999), o cliente comprador garante taxas de financiamento que são menores que as praticadas para um financiamento isolado, a uma única empresa, pois está obtendo um preço à vista financiado por um empréstimo ao custo do risco de crédito do vendedor. Isso é reforçado pelo fato de que, no *Vendor*, o fabricante ou vendedor estabelece um acordo com o banco, de modo que os créditos sejam concedidos com agilidade, sem necessidade de verificação do risco de crédito do tomador final (comprador do produto e cliente preferencial da empresa vendedora), que ganha uma espécie de aval do seu fornecedor.

b) Redução da base de cálculo do imposto de renda

As despesas financeiras oriundas do *Vendor* são dedutíveis do imposto de renda.

c) Obtenção de prazos maiores para pagamento

Na modalidade de *Vendor*, haverá maior possibilidade de obter da empresa vendedora um prazo maior para pagamento já que ela, independentemente do prazo concedido, receberá à vista do banco.

d) Obtenção de preços menores

Com o *Vendor*, haverá maiores possibilidades de se obterem descontos da empresa vendedora.

e) Facilidade na obtenção de financiamento

A empresa compradora não precisa ser cliente do banco.

2.5.7 Desvantagens para a empresa vendedora

Vincular-se como coobrigada do comprador na operação.

2.5.8 Desvantagens para a empresa compradora

Há uma redução no crédito tributário, já que a alíquota do imposto incide sobre o valor da nota fiscal à vista, não incidindo sobre os juros cobrados pelo financiamento.

3 MÉTODO

Para atender aos objetivos da pesquisa, foram escolhidas três empresas com formas diferentes de tributação: a primeira tributada com base no lucro real, a segunda tributada com base no lucro presumido e a terceira optante pelo “simples”. O objetivo é avaliar as vantagens e desvantagens do *Vendor*, comparando os resultados obtidos na sistemática de vendas tradicional das empresas com os resultados do faturamento na modalidade de *Vendor*, assim gerando um manual de aplicação prática de consulta e orientação para funcionários da rede bancária e empresas de forma simples, prática e conclusiva. Todas as empresas desta amostra estão localizadas em Medianeira (PR) e são clientes do Banco do Brasil S/A, Agência Medianeira (PR).

Os dados necessários para a pesquisa foram retirados dos balanços patrimoniais das empresas, referentes ao ano de 2007. As informações complementares foram obtidas em entrevista pessoal, com o gerente financeiro ou administrador da empresa, por meio de uma pauta ou roteiro básico.

Como forma de facilitar a comparação entre os resultados foram utilizados os faturamentos, custos e despesas médias mensais das empresas analisadas.

Assim, a pesquisa será exploratória, qualitativa e documental.

Segundo Gil (1991), a pesquisa exploratória realiza descrições precisas da situação e quer descobrir as relações existentes entre os elementos componentes da mesma.

Para Oliveira (1997), as pesquisas que se utilizam da abordagem qualitativa possuem a facilidade de poder descrever a complexidade de uma determinada hipótese ou problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos experimentados por grupos sociais, apresentar contribuições no processo de mudança, criação ou formação de opiniões de determinado grupo e permitir a interpretação das particularidades dos comportamentos ou atitudes dos indivíduos. Entende-se por pesquisa qualitativa aquela cujos dados são descritivos, como textos, documentos, notas de campo, transcrições etc.

Para Gil (1991), a pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A diferença essencial entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa. Na pesquisa documental são investigados documentos a fim de se poder descrever e

comparar usos e costumes, tendências, diferenças e outras características.

Foram utilizadas fontes primárias (análises dos dados obtidos das empresas) e fontes secundárias (revisão da literatura).

As empresas foram escolhidas de forma intencional, para que os objetivos do estudo sejam contemplados.

Como limitações da pesquisa podemos elencar para este trabalho as seguintes restrições:

- A pesquisa não pretende esgotar o assunto, mesmo porque se trata de um campo novo, e com pouco material referencial teórico;
- Não foram consideradas todas as empresas possíveis;
- As vantagens elencadas só atingem as empresas que vendem a prazo;
- Em se tratando de modalidades de financiamento, pode surgir a qualquer momento algum outro que se supere ao Vendor.

4 RESULTADO DA PESQUISA

Foram pesquisadas três empresas, sediadas em Medianeira (PR) e clientes do Banco do Brasil S/A, agência Medianeira (PR), onde foram comparados os resultados obtidos no financiamento tradicional com a modalidade do *BB Vendor*.

4.1 EMPRESA 1 – TRIBUTADA COM BASE NO LUCRO REAL

Segundo HIGUCHI (2003, p. 25) “as pessoas jurídicas tributadas pelo lucro real poderão determinar o lucro com base em balanço anual levantado no dia 31 de dezembro ou mediante levantamento de balancetes trimestrais na forma da Lei nr. 9.430/96”.

A EMPRESA 1 apresenta os seguintes dados:

- Percentual de vendas a prazo: 100%
- Média mensal de vendas a prazo: R$ 815.659,16
- Juros embutidos nas vendas (cobrados dos clientes): 5% ao mês
- Juros cobrados pelo banco: Desconto de títulos/cheques: 2,0 % ao mês

  Vendor: 1,6 % ao mês

Despesas incidentes sobre as vendas:

- ICMS (imposto sobre a circulação de mercadorias e serviços) = 12 %
- PIS (programa de integração social) = 1,65 %
- COFINS (contribuição para fins de seguridade social) = 7,6 %
- Desconto que a empresa obtém dos seus fornecedores para compras à vista = 4 %
- Comissões pagas sobre vendas = 3 %

4.1.1 Despesas com vendas

Como já foi visto, na modalidade de *Vendor*, há uma redução do valor do IPI, ICMS, PIS e COFINS, pois os mesmos são calculados sobre o valor da nota fiscal à vista,

diferentemente da forma atual em que estes tributos são calculados sobre o valor da nota fiscal a prazo, onde estão embutidos os juros cobrados dos compradores.

O quadro abaixo faz a comparação entre a sistemática de financiamento próprio (atual) e a modalidade de *Vendor*:

DISCRIMINAÇÃO		**MODALIDADE ATUAL**	***VENDOR***
Valor das mercadorias		R$ 815.659,16	R$ 815.659,16
Despesas financeiras		R$ 40.782,96	R$ 13.050,55
Total – liquidação da operação		R$ 856.442,42	R$ 828.709,71
Valor da Nota Fiscal		R$ 856.442,30	R$ 815.659,16
TRIBUTOS	**ALÍQUOTA**		
IPI	0,00%	R$ 0,00	R$ 0,00
ICMS	12 %	R$ 102.773,08	R$ 97.879,10
PIS	1,65 %	R$ 14.131,30	R$ 13.458,38
COFINS	7,60%	R$ 65.089,61	R$ 61.990,10
TOTAL DOS IMPOSTOS		**R$ 181.993,99**	**R$ 173.327,58**

Quadro 1 - Despesas com impostos
Fonte: o autor (dados coletados na empresa pesquisada)

Baseado no quadro acima se verifica que na modalidade atual, temos um total de R$ 181.993,99 em impostos, ao passo que na modalidade de *Vendor* estes tributos são reduzidos para R$ 173.327,58, representando uma redução sobre as despesas com vendas de 4,76 %, neste caso.

Pode-se verificar então que, em um mês de vendas, a empresa economizará, em média, **R$ 8.666,41** em pagamento de tributos se optar pela modalidade de *Vendor*.

4.1.2 Comissões sobre vendas

A empresa paga também comissões aos seus vendedores de 10% sobre os valores das vendas, onde a base de cálculo é o valor das notas fiscais.

Atualmente a empresa paga essas comissões também sobre os juros que embute nas notas fiscais de venda a prazo.

Se optasse pela modalidade de *Vendor*, estas despesas seriam reduzidas, pois passariam a ser calculadas pelo valor das notas fiscais à vista.

O quadro abaixo demonstra esta diferença:

	Modalidade atual	***VENDOR***
Base de cálculo	R$ 856.442,30	R$ 815.659,16
Comissões (3%)	R$ 25.693,27	R$ 24.469,77

Quadro 2 - Despesas com comissões sobre vendas
Fonte: o autor (dados coletados na empresa pesquisada)

Na sistemática atual, a empresa gasta com despesas de comissões, em média, R$ 25.693,27 por mês, ao passo que, na modalidade de *Vendor*, estas despesas seriam reduzidas para R$ 24.469,77, obtendo-se, portanto, uma economia média de **R$ 1.223,50** por mês.

4.1.3 Reforço do fluxo de caixa

Recebendo o valor de todas as suas vendas à vista, a empresa otimizará o seu fluxo de caixa, reduzindo assim a necessidade de tomar empréstimos para o seu capital de giro.

4.1.4 Taxas competitivas

O valor médio dos encargos cobrados pelos bancos na modalidade de *Vendor* fica em torno de 1,6% ao mês. Para as linhas de desconto de títulos ou cheques, estes encargos ficam em média em 2,0% ao mês, enquanto que, para os demais empréstimos para capital de giro os juros sobem para, em média, 2,5% ao mês.

4.1.5 Alavancagem das vendas

Podendo oferecer aos clientes um prazo maior para pagamento e um preço menor pelos produtos ou serviços, a empresa certamente conseguirá alavancar as suas vendas.

4.1.6 Equalização de taxas

Neste caso, a empresa poderá optar pela equalização positiva, pois os encargos cobrados da empresa compradora são maiores que os cobrados pelo banco.

Os juros cobrados das empresas compradoras são de 5% ao mês. Calculados sobre o valor das mercadorias (R$ 815.659,16), estes juros somam R$ 40.782,96. Os juros cobrados pelo banco são de 1,6% ao mês, ou seja, R$ 13.050,55. A diferença entre estes dois valores, R$ 27.732,41, é creditada pelo banco para a empresa.

4.1.7 Índices de liquidez e enxugamento do balanço

Como todos os recebimentos são à vista, o *Vendor* ajuda a melhorar os índices de liquidez dos balanços.

Os juros cobrados pelo banco não oneram o balanço da empresa, pois não constituem despesas financeiras.

4.1.8 Desconto nas compras

Como já foi relatado, na modalidade de *Vendor* a empresa recebe à vista os valores das suas vendas a prazo.

Recebendo à vista, a empresa pode optar em efetuar suas compras também com pagamento à vista, obtendo dos seus fornecedores um desconto de 4%.

O custo atual das matérias-primas adquiridas é de R$ 527.700,41 por mês, com um prazo médio para pagamento de 30 dias.

Pagando à vista, a empresa obtém dos fornecedores um desconto médio de 4%, reduzindo este custo para R$ 506.592,39.

A empresa pode passar a ter uma redução mensal de custo de R$ 21.108,02, representando assim 4% de redução nos custos de produção da empresa.

Sistemática atual	***VENDOR* (desconto de 4%)**
R$ 527.700,41	R$ 506.592,39

Quadro 3 - Custo das matérias-primas
Fonte: o autor (dados coletados na empresa pesquisada)

As diferenças entre as duas modalidades estão resumidas na DRE abaixo:

	Modalidade atual	***VENDOR***
RECEITA BRUTA DE VENDAS	R$ 856.442,12	R$ 815.659,16
(+) EQUALIZAÇÃO *VENDOR*		R$ 27.732,41
(-) ICMS	(R$ 102.773,05)	(R$ 97.879,10)
(-) PIS	(R$ 14.131,29)	(R$ 13.458,38)
(-) COFINS	(R$ 65.089,60)	(R$ 61.990,10)
(-) COMISSÕES S/ VENDAS	(R$ 25.693,26)	(R$ 24.469,77)
(-) CUSTO DAS M P	(R$ 527.700,41)	(R$ 506.592,39)
(-) IOF		(R$ 13.238,15)
(=) LUCRO BRUTO	R$ 121.054,50	R$ 125.763,69
(-) DESPESAS ADM/FINANC	(R$ 32.650,18)	(R$ 32.650,18)
(=) LUCRO	R$ 88.404,32	R$ 93.113,51
(-) CSLL (9%)	(R$ 7.956,39)	(R$ 8.380,22)
(-) IR (15%)	(R$ 20.101,08)	(R$ 21.278,38)
(=) LUCRO LÍQUIDO	R$ 60.346,85	R$ 84.733,29

Quadro 4 - DRE
*IOF = 0,0041% X R$ 815.659,16 X 30 dias = R$ 1.003,26 e mais alíquota adicional de 0,38% sobre o valor da operação, neste caso 815.659,16 x 0,38% = R$ 3.099,50, totalizando R$ 13.238,15.

O lucro líquido, na modalidade de *Vendor*, neste caso, é superior em R$ 24.386,44 ao líquido apresentado na modalidade de vendas atual da empresa.

4.1.9. Empresas compradoras

Como já foi relatado, com o *Vendor*, há uma redução do crédito tributário para a empresa compradora, já que a alíquota dos impostos é calculada sobre o valor da nota fiscal à vista.

Para compensar esta desvantagem, a empresa pode conceder aos seus clientes um desconto ou uma redução dos juros cobrados pela venda a prazo.

A empresa pode reduzir os juros cobrados dos seus clientes de 5% para 3% ao mês.

A DRE passa a ser a abaixo demonstrada:

	Modalidade atual	***VENDOR***
RECEITA BRUTA DE VENDAS	R$ 856.442,12	R$ 815.659,16
(+) EQUALIZAÇÃO *VENDOR*		R$ 11.419,23
(-) ICMS	(R$ 102.773,05)	(R$ 97.879,10)
(-) PIS	(R$ 14.131,29)	(R$ 13.458,38)
(-) COFINS	(R$ 65.089,60)	(R$ 61.990,10)
(-) COMISSÕES S/ VENDAS	(R$ 25.693,26)	(R$ 24.469,77)
(-) CUSTO DAS M P	(R$ 527.700,41)	(R$ 506.592,39)
(-) IOF		(R$ 13.238,15)
(=) LUCRO BRUTO	R$ 121.054,50	R$ 109.450,51
(-) DESPESAS ADM/FINANC	(R$ 32.650,18)	(R$ 32.650,18)
(=) LUCRO BRUTO	R$ 88.404,32	R$ 76.800,33
(-) CSLL (9%)	(R$ 7.956,39)	(R$ 6.912,03)
(-) IR (15%)	(R$ 20.101,08)	(R$ 17.200,08)
(=) LUCRO LÍQUIDO	R$ 60.346,85	R$ 69.888,30

Quadro 5 - DRE 2
Fonte: o autor (dados coletados na empresa pesquisada)

Observa-se que, mesmo cobrando 2% a menos do cliente, há uma vantagem significativa para a empresa vendedora, com a modalidade de *Vendor*.

4.1.10 Análises dos ganhos financeiros da empresa vendedora

Redução em mais de 4,7% das despesas com o pagamento de ICMS, PIS e COFINS. Atualmente a empresa desembolsa aproximadamente R$ 181.993,99 por mês para o pagamento destes tributos. Utilizando o *Vendor*, este desembolso seria reduzido para R$ 173.327,58, ou seja, uma economia mensal de **R$ 8.666,41.**

Redução do mesmo percentual com as despesas com comissões sobre vendas. Na sistemática atual, a empresa gasta mensalmente R$ 25.693,27 com comissões sobre vendas. Com o *Vendor*, estas despesas seriam reduzidas para R$ 24.469,77, economizando-se assim, **R$ 1.223,50** por mês.

Redução de 5% no custo das mercadorias adquiridas, correspondente ao desconto obtido dos fornecedores pela compra à vista. Atualmente este custo é de R$ 527.700,41. Com a modalidade de *Vendor*, este custo cairia para R$ 506.592,39, ou seja, uma redução de custo de **R$ 21.108,02** por mês.

O lucro líquido mensal, na modalidade de *Vendor*, é 40,41% superior ao apresentado

na modalidade atual.

Conforme detalhado na DRE, utilizando a modalidade de *Vendor*, a empresa poderia aumentar o seu lucro de R$ 60.346,85 (modalidade atual), para R$ 84.733,29 (*Vendor*).

4.1.11 Ganhos financeiros para as empresas compradoras

Redução do custo dos produtos adquiridos em 2%.

4.2 EMPRESA 2 - TRIBUTADA COM BASE NO LUCRO PRESUMIDO

O lucro presumido é uma forma de tributação simplificada para determinação da base de cálculo do imposto de renda e da contribuição social sobre o lucro líquido das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração do lucro real.

A EMPRESA 2 apresenta os seguintes dados:

- Percentual de vendas a prazo: 100%
- Média mensal de vendas a prazo: R$ 827.601,04
- Juros embutidos nas vendas (cobrados dos clientes): 2,7% ao mês
- Juros cobrados pelo banco: Desconto de títulos/cheques: 2,7 % ao mês

  Vendor: 2,4 % ao mês

Despesas incidentes sobre as vendas:

- ICMS = 12 %
- PIS = 1,65 %
- COFINS = 3 %
- Desconto que a empresa obtém dos seus fornecedores para compras à vista = 8 %

4.2.1 Despesas com vendas

O quadro abaixo faz a comparação entre a sistemática de financiamento próprio (atual) e a modalidade de *Vendor*:

DISCRIMINAÇÃO		MODALIDADE ATUAL	*VENDOR*
Valor das mercadorias		R$ 827.601,04	R$ 827.601,04
Despesas financeiras		R$ 22.345,23	R$ 19.862,42
Total – liquidação da operação		R$ 849.946,27	R$ 847.463,46
Valor da Nota Fiscal		R$ 849.946,27	R$ 827.601,04
TRIBUTOS	**ALÍQUOTA**		
IPI	0,00%	R$ 0,00	R$ 0,00
ICMS	12 %	R$ 101.993,55	R$ 99.312,12
PIS	1,65 %	R$ 14.024,11	R$ 13.655,42
COFINS	3 %	R$ 25.498,39	R$ 24.828,03
TOTAL DOS IMPOSTOS		**R$ 141.516,05**	**R$ 137.795,57**

Quadro 6 - Despesas com impostos
Fonte: o autor (dados coletados na empresa pesquisada)

Na modalidade atual, temos um total de R$ 141.516,05 em despesas com impostos (ICMS, PIS e COFINS), ao passo que na modalidade de *Vendor* estes tributos são reduzidos para R$ 137.795,57.

Pode-se afirmar então que, em um mês de vendas, a empresa economizará, em média, **R$ 3.720,48** em pagamento de tributos se optar pela modalidade de *Vendor*.

4.2.2 Equalização de taxas

Neste caso, a empresa poderá optar pela equalização positiva, pois os encargos cobrados da empresa compradora são maiores que os cobrados pelo banco.

Os juros cobrados das empresas compradoras são de 2,7% ao mês. Calculados sobre o valor das mercadorias (R$ 827.601,04), estes juros somam R$ 22.345,23. Os juros cobrados pelo banco são de 2,4% ao mês, ou seja, R$ 19.862,42. A diferença entre estes dois valores,

R$ 2.482,81, é creditada pelo banco para a empresa.

4.2.3 Desconto nas compras

Recebendo à vista, a empresa pode fazer suas compras também com pagamento à vista, obtendo dos seus fornecedores um desconto de 8%.

O custo atual das matérias-primas adquiridas é de R$ 523.081,12 por mês, com um prazo médio para pagamento de 30 dias.

Pagando à vista, a empresa obtém dos fornecedores um desconto médio de 8%, reduzindo este custo para R$ 481.234,64.

A empresa passa a ter uma redução mensal de custo de **R$ 41.846,48**.

Sistemática atual	***VENDOR* (desconto de 8%)**
R$ 523.081,12	R$ 481.234,64

Quadro 7 - Custo das matérias-primas
Fonte: o autor (dados coletados na empresa pesquisada)

As diferenças entre as duas modalidades estão resumidas na DRE abaixo:

	Modalidade atual	*VENDOR*
RECEITA BRUTA DE VENDAS	R$ 849.946,26	R$ 827.601,04
(+) EQUALIZAÇÃO *VENDOR*		R$ 2.482,81
(-) ICMS	(R$ 101.993,55)	(R$ 99.312,12)
(-) PIS	(R$ 14.024,11)	(R$ 13.655,42)
(-) COFINS	(R$ 25.498,39)	(R$ 24.828,03)
(-) CUSTO DAS M P	(R$ 523.081,12)	(R$ 481.234,64)
(-) IOF		(R$ 1.017,95)
(=) LUCRO BRUTO	R$ 185.349,09	R$ 210.035,69
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	(R$ 86.599,72)	(R$ 86.599,72)
(=) LUCRO	R$ 98.749,37	R$ 123.435,97
(-) CSLL	(R$ 8.159,48)	(R$ 7.944,97)
(-) IR	(R$ 15.299,03)	(R$ 14.896,82)
(=) LUCRO LÍQUIDO	R$ 75.290,86	R$ 100.594,18

Quadro 8 - DRE
Fonte: o autor (dados coletados na empresa pesquisada)

4.2.4 Empresas compradoras

Para compensar a redução do crédito tributário, a empresa pode conceder um desconto de 2% para os seus clientes na modalidade de *Vendor*.

A DRE passa a ser a abaixo demonstrada:

	Modalidade atual	***VENDOR***
RECEITA BRUTA DE VENDAS	R$ 849.946,26	R$ 811.049,02
(+) EQUALIZAÇÃO *VENDOR*		R$ 2.433,14
(-) ICMS	(R$ 101.993,55)	(R$ 97.325,88)
(-) PIS	(R$ 14.024,11)	(R$ 13.382,31)
(-) COFINS	(R$ 25.498,39)	(R$ 24.331,47)
(-) CUSTO DAS M P	(R$ 523.081,12)	(R$ 481.234,64)
(-) IOF		(R$ 997,59)
(=) LUCRO BRUTO	R$ 185.349,09	R$ 196.210,27
(-) DESPESAS OPERACIONAIS	(R$86.599,72)	(R$ 86.599,72)
(=) LUCRO	R$ 98.749,37	R$ 109.610,55
(-) CSLL	(R$ 8.159,48)	(R$ 7.786,07)
(-) IR	(R$ 15.299,03)	(R$ 14.598,88)
(=) LUCRO LÍQUIDO	R$ 75.290,86	R$ 87.225,60

Quadro 9 - DRE 2
Fonte: o autor (dados coletados na empresa pesquisada)

Observa-se que, mesmo concedendo um desconto de 2% para os clientes, o lucro líquido na modalidade de *Vendor* é maior do que na modalidade atual onde não ocorre o desconto.

4.2.5 Análises dos ganhos financeiros para a empresa vendedora

Economia de aproximadamente **R$ 3.720,48** por mês com o pagamento de ICMS, PIS e COFINS. Atualmente a empresa desembolsa aproximadamente R$ 141.516,05 por mês para o pagamento destes tributos. Utilizando o *Vendor*, este desembolso seria reduzido para R$ 137.795,57.

Redução de 8% no custo das mercadorias adquiridas, correspondente ao desconto obtido dos fornecedores pela compra à vista. Atualmente este custo é de R$ 523.081,12. Com a modalidade de *Vendor*, este custo cairia para R$ 481.234,64, ou seja, uma redução de custo

de **R$ 41.846,48** por mês.

O lucro líquido mensal, na modalidade de *Vendor*, é quase 35% superior ao apresentado na modalidade atual.

Conforme detalhado na DRE, utilizando a modalidade de *Vendor*, a empresa poderia aumentar o seu lucro de R$ 75.290,86 (modalidade atual), para R$ 87.225,60 (*Vendor*) mesmo concedendo aos clientes um desconto de 2% sobre as vendas.

4.2.6 Ganhos financeiros para as empresas compradoras

Redução do custo dos produtos adquiridos em 2%.

4.3 EMPRESA 3 – OPTANTE PELO “SIMPLES”

A pessoa jurídica enquadrada na condição de microempresa ou de empresa de pequeno porte pode optar pela inscrição no sistema integrado de pagamento de impostos e contribuições, que implica no pagamento mensal unificado do imposto de renda, PIS, contribuição social sobre o lucro líquido, COFINS, IPI e contribuição para a seguridade social.

A EMPRESA 3 apresenta os seguintes dados:

- Percentual de vendas a prazo: 100%
- Média mensal de vendas a prazo: R$ 100.037,16
- Juros embutidos nas vendas (cobrados dos clientes): 5% ao mês
- Juros cobrados pelo banco: Desconto de títulos/cheques: 2,7 % ao mês

Vendor: 2,4 % ao mês

Despesas incidentes sobre as vendas:

- SIMPLES = 9,49 %
- Desconto que a empresa obtém dos seus fornecedores para compras à vista = 5 %

4.3.1 Despesas com vendas

O quadro abaixo faz a comparação entre a sistemática de financiamento próprio (atual) e a modalidade de *Vendor*:

DISCRIMINAÇÃO		MODALIDADE ATUAL	*VENDOR*
Valor das mercadorias		R$ 100.037,16	R$ 100.037,16
Despesas financeiras		R$ 5.001,86	R$ 2.400,89
Total – liquidação da operação		R$ 105.039,02	R$ 102.438,05
Valor da Nota Fiscal		R$ 105.039,02	R$ 100.037,16
TRIBUTOS	**ALÍQUOTA**		
SIMPLES	9,49 %	R$ 9.968,20	R$ 9.493,53

Quadro 10 - Despesas com impostos
Fonte: o autor (dados coletados na empresa pesquisada)

Pode-se afirmar então que, em um mês de vendas, a empresa economizará, em média, **R$ 474,67** em pagamento de tributos se optar pela modalidade de *Vendor*.

4.3.2 Equalização de taxas

Neste caso, a empresa poderá optar pela equalização positiva, pois os encargos cobrados da empresa compradora são maiores que os cobrados pelo banco.

Os juros cobrados das empresas compradoras são de 5% ao mês.Calculados sobre o valor das mercadorias (R$ 100.037,16), estes juros somam R$ 5.001,86. Os juros cobrados pelo banco são de 2,4% ao mês, ou seja, R$ 2.400,89. A diferença entre estes dois valores, R$ 2.600,97, é creditada pelo banco para a empresa.

4.3.3 Descontos nas compras

Recebendo à vista, a empresa pode fazer suas compras também com pagamento à

vista, obtendo dos seus fornecedores um desconto de 5%.

O custo atual das matérias-primas adquiridas é de R$ 60.325,81 por mês, com um prazo médio para pagamento de 30 dias.

Pagando à vista, a empresa obtém dos fornecedores um desconto médio de 5%, reduzindo este custo para R$ 57.309,52.

A empresa passa a ter uma redução mensal de custo de **R$ 3.016,29.**

Sistemática atual	***VENDOR* (desconto de 5%)**
R$ 60.325,81	R$ 57.309,52

Quadro 11 - Custo das matérias-primas
Fonte: o autor (dados coletados na empresa pesquisada)

As diferenças entre as duas modalidades estão resumidas na DRE abaixo:

	Modalidade atual	***VENDOR***
RECEITA BRUTA DE VENDAS	R$ 105.039,02	R$ 100.037,16
(+) EQUALIZAÇÃO *VENDOR*		R$ 2.600,97
(-) SIMPLES	(R$ 9.968,20)	(R$ 9.493,53)
(-) CUSTO DAS M P	(R$ 60.325,81)	(R$ 57.309,52)
(-) IOF		(R$ 503,18)
(=) LUCRO BRUTO	R$ 34.745,01	R$ 35.331,90
(-)DESPESAS OPERACIONAIS	(R$ 3.357,02)	(R$ 3.357,02)
(=) LUCRO LÍQUIDO	R$ 31.387,99	R$ 31.974,88

Quadro 12 - DRE
Fonte: o autor (dados coletados na empresa pesquisada)

Verifica-se que o lucro líquido mensal na modalidade de *Vendor* é superior em R$ 586,89 à modalidade atual.

4.3.4 Análises dos ganhos financeiros para a empresa vendedora

Redução de aproximadamente **R$ 474,67** por mês com o pagamento de tributos (SIMPLES). Atualmente este custo é de aproximadamente R$ 9.968,20 por mês. Utilizando-se a modalidade de *Vendor*, este custo cairia para aproximadamente R$ 9.493,53 por mês.

Redução de aproximadamente **R$ 3.016,29** por mês no custo das matérias primas,

referentes ao desconto de 8% que a empresa obtém dos seus fornecedores nas compras ã vista. Atualmente este custo é de aproximadamente R$ 60.325,81 por mês. Com a modalidade de *Vendor*, este custo poderia ser reduzido para R$ 57.309,52.

O lucro líquido mensal, na modalidade de *Vendor*, é quase 2% superior ao apresentado na modalidade atual.

Conforme detalhado na DRE, utilizando a modalidade de *Vendor*, a empresa poderia aumentar o seu lucro de R$ 31.387,99 (modalidade atual), para R$ 31.974,88 (*Vendor*).

5 CONCLUSÃO

O presente trabalho tinha como objetivo geral e principal a criação de um manual de aplicação prática do produto BB Vendor, a fim de orientar os empresários e o funcionalismo da rede bancária, de forma simples, prática e conclusiva. Para isto avaliou as vantagens e desvantagens do *Vendor*, comparando os resultados obtidos na sistemática de vendas tradicional das empresas com os resultados do faturamento na modalidade de *Vendor*.

Este objetivo foi alcançado e o resultado da pesquisa será de grande valia na utilização como manual de aplicação prática. Diante dos resultados obtidos conclui-se que o BB Vendor é um instrumento financeiro muito importante que pode ser utilizado para alavancar as vendas da empresa, reduzir seus custos, otimizar o seu fluxo de caixa e fortalecer as relações comerciais com os seus clientes. Em todas as situações a modalidade de financiamento através do BB Vendor trouxe-se resultados positivos em sua aplicação frente a modalidade tradicional de financiamento das vendas.

E ainda, tinha como objetivos específicos: descobrir se a forma de tributação de uma empresa é determinante para que a modalidade de *Vendor* seja vantajosa ou não; comparar as diferenças entre os resultados do faturamento através do *Vendor* com os resultados do tradicional financiamento próprio e demonstrar o ganho/perda que as empresas tem com o *Vendor*, assim determinando se as empresas poderiam ganhar dinheiro com a utilização do banco através deste produto.

Quanto à forma de tributação das empresas, conclui-se, através da análise de três empresas com formas diferentes de tributação (lucro real, presumido e optante pelo ”simples“) que a modalidade de *Vendor* mostra-se vantajosa em todos os casos. Isso demonstra que o *Vendor* é vantajoso para empresas de todos os portes.

As principais diferenças entre os resultados financeiros obtidos pelas empresas no financiamento próprio e através do *Vendor* estão na redução da despesa com pagamento de impostos (IPI, ICMS, PIS, COFINS e SIMPLES), comissões sobre vendas e royalties e possibilidade de se efetuar as compras à vista, com a obtenção de desconto dos fornecedores.

Demonstrou-se também, através de simulações de demonstrações contábeis, que há um ganho significativo com a utilização do *Vendor*. Em todos os casos, o lucro líquido é maior com a utilização da sistemática do *Vendor* do que na sistemática de vendas tradicional.

Em todas as empresas analisadas, a utilização da modalidade de *Vendor* mostrou-se vantajosa, tanto para a empresa vendedora, quanto para a compradora.

As únicas desvantagens detectadas foram:

a) Para a empresa compradora: redução do crédito tributário;

b) Para a empresa vendedora: vincular-se como coobrigada do comprador na operação.

A mensuração do ganho obtido está diretamente ligada às seguintes variáveis: percentual de desconto obtido para as compras à vista, percentual pago a título de comissões sobre vendas e royalties, taxa de juros negociada com o banco e taxa de juros cobrada da empresa compradora.

Por fim, cabe ressaltar a importante contribuição que a presente pesquisa proporcionou para o aumento dos meus conhecimentos sobre o assunto que serão muito úteis para o desempenho da minha atividade profissional.

Igualmente importante foi para as empresas pesquisadas que tiveram a oportunidade de conhecer as múltiplas vantagens da modalidade de *Vendor*.

5.1 SUGESTÕES

Tendo em vista a variedade de vantagens, tanto comerciais quanto financeiras, que a modalidade de *Vendor* proporciona, sugere-se que as empresas revejam a forma como estão fazendo o seu faturamento ou financiando o seu capital de giro. A utilização de um instrumento adequado como o *Vendor* pode gerar uma redução bastante significativa nos seus custos e proporcionar uma consistente vantagem competitiva para a empresa.

Devido ao pouco conhecimento que as empresas tem a respeito do *Vendor*, sugere-se também às instituições financeiras que promovam uma maior divulgação desta modalidade.

Quanto às instituições de ensino, sugere-se que se façam maiores pesquisas sobre o assunto, assim como a elaboração de artigos, anais e até mesmo, obras específicas sobre o tema.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Iniciação à administração financeira**. São Paulo: Makron books, 1994.

DI AGUSTINI, Carlos Alberto. **Capital de giro:** análise das alternativas e fontes de financiamento. São Paulo: Atlas, 1999.

FERNANDES, Antônio Alberto Grossi. **O Brasil e o sistema financeiro nacional.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado financeiro**: produtos e serviços. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1991.

GROPPELLI, A. A.; NIKBAKHT, Ehsan. **Administração financeira.** São Paulo: Saraiva, 2001.

HIGUCHI, Hiromi; HIGUCHI, Celso H. **Imposto de renda das empresas.** São Paulo: Atlas, 2003.

HOJI, Masakazu. **Administração financeira**: uma abordagem prática: matemática financeira aplicada, estratégias financeiras, análise, planejamento e controle financeiro. São Paulo: Atlas, 2001.

OLIVEIRA, Sílvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica**. São Paulo: Pioneira, 1997.

SANTOS, Edno Oliveira dos. **Administração financeira da pequena e média empresa**. São Paulo: Atlas, 2001.

SANTOS, José Holmer dos. Os efeitos do financiamento na modalidade de *vendor*

quando da análise dos balanços das empresas. Porto Alegre: UFRGS, 1998.