



informativo SINFAC-SP

SINDICATO DAS SOCIEDADES DE FOMENTO MERCANTIL – FACTORING DO ESTADO DE SÃO PAULO

Reconhecimento do setor avança

Empresários, políticos, profissionais do factoring e segmentos parceiros saíram com essa certeza do *VI Simpósio* da categoria, recém-realizado em São Paulo



MAILSON DA NÓBREGA:
FOMENTO MERCANTIL DEVE
CONTINUAR ACREDITANDO NO BRASIL

Página 4

ANTONIO GUSTAVO RODRIGUES:
EMPRESÁRIOS SÃO PARCEIROS DO
COAF, NÃO FISCAIS DO GOVERNO

Página 5

Estamos na direção correta



O *factoring precisa do Brasil; o Brasil precisa do factoring*. Esta máxima ganha ainda mais sentido quando analisamos as seguidas conquistas do setor, encampadas pelo SINFAC-SP. Dá orgulho saber que tamanho esforço está sendo recompensado.

Isto porque a nossa atividade está muito próxima de ser regulada pelo novo Código Comercial, que contemplou o fomento mercantil com um capítulo inteiro no anteprojeto do Senado. Sancionado, será um marco nos mais de 30 anos de história do factoring no país.

Em breve também faremos parte do Estatuto da Micro e Pequena Empresa, por meio de artigo inserido no PLP 237/2012, o qual vedará a recusa de empresas em honrar pagamentos de crédito transferido, por micro e pequenas empresas, às sociedades de fomento mercantil.

2 Sucesso de público e crítica, o *VI Simpósio dos Empresários de Fomento Mercantil do Estado de São Paulo* nos deixou várias certezas sobre o presente e o futuro do setor. Em primeiro lugar, por ter apostado no saudável debate de ideias. E, em segundo, porque reforçou a convicção geral de que o Sindicato caminha na direção certa, lutando com todas as suas forças pela categoria.

Bastante concorrido, o evento recebeu ilustres personalidades, a começar pelo ex-ministro da Fazenda Mailson da Nóbrega, que nos brindou com uma análise positiva sobre 2014, tanto para a economia quanto para a nossa atividade.

Já o presidente do COAF, Antonio Gustavo Rodrigues, profundo conhecedor do nosso setor, mostrou que os empresários não devem ser fiscais ou realizar as comunicações de qualquer jeito, a esmo. Devem, sim, comunicar apenas operações anormais.

Importantes figuras do Parlamento também expuseram seus pontos de vista. Os deputados federais Pedro Eugênio e Laércio Oliveira reforçaram o apoio ao factoring, demonstrando amplo conhecimento sobre a sua importância para o Brasil.

O professor Luiz Almeida Marins Filho, com bom humor e facilidade de expor temas dos mais complexos, trouxe inspiração extra aos empresários, ao falar de motivação e sucesso, o que certamente ajudará a todos a vencer os desafios do dia a dia.

Evento bem-sucedido, missão cumprida. Debates ideias e colaboramos para atualizar conhecimentos dos empresários e demais componentes da nossa cadeia produtiva. E, em especial, desmistificaram-se quaisquer dúvidas ou más interpretações por parte de quem nunca entendeu o conceito e os benefícios do fomento mercantil para as empresas.

Boa leitura a todos!

Hamilton de Brito Junior, presidente do SINFAC-SP

DIRETORIA

HAMILTON DE BRITO JUNIOR
Presidente

MARCUS JAIR GARUTTI
Vice-Presidente

FERNANDO A. REGADAS JUNIOR
Diretor Tesoureiro

LUIZ FERNANDO DIAS LYCARIÃO DA TRINDADE
Diretor Secretário

FERNANDO GALUCCI
Diretor Social e de Eventos

JOSÉ CARLOS FRANCISCO
Diretor de Relações com o Mercado

DIRETORIA SUPLENTE
Robinson Carneiro Cerqueira Leite
Doriana Pieri Bento
Marcos Libanore Caldeira
Daniel Chamham

CONSELHO FISCAL
Maria Isabel Salvati Camargo
Everaldo Moreira
Demetrius Alberto Duailibi

CONSELHO FISCAL SUPLENTE
Maria da Conceição Francischinelli

SINFAC-SP
Sindicato das Sociedades de Fomento Mercantil –
Factoring do Estado de São Paulo
Rua Líbero Badaró, 425 - conj. 183
01009-000 - São Paulo - SP
Tel: (11) 3105-0615
www.sinfac-sp.com.br • sinfacsp@sinfac-sp.com.br

EXPEDIENTE

CRISTINA ENGELS RODRIGUES
Gerente Administrativo Financeiro

PRODUÇÃO EDITORIAL
Reperkut Comunicação S/S
(11) 4063-7928
atendimento@reperkut.com.br • www.reperkut.com.br
Jornalista Responsável: Wagner Fonseca (MTB 15.155)
Redator: Luciano Guimarães
Foto da capa: Ação Filmes

EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA
Acará Estúdio Gráfico
(11) 3803-8612
contato@acara.com.br • www.acara.com.br

IMPRESSÃO: LIP Gráficas

TIRAGEM: 3.300 exemplares

Inserido no Código Comercial, factoring semeia novo caminho

VI Simpósio reforça união do setor e atuação do SINFAC-SP na busca de mais reconhecimento da atividade em âmbito federal, por meio de leis como o anteprojeto do Senado e o PLP 237/2012

Um marco na história recente do Sindicato paulista e do factoring nacional. Esta foi a exata sensação de todos – palestrantes, participantes e organizadores – que vivenciaram o clima e o ambiente da sexta edição do *Simpósio dos Empresários de Fomento Mercantil do Estado de São Paulo*, realizada pela entidade no dia 26 de setembro, na sede da FECOMERCIOSP.

“Além da inserção de um capítulo exclusivo no anteprojeto do Senado para o novo Código Comercial, considerada nossa maior vitória, esta fase da vida sindical está mostrando que estamos no caminho certo”, declarou o presidente Hamilton de Brito Junior, durante a abertura do evento, lotado do começo ao fim, em quase seis horas de duração.

A consulta pública para esta proposta, de relatoria do advogado Fábio Ulhoa Coelho, ficou aberta no site do Senado até 18 de outubro. Nela, o fomento mercantil está contemplado no Capítulo VII (Parte Especial, Livro II, Título II), com a introdução dos artigos de 553 a 559.

O dirigente lembrou, em seu discurso, que nos últimos dois anos o SINFAC-SP passou por muitas transformações, como

a implantação da certificação ISO 9001 e do Sistema de Excelência em Gestão Sindical (SEGS), outorgado pela FECOMERCIOSP, processos que estão gerando ótimos resultados na busca pela qualidade total interna e no atendimento aos associados.

“Neste anteprojeto do Senado, teremos um capítulo totalmente dedicado ao factoring, falando de direito de regresso, direito a garantias, operação de fomento à produção e à compra de direitos creditórios como prioridade, além da prestação de serviços como importante, mas opcional. Além disso, teremos mais condições de resolver problemas, inclusive a criação de uma câmara para a compensação de títulos faturizados, impedindo que documentos nela apresentados deixem de ser pagos por terceiros”, detalhou Hamilton.

De acordo com ele, esta câmara é algo complexo de ser implantado, mas com os avanços tecnológicos, a atividade já conta com processos cada vez mais ágeis, como a duplicata eletrônica. “É um projeto grande e desafiador, mas certamente poderá resolver a questão do sacado que não paga a terceiros”, salientou.

O setor também busca espaço no PLP 237, que altera o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. O objetivo é evitar que os pequenos empresários sejam forçados a não circular o seus títulos, pois os grandes compradores não aceitam qualquer tipo de negociação. “Entre nossas bandeiras está a constante inserção de um artigo nesta legislação, para que seja proibida a recusa do pagamento às MPEs”, argumentou o presidente do SINFAC-SP.

Além de lideranças políticas e empresariais, o evento contou com diretores do Sindicato paulista e de outros Estados, como Frederico Loyo Filho (presidente do SINFAC-PE), além de entidades nacionais como a ANFAC, por meio de seu presidente, Luiz Lemos Leite.

O *VI Simpósio* foi palco de uma das raras oportunidades de acompanhar palestras de renomadas figuras, como o ex-ministro da Fazenda e consultor empresarial Mailson da Nóbrega, o presidente do COAF, Antonio Gustavo Rodrigues, além dos deputados federais Pedro Eugênio e Laércio Oliveira e do professor Luiz Almeida Marins Filho.

Lotado, evento reuniu empresários do setor, autoridades políticas e representantes de entidades sindicais, para debater os desafios do fomento mercantil



Factoring incrementará parcerias com PMEs em todo o país

Primeira palestra do evento, apresentação do ex-ministro da Fazenda resumiu os desafios econômicos para o próximo ano, lembrando que o empresariado brasileiro é pródigo em agir e buscar soluções

Em ano de Copa do Mundo no Brasil, o factoring se beneficiará do ambiente favorável e certamente marcará vários “gols” em todo o mercado nacional, gerando mais negócios e se atrelando ao cenário positivo que se aproxima.

Apresentada pelo economista e consultor empresarial Mailson da Nóbrega, a palestra “Perspectivas Econômicas para 2014” abriu o VI Simpósio, sintetizando este panorama aos empresários e enfatizando que o clima é de bastante otimismo.

Conhecido por suas análises certeiras, o ex-ministro da Fazenda (janeiro de 1988 a março de 1990) lembrou que o factoring é fundamental para o desenvolvimento das pequenas e médias empresas, e esta parceria com os empreendedores continuará a aumentar, visto que “o setor está quase se consolidando por legislação e por regulação adequada”, reconheceu.

Para Mailson, a confiança dos empresários brasileiros de todos os segmentos hoje é menor do que três anos atrás, pois os erros da equipe econômica são vários. “A ênfase continuada na expansão do consumo, por exemplo, precisa ser revertida”, argumentou, apontando ainda obstáculos como a inflação pressionada, apesar dos artifícios; deterioração das contas externas; perda de credibilidade da política econômica; risco de rebaixamento do *rating* do Brasil; e queda do potencial de crescimento.

Segundo ele, nossa economia perdeu dinamismo. Cresceu fortemente de 2003 para cá, exatamente quando a China emergiu nas *commodities* nas quais o Brasil sempre foi forte. “A liquidez internacional está se estreitando, dificultando

a obtenção de mais crédito no exterior. Paralelo a isso, a chamada ‘contabilidade criativa na gestão fiscal’ é um grave problema que está arranhando a credibilidade do país lá fora. O tesouro capta a 9% e empresta a 4% para o BNDES, gerando um rombo que vai estourar lá na frente”, analisou.

De acordo com o ex-ministro, mesmo com tamanhos desafios, o risco de o Brasil desandar é praticamente nulo. “As chances são próximas de zero, porque fundamentalmente temos instituições só-

lidas, que inibem a continuidade de políticas desastrosas, populistas e incompetentes. Além disso, estamos livres de crises inflacionárias, cambiais, fiscais e político-institucionais”, ponderou.

Sócio da Tendências Consultoria Integrada, eleito “Economista do Ano de 2013”, Mailson ressaltou ainda que o Brasil possui muitos problemas a serem resolvidos, “mas não há razão para pessimismo, inclusive em função da vitalidade do empresariado brasileiro em agir e buscar soluções”, concluiu.



Agência Filmas

DEPOIMENTO

“O Brasil passa por um momento difícil, perdendo dinamismo, por erro de condução na política econômica. Isso não significa que o mercado será destruído, apenas vamos crescer menos do que deveríamos e poderíamos. As oportunidades para o fomento mercantil continuarão de pé, pois a tendência deste setor é crescer em importância na economia brasileira, visto que já movimenta mais de R\$ 100 bilhões por ano em negócios. Além disso, o mercado de capitais poderá se tornar uma grande fonte para os FIDCs ou investimentos semelhantes. Se eu fosse dono de uma factoring continuaria acreditando no Brasil, embora me preparasse para um ambiente de menor expansão em 2014. O melhor seria crescer 6%, 10%, mas atingir 2% é melhor do que nada.”

Empresários devem aprender a detectar anormalidades

Para presidente do COAF, entender a atividade de quem busca fomentar produção ajuda a ter noção razoável de seu faturamento, tornando mais forte as barreiras contra fraudes no setor

“**R**esolução 21, uma Abordagem Ampla Sob a Ótica do COAF”. Esta foi a palestra do presidente do Conselho de Controle de Atividades Financeiras, Antonio Gustavo Rodrigues, do alto de sua experiência de quase dez anos dirigindo o órgão federal. Explicou, por exemplo, que os empresários do setor não precisam ser fiscais da Receita Federal, mas devem estar atentos para quaisquer inconsistências nas operações que as tornem suspeitas.

“Em situações similares a estas, em que a movimentação financeira do cliente ocorre em circunstâncias anormais, sem explicações cabíveis, que a factoring deve redobrar suas atenções para sinais estranhos. É fundamental conhecer o cliente, saber mais sobre sua atividade e ter uma noção razoável do que e de quanto ele produz e do tamanho do seu faturamento”, disse.

Segundo ele, a qualidade das comunicações suspeitas recebidas pelo COAF melhoraram sensivelmente nos últimos dez anos, fruto da maior difusão da importância deste processo entre os empresários do setor. “Há muito mais gente consciente sobre o assunto, aperfeiçoando conhecimentos. Entretanto, ainda existem diversas dúvidas e indecisões. Não adianta comunicar qualquer coisa só para se livrar da obrigação, isto é um grande erro”, salientou.

De acordo com o presidente do COAF, há uma lista de indicadores de comunicação facultativa, mas que serve de alerta quando as circunstâncias começam a ficar estranhas, e o empresário precisa estar muito bem seguro de suas informações para realizar o procedimento.

“Diante da Resolução 21, conhecer profundamente o cliente se torna ainda mais es-

sencial, pois além de ajudar na prevenção à lavagem de dinheiro, facilita ao empresário atuar com mais segurança na condução dos negócios”, enfatizou.

Durante o período em que foi aberto espaço para perguntas da plateia, o presidente Hamilton de Brito Junior lembrou o palestrante sobre uma solicitação feita pelo SINFAC-SP ao COAF, para que as pessoas politicamente expostas figurassem no site do órgão federal.

“Existe muita chance disso acontecer futuramente, pois é meta da Estratégia

Nacional de Combate à Lavagem de Dinheiro (ENCLA). A lista está sendo coordenada pela Controladoria-Geral da União (CGU), e o COAF a colocará à disposição em um banco de dados. Todos os setores obrigados teriam acesso. Precisamos acertar alguns entraves com o Judiciário”, explicou.

Atualmente, a demanda está sendo analisada pelo ministro do CNJ Francisco Falcão, corregedor nacional de Justiça, cuja equipe procura por um modelo para captar essas informações.



Agência Filmes

DEPOIMENTO

“Evoluiu-se bastante nos últimos dez anos, mas ainda existem muitas dúvidas e indecisões, pois há diversos profissionais que conhecem apenas o básico do tema. Falei com muita gente do setor e percebemos a necessidade de aprofundar ainda mais o nível da discussão, por exemplo, entendendo o que são sinais de alerta e qualidade das comunicações. Não adianta haver um volume grande de comunicações, sem utilidade. O importante é receber boas comunicações. Assim, enviar qualquer tipo de comunicação, também é um erro. O grande passo agora é sofisticar as soluções para os problemas, afinal já existe capacidade instalada de gente que conhece o assunto. Falta agora este passo em direção à qualidade.”

Parlamentares engrossam coro contra o cerceamento de crédito

Deputados federais reforçam compromisso com micro e pequenos empresários brasileiros, ao apoiar inclusão de trecho sobre fomento mercantil no PLP 237/2012

Apenas duas semanas após os deputados federais Pedro Eugênio (autor) e Laércio Oliveira (interlocutor) sugerirem ao SINFAC-SP, durante o VI Simpósio, que o texto do Artigo 57, a ser inserido no PLP 237/2012 (alterando a LC 123/2006) fosse melhorado, a entidade não apenas redigiu nova proposta (Artigo 57-A), como a levou ao conhecimento de diversos parlamentares em Brasília, nos dias 9 e 10 de outubro.

O trecho recebeu amplo apoio do ministro da Secretaria da Micro e Pequena Empresa, Guilherme Afif Domingos, e do secretário de Racionalização e Simplificação, José Constantino de Bastos Júnior. Os encontros ocorreram antes e paralelamente à última audiência pública que debateu a revisão do PLP 237/2012.

O relato deste recente fato demonstra que o Sindicato está fazendo de tudo para conseguir vencer mais esta batalha, conforme viu-se durante a mesa-redonda “PLP 237/2012 – O que Muda para as Micro e Pequenas Empresas e para o Fomento Mercantil”, que contou com os dois deputados federais.

Depois de apresentar o PLP 237/2012, de sua autoria, Pedro Eugênio, que também é membro da Comissão Especial que analisa o projeto, se comprometeu a levar as demandas do setor ao Ministério da Fazenda e a outras pastas, pois o momento é de discussão em torno do tema.

“O micro e pequeno empreendedor precisa ter a liberdade de procurar o seu capital de giro aonde desejar e não por imposição de relações comerciais assimétricas. Isto gera constrangimento ao desenvolvimento e às livres escolhas dos empresários. Por isso, este

artigo sobre factoring extrapola e dá muita força ao projeto ao ser incluído no PLP 237/2012. Ele é de interesse de vocês, mas também de 99% do empresariado brasileiro”, argumentou.

Ao lado do colega de Parlamento, o deputado Laércio Oliveira afirmou que o fomento mercantil vive um de seus melhores momentos políticos, pois o setor vem mostrando sua força por meio do trabalho de entidades como SINFAC-SP e ANFAC. Comentou que o presidente do Sindicato, Hamilton de Brito Junior, chega a ser positivamente intransigente na luta pelo segmento. “Não se conseguem avanços como estes, atrás de uma mesa, no escritório”, ressaltou.

Além disso, frisou o parlamentar: “ambas as instituições têm atuado fortemente para mostrar ao país como o factoring é essencial para o desenvolvimento das micro e pequenas empresas, seja por conta do PL 1572/2011 (novo Código Comercial, do qual é relator-adjunto na Comissão Especial que analisa a legislação) ou do PLP 237/2012.”

O deputado Cláudio Puty, relator do PLP 237/2012, infelizmente teve um imprevisto e não participou desta mesa-redonda, uma presença que constava na programação do VI Simpósio.



Pedro Eugênio: “as MPEs precisam ter mais liberdade para buscar crédito”



Laércio Oliveira: “factoring é essencial para o desenvolvimento econômico do Brasil”

NOVO TRECHO A SER INSERIDO AO PLP 237/2012

Art. 57A. Fica vedado a qualquer empresa privada ou a ela assemelhada recusar-se e efetuar o pagamento do crédito transferido, pelas microempresas e empresas de pequeno porte para instituições financeiras, empresas de fomento comercial, ou por qualquer outra modalidade contratual, sob alegação de que estabeleceu condição diversa com o credor originário.

Parágrafo único: Será considerado inválido o pagamento realizado pelo devedor da obrigação de forma contrária ao disposto no caput.

Conhecer o cliente: fundamental para gerar mais negócios

Para consultor empresarial, entender e realizar os desejos dos clientes é fator essencial no sucesso dos empreendedores. E isto também vale para o fomento mercantil

“**C**onheça o seu cliente”. Conselho muito difundido pelo SINFAC-SP, com o objetivo de tornar o setor menos vulnerável a golpes executados por falsos empresários, este foi o mote da palestra “Motivação e Sucesso”, com o professor Luiz Almeida Marins Filho, que encerrou o *VI Simpósio*.

O contabilista, antropólogo, historiador e advogado detalhou o resultado de duas amplas pesquisas por ele coordenadas, que ajudaram as empresas a entender melhor o consumidor e o que é preciso fazer para conquistá-lo.

“Com um universo de 48 mil pessoas entrevistadas, o primeiro levantamento constatou que o consumidor quer, em primeiro lugar, atendimento excelente. Depois, que a empresa cumpra o prometido – seja na publicidade ou por seus colaboradores. Em terceiro, escolheram a qualidade do produto ou do serviço”, resumiu.

Ao contrário da percepção geral, o preço apareceu em quarto lugar neste ranking,

com pouco mais de 2% das respostas, numa clara demonstração de que este fator já não é, há muito tempo, uma barreira intransponível mesmo para as famílias de menor renda. Na sequência, figurou a ligação do produto a marcas famosas e à realização de publicidade. “Hoje, o cliente não se preocupa mais com preço, quer qualidade”, ponderou.

O palestrante chamou a atenção para o fato de que as empresas ainda preferem a política equivocada de fazer guerra de preços, sem se dar conta de que seus custos apenas acabam aumentando, deixando de elevar o valor agregado percebido pelo mercado. “No fomento mercantil, por exemplo, o empresário não deve mirar exclusivamente no cliente, mas naquilo em que ele está focado, e isto é realmente conhecê-lo”, frisou.

Estudar o cliente é saber entender o que ele quer de fato. Do contrário, o empresário acabará se comprometendo sem poder cumprir com a palavra dada. Em outra pesquisa, desta vez com a participação de 14 mil pessoas que responderam a 100 questões, Marins explicou que foram mensurados os aspectos que mais irritam os clientes no relacionamento com as empresas. São eles: mau atendimento e despreparo, mentira e não cumprimento

do prometido, arrogância e falta de qualidade de produtos e serviços, preços incoerentes.

“A arrogância é fator que aparece em qualquer pesquisa antropológica. Isto ocorre quando a empresa acredita que o cliente precisa mais dela que ela do cliente. Neste ponto, a humildade faz toda a diferença”, argumentou o professor, ressaltando que as disparidades nos valores cobrados só mostram a urgência pelo estabelecimento de políticas de preços e pela abolição da prática de preços não explicados.

De acordo com Marins, por conta da igualdade entre os preços e produtos, geralmente os concorrentes só conseguem se diferenciar aos olhos dos clientes com a realização de um complexo trabalho de gestão empresarial, voltado a suscitar capacidade de caixa.

Ao final de sua apresentação, o consultor afirmou que os empreendedores, entre eles os do setor de fomento mercantil, precisam ter em mente que a evolução empresarial passa, necessariamente, por quatro estágios – vendas (desde que sejam sadias e gerem caixa), lucro, fluxo de caixa e aquisições de outras empresas. “Afinal, não adianta apenas ter o domínio do mercado em vendas, sem conseguir formar um caixa sadio, gerador de lucro”, finalizou.



“No fomento mercantil, por exemplo, o empresário não deve mirar exclusivamente no cliente, mas naquilo em que ele está focado, e isto é realmente conhecê-lo”

VI Simpósio revigora confiança na atuação do SINFAC-SP

Sequência de resultados positivos obtidos na defesa do setor e maior reconhecimento de sua importância como entidade representativa redobram entusiasmo de participantes do evento

O sucesso do VI Simpósio dos Empresários de Fomento Mercantil do Estado de São Paulo trouxe diversas certezas à cadeia produtiva do factoring: o intenso trabalho realizado pelo SINFAC-SP, tanto na promoção de eventos

como este, quanto nos encontros mantidos com autoridades políticas em Brasília, está seguindo no caminho certo.

“O reconhecimento dos esforços empreendidos pela Diretoria e colaboradores demonstra a grande confiança de-

positada pelos empresários, em especial os associados, que contam com o nosso total apoio às suas diversas demandas”, afirmou o presidente Hamilton de Brito Junior, orgulhoso com o desempenho de toda a sua equipe.

DEPOIMENTOS

Foto: Repêrter



“Evoluiu-se muito nos últimos dez anos, existe muito mais gente com consciência, mas ainda há dúvidas e indecisões. O grande passo do setor agora é sofisticar as discussões, com temas mais profundos, como identificar os sinais de alerta que deem pistas sobre possíveis fraudes. As empresas precisam refletir mais sobre o que desejam comunicar ao COAF.”

Antonio Gustavo Rodrigues
Presidente do COAF



“O Brasil passa por um momento difícil em seu potencial de crescimento. Vamos crescer pouco. As oportunidades para o fomento mercantil, que está se consolidando, continuam de pé. E esse setor terá uma importância cada vez maior para o país.”

Mailson da Nóbrega
Consultor empresarial e ex-ministro da Fazenda



“O VI Simpósio foi muito bem planejado e organizado. A palestra do Mailson da Nóbrega foi excelente, com colocações corretas e conclusivas. O SINFAC-SP está de parabéns por mais esta iniciativa.”

Robinson Leite
Athenabanco Fomento Mercantil



“Esses eventos são extraordinários, porque conseguem unir empresários, representantes dos sindicatos de todo o Brasil e parlamentares, para discutir o futuro do nosso setor, que passa por um momento de amadurecimento, fundamental para se colocar diante da sociedade e das autoridades, com o valor que realmente tem. A liderança do presidente Hamilton tem sido muito importante na consolidação do setor e na união de todos.”

Frederico Loyo Filho
Presidente do SINFAC-PE



“O evento foi muito bem organizado. As palestras, sobretudo a do Mailson da Nóbrega, serviram para tranquilizar o empresário, ultimamente tão pessimista. Embora o ambiente do mercado não esteja muito animado, certamente a economia vai se desenvolver. Também foi muito importante

a presença de um agente da União, sobretudo do COAF, para que os empresários do factoring entendam que hoje existe total transparência nos negócios. Afinal, o COAF quer proteger o setor.”

José Eduardo Vuolo
Advogado