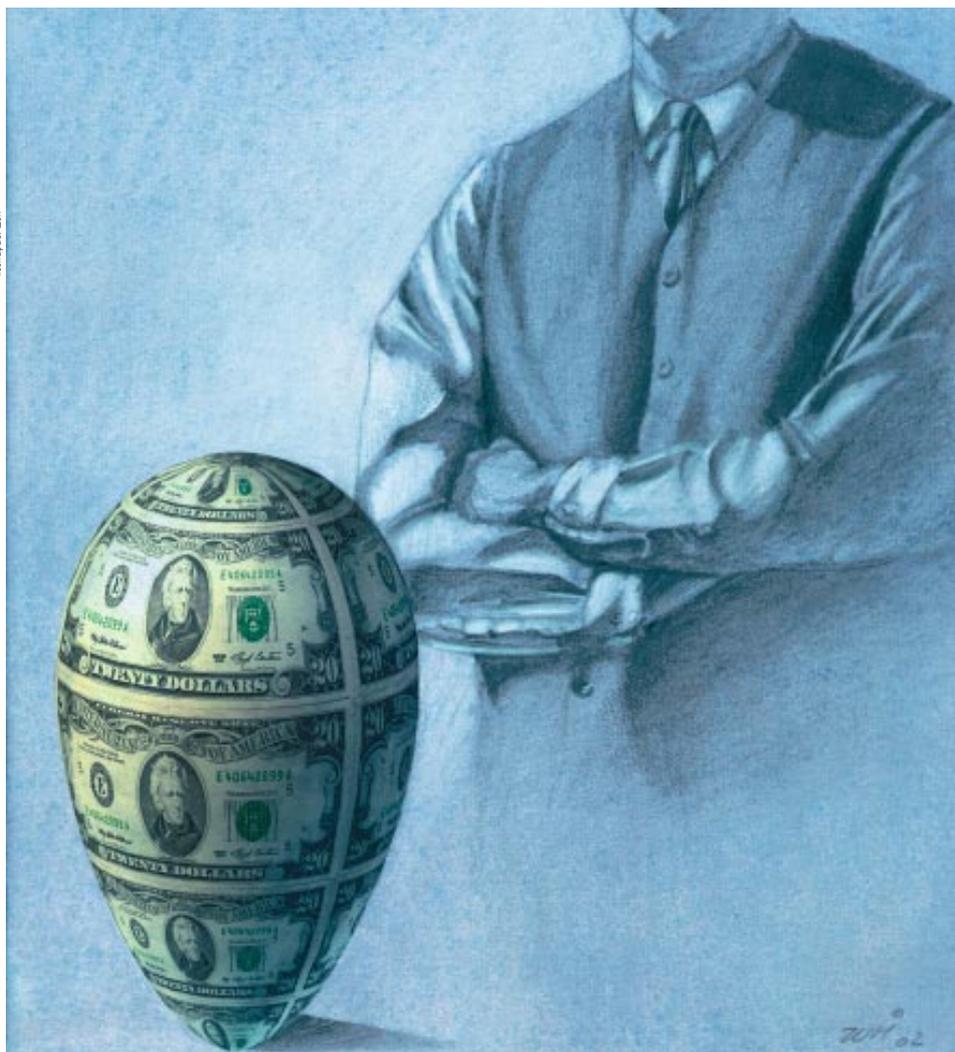


# L.E.A.S.I.N.G

INFORMATIVO DA ABEL - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE LEASING - ANO 22 - EDIÇÃO 157 - FEV/MAR 2002

Ilustração: Zuri



## LEASING OPERACIONAL

### Segredos do sucesso

A atuação da Leaseplan no Brasil mostra que o êxito nos negócios de leasing operacional depende de experiência e conhecimento sobre o bem a ser oferecido em arrendamento. O especialista Alexandre Lima lança livro sobre leasing operacional e conta as razões do sucesso do produto no mercado americano

Pág. 3

#### NOVOS NEGÓCIOS

O balanço anual da Abel, com informações do mercado brasileiro de leasing, mostra que houve uma queda de 15,92% no volume em reais de novos negócios no ano 2001.

Pág. 3

#### EDITORIAL

O presidente da Abel, Antônio Borna, comenta a importância do leasing operacional no mercado de arrendamento brasileiro.

Pág. 2

#### INSEGURANÇA

O advogado Carlos Alberto Parussolo da Silva analisa, em artigo exclusivo para o jornal *Leasing*, a questão da insegurança jurídica dos contratos no setor financeiro

Pág. 8

#### AMÉRICA LATINA

Federação Latinoamericana de Leasing - Felalease fará sua primeira reunião semestral de 2002 no dia 18 de março, na Costa Rica

Pág. 10

#### ESTATÍSTICAS

O ranking das 55 empresas de leasing, com volume de novos negócios e o valor presente da carteira nos meses de novembro e dezembro de 2001.

Pág. 10

## Boas novas com o leasing operacional

**E**m 2001 verificamos em nossas estatísticas, elaboradas a partir de informações fornecidas por nossos associados, a presença de negócios de leasing operacional. Essa modalidade de arrendamento mercantil, regulamentada há pouco mais de três anos no País, começa a se consolidar, mostrando-se como um instrumento valioso para as empresas brasileiras. É o que pode ser conferido nesta edição do jornal "Leasing", nas páginas 4 e 6, em entrevistas com o diretor da Leaseplan, Mauro Pontes, e com o autor do recém-lançado livro sobre tema, Alexandre Santana de Lima, da área de Financiamento/Leasing da Caterpillar para Caribe e norte da América Latina.

Nos Estados Unidos e Europa, contratos de

leasing operacional são tão comuns como tradicionais. Esse tipo de operação existe há mais de meio século. Nos EUA, por exemplo, com um mercado anual de US\$ 260 bilhões, o leasing operacional prepondera. Ele faz frente ao arrendamento mercantil financeiro, significando mais da metade do total de negócios nesse setor.

Ao verificarmos o comportamento do mercado de arrendamento em diferentes países, obviamente respeitadas suas respectivas proporções e realidades, é que percebemos o grande potencial que o leasing operacional tem para o Brasil. Uma ferramenta importante numa economia em crescimento e cujas peculiaridades proporcionam uma alavanca nos negócios de vários setores da economia brasileira.

ESSA FERRAMENTA ABRE OPORTUNIDADES IMPORTANTES PARA VÁRIOS MERCADOS PRODUTORES DE BENS, ENTRE ELES O DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS



Antônio Bornia  
Presidente da Abel

Com o leasing operacional é possível ter acesso a um bem, dentro das características escolhidas pelo arrendatário, por prazo mínimo de 90 dias, sem a necessidade de se firmar um negócio de compra e venda. Findo o prazo de arrendamento, opta-se pela devolução ou compra do bem pelo preço de mercado. Una-se a essa vantagem, os benefícios fiscais que tal modalidade oferece e, ainda, a tranquilidade de o contratante não ter que

mobilizar capital de giro próprio para proporcionar crescimento em seus negócios.

Com a modalidade, as empresas de leasing oferecem inúmeras oportunidades de investimentos, em especial, em máquinas e equipamentos, veículos e bens duráveis.

Acreditando na estabilidade e crescimento da economia, é de se esperar um bom volume de negócios neste tipo de operação no Brasil.

### EXPEDIENTE



*Leasing* é uma publicação bimestral da Associação Brasileira das Empresas de Leasing - ABEL. Tiragem: 3.000 exemplares - Jornalista Responsável: Diva Borges - E-mail: diva.borges@contedonet.com - Produção Editorial: BST Comunicação Ltda & Conteúdo Comunicação Empresarial. As opiniões expressas no conteúdo editorial do *Leasing* não representam, necessariamente, o ponto de vista da Abel. Sede da Abel - Rua Líbero Badaró, 377 - 19º andar - CEP 01009-906 - São Paulo - SP - Telefone (011) 3104-4846 - Fax (011) 3107-3121 - E-mail - abel@leasingabel.com.br.

**Diretoria Executiva da Abel** Presidente - Antônio Bornia, Vice Presidente - Rafael Euclides de Campos Cardoso, Diretor Secretário - Márcio Campos da Silva, Diretor Tesoureiro - Carlos Eduardo Teixeira Pinheiro **Diretores:** Antônio Francisco de Lima Neto, Fernando Otávio Richter Guedes, Marco Ambraglio Crespi Bonomi, Rubens Bution, Vicente Rimoli Neto Carlos Tafla (Diretor Executivo)

Acesse o site da Abel: [www.leasingabel.com.br](http://www.leasingabel.com.br)

## Volume de novos negócios tem queda de 15,92% em 2001

O balanço anual da Abel, com informações do mercado brasileiro de leasing, mostra que houve uma queda de 15,92% no volume em reais de novos negócios no último ano. Foram R\$ 8,08 bilhões negociados em 2001, contra R\$ 9,61 bilhões registrados em 2000. Aspecto interessante que pode ser verificado nas estatísticas é uma diminuição expressiva - da ordem de 33,11% - na quantidade de novos contratos. Enquanto em 2000 o número de contratos foi de 338 mil, em 2001 foi registrado volume de 226 mil contratos. Esse dado mostra a tendência que vem se observando há mais de um ano do aumento no valor agregado do contrato. O valor médio de um contrato um ano atrás era de R\$ 28.500,00. Esse valor hoje subiu para R\$ 35.659,00, cerca de 24,9% superior ao verificado em dezembro de 2000.

A considerar o valor presente da carteira em reais e a quantidade de contratos ativos, os negócios de leasing no Brasil apresentaram queda semelhante. Em dezembro de 2000, o volume total dos negócios de arrendamento mercantil somava R\$ 13,76 bilhões. O en-

cerramento de 2001 mostra que houve uma queda de 16,11%. O volume de contratos acumulados também caiu. Eram 1,15 milhão em 2000. Até dezembro do ano passado esse número diminuiu para 732 mil, 36,7% menos ao registrado em dezembro de 2000.

### MIGRAÇÃO DOS NOVOS NEGÓCIOS

A pessoa física deixou de ser o setor de atividade mais importante para o leasing brasileiro. As estatísticas da Abel referentes a 2001 revelam que a participação desse segmento no perfil da carteira perdeu, em largas proporções, para o setor de serviços. A carteira de arrendatários fechou dezembro assim distribuída: 39% Serviços; 18,9% Pessoa Física; 14,5% Indústria; 14,1% Comércio; 12,5% Outros Setores e 1% Estatais. Vale lembrar que Pessoa Física, em janeiro de 2000, ocupava 45% da carteira, contra 23,5% do setor de Serviços.

### TIPOS DE BENS

A análise dos tipos de bens arrendados demonstra outra mudança importante nos negócios de leasing no Brasil: máquinas e equipamentos, assim como, equipamentos de informática, estão ga-

nhando maior peso. Eles foram responsáveis por 16,6% e 7,4%, respectivamente, do total de bens arrendados. Comportamento contrário vem sendo apresentado pelos veículos e afins, tipos de bem que vêm registrando queda ano a ano. A sua participação caiu em 8,9% no total de bens arrendados.

### FROTA DE VEÍCULOS

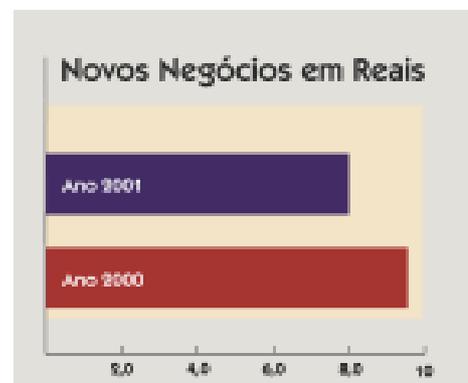
O mapeamento da frota de veículos em 2001 revela brusca queda no número de unidades arrendadas. Em 2000, as empresas de leasing arrendaram 1.012.144 veículos, entre automóveis, caminhões, ônibus e outros tipos. Em 2001, a frota caiu 33,71%, fechando o ano com 670.935 unidades arrendadas.

Por modalidade de veículo, a queda maior foi sentida no setor de automóveis, com 38% menos unidades em relação ao

ano 2000. Na sequência ficaram os ônibus, com volume 29,9% menor, e os caminhões, com decréscimo de 18%. Os “outros veículos”, no qual estão incluídos terraplanagem, escavadeiras, rebocues, empilhadeiras etc, houve um pequeno crescimento, da ordem de 5,34%.

### INDEXADORES ESCOLHIDOS

A escolha de indexadores para os contratos de leasing em 2001 não foi muito diferente da registrada em 2000. Os arrendatários mantiveram preferência nas taxas pré-fixadas, sendo 82,4% dos contratos celebrados dentro desta modalidade. Os contratos atrelados ao dólar representaram 5,0% do total e a TR, 0,1%. Outros indexadores, nos quais está incluída a Taxa de Juros de Longo Prazo - TJLP, significaram 12,6% das opções dos arrendatários.



# A experiência bem-sucedida no setor de frotas

A ATUAÇÃO DA LEASEPLAN NO BRASIL MOSTRA QUE O ÊXITO NOS NEGÓCIOS DE LEASING OPERACIONAL DEPENDE DE EXPERIÊNCIA E CONHECIMENTO SOBRE O BEM A SER OFERECIDO EM ARRENDAMENTO

A LeasePlan do Brasil, filial da holding holandesa ABN Amro Lease, entrou no Brasil no início de 1999, na esteira de alguns de seus clientes internacionais. Mas a sua chegada esconde uma importância histórica para o mercado de leasing brasileiro: a introdução efetiva da modalidade de leasing operacional no País. Um produto que, após três anos de maturidade, se consolida como uma ferramenta importante na viabilização de negócios das empresas. Sua característica principal tem sido permitir o acesso ao bem sem a necessidade de opção de compra e, em alguns casos, o acesso a um mix de serviços ligados à administração do bem. No caso da LeasePlan, o bem em foco é o automóvel de frotas empresariais, cujo uso pode ser controlado em seus diversos aspectos: documentação, impostos, seguro, manutenção periódica e corretiva, substituição do bem em caso de revisão técnica e até controle de abastecimento de combustível. A

idéia é retirar das preocupações da empresa um setor importante, mas que não incorpora a essência do negócio. Uma área, na verdade, considerada difícil de administrar e controlar.

## EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL

Assim, a LeasePlan é classificada hoje como uma empresa de administração e financiamento de frotas. Ela atua em mais de 25 países e tem como perfil de cliente, empresas (muitas delas multinacionais) que necessitam dispor de uma frota de veículos como ferramenta de apoio aos negócios. Ou seja, que necessitam de veículos, não como atividade fim de seu negócio (caso de transportadoras); mas sim como ferramenta de apoio profissional, benefício, como força de vendas e assistência técnica. A LeasePlan estuda a demanda da empresa e estabelece, em absoluto trabalho de parceria com o cliente, a política de frota. Busca a marca e o modelo adequados a cada funcionário (assim como opcionais, itens de

segurança e conforto), adquire o bem e o repassa ao cliente dentro de todos os parâmetros estabelecidos.

## PACOTE DE SERVIÇOS

O contrato de leasing operacional associado ao mix de serviços tem como características a clareza, o detalhamento e a transparência. “Compramos o automóvel que o cliente quer, entregamos e administramos o seu uso. Ele sabe quanto custou o automóvel e quanto será o custo operacional mensal desse carro. Nosso spread é

claro. Operamos com taxas de 2,0% a 2,5% ao ano para cálculo fechado e com 3,0% a 3,5% para cálculo aberto”, explica o diretor geral da LeasePlan no Brasil, Mauro Pontes. Neste cálculo entra uma variável perigosa para a LeasePlan. Ela deve estimar o valor do bem para revenda no final do contrato. Uma atividade de risco, já que no leasing operacional não há a obrigatoriedade da compra ou pagamento de VRG, como no leasing financeiro. A diferença é o componente principal para o cálculo



Mauro Pontes, da LeasePlan: em absoluto trabalho de parceria com o cliente para estabelecer sua política de frota

da contraprestação mensal do cliente, no caso do contrato isolado de leasing operacional. “Somos uma operadora do mercado futuro de automóveis”, costuma comparar de forma bem humorada o diretor Mauro Pontes. Observa, contudo, que os primeiros “encerramentos” de contrato, ou seja, término do prazo de uso do bem, mostram que os valores estimados têm sido acertados. Outro dado interessante é que a quase totalidade de funcionários usuários do bem optam por adquirir o carro ao final do contrato. “Isso mostra que o automóvel foi bem utilizado e bem conservado pela LeasePlan”, analisa o diretor.

## RAIO X DOS AUTOMÓVEIS

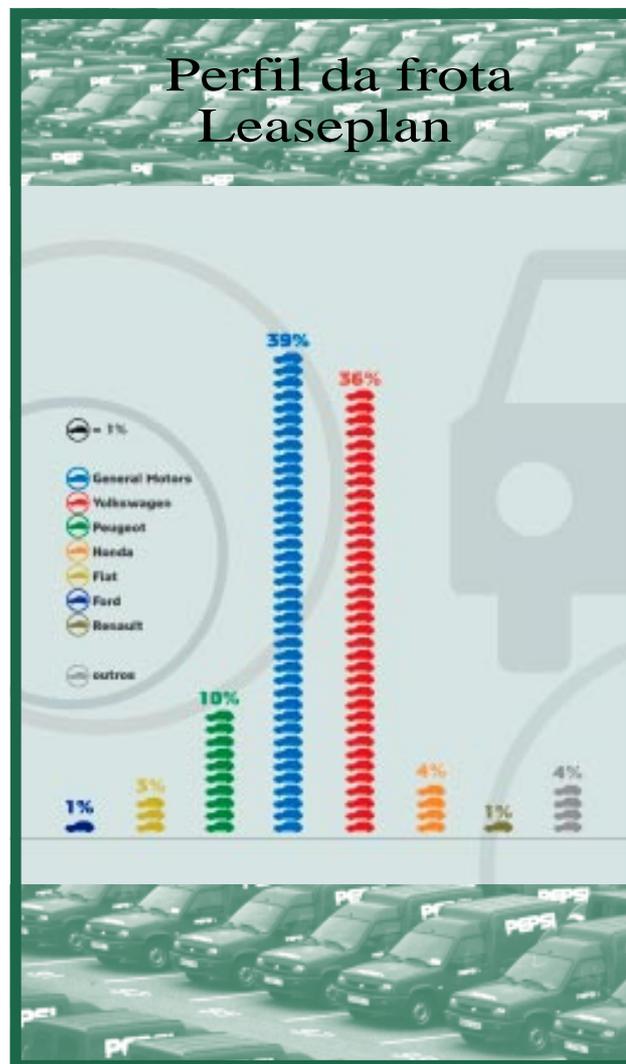
No contrato de administração de frota, os cálculos abertos permitem uma concessão interessante para ambos os lados. Caso o custo de administração seja inferior ao previsto pela LeasePlan, o cliente leva o cheque da diferença. Portanto, o interesse de controlar melhor o uso da frota passa a ser dos dois lados. Relatórios estatísticos mensais contribuem para esse monitoramento. É um verdadeiro raio X do carro. É possível saber, dentro das estatísticas construídas pela LeasePlan de acordo com sua experiência internacional, se determinado carro está dentro dos padrões normais de gastos ou não. “Houve caso em que o

cliente reduziu custos da ordem de 35% apenas com o item combustível”, conta Mauro. Na parte técnica, gastos maiores que os previstos são sempre exceções à regra e acontecem em quantidades bem pequenas.

## TRANSPARÊNCIA E CONFIANÇA

Para oferecer esse rol de serviços, a LeasePlan tem estabelecido parcerias estratégicas no Brasil com montadoras e redes de concessionárias das marcas solicitadas (veja gráfico acima que mostra a preferência das empresas) e ainda, com redes de abastecimento e seguradoras. São essas parcerias que, segundo Mauro Pontes, permitem um ganho de escala repassado aos clientes.

E é com a transparência dessas negociações que a LeasePlan tem ampliado seu número de clientes. “Observamos que as empresas estudam muito antes de fechar um contrato; querem saber o ganho real da terceirização de sua frota. A partir do momento que ele percebe a forma como trabalhamos e o controle que exercemos, ele passa a confiar”, revela Mauro, acrescentando que as pesquisas periódicas junto aos clientes têm mostrado um índice de satisfação de 98% e que, até o momento, nenhum contrato deixou de ser renovado. Os fatores decisivos na escolha do pacote leasing operacional + administração de frota são a redução média de custos da ordem de 20%, redução de ativos, as



vantagens tributárias e a possibilidade de mobilizar parte da estrutura administrativa interna, antes utilizada para controlar frota, em outra atividade que agregue valor ao negócio principal da empresa.

## VOLUME ADMINISTRADO

Cerca de 4.500 carros estão sendo administrados atualmente pela LeasePlan. Desse volume, parcela ínfima não faz parte do pacote “leasing operacional + política de frota”. Apenas 5,33% dos contratos são

exclusivos de administração de frotas. Esclarece Mauro Pontes que esses referem-se a carros antigos de empresas que foram incorporados na frota renovada. Na carteira de clientes da Leaseplan figuram nomes como Nestlé, Grupo Pão de Açúcar, Avon, Merck, Aché, Akzo Nobel, Organon, Engibras e Procter & Gamble. A expectativa de Pontes é fechar 2002 com uma frota de pelo menos 7.000 automóveis, o que representaria um crescimento da ordem de 55%.

# Os segredos do leasing operacional

Alexandre de Santana Lima, responsável pela área de financiamento/leasing da Caterpillar para Caribe e norte da América Latina, confessa que o arrendamento mercantil sempre foi um produto que o fascinou. Quando foi lançada a regulamentação de leasing operacional no Brasil, ele e o colega Carlos Alberto Di Agustini, ficaram bastante tentados a desenvolvê-lo como produto e também como tema de livro destinado ao profissionais do setor e outras atividades afins. Este projeto foi finalmente concretizado no final de 2001, com o lançamento do livro "Leasing Operacional" pela FGV Editora. É sobre este mercado, do qual participa intensamente nos Estados Unidos como *international accounts manager* da Caterpillar, que Alexandre Lima falou, em entrevista exclusiva ao jornal LEASING. Veja a análise que Lima faz desse mercado e seu desempenho e sucesso no mercado americano.



Foto: Arquivo Pascoal

**JL - Quais são os requisitos básicos para que uma empresa de arrendamento mercantil brasileira atue no mercado de leasing operacional?**

*Alexandre Lima* - Qualquer empresa que esteja registrada como uma sociedade de arrendamento mercantil, ou um banco múltiplo com carteira de arrendamento mercantil, pode atuar no mercado de Leasing Operacional. É necessário apenas o interesse da empresa em criar este produto. Interesse este que pode ser traduzido em criar uma opção de leasing, na qual a empresa arrendatária possa se beneficiar da possível compra do bem ao final do contrato, mas caso não haja a compra, a empresa de arrendamen-

to tenha a capacidade de alienar o bem com o retorno mínimo esperado para a transação.

**JL - Considerando o volume de negócios de leasing operacional verificado no mercado americano, por que até agora poucas empresas do setor no Brasil habilitaram-se para oferecer esse tipo de produto no mercado nacional?**

*Alexandre Lima* - Esta pergunta é bastante interessante. Existem vários fatores que podem ser elencados explicando por que o modelo leasing operacional funciona no mercado americano e ainda não conseguiu se desenvolver no mercado brasileiro. O principal motivo é a questão da idade do produto. O leasing

operacional no Brasil foi regulamentado e estabelecido pela primeira vez, em forma de resolução do Banco Central, há pouco mais de 5 anos, enquanto no mercado americano ele existe há mais de 50 anos. Isto demonstra maturidade e conhecimento por parte do arrendatário sobre o que é o produto. Outro detalhe importante está na característica contábil do produto. Para o mercado americano, o leasing operacional é considerado uma operação fora do balanço, enquanto o leasing financeiro é considerada uma operação de endividamento e aparece no balanço da companhia. No caso brasileiro, ambos - leasing operacional e financeiro - são considerados operações fora do balanço da

companhia; o que os torna muito similar. Seguramente, uma série de outros pontos poderiam ser ditos e outros até esquecidos. O ponto é que o produto necessita criar maturidade para ser utilizado no nosso mercado.

**JL - O leasing operacional pode ser considerado um produto complexo e especializado, que depende do tipo de bem a ser arrendado e de suas características de mercado?**

*Alexandre Lima* - O conceito do leasing operacional é bastante simples na sua essência, em muito se assemelha à locação e a um contrato de compra e venda futura. Basicamente é um produto no qual o usuário irá usufruir do bem por

um período determinado, com a opção de comprá-lo ao final do período pelo seu valor de mercado a esta data. Entretanto, a complexidade do produto não está na sua forma ou essência, mas sim no ambiente sócio-econômico em que ele está inserido. Se existe instabilidade com relação a preços, inflação, demanda, taxas de câmbio e juros, é muito difícil para um arrendador prognosticar e correr o risco do valor de mercado deste bem em 1, 2 ou 3 anos. A instabilidade, ou um receio com relação ao que poderá acontecer no futuro, gera a complexidade do produto, pois o conceito básico do produto é que o arrendador assuma o risco do bem ao final do prazo.

**JL - Qual o perfil de um usuário de leasing operacional no Brasil? Ou seja, a quem efetivamente interessa esse tipo de produto?**

Alexandre Lima - O usuário de leasing operacional é muito similar em qualquer parte do mundo, principalmente se você não analisar os efeitos contábeis da operação. O usuário será aquele que necessita do bem por um período definido de tempo e que possui uma dúvida, ou definitivamente não precisa do bem ao final do período de arrendamento. A vantagem do leasing em relação à locação está na possibilidade de ter a garantia de poder comprar este bem

ao final do prazo por um valor de mercado, considerado justo por ambos, além do fato de você ter escolhido o bem específico para a sua aplicação. Entretanto é importante para o arrendatário entender que quanto mais específico para a sua atividade o bem for, mais custoso será o leasing operacional, pela redução do seu suposto valor de mercado ao final do período de arrendamento. Isto porque o mercado secundário será restrito para um bem com características muito particulares, tanto para a venda, como um para um novo arrendamento.

**JL - Quais as vantagens de se contratar uma operação de leasing operacional no Brasil?**

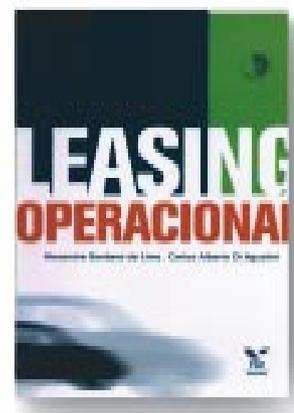
Alexandre Lima - Comparado ao leasing financeiro, a grande vantagem está em dois pontos básicos. O primeiro é o prazo de arrendamento (mínimo 90 dias) que pode ser bastante inferior a operação de leasing financeiro (mínimo de 2 ou 3 anos dependendo do equipamento). E o segundo, a não obrigação de pagar um valor residual no final do contrato, podendo ou não adquirir o bem ao final do prazo de arrendamento pelo seu valor de mercado. Do ponto de vista contábil, no Brasil as duas operações são similares para o arrendatário.

**JL - O que falta para que o leasing operacional deslanche**

**no mercado brasileiro nas mesmas proporções que ocorre nos mercados americano e europeu?**

Alexandre Lima - Realmente o que falta ao produto é maturidade, ou seja o entendimento de como o produto poderia ser rentável para ambos, arrendador e arrendatário. O leasing ainda é uma operação extremamente bancária, em que o arrendatário conhece muito bem o mercado financeiro e como investir ou emprestar, dinheiro e obter um retorno sobre o dinheiro investido. Enquanto o leasing operacional também traz um série de riscos relacionados à comercialização do bem, que a grande maioria das empresas arrendadoras não está preparada para absorver. O arrendatário também precisa entender as suas obrigações do contrato, como por exemplo, o cumprimento total de prazo. Para muitos, o leasing operacional é tido como uma operação que a qualquer tempo pode ser cancelada, mesmo antes do término do prazo contratual, sem nenhuma penalidade; o que não é correto, apesar da regulamentação ser pouco precisa nesse aspecto.

O leasing, tanto financeiro como operacional, ainda é muito obscuro para a grande maioria da população, e às vezes visto como uma operação ariscada. Entretanto, é uma operação que pode ser extremamente interessante para companhias do pon-



to de vista fiscal e contábil. Assim como para o usuário pessoa física, por exemplo no caso de veículos. É extremamente importante que o produto seja divulgado e explicado de forma simples e direta para o usuário, para que este conheça os seus benefícios, e também as suas obrigações.

**JL - Que conselhos você daria para uma empresa de leasing que deseja iniciar suas atividades com leasing operacional?**

Alexandre Lima - Principal ponto é entender do mercado no qual o bem está inserido, ou seja, a especialização em certos mercados é realmente importante para o desenvolvimento deste produto. Outro ponto é estabelecer parcerias com fabricantes, distribuidores e companhias garantidoras de recompra de bens (pouco difundido no mercado brasileiro), de forma a minimizar o impacto do retorno dos bens, no caso de não opção pela compra. Além de poder oferecer manutenção e outros serviços com o leasing operacional.

## Não há crise contratual. Temos insegurança jurídica

\*Carlos Alberto Parussolo da Silva

O comando constitucional determinado pela Carta Magna desde 1988 estabelece obediência a princípios, equilíbrio de valores e respeito à tripartição de poderes: Judiciário, Legislativo e Executivo, para manutenção do Estado Democrático de Direito, em que pese o entendimento de que o Poder é uno, as funções é que são distintas.

Dentro desse contexto, a dignidade da pessoa, o capitalismo - baseado nos valores sociais do trabalho e da livre iniciativa -, e a defesa do consumidor convivem em constante conflito, em busca da tão almejada isonomia, consistente em tratar os iguais de maneira igual e os desiguais, desigualmente.

Qualquer decisão judicial que não atenda ao comando constitucional fere irremediavelmente direito e garantias individuais, pois desrespeita a regra imposta pelo sistema constitucional e concede direitos àqueles que não os têm, ou seja, o Judiciário não tem o poder de ignorar esse comando.

Além desse comando constitucional, há os de origem jurisprudencial e os usos e costumes comerciais, porquanto, nem



sempre a norma tem o alcance pretendido pelo legislador; daí a difícil tarefa de dizer o direito, o que possibilita aplicação pelos juízes de seus próprios princípios e valores subjacentes.

A autonomia da vontade, que é a liberdade de as pessoas se relacionarem, por meio de negócios jurídicos, e regularem seus interesses, alicerçada nos princípios da liberdade *c o n t r a t u a l*, vinculatividade e consensualismo, já não explicam mais a concepção tradicional do contrato.

Desse modo, a circulação, distribuição da riqueza, de bens e serviços necessariamente devem estar impregnados por relações baseadas na liberdade de iniciativa, valor social do trabalho, dignidade da pessoa humana e defesa do consumidor, não

“OS ESCRITÓRIOS DE ADVOCACIA PREFEREM ORIENTAR SEUS CLIENTES A EFETUAREM UM PÉSSIMO ACORDO DO QUE CORRER O RISCO DA INSEGURANÇA JURÍDICA DE DECISÕES CONFLITANTES DO JUDICIÁRIO”

podendo ignorar a isonomia, sob pena de abalar o Estado Democrático de Direito e instituir a insegurança jurídica.

A questão é de aplicação correta da norma ao caso concreto, não é contratual, pois é difícil encontrar o ponto de equilíbrio. O aplicador da norma não pode quebrar este equilíbrio, a pretexto de proteger a parte mais fraca. Se esta regra for descumprida, outros consumidores, alheios à relação jurídica discutida, pagarão a conta.

Os contratos são celebrados para serem cumpridos. A justiça contratual tem por finalidade a realização efetiva do equilíbrio entre direitos e obrigações e suprimir a autonomia privada, em detrimento do abuso.

No estado de direito de-

*mocrático, não se defende a exploração dos fracos, sob o manto da liberdade contratual nem a imposição de prejuízos à parte mais forte na relação contratual, a pretexto de fazer justiça social. A globalização e a competitividade impõem dinamismos que precisam justificar as relações sociais lastreadas na troca de produtos e serviços.*

Na verdade, ainda imperam o dever moral de cumprir o contrato e as razões pragmáticas de convivência social. Parece que isto não têm merecido a devida importância para os inadimplentes que buscam o Judiciário para enriquecimento sem causa.

Os comerciantes, dentre eles os bancos, atuam de maneira que suas operações ativas e passivas estejam compatíveis; se uma operação der prejuízo, certamente outra custará mais. É simples, o fato de uma operação dar prejuízo implica repasse de custo. No comércio ninguém exerce atividade objetivando ter prejuízo.

Basta ver, por exemplo, (i) a questão da prisão do depositário infiel, daquele que obrigado a guardar e conservar o bem, mediante diligência de costume com aquilo que lhe

pertence, o destrói ou deixa perecer; em que o Superior Tribunal de Justiça (STJ) entende ilegal a prisão, ao passo que o Supremo Tribunal Federal (STF) a declara constitucional; é de se destacar (ii) a questionada descaracterização do contrato de arrendamento mercantil em virtude de as Turmas de Direito Público e Direito Privado do STJ terem entendimentos conflitantes quando há a antecipação de Valor Residual Garantido; (iii) a tendência de invalidar a cláusula de paridade cambial nos contratos bancários e de arrendamento mercantil; e (iv) o conflito teórico a respeito da prevalência de garantia pessoal sobre a real nos contratos de crédito imobiliário, pois o STF entendia prevalecer a real, quando de sua competência para a matéria, e, agora, o STJ entende prevalecer a pessoal, ou seja, por meio de contratos particulares, o detentor de compromisso de venda e compra tem seu direito em prevalência à hipoteca das instituições financeiras. Tudo isso é insegurança jurídica. A repercussão é o aumento da taxa de juros, o custo do dinheiro.

As grandes questões societárias e outras de direito comercial não são submetidas ao crivo Judiciário. Os escritórios de advocacia preferem orientar seus clientes a efetua-

rem um péssimo acordo do que correr o risco da insegurança jurídica de decisões conflitantes do Judiciário, sem falar na morosidade que o sistema processual oferece, apesar das recentes alterações do Código de Processo Civil na busca de agilizar os trâmites do processo, e da exposição pública de causas delicadas. Resultado dessa grita é a Lei de Arbitragem.

As partes e os profissionais do direito têm que conviver com essa difícil situação, orientar-se com descortino, e acreditar que o Brasil é um Estado de Direito Democrático, em que os princípios constitucionais valem para todos. Afinal o Brasil é maior do que as crises e o passado demonstra isso.

Exposta essa visão do presente, indaga-se de que ocorrerá com a vigência do novo Código Civil? Os negócios não podem parar, os contratos certamente continuarão a regular as relações e interesses das partes. Todavia, qual será o entendimento do Judiciário sobre a Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002<sup>1</sup>, que revogará o atual Código Civil e a primeira parte do Código Comercial, a qual cuida, por exemplo, de questões cruciais como o comércio, seus agentes, os banqueiros, os contratos mercantis e as sociedades comerciais? Qual será a taxa de juros em 2003?

(1) O novo código entrará em vigor um ano após a sua publicação, conforme determina o artigo 2.044

\*Carlos Alberto Parussolo da Silva é coordenador da Comissão Jurídica da Abel e professor de Direito Comercial da Universidade Bandeirantes - Uniban.

## ◆ CURSOS NA ABEL ◆

### MARÇO

#### DIA 13

Formação de Preços em Operações de Leasing e Crédito

Instrutor: Walter Kirschner

Carga Horária: 8 horas

Local: Sede da ABEL

#### DIAS 26 E 27 (terça e quarta-feira)

O Leasing no Brasil: "Aspectos Contábeis, Fiscais e Tributários"

Instrutor: Prof. João Domiraci Pancez

Carga horária: 15 horas

Local: Sede da ABEL

### ABRIL

#### DIA 10 (quarta-feira)

Modelo de Impacto Fiscal na Operação de Leasing

Instrutor: Prof. João Domiraci Pancez

Carga horária: 8 horas

Local: Sede da ABEL

### MAIO

#### DIAS 15 E 16 (quarta e quinta-feira)

O Leasing no Brasil: "Aspectos Contábeis, Fiscais e Tributários"

Instrutor: Prof. João Domiraci Pancez

Carga horária: 15 horas

Local: Sede da ABEL

### JUNHO

#### DIA 12 (QUARTA-FEIRA)

Modelo de Impacto Fiscal na Operação de Leasing

Instrutor: Prof. João Domiraci Pancez

Carga horária: 8 horas

Local: Sede da ABEL

### JULHO

#### DIAS 10 E 11 (quarta e quinta-feira)

O Leasing no Brasil: "Aspectos Contábeis, Fiscais e Tributários"

Instrutor: Prof. João Domiraci Pancez

Carga horária: 15 horas

Local: Sede da ABEL

\* Os cursos podem ser oferecidos para turmas fechadas.

## Felalease se reunirá na Costa Rica

A Federação Latinoamericana de Leasing - Felalease, presidida por Antônio Bornia, fará sua primeira reunião semestral de 2002 no dia 18 de março, na Costa Rica.

O encontro será coordenado pela Sociedad Costarricense de Arrendadoras e acontecerá no Hotel San José Marriott, em San José de Costa Rica.

Além da apresentação de relatórios de atividades pela secretaria da Felalease, cuja sede hoje é o Brasil, consta da pauta da reunião semestral a apresentação das estatísticas do setor de leasing na América Latina.

A última reunião da Felalease aconteceu em 21 de setembro de 2001, em São Paulo. Da Federação, participaram entidades que representam as empresas de leasing da Argentina, Chile, Colômbia, Costa Rica, México, Peru e Brasil.

O presidente da Abel, Antônio Bornia, assumiu a presidência da Felalease em maio do ano passado.

## Mercado peruano tem queda de 15% em 2001

O mercado peruano de leasing encerrou 2001 com negócios da ordem de US\$ 600 milhões, volume 15% inferior ao registrado em 2000. Os resultados, na verdade, acompanharam o ritmo global da economia peruana. Segundo o presidente da Apelease, Oscar de Osma, e também presidente da America Leasing, o pouco dinamismo deve-se à recessão econômica por que passa o Peru. Em 2001, o país recebeu menos investimento tanto do setor público como privado e, ainda, teve reduzidas suas importações de bens de capital, um dos principais itens da carteira de arrendamento mercantil (*veja tabela abaixo*).

O último ano representou também para o Peru, um período de desafios de ordem política que acabaram por influ-

enciar o ritmo dos negócios. Além de enfrentar processo eleitoral e várias denúncias de corrupção, o país teve o câmbio sob intervenção do governo, que o fez, segundo Osma, com lentidão e pouca coordenação.

As sucessivas modificações na legislação que rege o leasing também promoveram, de acordo com Oscar de Osma, “expectativas confusas em relação ao produto”. Além disso, a situação econômica não foi a mais positiva no ano que passou, com o leasing enfrentando pouca difusão e baixa penetração. A expectativa para o ano 2002, entretanto, é positiva para novos contratos, com moderado crescimento - o volume de negócios em 2002 está previsto em US\$ 650 milhões. “Isso poderá ocorrer, especialmente se o Ministério da



Economia promulgar normas que incentivem o leasing”, pondera Oscar.

### MERCADO DIVIDIDO

No Peru existem três tipos de intermediários financeiros com capacidade de realizar arrendamento mercantil: os bancos (tanto comerciais como múltiplos); empresas financeiras e empresas especializadas em arrendamento mercantil. A Apelease congrega apenas o terceiro grupo de intermediários, ou seja, as especializadas, cuja participação no total de ativos de leasing é de 50%. Oscar de Osma defende a integração associativa e conta que “poucas empresas, como a America Leasing, não estão ligadas a bancos”. Esse fato, segundo ele, “limita o desenvolvimento do produto porque padroniza e o faz perder potência de atributos básicos que agregam valor ao cliente”.

### Tipos de bens arrendados

Bens imóveis	37%
Máquinas e Equipamentos Industriais	37%
Transporte Terrestre	13%
Equipamentos eletrônicos	1%
Máquinas e Equipamentos de Escritórios	2%
Equipamentos Movimentos de Terra	1%
Outros	9%

Fonte: Asociación Peruana de Empresas de Leasing - Apelease

## Evolução do Valor Presente da carteira e Quantidade de Contratos Ativos no Ano de 2001

	NOVEMBRO DE 2001				DEZEMBRO DE 2001			
	R\$ (M)	US\$ (M)	CONTRATOS.	PART.%	R\$ (M)	US\$ (M)	CONTRATOS.	PART.%
1. Itauleasing	1.284.267	507.876	174.511	10,7	1.160.951	500.324	172.718	10,1
2. Safra	1.115.882	441.287	51.174	9,3	1.106.626	476.912	51.174	9,6
3. BCN	980.210	387.634	18.289	8,2	988.659	426.073	17.775	8,6
4. IBM Leasing	933.524	369.172	814	7,8	849.403	366.059	798	7,4
5. Sudameris	558.128	220.717	29.358	4,7	558.371	240.636	28.132	4,8
6. Unibanco	570.139	225.467	53.885	4,8	553.592	238.576	47.130	4,8
7. Bradesco	549.946	217.482	30.528	4,6	541.410	233.326	30.653	4,7
8. DaimlerChrysler	540.854	213.886	9.590	4,5	520.536	224.330	9.239	4,5
9. Volkswagen	512.576	202.703	36.629	4,3	519.467	223.870	35.033	4,5
10. BankBoston	393.848	155.751	4.016	3,3	418.415	180.320	3.967	3,6
11. BB Leasing	366.066	144.761	29.990	3,1	361.379	155.740	29.579	3,1
12. Santander	360.683	142.636	42.558	3,0	338.503	145.881	38.831	2,9
13. Citibank	299.749	118.539	3.116	2,5	270.418	116.539	2.908	2,3
14. Fiat Leasing	290.062	114.708	33.430	2,4	241.233	103.962	26.616	2,1
15. Banespa	224.229	88.674	18.217	1,9	215.613	92.921	17.492	1,9
16. Dibens	210.933	83.416	20.456	1,8	213.828	92.151	19.562	1,9
17. Lloyds	232.296	91.864	11.415	1,9	211.962	91.347	10.534	1,8
18. Hewlett Packard	224.247	88.681	2.178	1,9	211.338	91.078	2.184	1,8
19. Finasa	189.993	75.135	11.411	1,6	183.538	79.098	10.388	1,6
20. Alfa	191.224	75.621	7.757	1,6	181.483	78.212	7.341	1,6
21. HSBC	177.776	70.303	9.343	1,5	173.191	74.638	8.552	1,5
22. Continental	182.019	71.981	43.724	1,5	165.695	71.408	39.427	1,4
23. Ford	172.713	68.301	9.091	1,4	164.917	71.073	8.495	1,4
24. BBV Leasing	151.117	59.761	4.043	1,3	158.523	68.317	3.783	1,4
25. Panamericano	136.169	53.849	30.891	1,1	136.169	58.683	30.891	1,2
26. El Camino Resources	144.769	57.250	1.035	1,2	134.660	58.033	1.033	1,2
27. BV Leasing	108.393	42.865	13.403	0,9	104.493	45.032	10.907	0,9
28. Finaustria	110.311	43.624	27.457	0,9	100.518	43.319	24.591	0,9
29. GM Leasing	85.855	33.952	11.324	0,7	85.855	37.000	11.324	0,7
30. Banrisul	73.628	29.117	2.528	0,6	77.147	33.247	2.956	0,7
31. Cit Brasil	73.569	29.094	260	0,6	73.569	31.705	260	0,6
32. Inter American Express	77.295	30.567	285	0,6	69.926	30.135	268	0,6
33. Sistema	65.913	26.066	2.495	0,5	65.913	28.406	2.495	0,6
34. BancoCidade	70.480	27.872	2.077	0,6	64.168	27.654	2.174	0,6
35. Mercantil do Brasil	49.508	19.578	2.191	0,4	48.400	20.858	2.191	0,4
36. BMW	47.593	18.821	1.501	0,4	47.247	20.362	1.479	0,4
37. Boavista	47.829	18.914	3.380	0,4	45.156	19.460	3.205	0,4
38. BMG	28.591	11.307	7.913	0,2	28.349	12.217	7.805	0,2
39. Banestes	20.602	8.147	2.163	0,2	20.450	8.813	2.186	0,2
40. Banco Guanabara	22.340	8.835	132	0,2	18.868	8.131	123	0,2
41. Toyota	18.428	7.288	1.148	0,2	17.348	7.476	1.123	0,2
42. BMC	18.333	7.250	477	0,2	17.113	7.375	377	0,1
43. Industrial do Brasil	17.342	6.858	70	0,1	16.896	7.282	71	0,1
44. BIC	16.030	6.339	103	0,1	16.030	6.908	103	0,1
45. Banestado	11.730	4.639	143	0,1	14.300	6.163	136	0,1
46. Sogeral	7.389	2.922	41	0,1	7.389	3.184	41	0,1
47. Fibra	6.651	2.630	2.399	0,1	6.651	2.866	2.399	0,1
48. BTM Leasing	5.193	2.054	85	0,0	5.193	2.238	85	0,0
49. Zogbi	4.802	1.899	983	0,0	4.635	1.998	844	0,0
50. BRB	3.292	1.302	129	0,0	3.292	1.419	129	0,0
51. Banco AGF S/A	2.993	1.184	1.364	0,0	2.993	1.290	1.364	0,0
52. BESEC	2.597	1.027	22	0,0	2.597	1.119	22	0,0
53. Honda	537	212	41	0,0	605	261	45	0,0
54. BGN	32	13	2	0,0	32	14	2	0,0
55. NorChem	26	10	7	0,0	26	11	7	0,0
<b>Total</b>	<b>11.990.691</b>	<b>4.741.840</b>	<b>771.572</b>	<b>100,00</b>	<b>11.545.039</b>	<b>4.975.452</b>	<b>732.947</b>	<b>100,00</b>

N.I. Não Informado

(\*) Refere-se ao Valor do último mês informado

Data: 01.02.2002

## Novos negócios em Reais (Milhões) e quantidade de contratos emitidos no ano de 2001

	NOVEMBRO							DEZEMBRO							ACUMULADO	
	DOLAR	TR	PRÉ	TJLP	OUTROS	TOTAL	CONTRAT.	DOLAR	TR	PRÉ	TJLP	OUTROS	TOTAL	CONTRAT.	TOTAL (R\$)	CONTRATO
1. Itauleasing		1.056	76.997		4.561	82.614	4.303			56.000		6.091	62.091	2.732	1.369.583	87.791
2. Safra	1.597		77.108		12.233	90.938	1.802	551		75.407		7.067	83.025	1.620	1.249.524	24.458
3. BCN			53.611	17.993		71.604	406			43.913	20.058		63.971	427	650.983	5.962
4. Sudameris			20.870			20.870	405			35.027			35.027	366	407.359	9.035
5. Volkswagen			28.421			28.421	541			31.748			31.748	304	399.071	8.722
6. IBM Leasing	38.686		1.019		1.993	41.698	42	29.427		21.153		5.997	56.577	60	398.044	768
7. BB Leasing		101	17.728		2.632	20.461	579		159	15.259		422	15.840	502	363.183	14.175
8. Bradesco			12.295	1.058		13.353	264			14.062	1.039		15.101	278	353.998	8.672
9. Unibanco			19.619			19.619	536			15.349			15.349	468	304.029	8.152
10. DaimlerChrysler			7.590			7.590	83			12.940			12.940	113	269.809	2.615
11. BankBoston	1.591		105		10.639	12.335	69	6.268		3.325		34.915	44.508	70	256.371	1.198
12. Banespa			4.461			4.461	79			4.797			4.797	71	177.384	6.448
13. Dibens			7.754	5.943		13.697	195			8.215	12.194		20.409	291	166.986	2.509
14. BBV Leasing			17.570			17.570	108			15.434			15.434	93	159.580	1.041
15. Santander			4.802			4.802	104			6.743			6.743	91	142.894	3.302
16. Finasa			6.050			6.050	161			3.648			3.648	114	136.011	3.126
17. Citibank	611		4.151			4.762	18	1.479		3.511		678	5.668	18	135.204	534
18. Panamericano					15.988	15.988	2.166					36.794	36.794	2.256	134.978	16.572
19. Hewlett Packard	4.458		6.332			10.790	73	1.101		6.625			7.726	53	124.902	1.060
20. Ford			5.307			5.307	40			2.565			2.565	50	98.140	1.345
21. El Camino Resources	5.961		5.256			11.217	15			3.189			3.189	11	90.297	137
22. Fiat Leasing					6.828	6.828	54			6.855			6.855	614	76.820	5.270
23. HSBC			6.447		381	6.828	54	1.127		5.489		142	6.757	61	75.626	933
24. BV Leasing			3.598			3.598	136			3.959			3.959	119	70.130	1.568
25. Alfa			2.481		7.785	10.266	38			2.608		280	2.888	38	54.935	417
26. BancoCidade			9.181			9.181	51	65		2.416			2.416	34	48.006	594
27. Cit Brasil						0							0		47.080	179
28. Banrisul					2.867	2.867	143					6.786	6.786	403	46.037	2.287
29. Mercantil do Brasil			1.652		33	1.685	32			1.600			1.600	35	43.047	843
30. Lloyds			2.106			2.106	148			1.996			1.996	149	36.078	2.410
31. GM Leasing			1.004			1.004	26					1.245	1.245	21	33.140	1.162
32. Banestes			1.370			1.370	69			1.237			1.237	62	28.333	1.418
33. BMW			1.062			1.062	31			2.670			2.670	37	23.282	424
34. CCF Brasil						0							0		21.704	100
35. Finaustria				40		40	1				52		52	1	16.357	17
36. Boavista						0							0		14.257	290
37. Industrial do Brasil					984	984	2			35			35	1	13.922	24
38. Inter American Express	46					46	1	11					11	1	13.423	53
39. Continental			733			733	16			865			865	15	12.740	559
40. BMG			827			827	8			989			989	8	6.617	82
41. Toyota			357			357	9			246			246	4	5.264	139
42. Zogbi						0				16			16	1	3.279	126
43. Banco Guanabara						0				801			801	4	3.087	24
44. BMC						0				22	309		331	3	1.943	32
45. BIC						0							0		1.150	7
46. Honda			51			51	2			100			100	4	273	10
<b>TOTAL</b>	<b>52.950</b>	<b>1.157</b>	<b>407.915</b>	<b>25.034</b>	<b>66.924</b>	<b>553.980</b>	<b>12.810</b>	<b>40.029</b>	<b>159</b>	<b>410.814</b>	<b>33.652</b>	<b>100.417</b>	<b>585.071</b>	<b>11.603</b>	<b>8.084.860</b>	<b>226.590</b>

(\*) Valores obtidos do Relatório Simplificado sem distribuição por moeda  
Data: 01.02.2002