



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**FACTORING COMO UNA PROPUESTA DE IMPULSO
FINANCIERO AL SECTOR COMERCIALIZADOR DE
PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN HONDURAS**

SUSTENTADO POR:

**MARJORIE MICHELLE SERVELLÓN SILVA
MIGUEL ROBERTO ZAVALA ZÚNIGA**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MÁSTER EN DIRECCIÓN EMPRESARIAL CON
ORIENTACIÓN EN FINANZAS**

**TEGUCIGALPA, F. M., HONDURAS, C.A.
ABRIL, 2013**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

**FACULTAD DE POSTGRADO
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR
LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO**

**SECRETARIO GENERAL
JOSÉ LÉSTER LÓPEZ**

**VICERRECTOR ACADÉMICO
MARLON ANTONIO BREVÉ REYES**

**DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO
JEFFREY LANSDALE**



**FACTORING COMO UNA PROPUESTA DE IMPULSO
FINANCIERO AL SECTOR COMERCIALIZADOR DE
PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN HONDURAS**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MÁSTER EN
DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**ASESOR METODOLÓGICO
GABRIELA DÁVILA FONTECHA**

**ASESOR TEMÁTICO
VIOLETA ZÚNIGA**

MIEMBROS DE LA TERNA (O COMISIÓN EVALUADORA):

EVELIO SERRANO

MARIO SIERRA

JACOBO SANTOS

DEDICATORIA

La presente tesis es dedicada nuestro Dios, Señor y Salvador Jesucristo por sus innumerables bendiciones derramadas sobre nosotros día a día.

A nuestros padres María Elena Zúniga y Miguel Zavala por una parte, y por la otra parte a Nerys Margoth Servellón y Mario Erazo; quienes nos han educado y apoyado hasta llegar hasta este momento tan importante en nuestras vidas, dándonos aliento moral y psicológico.

AGRADECIMIENTO

Primeramente a nuestro Padre Celestial por habernos brindado oportunidades de superación y ese don de salir adelante con motivación y amor.

A nuestros catedráticos por hacernos sentir lo importantes que somos para nuestras familias y para el desarrollo de nuestra querida Honduras.

Un agradecimiento especial a la MSc. En Finanzas Katherine Leonela Molina, por su incansable apoyo y dirección en el transcurso de la elaboración de esta tesis, por haber sido el motor del equipo de trabajo.

Finalmente a nuestras asesoras Temáticas y Metodológicas por hacer de este proyecto un éxito académico que servirá sin ninguna duda a futuras generaciones.



FACULTAD DE POSTGRADO

FACTORING COMO UNA PROPUESTA DE IMPULSO FINANCIERO AL SECTOR COMERCIALIZADOR DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN HONDURAS

AUTOR:

Miguel Roberto Zavala Zúniga

Marjorie Michelle Servellón Silva

RESUMEN

El presente informe de Tesis expone como el instrumento de financiamiento de corto plazo Factoring, puede convertirse en un fuerte impulso económico en nuestro país; específicamente en las empresas comercializadoras de productos de consumo masivo y sus clientes mayoristas. Se analizan abiertamente las ventajas y oportunidades que resultan de la implementación de este instrumento financiero, basadas en el caso de Honduras y de algunas economías del mundo.

Para ello, se aplicaron diferentes instrumentos de investigación que permitieron obtener diferentes percepciones y puntos de vista de las partes intervinientes en su proceso y como resultado de los hallazgos obtenidos, se presenta un Plan o Propuesta de capacitación y guía que permita a las empresas conocer y negociar esta alternativa financiera, con el fin último de mejorar las condiciones económicas y financieras de las pequeñas y medianas empresas del país.

Palabras claves: factoring, empresas de consumo masivo, instrumento financiero, herramienta financiera, economía, PYMES, MIPYMES.



GRADUATE SCHOOL

FACTORING AS A PROPOSAL OF FINANCIAL IMPROVEMENT IN CONSUMER PRODUCTS COMPANIES IN HONDURAS

AUTHOR:

Miguel Roberto Zavala Zúniga

Marjorie Michelle Servellón Silva

SUMMARY

This document exposes how Factoring as an of short-term financing instrument, can become a strong economic driver in our country, specifically in massive consume companies and their wholesale customers. The advantages and opportunities that result from the implementation of this financial instrument are openly discussed, based on case studies of Honduras and around the world.

In order to identify opportunities that factoring could have in the Honduran market, we applied different research tools that allowed us to obtain different perceptions and views of the actors involved in the process. As a result of the insights obtained, we present a proposal factoring training and a guide that allows companies to conduct a successful negotiation process according to their needs. All this is done with the objective of proposing tools to improve the economic and financial conditions for small and medium businesses.

Keywords: factoring, consumer companies, financial instrument, financial tool, Economy, PYMES.

INDICE

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.2 ANTECEDENTES	2
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	6
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	6
1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	7
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO	7
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	7
1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	7
1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	8
1.5.1 HIPÓTESIS.....	8
1.5.2 DEFINICIÓN DE VARIABLES.....	8
1.6 JUSTIFICACIÓN	9

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 CONCEPTOS Y DEFINICIONES	10
2.2 FACTORING	111
2.2.1 CONTRATO DE FACTORING	11
2.2.2 DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN DE FACTORING (FACTORAJE).....	144
2.2.3 MODALIDADES DEL CONTRATO DE FACTORING.....	14
2.2.4 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL FACTORING	177
2.2.5 PARTES INTERVINIENTES EN EL PROCESO DE FACTORAJE.....	19
2.2.6 FUNCIONES DEL FACTORING (FACTORAJE).....	20
2.3 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL FACTORING	211

2.3.1 PROCESO DEL FACTORING (FACTORAJE)	22
2.3.2 COSTOS DEL FACTORING	244
2.4 EL FACTORING (FACTORAJE) EN EL MUNDO	25
2.4.1 EL FACTORING (FACTORAJE) EN ESPAÑA	27
2.4.2 EL FACTORING (FACTORAJE) EN AMÉRICA LATINA	28
2.4.2.1 EL FACTORING (FACTORAJE) EN CHILE	30
2.4.2.2 EL FACTORING (FACTORAJE) EN COLOMBIA	33
2.4.2.3 EL FACTORING (FACTORAJE) EN PERÚ	33
2.4.3 EL FACTORING (FACTORAJE) EN CENTRO AMÉRICA.....	34
2.4.3.1 EL FACTORING (FACTORAJE) EN HONDURAS	35
2.5 CONFIRMING UN INSTRUMENTO DE FINANCIACIÓN.....	37
2.6 FACTORING FRENTE AL DESCUENTO COMERCIAL	378
2.6.1 DIFERENCIAS ENTRE FACTORING Y DESCUENTO COMERCIAL.....	40
2.7 COMPRA DE FACTURAS.....	41
2.8 LA FACTURA COMO TÍTULO VALOR.....	42
 CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	
3.1 ENFOQUE Y MÉTODOS	444
3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	44
3.2.1 TIPO DE ESTUDIO	444
3.2.2 UNIDAD DE ANÁLISIS	44
3.2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA	466
3.3 INSTRUMENTOS Y HERRAMIENTAS APLICADAS	46
3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN	477
 CAPITULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	 488
4.1 INTRODUCCIÓN.....	488

4.2 CUESTIONARIOS.....	48
4.3 ENTREVISTAS	61
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1 CONCLUSIONES	65
5.2 RECOMENDACIONES.....	66
CAPITULO VI. APLICABILIDAD	
6.1 INTRODUCCIÓN.....	677
6.2 PLAN DE CAPACITACIÓN	688
6.2.1 OBJETIVOS GENERALES	688
6.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	688
6.2.3 PROGRAMA DE CAPACITACIÓN.....	699
6.2.3.1 Generalidades de la Capacitación	69
6.3 GUÍA: “PREPARANDO UN NUEVO CAMINO FINANCIERO PARA TU EMPRESA” .	722
6.3.1 OBJETIVOS GENERALES	73
6.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	73
6.3.3 JUSTIFICACIÓN.....	73
6.3.4 ESQUEMA PROPUESTO	744
BIBLIOGRAFÍA	82
ANEXOS.....	85

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

Para muchos rubros empresariales, la situación constante de incertidumbre económica y social que caracteriza a Honduras, hace más grande el reto de generar crecimiento, fin por el cual todas las empresas nacionales o extranjeras se han constituido en nuestro territorio.

Uno de los principales retos que crea esta incertidumbre antes expuesta, es la disminución de la confianza del consumidor, lo que genera un bajo optimismo sobre el estado general de la economía y sobre su situación financiera personal; implicando a su vez un bajo rendimiento en la rotación de activos de consumo masivo, rubro al que dedicará el cuestionamiento de hipótesis en este Proyecto de Tesis.

La industria de la producción y comercialización de productos de consumo masivo depende fuertemente del crédito para su ejercicio, por lo que las operaciones se encuentran acompañadas implícitamente de riesgo financiero y subsecuentemente del “Riesgo País”, que cada día se hace más grande por la disminución en el ciclo del conversión del efectivo de las empresas (flujo de efectivo), que al final es generado por el nivel de consumo de los habitantes, el cual cada día disminuye por la decreciente situación económica y social del país.

Hoy en día, uno de los sectores empresariales que está siendo afectado por este flagelo es el de las empresas productoras y comercializadoras de productos de consumo masivo, incluyendo sus clientes, de los cuales podemos mencionar supermercados, distribuidores y mayoristas.

Existe el dilema en estas empresas de aceptar un mayor riesgo financiero o no para seguir operando o vendiendo a estos intermediarios con el fin de continuar fortaleciendo los productos y marcas que comercializan en el mercado, ya que cada día aumenta la presión de estos que en lo sucesivo se llamarán “los clientes”, por obtener mejores condiciones de crédito, con el fin de disminuir la presión en su ciclo de conversión de estos productos en efectivo.

En ocasiones en este rubro nace el cuestionamiento sobre un instrumento financiero que los clientes “intermediarios” contemplan como una posible solución a las batallas generadas por la falta de entendimiento entre las políticas de crédito que ambas partes anhelan tener. Este instrumento es el Factoring que en su definición más clara consiste en ingresar un tercer jugador en la operación de la compra venta de productos de consumo masivo, el cual asumirá y cobrará por riesgo de pagar al comercializador las facturas en el tiempo que necesitan según sus políticas y estrategias de crédito, y recibir ese pago posteriormente por los “Clientes” o Intermediarios asumiendo que los productos vendidos se vuelvan líquidos.

Quien cumple en la práctica la función de este tercer jugador son las instituciones financieras o bancos, sin embargo en Honduras, no todas cuentan con este instrumento en su portafolio de servicios.

Esta tesis se desarrolla con el objetivo de determinar si el Factoring es una alternativa para las empresas de consumo masivo y sus clientes mayoristas (catalogados según su número de empleados como PYMES) para lo que se realizará un estudio del instrumento financiero, con el objetivo de obtener un mayor entendimiento e identificar las condiciones existentes en el país para que este instrumento financiero realmente ofrezca una solución a la problemática antes expuesta, y así definir el impacto que este pudiera tener en el desarrollo económico de las empresas de consumo masivo en Honduras.

1.2 ANTECEDENTES

Debido a que en la actualidad existen dificultades para el acceso de las pequeñas y medianas empresas al circuito financiero tradicional, les resulta complicado acceder a modelos de financiamiento que permitan un desarrollo coherente con los objetivos organizacionales para los cuales fueron creados. Es por ello que es de gran importancia estudiar sistemas alternativos de financiamiento. Una de las mayores debilidades que enfrentan las PYMES es la falta de conocimiento de instrumentos financieros que inyecten el capital rotativo requerido para el funcionamiento de sus operaciones diarias.

En la actualidad, los requisitos que deben cumplir las empresas se han extendido, especialmente por la situación de incertidumbre que se vive en Honduras, esto sumado a las altas tasas de interés vigentes, crean un escenario crítico para acceder a las líneas de crédito que las instituciones financieras ofrecen a sus clientes actuales y potenciales.

Se entiende como Factoring una moderna alternativa de financiamiento que permite a las empresas obtener liquidez, protección crediticia y servicios de cobranza mediante la utilización de sus cuentas por cobrar. La entidad financiera obtiene las facturas a cobrar de las compañías con efectivo inmediato usualmente hasta un máximo del ochenta por ciento del importe de la factura. Asimismo acrecienta la disponibilidad del capital de trabajo de esas firmas. La entidad financiera, como parte de sus prestaciones, se encargará de recaudar las facturas a los compradores de las compañías (Fajre, 1999).

En la actualidad la economía hondureña refleja la necesidad de utilizar instrumentos financieros y comerciales que permitan a las empresas crecer en el mercado, agilizar sus procesos de compra venta y recuperación de créditos y que a su vez permitan obtener el mayor circulante posible para satisfacer sus demandas actuales y potenciales.

En culturas financieras más avanzadas, el Factoring o Factoraje se ha convertido en un instrumento financiero característico en la operatividad de las empresas.

En el desarrollo de este Proyecto de Tesis se enmarcan como empresas objetivo de estudio aquellas dedicadas distribución mayorista de productos consumo masivo, específicamente las consideradas como PYMES.

El concepto de Factoring o Factoraje ha sido desarrollado a través de los años, incluyendo diferentes elementos que permiten guiar la utilización del Factoring a un esquema específico.

Una de las definiciones más concretas del Factoring es la siguiente:

Se entiende como Factoring una moderna alternativa de financiamiento que permite a las empresas obtener liquidez, protección crediticia y servicios de cobranza mediante la utilización de sus cuentas por cobrar. (Ríos y Peña, 2011).

Evolución del Factoring

1960: El Factoring empieza en Estados Unidos, como resultado de la presión de alianzas entre compañías americanas de Factoring y socios locales. Rápidamente se extiende en Europa.

1970: Para muchas empresas, la crisis económica del petróleo y la enorme cantidad de negocios en bancarrota se convirtieron en sinónimo de menor seguridad. En la crisis, las compañías de Factoring dieron las garantías necesarias para la administración de cartera. Al mismo tiempo, el crecimiento del comercio internacional permitió el desarrollo del Factoring de exportación como la forma más simple y de bajo riesgo para solucionar sus necesidades de desarrollo (Ríos y Peña, 2011).

1980: Se experimenta un boom en el Factoring asociado a nuevos enfoques funcionales como la globalización y al vigoroso crecimiento en los procesos comerciales. También incidieron la emergencia de nuevas redes internacionales, flexibilidad, nuevos servicios y el hacer a la medida las soluciones para clientes.

1990 a 2011: Mayor utilización y fortaleza financiera debido a un mejor entendimiento de los servicios y beneficios que provee el Factoring. Innovación constante. Boom del outsourcing de la gestión de cartera. Crecimiento del Factoring a nivel internacional. Hoy, las ventas a través de tarjeta de crédito son la forma más común de Factoring. La franquicia de la tarjeta cobra al dueño del establecimiento un porcentaje sobre el valor de la venta para que este reciba el pago de inmediato. La diferencia es que en el Factoring hay un porcentaje de avance mientras que en las ventas con tarjeta de crédito se avanza todo (Ríos y Peña, 2011).

Finalmente, el Factoring se convierte en un instrumento financiero que incrementa las exportaciones, gestiona el cobro de las facturas y financia las ventas a empresas nacionales. Para este efecto se abordan aspectos sobre la definición y cuantificación del riesgo cambiario, así como de los instrumentos que en el mercado de las finanzas internacionales dispone para su cobertura (Ríos y Peña, 2011).

En Honduras, son pocas las entidades financieras que ofrecen el Factoring dentro de su portafolio de servicios, entre las cuales se pueden mencionar:

- Banco Lafise
- Banco Ficohsa
- Banco Atlántida
- Davivienda

El servicio de este Instrumento financiero lo hacen de la siguiente manera:

- Banco Lafise es el único en el rubro que ofrece el Factoring como una alternativa de negocios en clientes nacionales, regionales e internacionales.
- Banco Ficohsa, Banco Atlántida y Da Vivienda enfocan más este instrumento al mercado de las exportaciones.

Es importante mencionar que el Factoring no es un instrumento exclusivo de la banca. En países de América latina como Chile, México, Brasil, Colombia, y en el caso de Centroamérica El Salvador, entre otros, existen empresas especializadas y dedicadas únicamente a la comercialización de esta herramienta obteniendo como en el caso de Chile resultados exitosos donde las operaciones de Factoring representan un 13% del Producto Interno Bruto (PIB) al 2012. (Acosta, 2012).

Muchas transacciones son detenidas diariamente en diversas empresas dedicadas a la comercialización de productos de consumo masivo, debido a la falta de liquidez que tienen los clientes para pagar las facturas de los productos que venden a los consumidores o compradores finales. Esta situación tiene muchas causas que

analizaremos posteriormente, pero tiene efectos destructivos para cualquier negocio que compite en un mercado de poco poder adquisitivo y un bajo índice de confianza en los consumidores.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Las empresas necesitan agilizar la recuperación de sus ventas al crédito para seguir creciendo económicamente y competir en el mercado; dicha recuperación de créditos se convierte en su capital de trabajo que mide la rotación del efectivo y adicionalmente mide el retorno de sus inversiones.

El pago de los clientes y distribuidores a las empresas productoras y comercializadoras del rubro de productos de consumo masivo proviene en su mayoría de las ventas al detalle y al por mayor, y de cómo estos administran sus relaciones de crédito con los mismos.

La mayoría de los créditos otorgados por estas empresas se manifiestan en lapsos de 30 a 45 días, un rango de tiempo considerablemente largo para la recuperación del dinero invertido en sus transacciones. Adicional a ello, gran parte de las empresas existentes en Honduras son las denominadas PYMES, las cuales es sabido que encuentran muchas barreras para líneas de crédito revolventes, préstamos para capital de trabajo y préstamos hipotecarios entre otros, por lo cual podrían verse muy beneficiadas con el uso de nuevos instrumentos financieros que resulten seguros y rápidos en la obtención del pago de los créditos, y por ende les permita convertirse en empresas competitivas que favorezcan el desarrollo económico del país.

En virtud de esto, se hace necesario el ingreso de un tercer elemento en las transacciones de compra venta al crédito de dicha industria que les ofrezca dichos instrumentos, siendo este elemento la Banca, quien como protagonista en el desarrollo de un país y de las transacciones de una empresa, es capaz de crear facilidades y alternativas para sus clientes, como lo es el Factoring.

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La falta y/o desconocimiento de instrumentos de crédito rápidos, rentables y seguros para las empresas de comercialización de productos de consumo masivo, afecta su flujo de efectivo y reduce sus transacciones de compra venta, impidiendo el crecimiento sostenible.

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál ha sido el desarrollo del Factoring como alternativa financiera a corto plazo en Honduras?

¿Cuáles son las oportunidades que genera el uso de Factoring a las empresas comercializadoras de productos de consumo masivo?

¿Qué condiciones se deben generar para una correcta y viable aplicación del Factoring como impulso financiero?

¿Cuál ha sido el efecto de la implementación de esta alternativa financiera en el rubro de productos de consumo masivo?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Conocer el desarrollo del “Factoring” como nueva alternativa de crédito para las empresas de comercialización de productos de consumo masivo en el país, a fin de determinar sus oportunidades de explotación y asegurar la sostenibilidad de las empresas.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Establecer las ventajas y desventajas del uso Factoring por parte de las empresas y los bancos.
2. Definir las áreas de oportunidad que este instrumento financiero tiene en el rubro de productos de consumo masivo.

3. Identificar casos de implementación y éxito del Factoring, que permitan guiar el crecimiento de este instrumento financiero.
4. Proponer un Plan de Acción que permita conocer las ventajas de la implementación del Factoring en las operaciones de cuentas por cobrar, y proporcione una guía para el diagnóstico y negociación de este instrumento.

1.5 HIPÓTESIS Y VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

1.5.1 HIPÓTESIS

La falta de conocimiento general sobre la aplicación de instrumentos financieros innovadores como el Factoring, es la causa por la cual éste no es aprovechado o implementado por las empresas del rubro de productos de consumo masivo.

1.5.2 DEFINICIÓN DE VARIABLES

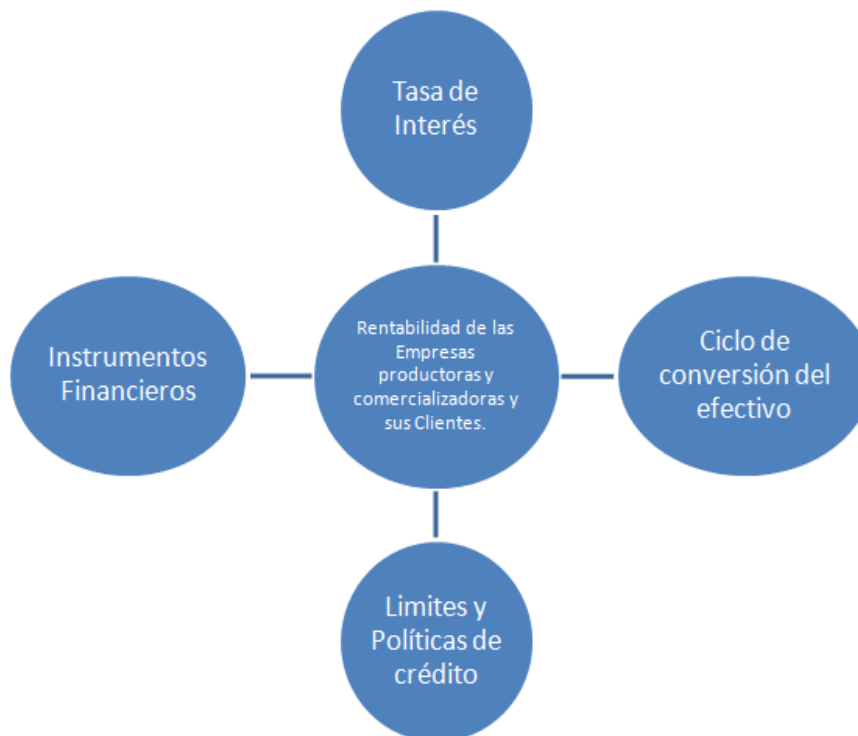


Figura No. 1 Definición de Variables

Fuente: Elaboración propia

1.6 JUSTIFICACIÓN

La necesidad que existe por parte de las empresas de consumo masivo en agilizar la rotación de su efectivo, y la reducción de los tiempos de crédito a sus clientes sobre todo a los distribuidores pequeños y medianos empresarios, es una de los mayores retos que se enfrentan en la actualidad.

La idea de la existencia de una herramienta financiera que pueda solucionar los inconvenientes de insolvencia de parte de dichos clientes, se podría convertir en un gran apoyo a la capacidad de crecimiento de las mismas, logrando con ello que las grandes compañías de productos masivos obtengan una recuperación de sus créditos en plazos record a lo acostumbrado. Todo esto sumado a una mayor rotación del efectivo que vendría a contribuir a la aceleración de la economía en esa industria en específico.

Por lo antes expuesto se hace necesario estudiar a fondo este instrumento financiero, sus ventajas y desventajas, y los beneficios a corto y mediano plazo para las distribuidoras mayoristas de productos de consumo masivo específicamente.

Esta investigación se justifica desde tres puntos de vista. Desde el punto de vista práctico, ya que se hizo una propuesta sobre las capacitaciones requeridas para lograr la correcta implementación del Factoring así como una propuesta de una guía, que permita a las PYMES hacer un diagnóstico de su situación actual y negociar exitosamente instrumentos financieros como el Factoring. Desde el punto de vista metodológico, nos permite lograr la aplicación de métodos de investigación para generar un conocimiento y posibles alternativas que fueron sugeridas a las PYMES para participar efectivamente en este proceso. Desde el punto de vista profesional, se puso de manifiesto, los conocimientos adquiridos durante nuestra carrera de Pregrado y la experiencia profesional en general.

CAPITULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 CONCEPTOS Y DEFINICIONES

Pequeñas Empresas: son aquellas con una mejor combinación de factores productivos y posicionamiento comercial, que permiten a la unidad empresarial, acumular ciertos márgenes de excedentes. Tienen una organización empresarial más definida y mayor formalización en su gestión y registro, cuenta con un mínimo de once (11) y un máximo de cincuenta (50) empleados remunerados (MIPYMES, 2009).

Medianas Empresas: son empresas que disponen de mayor inversión en activos fijos, en relación a las anteriores. Asimismo, presentan una adecuada relación en cuanto a su capital de trabajo, una clara división interna de trabajo y formalidad en sus registros contables y administrativos, emplean un mínimo de cincuenta y uno (51) empleados y un máximo de ciento cincuenta (150) empleados remunerados(MIPYMES, 2009).

Empresas de consumo masivo: Son aquellos que están creados con la intención de llegar a segmentos de mercado con poblaciones grandes.

El fenómeno de la masividad de este tipo de empresas hace necesaria la segmentación tanto de mercado como de canales de distribución para posicionar cada marca de la manera más rápida y definida posible (Bonta y Farber, 1994).

Distribuidores Mayoristas: La venta mayorista consiste en las actividades de las personas o establecimientos que venden a los minoristas y a otros comerciantes y/o usuarios industriales, institucionales o comerciales, pero que no venden cantidades significativas de artículos a los consumidores finales (Stern, 1999).

Título Valor: Son títulos-valores los documentos necesarios para ejercitar el derecho literal y autónomo que en ellos se consigna (Artículo No. 49 del Código de Comercio de Honduras)

2.2 FACTORING

A través de la historia se han desarrollado diferentes conceptos de Factoring los cuales han sido implementados dependiendo del objetivo que se persigue en la operación, el lugar de aplicación, la garantía utilizada entre otros.

A continuación se detallan alguno de los conceptos más relevantes para el entendimiento de este instrumento:

“El Factoraje (también conocido como Factoring) es un mecanismo por medio del cual una empresa industrial, comercial o de servicios vende o cede los derechos de cobro (cuentas por cobrar) a una institución de factoraje denominada Factor, con la finalidad de reducir su ciclo de flujo de efectivo” (Gargantúa, 1995).

“El Factoring es un servicio financiero especializado de crédito y cobranza que permite a la empresa obtener liquidez o capital de trabajo con el propósito de mejorar su administración, sus recursos y su productividad por medio de la recuperación inmediata de sus cuentas por cobrar, además de que es una forma de agilizar el proceso productivo”(Perdomo, 2001).

Para efectos de esta tesis de investigación se entiende como Factoring aquella operación donde una empresa trasmite, con o sin exclusividad, los créditos que tiene frente a terceros como consecuencia de su actividad comercial, a un factor (empresa financiera), el cual se encarga de la gestión y contabilización de tales créditos, pudiendo asumir el riesgo de insolvencia de los deudores de los créditos cedidos o no (“con o sin recurso”) así como la movilización de tales créditos mediante el anticipo de ellos a favor de su cliente; servicios desarrollados a cambio de una prestación económica que el cliente ha de pagar (comisiones, intereses, gastos, etc.) a favor del factor(Franco de la Cuba, 2010).

2.2.1 CONTRATO DE FACTORING

El Contrato de Factoring diciendo que es "una operación de crédito, de origen norteamericano, que consiste en la transferencia de un crédito mercantil del titular a un factor que se encarga, contra cierta remuneración o comisión, de obtener el cobro, cuya

realización se garantiza, incluso en el caso de quiebra temporal o definitiva del deudor. Constituye, pues, una comisión de cobranza garantizada" (Cabanellas de Torres, 1994).

Lisoprawski (1997) define el contrato de Factoring como aquella operación por la cual un empresario trasmite, con o sin exclusividad, los créditos que frente a terceros tiene como consecuencia de su actividad mercantil, a un factor, el cual se encargará de la gestión y contabilización de tales créditos, pudiendo asumir el riesgo de insolvencia de los deudores de los créditos cedidos, así como la movilización de tales créditos mediante el anticipo de ellos a favor de su cliente; servicios desarrollados a cambio de una prestación económica que el cliente ha de pagar (comisión, intereses) a favor de su factor. Advertimos así como característica saliente la triple finalidad del Factoring: gestión, garantía y financiación de los créditos."

El Contrato de Factoring se define como "aquél por el cual un comerciante o empresa encarga a otra entidad (llamada 'factor') el manejo de su facturación, mediante la transmisión de sus créditos frente a terceros" (Arias, 1999).

El Factoring es una alternativa de financiamiento que se orienta en preferencia a las PYMES y es un contrato a través del cual una empresa traslada el servicio de cobranza que se realizará en el futuro, de los créditos y facturas existentes a su favor por ventas de su productos o servicios a un tercero, y a cambio recibirá inmediatamente el dinero correspondiente a esas operaciones aunque con un descuento. Este principio se justifica por el hecho de que el exportador nacional "Cedente" podría comportarse mucho más confiado a realizar negociaciones con diferentes clientes en el exterior sin tener que preocuparse por el riesgo cambiario generado en sus operaciones de venta (Peña y Ríos, 2011).

Bravo (1997) define que a nivel jurídico, el Contrato de Factoring tiene las siguientes características:

- ✓ Principal: tiene esta característica por contar con autonomía e independencia propias, es decir, no depende ni está subordinado a ningún otro contrato, pudiendo existir por sí solo.

- ✓ Obligacional: porque su celebración sólo genera obligaciones, careciendo de efectos reales.
- ✓ Oneroso: porque impone prestaciones para cada una de las partes que éstas ejecutan una a cambio de la otra (ventaja por desventaja), es decir, es opuesto al gratuito.
- ✓ De prestaciones recíprocas (bilateral): Desde que de éste nacen obligaciones para las dos partes contratantes. En este contrato intervienen dos partes que se hacen prestaciones entre sí.
- ✓ Conmutativo: ya que las prestaciones son determinadas y ciertas, y entonces las partes pueden prever sus resultados.
- ✓ De tracto sucesivo: Puesto que su ejecución se prolonga en el tiempo y no se consume en un solo momento.
- ✓ Complejo: porque puede contener una diversidad de prestaciones (servicios) que el factor brinda al factoreado.
- ✓ De adhesión: esta es una característica muy frecuente en el Contrato de Factoring. Es comúnmente considerado un contrato de adhesión debido a que en la gran mayoría de los casos el cliente se limita a aceptar las condiciones del factor sin poder discutir las, ni modificarlas ni objetar las ya establecidas, ni proponer las suyas. Es decir, el cliente simplemente lo toma o lo deja.
- ✓ Comercial o mercantil y de empresa: porque el factor debe necesariamente ser una entidad financiera (banco o empresa de Factoring debidamente autorizada) y el cliente será una empresa comercial, industrial o prestadora de servicios.
- ✓ De colaboración: por cuanto el factor asiste a la empresa, prestándole servicios tales como el control de los créditos, la investigación de clientes, la contabilidad de las acreencias, marketing, etc., y sobre todo la cobranza judicial y extrajudicial (gestión de cobros) de los créditos vencidos, morosos (Bravo, 1997).

2.2.2 DESCRIPCIÓN DE LA OPERACIÓN DE FACTORING (FACTORAJE)

El tema del Factoraje en el mundo de las finanzas ha sido debatido por los especialistas en cuanto a su aplicación y ventajas. Dependiendo del punto de vista y la estrategia, el factoraje se ha convertido en una alternativa para el desarrollo y dinamización de la economía en países que cuentan con una cultura avanzada en términos financieros y donde las oportunidades de crecimiento son escasas y por ende más exigentes.

Para el desarrollo de este apartado es necesario referirnos a los términos y datos relevantes que permitirán entender de manera más puntual el concepto del factoraje, sus beneficios, ventajas así como su aplicación actual en diferentes países de América Latina.

2.2.3 MODALIDADES DEL CONTRATO DE FACTORING

El contrato de Factoring se puede celebrar de diferentes formas:

Según quien asume el Riesgo de Insolvencia:

- ✓ **Factoring “impropio” o “con recurso”:** En esta modalidad el factor no asume el riesgo de incobrabilidad.
- ✓ **Factoring “propio” o “sin recurso”:** En este caso el factor asume el riesgo de incobrabilidad. En general esta modalidad se emplea cuando las deudas cedidas son de empresas de primera línea, en las cuales la posibilidad de no pago es muy bajo (Franco de la Cuba, 2010).

Según el Servicio prestado:

- ✓ **Factoring Tradicional (Old Line Factoring):** los servicios ofrecidos por el factor son básicamente gestión de cobro, garantía de cobro y contabilidad de las ventas.
- ✓ **Factoring Moderno (New Style Factoring):** la operatoria se caracteriza por una oferta más amplia de los servicios de la gestión de ventas, como podría ser un mayor desarrollo de las prestaciones de índole financiero.

- ✓ **Factoring Comercial:** Consiste en que el factor puede ofrecer préstamos colaterales con mayor flexibilidad que un Banco Comercial. El factor recibe como respaldo de sus préstamos cualquier tipo de activos, pero principalmente carteras (Franco de la Cuba, 2010).

Según el ámbito Geográfico:

- ✓ **Factoring Nacional:** Cuando vendedor y comprador son residentes en un mismo país.
- ✓ **Factoring Internacional:** Cuando vendedor y comprador son residentes en diferentes países. Oferta un número básico de servicios y provee una combinación particular de ellos que se ajustan a los requerimientos de cada vendedor. En el caso de exportaciones, el factor debe entrar en contacto con otros factores localizados en el país del comprador de la mercancía, lo que permite que los estudios de créditos y cobro se hagan en forma compartida. Dentro del Factoring Internacional, se encuentran dos clasificaciones:

***De exportación:** se presenta cuando el factor adquiere facturas emitidas por sus clientes, radicados en el país, a cargo de compradores extranjeros.

***De importación:** el factor adquiere facturas emitidas por clientes del exterior a cargo de importadores o compradores nacionales, lo que le permite a la sociedad de Factoring efectuar un estudio más rápido y directo de las condiciones financieras de estos últimos (Franco de la Cuba, 2010).

Según la forma de financiamiento:

- ✓ **Con financiación o “a la vista”:** En este tipo de contratos el cliente o empresa factoreada recibe el pago en forma inmediata al momento de la transferencia de los derechos sobre los créditos a la empresa de factores.
- ✓ **Sin financiación o “al vencimiento”:** En esta modalidad no hay una financiación anticipada. El factoreado va a recibir el pago al vencimiento de la deuda por lo que esta modalidad carece de uno de los propósitos esenciales del

Factoring moderno que es la obtención por el cliente del pago inmediato de los créditos cedidos para favorecer la liquidez de la empresa (Franco de la Cuba, 2010).

Según la forma de ejecución:

- ✓ **Factoring “con notificación”:** En este tipo de Factoring el cliente debe informar al deudor sobre la transferencia a favor del factor de los documentos de su deuda y de que el factor será el único autorizado para cobrarla.
- ✓ **Factoring “sin notificación”:** El cliente facturado, en esta modalidad, no avisa a sus deudores sobre la transmisión de los créditos, por lo que continuará siendo el acreedor. El pago deberá efectuársele a él, quien a su vez está obligado a reintegrar el importe de ellos al factor en el plazo fijado en el contrato (Franco de la Cuba, 2010).

Características del Factoring:

- La operación de Factoring se realiza con responsabilidad del exportador nacional (llamado con recurso), lo que significa que ante el no pago del pagador del extranjero, este responderá por los recursos girados por el factor.
- Todas las operaciones son definidas en dólares americanos.
- Se le notificará al pagador extranjero sobre la cesión de créditos a través del documento Notificación de Endoso Permanente o por Operación firmada por el exportador nacional y el Factor.
- El producto o servicio deberá haber sido entregado al pagador extranjero y este deberá confirmar la recepción de la mercancía y aceptar el pago de la factura endosada al Factor (Peña y Ríos, 2011).

2.2.4 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL FACTORING

Según un estudio realizado por Franco de la Cuba (2010), se pueden definir las siguientes ventajas y desventajas que tiene el factoreado al operar con Factoring:

Ventajas:

- ✓ Mejora del nivel de liquidez, ya que los créditos a cobrar se convierten en ventas de pago contado.
- ✓ Permite contar con una nueva línea de financiamiento.
- ✓ Mejora los flujos de caja y la liquidez.
- ✓ Disminución del riesgo de no cobro de los créditos, salvo caso de fraude o de realizar operaciones “con recurso” ya que la compañía de factores no puede reclamar por el no pago los créditos adquiridos.
- ✓ Optimización y/o ahorro por la menor necesidad de personal dedicado a las tareas de gestión de créditos y cobranzas.
- ✓ Optimización de la cartera de créditos y gestión comercial apoyada en el conocimiento de la empresa de factores en cuanto a la evaluación y análisis de los deudores.
- ✓ No afecta parcial ni totalmente las líneas de crédito tradicionales que pueda tener la empresa con sus bancos.
- ✓ No es indispensable para el factoreado ser un sujeto calificado de crédito para acceder a esta alternativa, ya que principalmente se evalúa al comprador.
- ✓ Ahorro de tiempo, ahorro de gastos y precisión de la obtención de informes.
- ✓ Posibilita mayor velocidad en la rotación del capital de trabajo en las empresas.

- ✓ Aumenta la capacidad de la infraestructura productiva (ventas y endeudamiento).
- ✓ Profesionaliza la gestión y disminuye las cargas administrativas (Franco de la Cuba, 2010).

Fajre (1999) establece como ventajas para el cliente factoreado las siguientes:

- ✓ Constituye un modo de obtener capital de giro para las empresas, pues al poder lograr anticipadamente la satisfacción de los créditos, se convierte en una perspectiva de auxilio en momentos difíciles.
- ✓ Da seguridad al cliente factoreado frente al posible incumplimiento de sus deudores.
- ✓ Permite dedicarse plenamente a la actividad comercial o industrial específica, lo que se da no solo por la financiación anticipada que consigue sino además porque desentiende al factoreado de la actividad de cobranza relativa a los créditos que concedió.
- ✓ Facilita la obtención de créditos.
- ✓ Simplifica la contabilidad, al poder el cliente factoreado suprimir las cuentas de cada uno de sus clientes, sustituyéndola por la única cuenta que llevará a nombre del factor (Fajre, 1999).
- ✓ Reduce el tiempo entre las salidas y entradas de dinero en caja, lo que conduce a pagar las materias primas en el momento de la adquisición y, consiguientemente, a obtener un precio más ventajoso (Fajre, 1999).

Desventajas:

- ✓ El costo no es menor al de las líneas de crédito tradicionales o al del descuento de documentos.

- ✓ El factor puede no aceptar alguno de los documentos dependiendo el tipo de documentación de respaldo, el cliente, etc.
- ✓ Pueden excluirse algunas operaciones relativas a determinados productos perecederos y las de largo plazo (más de 180 días).
- ✓ El factoreado está sujeto al criterio de la empresa de Factoring para evaluar el riesgo de los distintos compradores (Franco de la Cuba, 2010).

2.2.5 PARTES INTERVINIENTES EN EL PROCESO DE FACTORAJE

Las partes intervinientes en una operación de Factoring normalmente son las siguientes:

- ✓ **Factor, empresa de Factoring o empresa de factores:** es la empresa que facilita los servicios de Factoring. Entre los servicios que brinda se encuentran:
- ✓ **Financiamiento:** Comúnmente el factor anticipa a la empresa factoreada el importe de las letras y facturas, descontando del mismo el correspondiente interés y un margen de garantía en caso de impago.
- ✓ **Gestión de cobro de clientes:** El factor se compromete tratar de cobrar las deudas en forma amistosa antes de acudir a la vía judicial. También puede llegar a acuerdos para prolongar los plazos de pago.
- ✓ **Garantía de cobranza:** Como el factor es el que evalúa el riesgo, examinando la cartera del cliente, los errores cometidos a este respecto son asumidos por el factor. El factor no asume los riesgos de falta de pago si los motivos son de carácter comercial o de la operación de venta.
- ✓ **Investigación de los clientes:** El factor dispone de personal y medios especializados para disponer de la información necesaria sobre la solvencia de los compradores.
- ✓ **Contabilidad y estadística de ventas:** El factor se puede hacer cargo de la contabilidad de estas operaciones y también puede hacer el seguimiento directo

de los pagos de los compradores, puede facilitar al cliente estadísticas de utilidad para la gestión de la empresa. La empresa factoreada ya no tiene en su contabilidad distintos clientes sino sólo uno: el factor. El factor envía al cliente información periódica sobre la situación de las deudas.

✓ **Otros servicios:** Generalmente, el factor incluye prestaciones complementarias o adicionales, como estudios de mercados, investigación e información comercial, selección de clientela, asesoría integral, entre otros. (Franco de la Cuba, 2010)

1. Cliente o factoreado: La empresa que contrata a la empresa de Factoring, comúnmente es un fabricante industrial o comerciante que contrata la transferencia de los créditos contra sus compradores.

2. Deudor o comprador: Empresa que adquiere del cliente (que es el que contrata el Factoring) los productos de éste, mediante la obligación del pago de un precio y que se constituye en el deudor del crédito transmitido al factor (Cantón, 2000).

2.2.6 FUNCIONES DEL FACTORING (FACTORAJE)

El Factoring (Factoraje) tiene diferentes funciones, las cuales se enmarcan dependiendo la estrategia, el país donde se aplique, el mercado meta y los objetivos que se esperan obtener de su implementación en un determinado proceso.

Las funciones más importantes que se consideran como base para la implementación de este instrumento financiero se detallan a continuación:

✓ **Gestión de Créditos (Gestión de Cobros):** Este servicio comprende no sólo las gestiones administrativas y operativas del cobro común de los créditos, sino que puede incluir además, su contabilidad y las acciones jurídicas tendientes al recupero de los mismos. Esto permite, en las empresas cuya estructura administrativa no es pequeña, no tener que capacitar al personal ni incorporar más personas (Lisoprawski, 1997).

- ✓ **Garantía:** En este punto pueden existir dos modalidades de trabajo: Que el cliente trasmita a la empresa de factores sus créditos “sin recurso”. Esto significa que si la deuda no sea pagada por el deudor al vencimiento, la empresa de factores asume la incobrabilidad, para ello la empresa de Factoring evalúa al deudor antes de asumir los riesgos de insolvencia de este último. O Que el cliente transmita a la empresa de factores sus créditos “con recurso” contra el acreedor. Esto significa que si la deuda no sea pagada por el deudor al vencimiento, el cliente le deberá devolver a la empresa de factores este deberá devolver el importe adelantado por ella.
- ✓ **Análisis y Evaluación de Riesgos:** Al acercarse a una empresa de factores para negociar un documento (deuda) esta evaluará al deudor de dicho crédito y dicha información es tan útil para el vendedor del documento como para la empresa de Factoring, ya que si esta última pone en duda la capacidad de pago de comprador (deudor) el vendedor (del crédito y de la mercancía o servicio) estará informándose sobre la capacidad de pago de sus clientes (o potenciales clientes) para administrar su cartera de créditos de forma más segura.
- ✓ **Financiación:** El principal servicio por el que se acude a una empresa de factores es por la financiación que otorga. Este punto es el principal incentivo por el cuales las empresas (PYMES en su mayoría) acuden a este mecanismo de financiación ya que ante los inconvenientes para acceder al crédito, las empresas de factores no sólo evalúan al beneficiario directo sino a un cliente de este, que es quien ha comprado a plazos (Lisoprawski, 1997).

2.3 EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL FACTORING

Al Factoring se lo puede clasificar en base a las principales transformaciones que ha ido sufriendo a lo largo del tiempo. Las siguientes son las tres clasificaciones conocidas según la época de su aplicación:

- ✓ **Colonial Factoring:** En esta primera etapa el Factoring no era parte de la actividad de una entidad financiera exclusivamente, por lo tanto sus funciones además de incluir las tareas de gestión, garantía, análisis y evaluación de riesgo,

además de la función de financiamiento, incluía otras actividades como la de comisionista, depositario y distribuidor de las mercaderías por las cuales ofrecía el servicio de Factoring (Weston, 1994).

- ✓ **Old Line Factoring:** A pesar de recibir el nombre de “Old Line” (línea vieja) este sistema es el que actualmente se aplica en Europa y en otros países como de América Latina. Mediante esta modalidad la actividad de las empresas de factores está limitada a comprar los créditos de las empresas factoreadas, asumiendo el riesgo del incumplimiento o insolvencia de los deudores de esos títulos.
- ✓ **New Line Factoring:** Este sistema de Factoring se refiere a la gran cantidad de cláusulas y servicios adicionales que se le agregaron al Factoring en el mercado norteamericano, como por ejemplo: con o sin notificación (refiere a la autorización del cedente hacia la empresa de factores de informar al deudor de que la deuda que tiene ha sido vendida); Factoring sin financiamiento, en este caso no existe adelanto del importe correspondiente al crédito cedido, sino que se abona a la fecha de vencimiento (independientemente de si se cobra o no); Factoring con financiamiento, en este caso se adelanta el importe del crédito; *Split* Factoring, se llama así a las operaciones que incluyen más de dos empresas de Factoring para las deudas de un mismo cliente (Weston, 1994).

2.3.1 PROCESO DEL FACTORING (FACTORAJE)

A continuación se presenta un esquema general del proceso de Factoring (Factoraje) para un mejor entendimiento por parte del factoreado:

- ✓ Hacer una lista de las cuentas por cobrar.
- ✓ Solicitar el factoraje a la institución financiera o empresa de Factoring.
- ✓ La visita al negocio y hacer un informe. Prepararlos documentos legales y financieros para su revisión.

- ✓ La solicitud pasa a un Comité de Crédito que decide si dan el apoyo o no. De ser autorizada, se determinan las condiciones del trato.
- ✓ Firma de un contrato y un pagaré. Cada operación requiere de un formulario que incluya documento, comprador y monto (Franco de la Cuba, 2010).
- ✓ La empresa de factoraje anticipa el pago y avisa a tus clientes sobre el convenio
- ✓ El comprador paga a la institución.

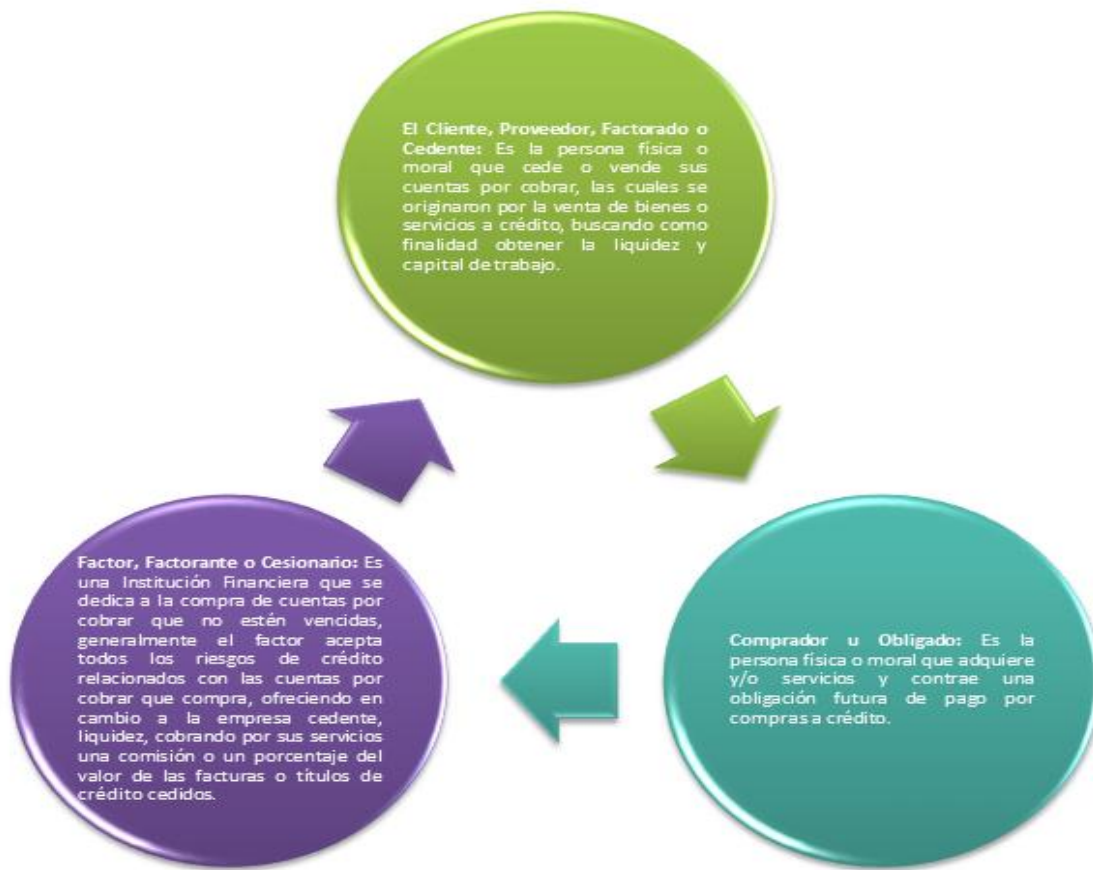


Figura No.2 Proceso del Factoring

Fuente: Franco de la Cuba, 2010.

2.3.2 COSTOS DEL FACTORING

En términos generales, los costos para realizar el modelo de Factoring sobre descuento de título valor incluyen los rubros de comisiones, intereses sobre adelantos y los intereses sobre los excedentes. Siendo el Factoring un financiamiento para el cliente del factor, actuando a la vez como un servicio y siendo válido dentro del entorno legal en el que están involucradas las partes, se identifican tres tipos de costos (Parada, 1995).

Comisiones: Estos son los pagos que se hacen al factor por los costos administrativos de verificación y cobro de créditos, así como también por el riesgo que asume cuando compra cuentas sin recursos. Las comisiones de Factoring se establecen en un porcentaje entre el 1% al 3% de acuerdo a investigaciones de mercado sobre el valor nominal de las cuentas por cobrar en Factoring.

Intereses sobre anticipos: Es el cargo por interés que se impone por los pagos anticipados que realice el exportador nacional.

Este tipo de operación de Factoring internacional se realiza con “Responsabilidad” que consiste en que el exportador nacional a quien se le adelanta los recursos por sus facturas también es responsable del pago de las mismas en la eventualidad de que su contraparte o pagador del exterior no lo realizara (Peña, 2011).

Dentro de la evaluación del negocio se tienen en cuenta los siguientes conceptos:

- Riesgo de Crédito del exportador nacional.
- Riesgo de Crédito del pagador del extranjero.
- Riesgo de Incumplimiento del pagador del extranjero
- La evaluación del riesgo de crédito al exportador nacional toma una gran importancia en la negociación y es el primer paso para determinar la viabilidad y rentabilidad del negocio. Es así que es necesario solicitar al cliente los siguientes documentos:

- Factura física a negociar.
- Estados financieros recientes.
- Otros anexos como alturas de cartera, contratos de venta con sus proveedores.

Gastos Notariales: son cargos fijos, por cada operación y se derivan de la legalización de las operaciones (Parada, 1995).

2.4 EL FACTORING (FACTORAJE) EN EL MUNDO

A nivel mundial se advierte claramente que los operadores de comercio exterior se están familiarizando cada vez más con las ventajas que el Factoring tiene como servicio financiero tanto para el exportador (liquidez, mejora en el riesgo de crédito y profesionalización de la cobranza) como para el importador (simplicidad operativa y previsibilidad en las condiciones de pago).

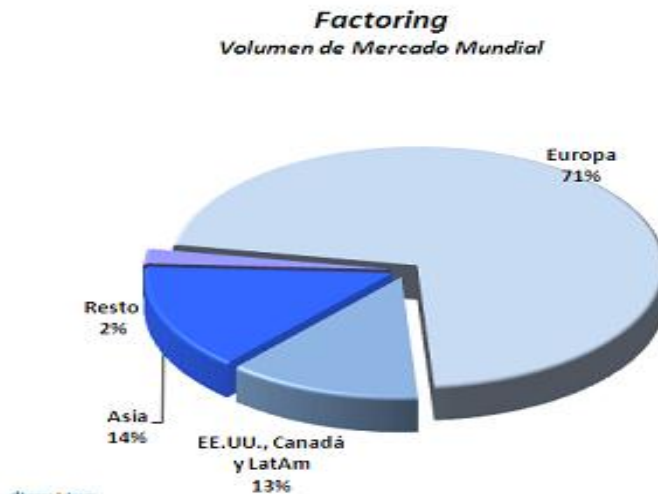


Figura No.3 Volumen de Mercado Mundial

Fuente: Estadísticas sobre el mercado mundial de Factoring

El Factoring ha tenido un auge de crecimiento en los últimos años, permitiendo que países con economías desarrolladas o en vías de desarrollo, apliquen este instrumento en operaciones crediticias diarias con el objetivo de dinamizar la economía.

Federación Mundial de Factoraje/ Factors Chain International (FCI)

Factors Chain International es una red global de líderes en las empresas de Factoring, cuyo objetivo común es facilitar el comercio internacional a través de Factoring y otros servicios financieros.

Actualmente la red cuenta con 265 FCI factores en 73 países, que participan activamente en más del 80% del volumen mundial de Factoring transfronterizo.

Factors Chain International, comúnmente conocido como FCI, es la más importante "red". Con una oficina central ("Secretariado") en Ámsterdam y con una estrecha cooperación con las empresas miembros de diferentes continentes, FCI tiene un alcance verdaderamente global.

Los elementos del Factoring según la FCI son los siguientes:

1. Financiamiento de capital de trabajo.
2. La protección del riesgo de crédito.
3. Cuentas por cobrar.
4. Contabilidad de los servicios de recolección.

Países Miembros del FCI

AMÉRICA: Argentina, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Ecuador, Honduras, México, Panamá, Perú, Estados Unidos, Uruguay.

EUROPA: Austria, Bielorrusia, Bélgica, Bulgaria, Croacia, Chipre, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Moldavia, Montenegro, Países Bajos, Noruega, Polonia, Portugal, Rumanía, Rusia, Serbia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Turquía, Ucrania, Reino Unido.

ÁFRICA: Egipto, Kenia, Mauricio, Marruecos, Sudáfrica, Túnez.

ASIA: Armenia, República de China, Hong Kong, India, Indonesia, Israel, Japón, Jordán, Corea, Líbano, Malasia, Qatar, Singapur, Sri Lanka, Taiwán, Tailandia, Emiratos Árabes Unidos, Vietnam.

AUSTRALIA: Australia (Factor Chain International, 2013).

2.4.1 EL FACTORING (FACTORAJE) EN ESPAÑA

El Factoring en España surge a mitad de la década de los sesenta al mismo tiempo que en el resto de Europa, pero hasta mediados de los ochenta no se dieron los primeros pasos serios para impulsar su presencia en el mercado financiero. En 1988 se creó la Asociación Española de Factoring que agrupa a la práctica totalidad de las compañías de Factoring que existen en España.

De acuerdo a la Asociación Española de Factoring (2013), el Factoring se define como el conjunto de servicios administrativos y financieros que presta la compañía de Factoring a su cliente y que se articulan en torno a la adquisición de los créditos que genera la actividad habitual de este último, ofreciendo, por ello financiación por la compra de sus facturas y, además, servicios como la administración de las cuentas a cobrar, la gestión de cobro de las facturas cedidas y la cobertura de insolvencia del deudor. Este servicio puede ser tanto para ventas a nivel nacional como internacional.

El Factoring se ha consolidado como una herramienta fundamental en la gestión del crédito comercial.

En el Plan General de Contabilidad (2007) se encuentra la normativa contable Española sobre el registro del Factoring.

Para la comercialización más efectiva, la Asociación Española de Factoring ha creado el Confirming ®, el cual representa una alternativa a otros sistemas de pago, que permite simplificar los trámites administrativos y ofrecer financiación a los proveedores.

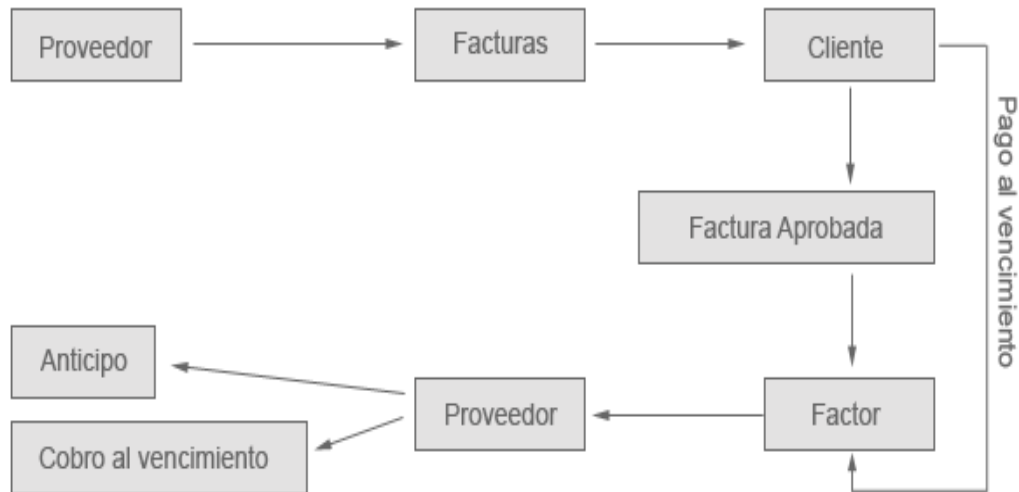


Figura No. 4 Proceso del Confirming (Fuente: Factoring, Asociación Española).

Estadísticas del Factoring (Factoraje) en España

El Factoring en España represento al 31 de Diciembre del 2011 un importe total 64.400 millones € (operaciones directas)

Los sectores que mayormente utilizan Factoring son: industrias manufactureras, comercio y reparaciones, construcción, transporte, almacenamiento y comunicaciones, producción y distribución de energía, eléctricas, Gas y Agua (Asociación Española de Factoring, 2011).

La relación entre el Factoring y el Producto Interno Bruto de España ha evolucionado en los últimos años, la cual fue del 16.60% (Asociación Española de Factoring, 2011).

2.4.2 EL FACTORING (FACTORAJE) EN AMÉRICA LATINA

El Factoring se comportó durante la crisis internacional de forma sensiblemente mejor al promedio de los servicios financieros y seguros. Brasil es uno de los grandes mercados de América Latina con un crecimiento espectacular en 2010 (70% en comparación al 2009).

Se experimentó un mayor crecimiento del Factoring internacional (crecimiento promedio mundial en 2010 del 50%) que del Factoring doméstico (25%). De mantenerse la

tendencia actual, el Factoring como servicio financiero en América Latina estará posicionado en 2025 como el producto por excelencia para las gestiones de capital de trabajo y mitigación del riesgo de crédito en los clientes corporativos (Banca & Riesgo 2013).

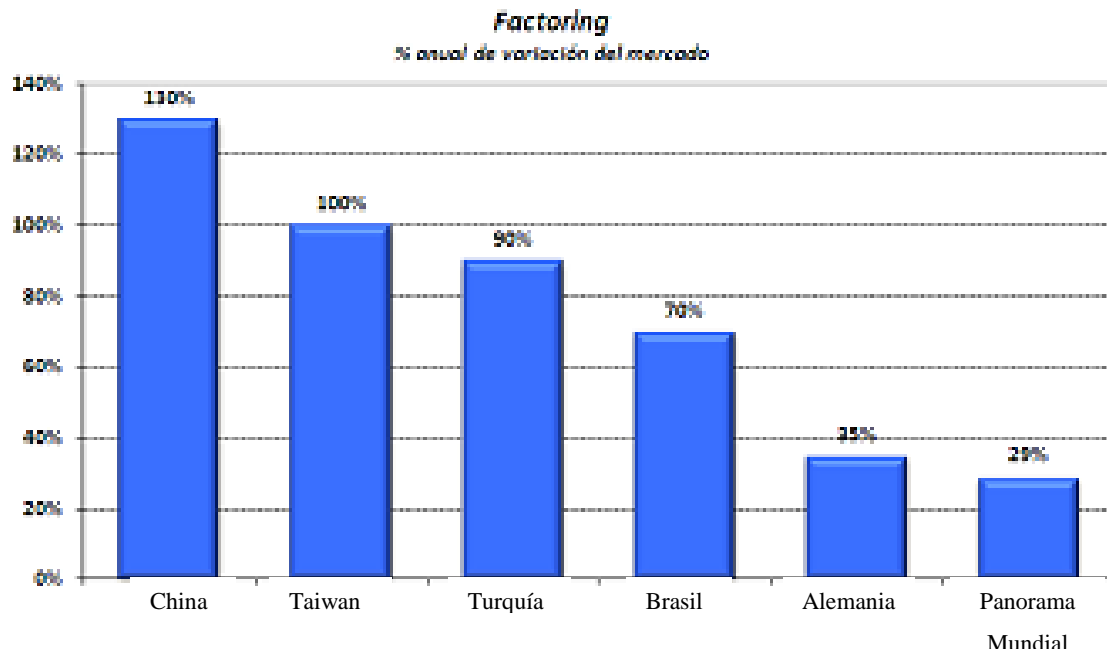


Figura No. 5 Índice Anual de Variación del Mercado

Fuente: Estadísticas sobre el mercado mundial del Factoring

Asociación Latinoamericana de Factoring

La Asociación Latinoamericana de Factoring (Felafac por sus siglas en Ingles) es una asociación, con sede en Santiago de Chile, compuesta por Perú, Colombia y Chile, que tiene por objetivo homologar las visiones que tienen los diversos países del continente y así aportar a la consolidación de la industria en Latinoamérica.

Cabe destacar, que esta iniciativa espera contribuir al desarrollo de esta herramienta financiera tan importante para el financiamiento de la pequeña y mediana empresa en América Latina.

Visión: La asociación aspira a ser el referente del negocio del Factoring en América Latina y crear una plataforma para promover el desarrollo del negocio en la región.

Misión: La misión de la Asociación consiste en hacer un frente común del sector de Factoring a nivel latinoamericano, con la finalidad de compartir entre países los más altos estándares de calidad, y la aplicación de las mejores prácticas en materia de Factoring y de esta forma homologar la calidad en la aplicación de los servicios (Asociación Latinoamericana de Factoring, 2013).

Objetivos:

- ✓ Fomentar el contacto e intercambio de información de las diferentes Asociaciones y compañías de Factoring que conforman la Federación.
- ✓ Promover estudios de carácter legal, contable, fiscal, financiero, económico o de cualquier otra índole relacionados a la actividad del Factoring.
- ✓ Impulsar el desarrollo de nuevas tecnologías y métodos de administración de las compañías de Factoring en diferentes países con el fin de establecer mejores prácticas y estándares administrativos.
- ✓ Recuperación y concentración de datos estadísticos a nivel de América Latina y por país.
- ✓ Establecer alianzas con organismos internacionales de Factoring.
- ✓ Resolver en cuanto a mejores prácticas y estándares internacionales en la reglamentación aplicable a operaciones de Factoring.
- ✓ Fomentar y organizar encuentros, seminarios o eventos de Factoring que sean de interés para los asociados.
- ✓ Propiciar, las condiciones para la generación de negocios entre los diferentes países de la región (Asociación Latinoamericana de Factoring, 2013).

2.4.2.1 El Factoring (factoraje) en Chile

La industria del Factoring se impulsó en Chile en 1986, desarrollándose el primer el proyecto en la financiera Financo. Con posterioridad se implementó en 1989 otro

proyecto, esta vez en el Banco del Pacífico. Para 1990 se ponía en marcha INCO FACTOR S.A., hoy en día Bandesarrollo Factoring e Incofin S.A. (González, 1995).

De esta forma, antes de 1994 ya existían en Chile varias empresas dedicadas a este rubro de la economía, destacando a las ya mencionadas, Finersa (en la actualidad HNS), Santander Factoring, Factoring Security y FactorLine (ex BiFactoring).

En Chile no existe una disposición legal que consagre el contrato de Factoring, sin embargo, se encuentran dentro de las leyes bancarias, disposiciones relacionadas a dicho concepto.

Ley General de Bancos (2010) en el Título XI declara lo siguiente: "De las operaciones de los bancos comerciales", en su número tres se les autoriza a los bancos para descontar letras de cambio, pagarés y otros documentos que representan obligaciones de pago.

Ley General de Bancos (2010) en el Artículo 83 N° 3 declara lo siguiente: Faculta a los bancos comerciales para "efectuar cobranzas, pagos y transferencias de fondos", una vez efectuada la cesión de la factura por parte del cliente al factor, éste último de hace dueño de la misma y procede efectuar la labor de cobranza.

Asociación Chilena de Empresas de Factoring

La Asociación Chilena de Empresas de Factoring (ACHEF) se constituye en 1994.

El objetivo de ACHEF es divulgar la práctica del Factoring, es decir, los beneficios que tiene la venta y traspaso de facturas o cheques a la empresa factor para obtener activos de forma inmediata, hacer estudios técnicos y orientar a los asociados en negocios a futuro (Asociación Chilena de Factoring, 2013).

Estadísticas del Factoring en Chile

Para diciembre del 2011 la industria del Factoring representaba el 14% del PIB de dicho país.

A continuación las estadísticas de Chile:

Tabla No. 1 Estadísticas del Factoring en Chile (cifras en millones de dólares)

Número de empresas de factoraje	130
El volumen de negocios de Factoring doméstico *	20.465
El volumen de negocios de Factoring internacional *	1.779
El volumen de negocios total de Factoring *	22.245

Fuente: FCI (Factor Chain International)

Entre las principales empresas e instituciones que aplican Factoring se encuentran:

- ✓ Banchile Factoring con 2469 de clientes y una participación de mercado de 16.8%, lo cual representa 408,115 MM\$.
- ✓ Banco Chile: con 140 clientes y una participación de mercado del 7.6%, lo cual representa 185,788 MM\$.
- ✓ BCI Factoring: con 5393 clientes y una participación de mercado del 22.3%, lo cual representa 542,633 MM\$.
- ✓ FactorLine: con 4247 clientes y una participación de mercado del 8.2%, lo cual representa 199,591 MM\$ (Asociación Chilena de Factoring, 2011).

Uno de los países que ha desarrollado con mayor éxito el instrumento financiero del Factoring ha sido Chile. De acuerdo a las cifras anteriores, el factoraje es una herramienta de uso común entre la grande, mediana y pequeña empresa, donde todos buscan mejorar la condición de liquidez para competir agresivamente dentro del mercado.

2.4.2.2 El Factoring (factoraje) en Colombia

Dentro de la Ley 1231 (2008) se encuentra enmarcado el ámbito legal del Factoring en Colombia., por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario.

El Factoring dentro de Colombia es parte de una figura financiera más grande denominada ABL (Asset Base Lending) que significa préstamo sobre el activo base y financieramente monetizar el activo, esto implica dentro de una representación legal de títulos valores que permite convertir su activo en efectivo (Rincón, 2010).

Tabla No.2 Estadísticas del Factoring en Colombia (cifras en millones de dólares)

Número de empresas de factoraje	30
El volumen de negocios de Factoring doméstico *	3.692
El volumen de negocios de Factoring internacional *	78
El volumen de negocios total de Factoring *	3771

Fuente: FCI (Factor Chain International)

2.4.2.3 El Factoring (factoraje) en Perú

El Contrato de Factoring dentro del Sistema Financiero del Perú es reglamentado por la Superintendencia de Banca y Seguros mediante resolución S.B.S. N 1021-98.

Desde el 5 de junio de 2011 entró en vigencia la Ley de Factoring, que promueve el financiamiento mediante la factura comercial, lo cual beneficiará a la pequeña y micro empresa (PYME) del país.

Esta ley permite a las PYME tener una mayor liquidez, al tener la opción de financiarse mediante el mecanismo del Factoring, considerando que la "factura comercial" se convierte en un título valor a los ocho días de recepción por parte del cliente. "Este título valor puede circular en el mercado, se puede endosar al sistema financiero público o

privado, y de esta forma las MYPE tendrán la oportunidad de tener capital de trabajo de manera más permanente" (Visallante, 2011).

De acuerdo a Federación Latinoamericana de Factoring (2011), las estadísticas de Factoring en Perú se representaban de la siguiente manera:

Tabla No.3 Estadísticas de Perú (cifras en millones de dólares)

Número de empresas de factoraje	9
El volumen de negocios de Factoring doméstico *	3.539
El volumen de negocios de Factoring internacional *	134
El volumen de negocios total de Factoring *	3.673

Fuente: FCI (Factor Chain International)

Es importante mencionar que el Factoring (Factoraje) se está desarrollando en diferentes países de América Latina, además de los mencionados anteriormente, como es el caso de México, Argentina, Brasil, entre otros. Para efectos de la elaboración del marco teórico se enfatizó en los países como Chile, Perú y Colombia, donde el Factoring está alcanzando importes cifras de constante crecimiento.

2.4.3 EL FACTORING (FACTORAJE) EN CENTRO AMÉRICA

Los países de Centro América tienen un común denominador, donde se les cataloga como países en vías de desarrollo. Es importante aclarar que el nivel de desarrollo varía de país a país. En el caso de los países más desarrollados como ser Panamá y Costa Rica, el sistema financiero y la utilización de instrumentos financieros se encuentran en una etapa de modernización. Lo mismo es el caso de países como El Salvador y Guatemala. El Factoring no representa un instrumento de utilización o aplicabilidad constante entre las empresas, pese a que la palabra globalización les obliga a

mantenerse a la vanguardia con la finalidad de mantenerse a flote en la volatilidad del mercado actual y el nivel de competencia que experimentan frente a otras economías.

Costa Rica: afirma que el mercado financiero de Costa Rica aventaja sobre los demás en la región, donde este servicio se comenzó a brindar hace 12 años aproximadamente y en el territorio costarricense operan cerca de 40 instituciones que se dedican a la prestación de ese servicio (Méndez, 2002).

El Salvador: existe desde 1992 definido como una alternativa de financiamiento a corto plazo. Entre las empresas que aplican dicho instrumento están: Facturas y Descuentos S.A., Financiera Credomatic S.A. y Banco Agrícola Comercial (Rivas, 1993).

Nicaragua: Se rige mediante la Ley del Factoraje Financiero (2010). El objetivo de esta ley es crear las condiciones necesarias, equitativas e impulsadoras de la aplicación de instrumento en dicho país. Existen empresas de Factoraje como ser AFINSA Factoring, Invercasa Factoring, Factoring S.A.

Guatemala: las operaciones de factoraje están regidas por la Superintendencia de Bancos de Guatemala, específicamente en la Ley de Bancos y Grupos Financieros (2002). Existen empresas de Factoraje como ser CENCRESA, Impulsa, Financiera Summa, entre otras.

A nivel regional se encuentran empresas que han sido creadas para comercializar el Factoring, como es el caso de Factoraje Pentágono (con sede en El Salvador), ofreciendo este servicio en Guatemala, Nicaragua, Costa Rica, Panamá.

2.4.3.1 El Factoring (factoraje) en Honduras

En Honduras existe un caso particular, en el cual la aplicación y utilización del instrumento financiero no ha sido implementada.

De acuerdo a la aplicación de un cuestionario con representantes de diferentes instituciones financieras (Ver Capítulo IV), se obtiene una visión general de como los bancos han implementado dicho instrumento, debido a que visualizan su importancia y las ventajas que pudiesen obtener en términos de crecimiento de sus negocios, sin

embargo, están conscientes que tienen una brecha de aprendizaje de los demás países centroamericanos.

Entre las instituciones financieras que aplican el Factoring se encuentran: Banco Lafise, Banco Davivienda, Banco Ficohsa y CITI Bank.

Es importante mencionar que de acuerdo a una entrevista realizada con una representante de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (Ver Capítulo IV), en Honduras no existe un marco regulatorio vigente para las operaciones de Factoring (Factoraje).

Además de los cuestionarios aplicados a los Ejecutivos de varias de las instituciones financieras, se realizaron entrevistas a los Ejecutivos de Factoring de dos de esas Instituciones, información que se detalla a continuación:

Factoring en Banco Ficohsa

Enfocan más esta herramienta de Factoring hacia el mercado de las exportaciones, y explican que en el Factoring intervienen cuatro factores:

- El importador
- El exportador
- Un banco internacional
- Un banco intermediario.

La función de Banco Ficohsa es la de ser el “intermediario”. El banco financiador maneja fondos del exterior, Ficohsa utiliza esos fondos del exterior; no opera el Factoring con fondos propios.

El procedimiento utilizado por este banco es que se firma un contrato de servicios entre El Banco y El Exportador; y entre El Banco y El Factor, y las garantías que maneja son las facturas del cliente, existe adicionalmente un cobro por comisión de servicios y esa comisión es compartida entre el factor y el banco intermediario; sumado a todo esto

el financiamiento total incurre en un cobro de intereses y son compartidos entre el banco local (Ficohsa) y el banco que financia la operación.

Las tasas de interés manejadas por dicho banco son accesibles al mercado, y dan el dinero al exportador de manera inmediata, antes de que sus clientes les cancelen el producto. El mayor riesgo lo tiene el factor y no la banca ya que él absorbe la factura y lleva el mayor riesgo, además que utiliza el Factoring en moneda local (Lempiras), en dólares y euros.

El banco ya tiene su cartera de clientes para este instrumento los cuales se han mantenido y fortalecido, pero en el ingreso de nuevos clientes no ha existido un crecimiento prudencial o considerable. Dentro de sus políticas no existen límites mínimos ni máximos para la utilización de este instrumento por parte de los clientes; quien maneja dichas políticas es el banco en los EEUU.

2.5 CONFIRMING UN INSTRUMENTO DE FINANCIACIÓN

Confirming es una marca registrada de Banco de Santander, que en 1991 desarrolló el producto. Se trata de un producto o servicio bancario que ha ido adquiriendo popularidad y hoy en día todas las entidades financieras lo ofertan en su propia cartera.

¿Qué es?

El Confirming es un instrumento de financiación para el proveedor y de gestión de pagos para el cliente. No es un servicio de gestión de deudas.

¿Cómo funciona?

Es un servicio de gestión de pagos por el que la entidad financiera puede gestionar total o parcialmente los pagos a proveedores de la empresa contratante (en adelante “cliente”).

El cliente comunica a su entidad financiera la conformidad de las facturas de su proveedor, su cuantía y el pago previsto a sus vencimientos. Normalmente se trata de

clientes de reconocida solvencia y que disponen de períodos de pago dilatados (fácilmente superiores a 90 días).

Entonces, la entidad financiera informa al proveedor que recibirá al vencimiento un cheque de esta entidad.

Normalmente la comunicación es una carta oferta, en la que la entidad informa que ha recibido instrucciones de su cliente de proceder al pago de las facturas en los vencimientos estipulados y ofrece la posibilidad de descontar, sin recurso, su importe. Dado que la operación no tendría sentido si se demorara en el tiempo, habitualmente se establecen canales informatizados de comunicación.

La comunicación no es un compromiso de pago al vencimiento. Dicho compromiso, que garantiza el 100% de la cuantía, se incorpora únicamente en caso de anticipar el cobro. (Rimón Serrahima).

2.6 FACTORING FRENTE AL DESCUENTO COMERCIAL

Una de las lecciones que está proporcionándola crisis financiera internacional es que el crédito se transforma en un bien muy escaso en tiempos de tribulaciones, especialmente para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) y para los profesionales autónomos. Y que en esos momentos de dinero escaso y muy caro es cuando salen más a la luz las ventajas de otros sistemas de financiación. Cuando el crédito escasea, es cuando fórmulas como el Factoring, el leasing, el renting o el forfaiting toman el relevo. Esta crisis está sirviendo, precisamente, para resaltar las bondades del Factoring, y especialmente del Confirming o Factoring de proveedores, uno de los instrumentos de financiación menos conocidos. “Es en entornos difíciles donde mejor se aprecian las cualidades de nuestro servicio. Para las PYMES y los autónomos, que son los que tienen peor acceso a la liquidez, el Factoring se convierte en la herramienta idónea para la gestión de su circulante”, explica Javier Rodríguez Mantiñán, presidente de la Asociación Española de Factoring.

En situaciones económicas como las actuales, “está popularizándose la utilización del Factoring, ya que proporciona una muy buena solución para hacer líquidas las cuentas

a cobrar, tanto para las empresas como para las entidades financiadoras”, insiste. “En un momento en que la ortodoxia se ha vuelto una exigencia, la compra efectiva de un activo tangible, como es una cuenta a cobrar, es una vía muy adecuada de operar para ambas partes, empresa y entidad financiera”, concluye Javier Rodríguez-Mantiñán.

En noviembre de 2008, el momento álgido de la crisis financiera internacional, el presidente de la Asociación Española de Factoring, ya destacaba que el Factoring y la gestión del pago a proveedores se habían revelado “como los instrumentos más adecuados, tanto para las PYMES como para las grandes empresas a la hora de financiar o atender los pagos de sus facturas”. Y también como “herramientas que permiten flexibilizar estructuras adecuándolas a las necesidades de las empresas”.

“En los próximos años esperamos tasas de crecimiento porcentuales relativamente mejores que otros servicios financieros similares o alternativos, ya que el Factoring es un producto bueno para las empresas que necesitan circulante, y bueno para las entidades financieras, que prefieren este tipo de operaciones antes que créditos no vinculados a activos”, pronosticaba entonces Javier Rodríguez-Mantiñán.

“En definitiva, el Factoring es hoy, más que nunca, un instrumento vital que aporta soluciones eficaces al problema que generan las ventas a crédito o los dilatados plazos de cobro que conllevan”, señalaba ya en noviembre de 2008 el presidente de la Asociación Española de Factoring. Desde el inicio de la crisis, el Factoring ha crecido el 34%, con tasas del 22,86% en 2007 y del 27,34% en 2008, los peores años. En 2010 mostró un alza del 8%, con 112.909 millones de euros en cesiones de crédito. El Factoring a proveedores, o contratos de gestión de pagos, creció el 9,34% en anticipos realizados. Este servicio se encarga de gestionar los pagos de las grandes empresas a sus proveedores. Y, al mismo tiempo, se ofrece a los proveedores la posibilidad del pago anticipado de esas facturas.

De esta forma las PYMES exportadoras obtienen una gran oportunidad de liquidez con la compra en firme de los títulos valores (facturas) como consecuencia de las ventas de los productos o servicios realizadas al exterior, sin incurrir en la adquisición de nuevos

pasivos, ya que recibirán el pago anticipado de ellas y no deberán esperar al vencimiento de la factura que puede oscilar entre 30, 60 y hasta 90 días.

Ahora bien para la Compañía de Factoring la cual otorga los recursos a la empresa pyme nacional y queda en espera de los recursos del pagador extranjero, evalúa conceptos en la relación comercial de las dos partes y la forma de desembolso y su rentabilidad (Peña y Ríos, 2011).

La operación de Factoring requiere el análisis de crédito y solvencia del cliente solicitante del Factoring, con lo cual se realiza una verificación de la relación histórica tanto de productos como de cantidad y valor de la cartera anteriormente negociada con el pagador del extranjero, luego asignarle un cupo fijo de negociación de facturas garantizando la efectiva fluidez en las operaciones que se autoricen realizar.

2.6.1 DIFERENCIAS ENTRE EL FACTORING Y EL DESCUENTO COMERCIAL

Las principales diferencias entre el Factoring y el descuento de documentos son las siguientes:

- En el Factoring el factoreado no se constituye en deudor del factor y a su vez deja de ser acreedor del deudor cedido ya que existe una transferencia de los créditos provenientes de sus ventas de mercaderías y/o servicios. En cambio en el descuento, el cedente se constituye en deudor de la entidad financiera, solidariamente por el pago con el deudor del crédito cedido.
- En el Factoring se produce un traslado de la propiedad de los créditos, por lo que la entidad bancaria no puede reclamar a su cliente en caso de que el deudor incurra en mora o cesación de pagos.
- El Factoring trabaja con cualquier tipo de documento que acredite una deuda, mientras que el descuento de documentos se reduce a cheques, cartas de crédito, pagares y letras de cambio (Cantón, 2000).

2.7 COMPRA DE FACTURAS

El Factoring es un sistema que compra a las empresas, a través de la figura legal de la cesión de crédito, las facturas con venta a plazos y las proporciona servicios optativos como el pago anticipado y la cobertura del riesgo. Consiste en ceder a una sociedad de Factoring o factor, los derechos de cobro sobre sus clientes (cualesquiera que sean los instrumentos sobre los que se materializan tales derechos), de forma que a la empresa se le anticipa el dinero al contado. Es, por tanto, una forma de obtener liquidez a un coste no excesivamente elevado en momentos en que ésta es ciertamente escasa (Cantón, 2000).

El Factoring es una operación financiera que consiste en la prestación a un cliente de un conjunto de servicios administrativos y financieros por parte de la compañía de Factoring respecto a los créditos comerciales a corto plazo originados por la venta de mercancías o prestación de servicios y que cede la empresa vendedora titular de los mismos.

Para poder realizar esta labor, tiene que existir una cesión de créditos. En el caso del Factoring, la cesión convierte al cesionario en el único y legítimo acreedor que actúa por su propia cuenta. Por otra parte, no necesita la autorización del deudor. De hecho, la notificación se realiza por carta y en la propia factura, con una explicación de la cesión en el marco de un contrato de Factoring. Una vez notificado, el único pago legítimo será el realizado a favor del nuevo acreedor.

A diferencia del descuento, el cedente de los créditos a corto no corre con el riesgo de impago derivada de la posible insolvencia del llamado a pagar. Por ello, la empresa de Factoring cobra a la empresa una comisión que puede ser considerada como una prima de seguro de crédito. Como la mayoría de operaciones financieras, tiene dos componentes: el interés y la comisión. Los costes no son fijos, sino que se determinan en función de las características del Factoring, si es con recurso o sin recurso, si se garantiza el cobro o no; de las características del cedente, de su nivel de facturación, del importe medio de las facturas, el sector de actividad, el número de deudores y de

los plazos medios de vencimiento; y de las características del deudor: país en el que se encuentra, nivel de riesgo, antigüedad como cliente del cedente, entre otros factores.

Los costes se reparten en la firma del contrato (comisión de apertura, que suele ser un porcentaje sobre la línea contratada, más los honorarios de la notaría); en la gestión de factura (comisión de Factoring, que generalmente se establece en función del valor nominal de cada factura vencida, dependiendo igualmente del importe total de la línea, así como del plazo por el que han sido giradas las facturas; y comisión por manipulación de documentos, que normalmente es un importe fijo por documento). Y los costes de los anticipos de financiación, que sólo se aplicarán en el momento en que el anticipo se realice, por la entidad de Factoring, a solicitud del cliente (Cantón, 2000).

2.8 LA FACTURA COMO TÍTULO VALOR

En la actualidad el Código de Comercio y la Ley Tributaria de Honduras reconocen únicamente como Títulos Valores los siguientes:

- Las Letras de Cambio (Capítulo V Sección Primera, Artículo No. 504 del Código de Comercio).
- El Pagaré (Capítulo VI, Artículo No. 590 del Código de Comercio).
- El Cheque (Capítulo VII Sección Primera, Artículo 595 del Código de Comercio).

Pero, en países de Latinoamérica como lo es Colombia, fue creada la Ley 1231 en el año 2008, la cual consiste en unificar todas las facturas de venta por operaciones hechas al crédito y darles calidad de título valor negociable ante las personas o entidades especializadas en la compra de cartera, permitiendo que las empresas se apalanquen en la capacidad de pago de sus clientes y los microempresarios puedan tener un mejor flujo de efectivo en sus negocios.

Antes de la expedición de esta ley para soportar las operaciones de venta de bienes (ya sean éstas de contado o a crédito), se utilizaban Facturas de Venta, Facturas Cambiarias de Compraventa, Facturas Electrónicas y documentos equivalentes a

Factura de Venta (entre estos, los tiquetes de máquinas registradoras y las boletas de entradas a espectáculos públicos). Sin embargo, debido a las modificaciones que la Ley 1231 de julio 17 del 2008 introdujo a los artículos 772 a 774 y 777 a 779 del Código de Comercio, a partir de octubre 17 del 2008 (tres meses después de promulgada la ley) se dejó de expedir las denominadas Facturas Cambiarias de Compraventa y de Transporte, y le da el carácter de título valor a la Factura, la cual coexistirá junto con las facturas electrónicas y los documentos equivalentes a facturas de venta.(Romero, Fajardo y Vélez 2010).

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE Y MÉTODOS

La medición del conocimiento y aplicabilidad del Factoring se realizó en tres de las empresas productoras y comercializadoras de productos de Consumo Masivo y sus clientes considerados PYMES en Honduras, específicamente en la ciudad de Tegucigalpa.

El enfoque de esta investigación es de tipo mixto ya que según Hernández (2006) el enfoque mixto es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema. Por lo cual, partiendo de los cuestionarios y las entrevistas, se mide el nivel de conocimiento y aplicabilidad de este instrumento financiero por parte de la población y objetos de estudio.

3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es de tipo no experimental-transversal debido a que al analizar el grupo de empresas que se determinan como muestra, no se manipulará su comportamiento o desempeño, al contrario se estudiarán las empresas en su ambiente real para lograr conclusiones objetivas sobre el tema de esta investigación. El estudio se desarrollará en un período determinado de tiempo establecido por la Facultad de Postgrado de Unitec.

3.2.1 TIPO DE ESTUDIO

La investigación es de tipo descriptivo, ya que a través de ella lograremos detallar una serie de variables que intervienen en la rentabilidad de los integrantes de este rubro, de esta manera se logrará que dichas empresas distribuidoras mayoristas puedan evaluar la factibilidad de la aplicación del Factoring como una alternativa de alivio financiero.

3.2.2 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis definida para esta investigación fue conformada por:

Empresas productoras y comercializadoras de productos de consumo masivo

Kimberly Clark Honduras: Empresa de capital extranjero dedicada a la producción y comercialización de productos derivados del papel, como ser pañales, papel higiénico, toallas sanitarias entre otros. Operando en el país desde la década de los sesentas.

Colgate Palmolive Honduras: Empresa de capital extranjero dedicada a la comercialización de productos de cuidado personal y del hogar como ser crema dental, desodorantes, limpiadores líquidos, suavizantes entre otros. Operando en el país desde la década de los sesentas.

Corporación DINANT: Empresa de capital nacional dedicada a la producción y comercialización de productos alimenticios y bebidas. Operando en el país tras varias transiciones desde la década de los sesentas.

Clientes de las empresas productoras y comercializadoras de productos de consumo masivo.

Se definieron como clientes las bodegas mayoristas del mercado Zonal Belén de Comayagüela que son clientes directos de las empresas antes mencionadas.

Bancos

Las instituciones financieras definidas para esta investigación fueron los siguientes bancos:

- LAFISE
- CITIBANK
- Ficohsa
- Banco Continental

3.2.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

Para realizar la presente investigación, la población objeto fue conformada por todas las empresas Comercializadoras y productoras de Productos de consumo masivo y sus clientes; en el mercado nacional (Honduras).

Muestra

La muestra de esta investigación fue no probabilística por juicio ya que está representada por:

- Tres de las compañías productoras y comercializadoras de consumo masivo más importantes del rubro en el mercado local, como ser Kimberly Clark, Colgate Palmolive y Corporación Dinant.
- Grupo de clientes considerados como PYMES que representan un importante peso financiero de las empresas antes mencionadas, ya que son los tipos de clientes de estas empresas que más retraso tienen en el pago de sus cuentas al crédito con las Grandes Compañías de Productos de Consumo Masivo.

3.3 INSTRUMENTOS Y HERRAMIENTAS APLICADAS

Los instrumentos de medición aplicados en esta investigación serán:

Cuestionarios: Los cuales se realizaron a dos tipos de segmentos:

- Las Empresas Comercializadoras
- Los Clientes de las Empresas Comercializadoras.

Estos cuestionarios se aplicaron a los dueños o gerentes comerciales de las bodegas mayoristas que son clientes de las empresas antes definidas, localizados en el mercado Zonal Belén de Comayagüela, debido a que es el mercado con mayor movimiento económico en la Ciudad de Tegucigalpa.

Entrevistas: A los funcionarios de las instituciones bancarias que manejan el instrumento financiero. El instrumento se aplicó a los Representantes de los siguientes bancos:

- Banco Lafise;
- Banco Ficohsa
- Banco Continental
- City Bank

3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN

Primarias: Libros y entrevistas a representantes del instrumento financiero en la banca Hondureña.

Secundarias: Tesis maestras, publicaciones y sitios de internet.

CAPITULO III. RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1 INTRODUCCIÓN

A través de la elaboración de este capítulo, se muestran los resultados obtenidos de cada una de las fases que se llevaron a cabo para la investigación, ya que se incluyen desde conocimientos abstraídos del marco teórico como diferentes elementos que siendo desarrollados, dieron pie, a que los resultados fueran lo más objetivo posible.

La investigación fue desarrollada con una variedad de instrumentos indagatorios aplicados a muestras no probabilísticas y por juicio. El grado de objetividad está basado en la escogencia de empresas y actores que han estado estrechamente vinculados con el tema de estudio.

La búsqueda de elementos que ayudaran a comprobar nuestra hipótesis de estudio fueron obtenidos de 3 vertientes, las mismas que forman parte del proceso teórico práctico del Factoring, El Factor que en el caso de nuestro país lo constituyen las instituciones financieras que cuentan con el servicio de Factoring, el Factoreado que son las empresas que reciben el beneficio de la financiación de facturas y que para nuestra investigación fueron los clientes mayoristas de los Compradores, que son el tercer elemento en este instrumento investigado.

Se aplicaron cuestionarios a cada uno de los actores antes descritos, dichas respuestas fueron analizadas tanto de forma individual como cruzada, con el objetivo de conocer la interrelación de los comportamientos encontrados.

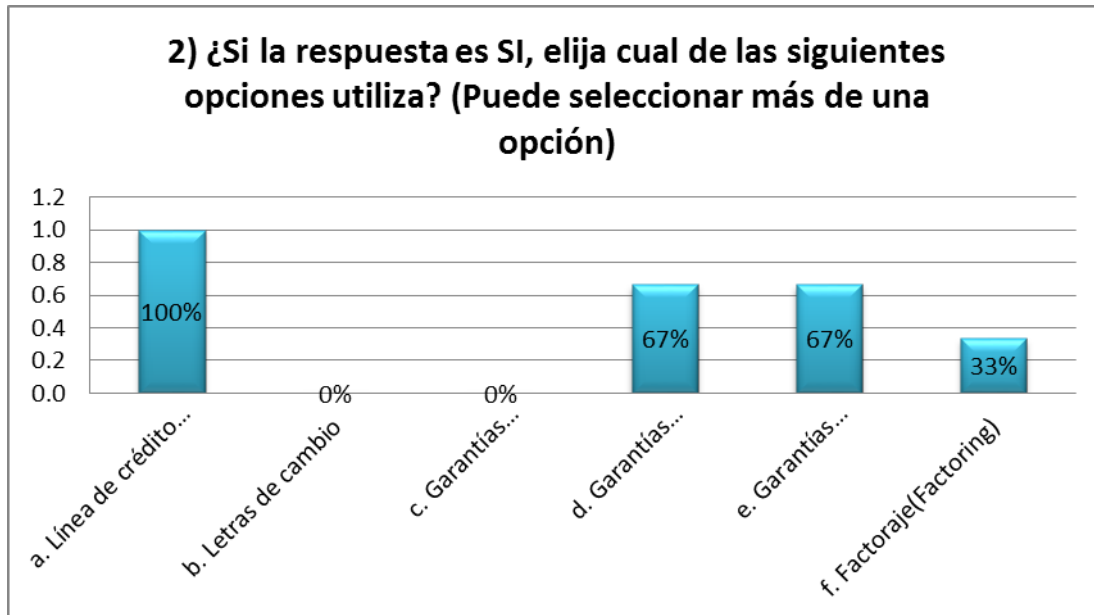
4.2 CUESTIONARIOS

A continuación se presenta el análisis de cada una de las repuestas obtenidas en los cuestionarios aplicados.

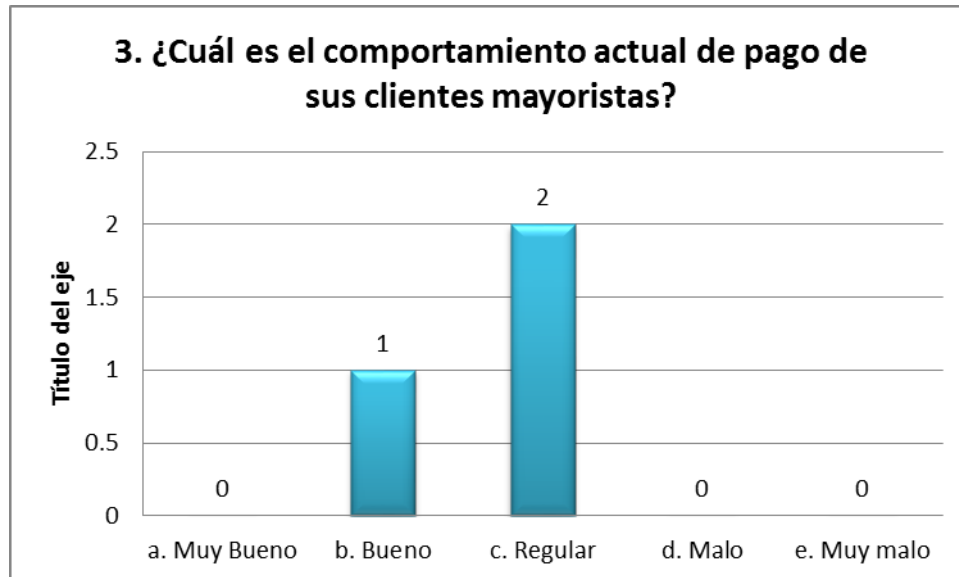
Cuestionario aplicado a representantes financieros de las empresas productoras y distribuidoras de consumo masivo.



En la actualidad, el mercado en el que se desenvuelven las empresas tiene por común denominador independientemente del rubro, el nivel de competencia al que se enfrentan. Hoy resulta necesario que la empresa cuente con instrumentos financieros que le permitan obtener un alivio financiero y una herramienta para la obtención de flujos de efectivo constantes de acuerdo a su operatividad. En el caso de los representantes financieros a los que se aplicó el cuestionario, se encuentra que en este tipo de empresas con operaciones de alto nivel, el uso de la financiación para sus actividades diarias es indispensable, lo que hace permisible la apertura a nuevas fuentes de financiamiento.



De acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta, se identifica que las líneas de crédito interna es la principal y común opción que utilizan las empresas para financiar y dinamizar sus actividades de venta de productos. Incluyendo adicional las garantías inmobiliarias y las garantías fiduciarias. Los resultados hacen visible la escasa utilización en la actualidad del Factoring como herramienta de impulso financiero. Esto nos demuestra el costo financiero que hoy estas empresas están asumiendo para mantener las operaciones de compra venta de artículos. Esta realidad hace más atractiva la explotación de nuevas fuentes de financiamiento externo como la herramienta en estudio. Cuando las empresas utilizan líneas de crédito interna pueden enfrentarse a una falta de crecimiento si no cuentan con el nivel de recuperación en sus cuentas por cobrar y un nivel adecuado de rotación de inventario.

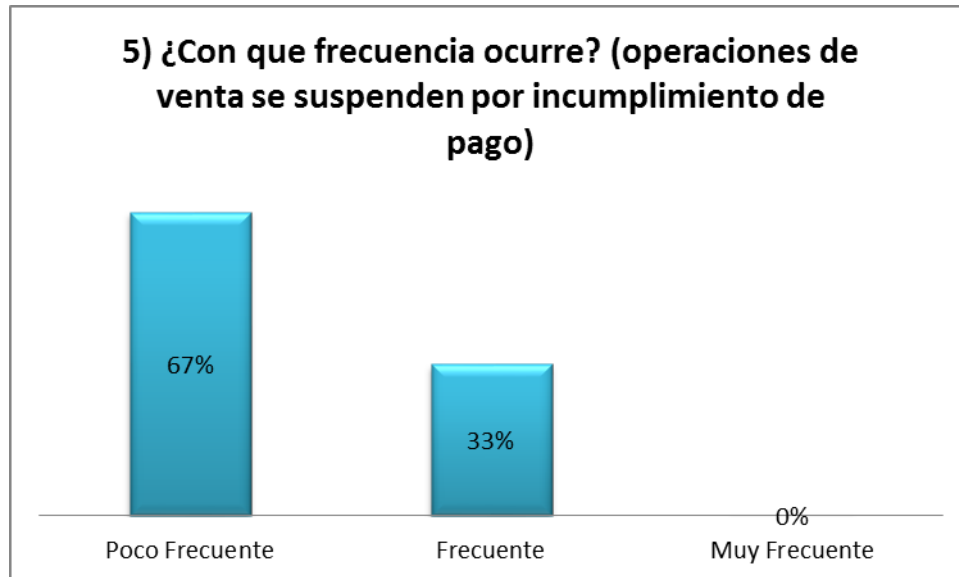


Las opiniones indicadas en esta pregunta permiten identificar la situación actual a la que se enfrentan las empresas en términos de manejo de liquidez y flujo de efectivo para sus operaciones. Al obtener el resultado en la pregunta anterior, donde las principales fuentes de financiamiento son internas, es decir, a través de las políticas de cuentas por cobrar y cuentas por pagar y los intervalos de tiempo que proveen estas como medida de financiamiento, y observando que los clientes de estas empresas, no presentan hoy comportamientos de pago adecuados, implica una alerta crítica probablemente en un largo plazo. Es importante aclarar que el resultado de esta pregunta puede ser consecuencia de las políticas a aplicar, si las mismas son flexibles o rígidas, sin embargo logramos identificar una oportunidad de mejora por parte de las empresas para manejar sus operaciones de crédito.



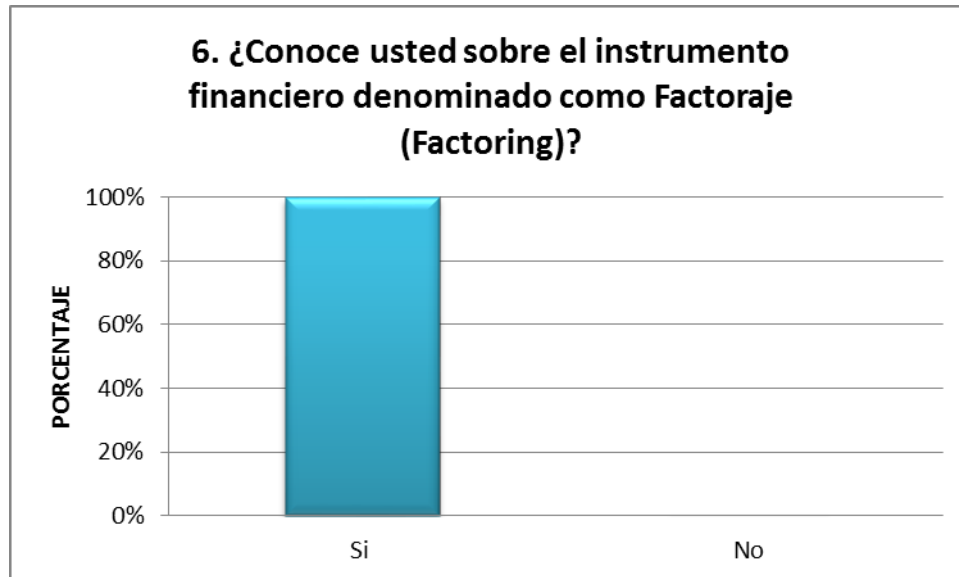
Una práctica común y que forma parte de una planificación financiera adecuada es la creación e implementación de políticas de cuentas por cobrar y cuentas por pagar definidas dentro de los procesos en las empresas. Como parte de las políticas se establecen los días de crédito que se les otorgan a sus clientes, si estos incumplen, se toman las acciones que en algunos casos llevan a suspender operaciones de venta. Como se puede observar en la gráfica, todas las empresas tienen en común que dentro de sus operaciones, si un cliente presenta incumplimiento de pago, se le suspenden el despacho de los productos que compran. Sin embargo es importante reiterar que existen excepciones en las cuales las empresas continúan una relación por algún beneficio colateral. Con la situación actual de Honduras, con una crisis que ha llevado a un descalabro financiero a muchas empresas, resulta indispensable establecer políticas que tanto cliente como proveedor conozcan y apliquen, para así permitir el desarrollo en común de las partes interesadas.

Si una empresa deja de realizar sus operaciones de venta, disminuye su utilidad, operatividad y puede llevarla a cerrar, pero si una empresa sigue realizando operaciones de venta a clientes que incumplen en su pago, de igual manera disminuye el flujo de efectivo, capital de trabajo y operatividad lo que puede llevarlas a cerrar de igual manera, de allí la importancia de una adecuada planificación financiera dentro de las empresas.



De acuerdo a los resultados obtenidos en esta gráfica, el 67% de las empresas a las cuales se les consultó acerca de la frecuencia con que las operaciones de venta se suspenden por incumplimiento de pago, indican que es poco frecuente. El 33% indicaron que era frecuente y ninguna de las empresas de la muestra indicó que era muy frecuente. Esto nos da un panorama de cómo se encuentran estas empresas hoy en día, sin embargo, es importante reiterar que la muestra estudiada se trata de empresas con operaciones de alto nivel, en su mayoría transnacionales con marcas muy poderosas lo que facilita la reventa de los productos y la recuperación del efectivo para sus clientes mayoristas, teniendo menos riesgo de impago que otro tipo de empresas. Esto hace que ese 33% sea una alerta importante en este estudio.

Las economías a nivel mundial y en especial una economía como la de Honduras, tienen un alto nivel de incertidumbre, lo que obliga a las empresas a tener relaciones más cercanas con sus clientes, y sus operaciones, para identificar las oportunidades de mejora en las negociaciones realizadas, para que ambas partes ganen y crezcan en operaciones y utilidad; Por lo que detener las operaciones de compra y venta de productos por situaciones de crédito, es algo que ambas partes tratan de evitar a toda costa.



El resultado de esta pregunta marca la pauta para el desarrollo y explotación del Factoring como una herramienta financiera para las operaciones de compra venta de las empresas de consumo masivo. Todos los representantes financieros encuestados indicaron que si conocían acerca del Factoring o Factoraje, lo cual indica que a pesar de no ser un instrumento financiero de aplicación común en Honduras, existe el nivel de conocimiento, lo que permitiría una brecha para desarrollarlo hasta convertirse en una opción viable dentro del portafolio que manejan las empresas para financiarse y operar.

Este cuestionario permitió realizar un acercamiento con personas claves del medio para poder conocer diferentes aspectos de su realidad financiera que permiten tener un panorama más claro acerca de la oportunidad de aplicación que el Factoraje tiene en Honduras. ‘

7) Si su respuesta es SI, ¿Qué condiciones considera necesarias para que el Factoring sea una alternativa viable de impulso financiero?

Estas respuestas son de tipo abiertas, a continuación presento un resumen de lo que expresaron.

- El servicio es caro.
- La banca asume poco riesgo

- Consideran un reto que se pueda aplicar Factoring con clientes con procesos informales de operación.
- Hay poco conocimiento y alta resistencia por parte de los clientes.
- Prefieren usar incentivos internos para recuperar cuentas por cobrar como pronto pagos, que todavía tienen un efecto positivo.
- Tener claridad de la oferta del instrumento y sus condiciones.
- Quisieran conocer casos de éxito y ejemplo de su utilización.

8) ¿Le interesaría conocer una propuesta sobre el servicio financiero denominado Factoraje (Factoring)?

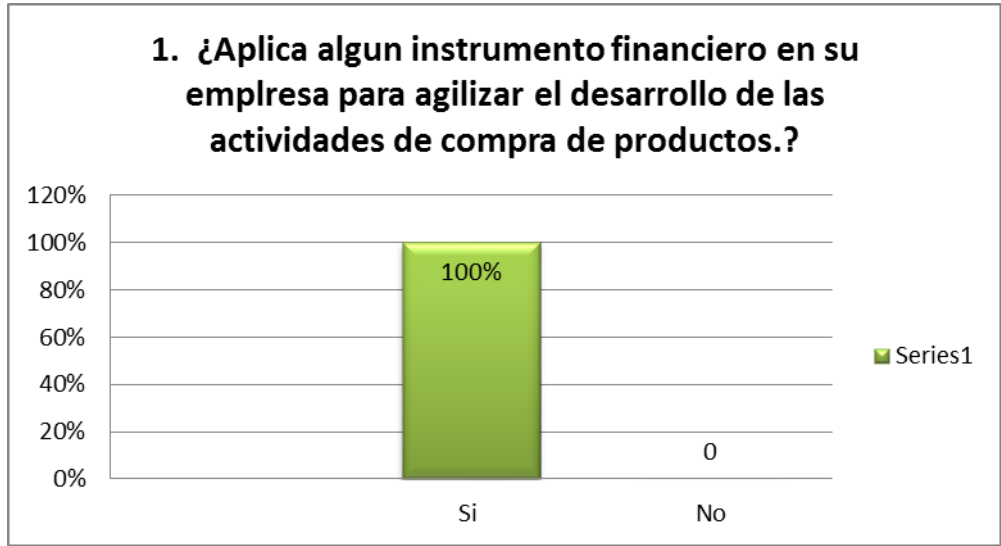
Esta respuesta fue unánime, todos respondieron que si les gustaría conocer una propuesta de este servicio financiero.

Estas respuestas denotan un alto grado de curiosidad por parte de las empresas que emisoras de facturas; existiendo una gran oportunidad para la banca o cualquier inversor en seguir explotando este instrumento financiero.

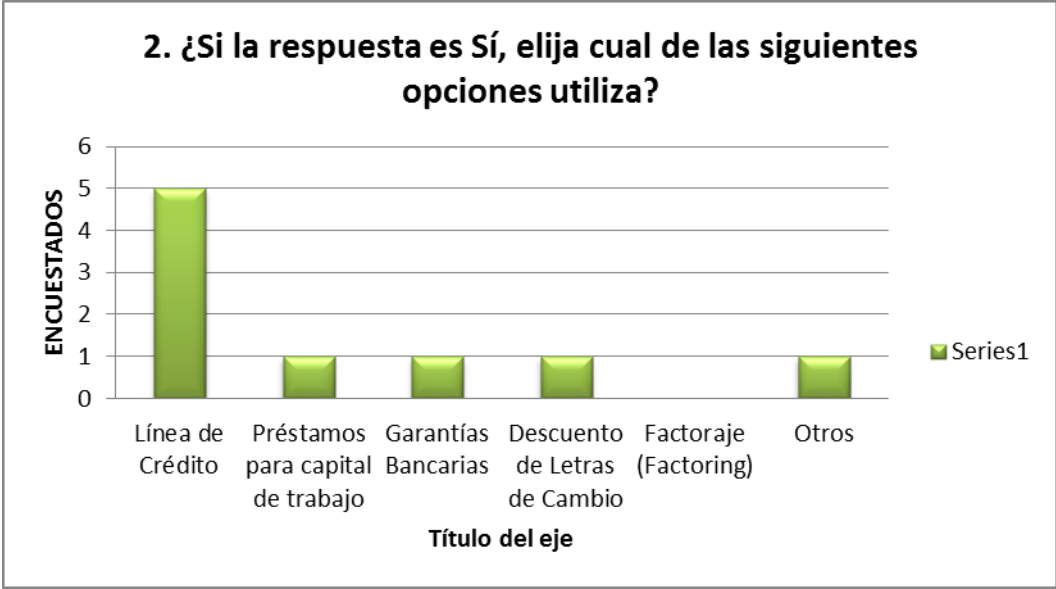
Cuestionario: Clientes Mayoristas de Empresas de Consumo Masivo

En este apartado se presentan los resultados obtenidos en los cuestionarios realizados a los clientes mayoristas de empresas de consumo masivo. Se lograron encuestar seis negocios, y es importante mencionar que muchos otros mostraron mucha resistencia a contestar preguntas sobre temas de crédito.

El objetivo principal es conocer e identificar la situación de las empresas en relación a los instrumentos financieros y específicamente del Factoring (Factoraje).



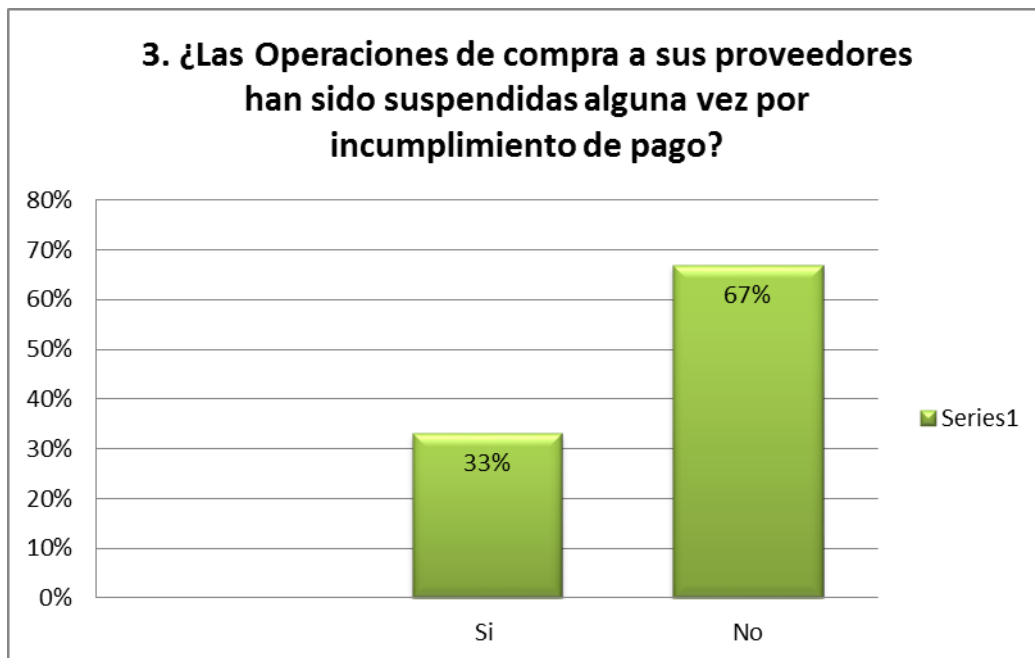
Los instrumentos financieros representan una herramienta para las empresas en orden a consolidar sus operaciones y lograr los objetivos para las cuales fueron creadas. La aplicación de estos depende de la perspectiva y requerimiento que sus propietarios o gerentes consideren oportunas para el giro de la empresa. En el caso de las empresas a las cuales se les aplico el cuestionario, el 100% contestaron que aplican instrumentos financieros para agilizar el desarrollo de las actividades de compra de productos, lo cual representa una brecha de oportunidad para presentar instrumentos innovadores, prácticos y más específicos para sus requerimientos de capital de trabajo.



La mayor parte de las empresas utilizan la Línea de Crédito para agilizar el desarrollo de las actividades de compra de productos. Otras opciones de instrumento financiero utilizadas son préstamos para capital de trabajo, garantías bancarias, descuento de letras de cambio y otros. El instrumento financiero se usa de acuerdo al objetivo que se está persiguiendo. En el caso de las líneas de crédito, debido a que estas representan un monto aprobado en una institución financiera, para utilizarla en diferentes actividades, es uno de los instrumentos más populares.

Es importante el resultado de que ninguna de las empresas de la muestra contesto que aplica el Factoring para agilizar los procesos y operaciones, existiendo así una oportunidad de mejora para los dedicados a este rubro, en el caso de Honduras, ciertos bancos que ya tienen en funciones su departamento de Factoring.

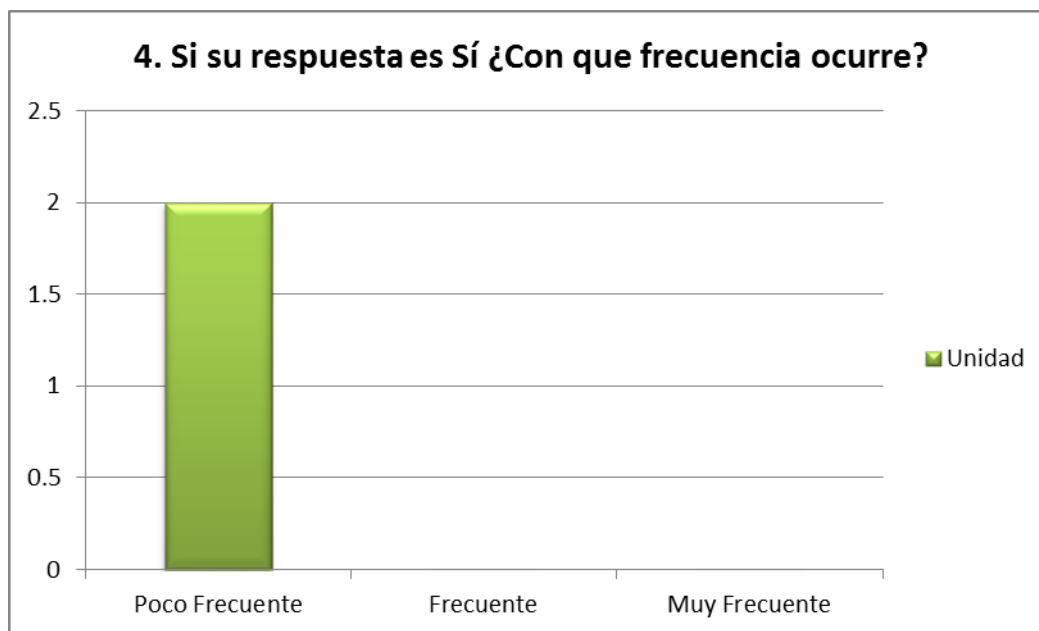
Para lo anterior se requiere que los representantes de empresas, distribuidoras mayoristas y cualquier rubro, reciban y les interese recibir educación financiera acerca de los diferentes servicios e instrumentos que podrían aplicar en sus operaciones mejorando así sus niveles de liquidez y generando un mayor crecimiento.



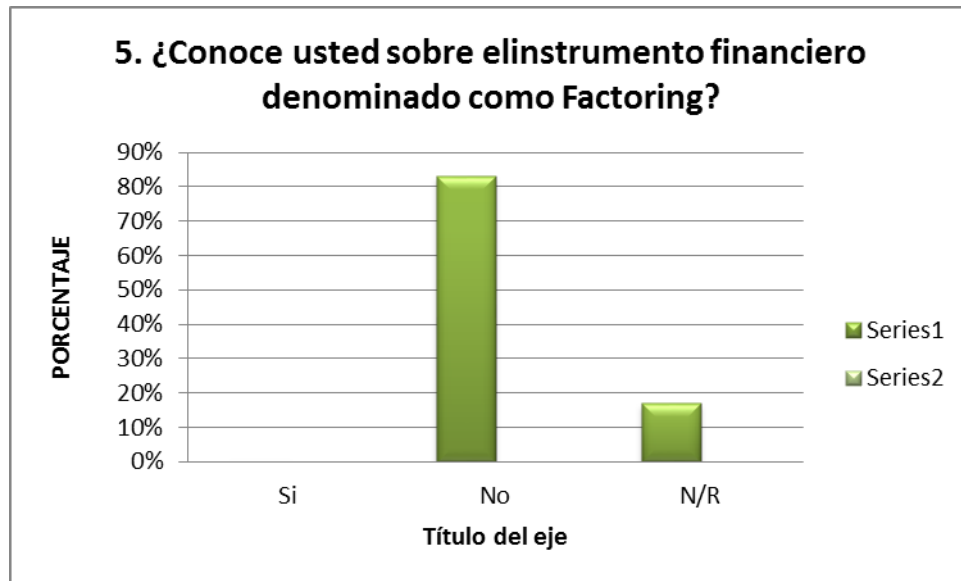
El 67% indicó que no se les ha suspendido las operaciones de compra por incumplimiento de pago y el 33% indicó que si se ha hecho. Esto no significa que el otro 67% tenga un comportamiento correcto y puntual, muchas veces es el resultado de la relación con el proveedor y la política de cuentas por cobrar que maneje este.

Honduras se encuentra en una situación de incertidumbre, constantes cambios y modificación a las leyes y políticas. Esto aunado con la administración poco eficiente de algunas empresas y la ausencia de una planificación financiera adecuada llevan a una alerta de crisis para los interventores en la economía.

Como resultado de estos elementos y otros, las empresas se ven afectadas en su comportamiento de pago con sus proveedores lo que impacta directamente en sus ventas. Dependiendo de la política de crédito y cobro que se manejen con las diferentes partes, la empresa puede obtener financiamiento interno por los días de rotación entre cada una, sin embargo, si no cumple con el pago prometido, los proveedores, como en el caso del apartado que analizamos anteriormente (Cuestionario a los Representantes de Empresas productoras y comercializadoras de productos de consumo masivo), tienden a verse en la obligación de detener o terminar una relación comercial por el riesgo de impago.



De la muestra a la cual se le aplicaron los cuestionarios y que respondieron que si se les han parado operaciones de compra con sus proveedores por el incumplimiento de los pagos, contestaron que esto ha sido poco frecuente, lo que demuestra que no es una práctica constante en las empresas ya que así como se cuida el comportamiento de pago en préstamos con instituciones financieras, de la misma manera se hace con los proveedores, que resultan otra forma de financiarse para las empresas.

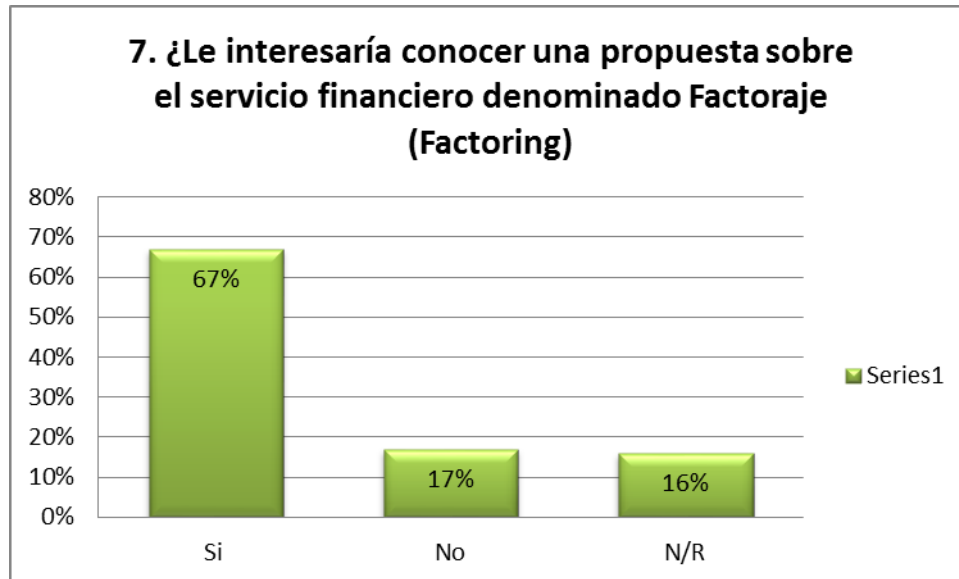


Esta pregunta denota la importancia de educar a la población, a las empresas y sus representantes acerca del instrumento del Factoring, ya que muchas veces por ignorancia, no se utilizan instrumentos que podrían beneficiar la operatividad de muchas empresas.

6. Si su respuesta es sí, ¿qué condiciones considera necesarias para que el Factoring sea una alternativa viable de impulso financiero?

NADIE RESPONDIÓ A ESA PREGUNTA.

Debido a que la muestra no tiene conocimiento del Factoring (Factoraje), se limitaron a no contestar esta pregunta acerca de las condiciones necesarias para que el Factoring dinamice sus operaciones de compra venta.



El 67% de la muestra indicó que si le interesaría conocer una propuesta sobre el servicio financiero denominado factoraje (Factoring), lo que representa un mercado de oportunidad para el factor y cualquier otra parte interesada (gobierno, sociedad, COHEP, etc.). Es importante definir que la necesidad de educación financiera va más allá del instrumento del Factoring, e implica explicarle a las empresas como identificar y diagnosticar su situación actual, para así poder comprobar si el Factoring es la herramienta que requieren para mejorar sus niveles de liquidez y por ende sus oportunidades de crecimiento. El 17% de la muestra indico que no le interesaría conocer una propuesta, esto en su mayoría por el hecho que al no tener una educación financiera adecuada y desconfiar del sistema financiero, no les resulta atractivo conocer otras vías de financiamiento.

Las empresas requieren elementos, instrumentos, herramientas que les permitan competir en un mercado que se encuentra afectado por las condiciones económicas, sociales y políticas como el de Honduras. El Factoring en otros países, como se observó en el marco teórico, implica una de las herramientas principales para las PYMES ya que representa una alternativa de financiamiento para mejorar su liquidez y continuar operando. Lo mismo puede pasar en Honduras si se crean las condiciones necesarias para su funcionamiento, empezando por una debida capacitación sobre el Factoring y educación financiera.

4.3 ENTREVISTAS A LA BANCA HONDURAS

Pregunta No. 1 ¿Es el Factoring un producto financiero ofrecido por su banco?

De las cuatro instituciones bancarias encuestadas, dos si están haciendo uso del instrumento financiero, una no lo utiliza y la última está por lanzarlo. Esto nos presenta un panorama claro de la utilización del Factoring en nuestro país, mostrando el grado de intención de explotarlo.

Pregunta No. 2 Si su respuesta es NO, ¿explique por qué?

El banco que no está utilizando este instrumento, explica que actualmente utilizan otros productos financieros que generan menor riesgo, como ciertos servicios financieros pero amparados en una línea de crédito ya aprobada.

Pregunta No. 3 Si su respuesta es SI, explique ¿qué tipo de Factoring utiliza?

Existen varios tipos de Factoring, aplicados por los bancos donde laboran los entrevistados objetos de estudio, dentro de los cuales se mencionaron los siguientes:

- Local
- Regional
- Internacional
- Corporativo con Recurso
- Corporativo sin Recurso (es deducido de la línea de crédito)

Pregunta No. 4 ¿Cuáles ha sido la evolución de la aplicación de este instrumento en su banco?

Los bancos que actualmente están ofreciendo el instrumento financiero, exponen casos de éxito solamente, y al mismo tiempo la necesidad de encontrar más clientes para explotar las bondades que para sus instituciones ofrece.

Pregunta No. 5 ¿Existen actualmente barreras en el mercado para aplicación de este instrumento? Explique.

Muchas son las barreras que se presentan en el mercado financiero, dentro de las barreras expresadas se destacan las siguientes:

- La competencia.
- Otros productos financieros que sustituyen al Factoring.
- Mercado nacional volátil.
- Entorno micro y macro.
- Contracción del mercado.
- Barreras internas de las empresas (compras y tesorería) debido a la implementación de la nueva herramienta.

ANÁLISIS Y COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

De acuerdo a los resultados anteriores, se comprueba parcialmente la hipótesis de investigación, al indicar que la falta de conocimiento y claridad es una de las causas principales de la poca aplicación y aprovechamiento del Factoring por parte de una de las unidades de análisis.

Es importante hacer la correcta segmentación de este resultado, ya que la falta de conocimiento se identificó en el futuro factoreado (clientes mayoristas de las empresas de consumo masivo). En este caso, el conocimiento sobre dicho instrumento es nulo y sus proveedores afirman que la falta de éste, es una de las principales barreras para el desarrollo de un futuro proceso de implementación del factoring en sus empresas.

Por su parte, el segmento de las empresas de consumo masivo (deudor), sí conocen el instrumento, y aunque no es aplicado en su totalidad, cuentan con las bases teóricas y ciertos casos prácticos del mismo. Siendo poco utilizado por la falta de conocimiento de las otras partes involucradas en el proceso (Factoreado).

Al considerar el caso del factor (siendo la Banca la única institución que hoy en día explota el Factoring en Honduras), el instrumento sí es conocido; sin embargo se encuentra en una fase de desarrollo, destacándose la gran oportunidad de crecimiento que tiene hoy en día existe en el país (usar tercera persona) y mostrando mucha intención de desarrollarlo al máximo.

En la actualidad, no se refleja un problema de crédito grave en la muestra estudiada, pero sí hallazgos de un problema latente, que pudiera evitarse teniendo claridad de todas las opciones financieras disponibles.

A continuación se presenta una matriz que expone más claramente las bondades que esta innovadora herramienta ofrece versus sus productos sustitutos, a través del análisis de los principales elementos de evaluación por parte de usuarios de crédito para capital de trabajo:

COMPARATIVO INSTRUMENTOS FINANCIEROS Y FACTORING						
Descripción	Factoring	Tarjeta de Crédito	Línea de Crédito	Préstamo Capital de Trabajo	Descuento Comercial	Análisis
Plazo	Corto Plazo.	Corto Plazo.	Hasta 1 año, Renovable.	Puede ser hasta un año, mensual o dependiendo la negociación.	Corto Plazo.	Al igual que las demás opciones, existe facilidad de plazos.
Comisiones	Normalmente son comisiones e intereses elevados, aunque no tan altos como una tarjeta de crédito por los montos manejados.	Cuando no poseen garantías reales durante están más elevadas.	Si es con garantía hipotecaria, pueden ser bajas.	Dependiendo la garantía utilizada, pero por ser un préstamo a capital de trabajo, suelen ser elevadas.	Elevadas.	No son las más elevadas entre las ofertas existentes.
Garantía y/o soporte	Facturas de la venta.	Puede ser fiduciaria, hipotecaria.	Normalmente hipotecaria.	Puede ser fiduciario o hipotecario.	Efectos comerciales de los clientes, como ser una letra de cambio, pagaré.	El factoring provee más flexibilidad que los demás instrumentos.

Flexibilidad	El anticipo es flexible en tiempo y en monto. No es necesario que todo el monto de la factura sea objeto de Factoraje. Puede ser usado para el fin que el cliente indique, sin mayor regularización sobre el mismo.	Se tiene un monto ya determinado sin posibilidad a incremento hasta un nuevo análisis.	Puede ser usado para el fin que el cliente determine necesario, previa autorización del Banco. Se tiene un monto ya establecido.	Únicamente puede ser usado para capital de trabajo. ningún otro fin.	El anticipo es rígido en el momento de efectuar y por el importe total del efecto que se descuenta.	Ofrece mucho más flexibilidad de las demás ofertas.
Análisis de Solvencia	Menos riguroso. El límite de financiación se fija en función de la solvencia del deudor (depende negociación).	Puede ser un trámite rápido y sin tanta documentación, dependiendo del monto de la t/c. Se analiza al deudor directamente.	Análisis exhaustivo del riesgo y solvencia del deudor, su garantía y otros elementos.	Análisis del deudor y las garantías presentadas.	Menos riguroso. El límite de financiación se fija en función de la solvencia del deudor (depende negociación).	Solo el descuento comercial ofrece las mismas ventajas en este sentido.
Cobertura del Riesgo de Impago	Si el factoring se establece sin recurso, se prevé la cobertura del riesgo de impago.	Dependiendo la garantía, en su mayoría son fiduciarias, por lo que el Banco no tiene cobertura. Depende el límite, el Banco puede pedir otro tipo de garantía.	Si existe, desde el análisis hasta la inscripción de la garantía en el Registro.	Depende la garantía negociada.	No prevé la cobertura del riesgo de impago normalmente. En caso de impago, el mismo se cargará en la cuenta de la empresa que ha solicitado su anticipo.	Existe la posibilidad de eliminar o asumir ese riesgo, a diferencias de las demás herramientas.
Servicios adicionales	Financiación, investigación comercial de los clientes, administración y gestión de cobro	Descuentos en tiendas, acumulación de millas, etc.	Puede ser usado para diferentes objetivos, administración de planilla, pago a proveedores, garantías bancarias, etc.	Puede incluir administración y pago de planilla, proveedores	Normalmente no incluye otro servicio adicional.	Ofrece el mayor valor en servicios adicionales.

De acuerdo al cuadro anterior, en cada uno de los elementos estudiados el factoring supera en beneficios a los demás instrumentos, siendo los más positivos para los usuarios la flexibilidad y el análisis de riesgo, los que hace que las comisiones pagadas tengan mayor justificación y sustento que en los demás instrumentos.

CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- De acuerdo al análisis realizado, se identifica la falta de conocimiento del instrumento financiero Factoring por parte de las empresas mayoristas, no así en el caso de las empresas de productos de consumo masivo y de las instituciones financieras, donde existe cierto grado de conocimiento, pero no ha sido en su mayoría explotado como una alternativa real y comercializada en su práctica. De las empresas de consumo masivo a las cuales se les aplicó el cuestionario, el 100% han escuchado del instrumento de Factoring, sin embargo únicamente el 33% de ellas lo aplican dentro de sus operaciones. En el caso de las empresas mayoristas se descubrió que en su totalidad no conocen ni han aplicado este instrumento. Este desconocimiento genera una incorrecta aplicación del instrumento, que a su vez imposibilita a las empresas (mayoristas) de contar con una medida segura y rápida para mejorar sus niveles de liquidez.
- El factoring presenta una gama de oportunidades para los participantes de su proceso. Para un cliente mayorista (factoreado) la principal ventaja es la posibilidad de mejorar sus niveles de liquidez, para las empresas de consumo masivo (deudor) es la de mantener una cartera de clientes sana y en el caso de las instituciones financieras o empresa factor, este instrumento representa una oportunidad para incrementar su portafolio de negocios que genere más utilidad a sus operaciones. Si un instrumento financiero no es correctamente aplicado, puede convertirse en una desventaja para sus participantes, ya que en vez de ser una alternativa para mejorar su operatividad, puede interferir en el éxito de la misma.

No obstante, el desconocimiento puede representar una brecha de oportunidad para las instituciones financieras o empresas factor, para capacitar a los beneficiados y a su propio personal, a fin de que el Factoring se convierta en una herramienta de impulso financiero suficientemente atractiva para las PYMES.

- Más que condiciones para el correcto desarrollo del Factoring, la banca y las empresas productoras y comercializadoras de productos de consumo masivo, presentan la oportunidad de eliminar las barreras presentes en el mercado de este instrumento financiero, como lo son la falta de conocimiento y claridad del mismo.
- A través de la investigación realizada, se observó que en otros países, como lo es el caso de Chile, España y Colombia, las operaciones de factoring representan un rubro importante en estas economías, existiendo empresas dedicadas únicamente a la comercialización de este instrumento y donde se han obtenido resultados importantes que impactan directamente en el desarrollo de las PYMES y por ende en su Producto Interno Bruto.

5.2 RECOMENDACIONES

- Realizar una campaña de capacitación para los distribuidores mayoristas y de cualquier otro rubro, con el objetivo de exponer los beneficios del factoring, su metodología, principales componentes así como su operatividad.
- Crear conciencia en las PYMES (distribuidores mayoristas) de la importancia de mantenerse informadas en las diferentes opciones que tiene el mercado financiero para su desarrollo.
- Creación de un marco regulatorio de la aplicación del Factoring en Honduras por parte de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros, Banco Central y demás instituciones supervisadas, que ofrezca un panorama claro, legal y coherente de las necesidades, beneficios y responsabilidades de las diferentes partes que intervienen en el proceso.
- Al poseer un marco regulatorio, se recomienda realizar un estudio de factibilidad para la creación de empresas factor, ya que como se muestra en el marco teórico, en otros países este tipo de empresas han impulsado el desarrollo del factoring y por ende de las economías.

CAPITULO V. APLICABILIDAD

6.1 INTRODUCCIÓN

Como resultado del Estudio “Factoring como una Propuesta de impulso Financiero al Sector Comercializador de Productos de Consumo Masivo en Honduras”, y en respuesta a la problemática de falta de información y aplicabilidad sobre este instrumento financiero; este capítulo expone una solución al problema presentado, resultando necesario proponer una guía que permita a las PYMES:

- ✓ En primer nivel conocer acerca del instrumento (a través de un programa de capacitación)
- ✓ En segundo nivel contar con la información necesaria (interna y externa) para poder preparar y negociar la implementación del servicio de factoraje dentro de sus operaciones o bien de cualquier otro instrumento financiero requerido.

La importancia de su ejecución facilitará el mejoramiento de la situación económica y financiera de las empresas Distribuidoras de Productos de Consumo Masivo, a través de la implementación del Factoring como opción de financiamiento.

Este plan contiene un esquema de actividades alineadas a la capacitación y una campaña de comunicación dirigida a las Empresas Distribuidoras de Productos masivos, a los distribuidores mayoristas de dichas empresas, a la Banca y a todas aquellas empresas y personas naturales que deseen constituir empresas dedicadas al factoraje en el país, en la búsqueda de informar masivamente acerca de las ventajas y beneficios de la utilización de este instrumento, y de incentivar una cultura financiera dentro de dichas organizaciones o empresas. Además de ello se plantea los beneficios de la implementación de dicha herramienta, y los principales actores y beneficiados con dicho instrumento.

Sumado a esto se incluye el esquema de seguimiento de este plan, su presupuesto y debida calendarización de actividades para que todo ello sea implementado de la mejor manera.

6.2 PLAN DE CAPACITACIÓN

6.2.1 OBJETIVOS GENERALES

Informar y educar a todo el público interesado sobre el instrumento financiero Factoring, como funciona, sus ventajas y beneficios al ser implementado como opción financiera en las empresas.

6.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Lograr que todos los interesados se informen totalmente sobre el Factoring, sus ventajas y desventajas y ejemplos de éxito a nivel nacional e internacional.
- Que los interesados tomen al Factoring como una alternativa financiera a implementar en sus operaciones de crédito a sus clientes.
- Proporcionar la planificación tanto de actividades como de presupuesto para los interesados, para que dicho plan de capacitación sea un éxito y logre el cometido de informar y educar sobre este instrumento financiero y la importancia de su aplicabilidad.

NOMBRE DEL PLAN DE ACCIÓN

“Plan de Capacitación para informar acerca de las ventajas y beneficios de la implementación del Factoring en las operaciones de cuentas por cobrar de las Empresas Distribuidoras de Productos de Consumo Masivo y sus Clientes, en la Ciudad de Tegucigalpa, Francisco Morazán”

LOCALIZACIÓN

Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa.

INSTITUCIÓN EJECUTORA

COHEP/Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa/AHIBA Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias (como apoyo).

6.2.3 PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

6.2.3.1 Generalidades de la Capacitación

- Los participantes de la capacitación: los participantes estarán integrados por los Gerentes Generales y Gerentes Financieros de las Empresas Distribuidoras de Productos de Consumo Masivo, los Gerentes Generales o Propietarios de los Clientes Mayoristas de esas empresas Distribuidoras, y el Público en general. De acuerdo a la afluencia, se realizarían varias sesiones de capacitación, pero no se recomienda un número mayor a 30 representantes de empresas por sesión.
- Plazo de la capacitación: Tres reuniones que serían distribuidas los sábados de cada fin de semana de 8:00 a.m. a 4:00 p.m.

En la primera sesión se dará una introducción y conceptos básicos de lo que es el Factoring y otras definiciones de temas relacionados. Además de la historia de inicio a nivel mundial, latinoamericano y Centroamericano, y finalmente su aplicabilidad en Honduras; así como los resultados exitosos obtenidos de la aplicación de este instrumento en todos los países. y las últimas dos sesiones se explicara cómo implementar la Guía “Preparando un Nuevo Camino Financiero Para la Empresa”, y como aplicarlo a su realidad empresarial.

- Comunicación oficial sobre la capacitación: se realizará una campaña de socialización e información a través de los medios de comunicación que promuevan el Plan de Capacitación y sus resultados exitosos, ya sea en la radio, televisión, envío masivos de la invitación vía correo electrónico, así como otros medios que se consideren importante su utilización, obteniendo la base de datos de las empresas invitadas por medio de la Cámara de Industria y Comercio de Tegucigalpa.
- Lugar de la Capacitación: sala de conferencias de la Cámara de Comercio.

- Capacitadores: se solicitara el apoyo de Consultores y expertos financieros, con el apoyo de Organismos Internacionales como contribución al plan de capacitación los cuales deberán brindar sus conocimientos y experiencias.
- Costos de la capacitación: : La capacitación no tendrá ningún costo debido a que es auspiciado y patrocinado en su totalidad, sin fines lucrativos; más que de educar y capacitar sobre el tema

DURACIÓN

12 meses: Marzo 2013 a Febrero 2014.

MODALIDAD DE CAPACITACIÓN

Curso a nivel de Diplomado

ETAPA ACTUAL

Etapas de organización.

POBLACIÓN BENEFICIADA

- Empresas Distribuidoras de Consumo Masivo
- Empresas Mayoristas Consideradas PYME.
- Instituciones Bancarias que ofrecen o que podrían ofrecer la herramienta financiera.
- Interesados que deseen constituir empresas que se dediquen al Factoraje

PLAN DE CONTENIDO DE LA CAPACITACIÓN

Tabla No. 4 Actividades a desarrollar durante la Capacitación

DIAS	No.	OBJETIVO	ACTIVIDAD	RESPONSABLES
1ero	1	Iniciar la capacitación con conceptos básicos y definiciones relacionadas del Factoring. Historia en el mundo, Latinoamérica, Centroamérica y Honduras y éxitos obtenidos con la aplicación de este instrumento.	Presentaciones en power point, videos y utilización de broshures y material didáctico.	Instructores, Capacitadores y organizadores.
2do	2	Primera parte de la implementación del Plan de Negociación del Factoring	Presentaciones en power point, y utilización de broshures y material didáctico.	Instructores, Capacitadores y organizadores.
3er	3	Segunda parte de la implementación del Plan de Negociación del Factoring	Presentaciones en power point, y utilización de broshures y material didáctico.	Instructores, Capacitadores y organizadores.

Fuente: Equipo de tesis

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla No. 5 Cronograma de Actividades

No.	Áreas o Actividades	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Responsable
1	Planificación													Comité de Capacitación
2	Organización													Comité de Capacitación/ COHEP/ Cámara de
3	Capacitación a Empresas													Consultor/ Expositor
4	Promoción Medios Comunicación													COHEP/ Cámara de Comercio
5	Cierre													COHEP/ Cámara de Comercio
6	Evaluación de Resultados													Comité de Capacitación

Fuente: Equipo de Tesis

PRESUPUESTO

- La campaña en los medios de comunicación masiva será patrocinada por la AHIBA, La Cámara de Comercio de Tegucigalpa, y algunos bancos los cuales están interesados en la implementación del Factoring.
- Los capacitadores serán auspiciados por organismos internacionales (Banco Mundial, BID); los cuales son disertadores y expertos en la materia, y con experiencia en la implementación de la herramienta financiera a nivel internacional.
- El material didáctico de la capacitación será donado por la Secretaria de Industria y Comercio, en alianza con el COHEP.

6.3 GUÍA: “PREPARANDO UN NUEVO CAMINO FINANCIERO PARA TU EMPRESA”

A continuación se presenta una guía para facilitar el manejo y control del Factoring en las Pequeñas y Medianas Empresas en Honduras (específicamente en las empresas que por su rubro se enmarcan como distribuidores mayoristas).

Es importante aclarar que la guía presentada consiste en una propuesta de aplicación, no implica un marco obligatorio a manejar tal y como se define, sin embargo

consideramos que incluye los puntos torales para que las empresas logren mejorar los niveles de liquidez requeridos para el desarrollo de sus actividades.

En base al estudio desarrollado en el presente documento, así como el análisis presentado, se considera necesario proveer a los pequeños y medianos empresarios de una herramienta que de manera sencilla permita lograr los objetivos organizacionales.

6.3.1 OBJETIVOS GENERALES

Diseñar una guía propuesta para el análisis de la empresa, la evaluación y ejecución de instrumentos financieros como el Factoring, dirigida a las pequeñas y medianas empresas, que les permita obtener mejores niveles de liquidez para sus operaciones.

6.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Presentar un esquema claro y conciso para el pequeño y mediano empresario que permita en primer nivel realizar un diagnóstico actual de la empresa a través de las fases que se presentan en la figura número seis.
- Proveer a las PYMES los pasos requeridos, que permitan de manera exitosa negociar con las instituciones encargadas la obtención de un financiamiento.
- Proporcionar una guía de análisis de las oportunidades de negociar exitosamente un requerimiento de crédito y reconocer si el Factoring es una herramienta viable para ser aplicada en sus operaciones.

6.3.3 JUSTIFICACIÓN

Las PYMES en Honduras representan uno de los sectores económicos más importantes como contribuyentes al Producto Interno Bruto (PIB). El desarrollo y crecimiento de este sector incide en su mayoría en los resultados de crecimiento del país en total. Es por ello que resulta indispensable brindar a las PYMES las condiciones necesarias para su desarrollo, lo cual implica entre otros elementos, proveer capacitaciones en temas de interés, como lo es la planificación financiera, los servicios financieros y control interno.

Uno de los mayores problemas que enfrentan las PYMES en la actualidad es la falta de competitividad en el mercado globalizado donde se desenvuelven, y una de las causas de esta problemática, es la falta de conocimiento de alternativas de financiamiento que permitan dinamizar las actividades torales de las empresas.

6.3.4 ESQUEMA PROPUESTO

A continuación se mostrará el esquema de la guía propuesta para ser aplicada por las PYMES en cumplimiento al objetivo de este apartado.

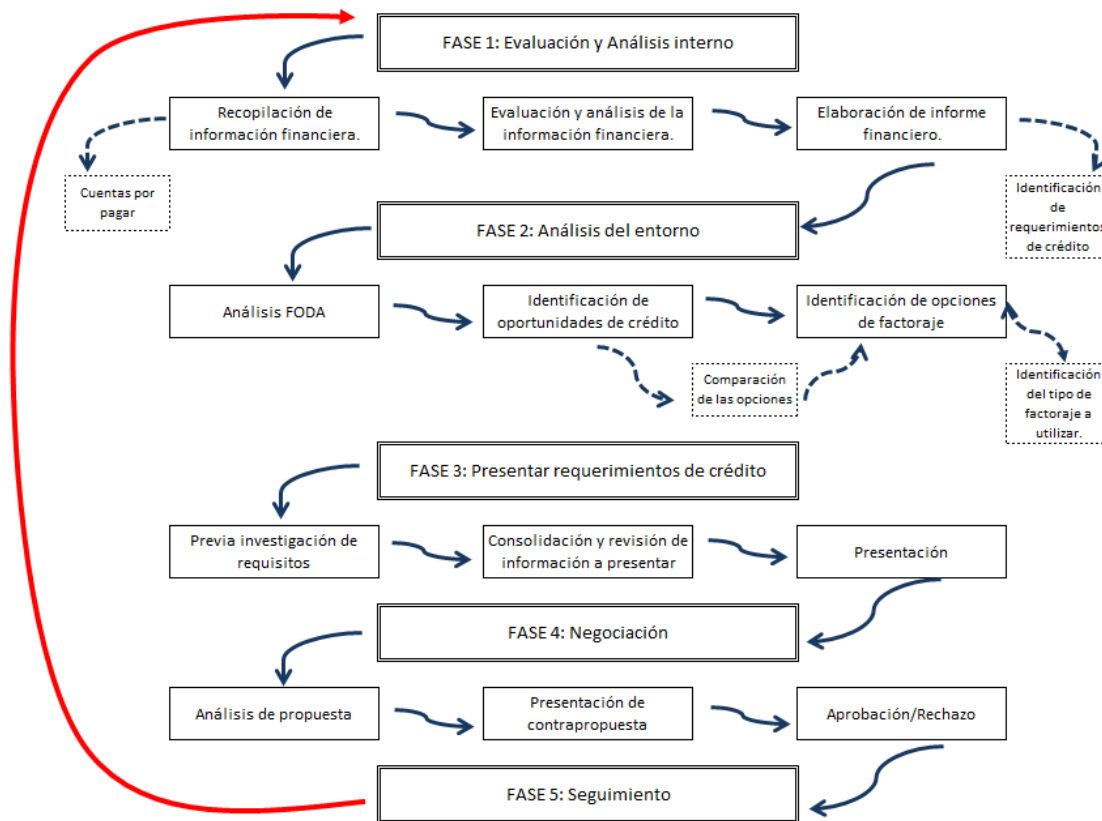


Figura No. 6 Esquema de la Guía “Preparando un nuevo camino financiero para tu empresa”.

Fuente: Elaboración propia.

El esquema anterior permite clarificar la realidad que viven las empresas hoy en día. De manera usual, se presentan ante una institución financiera (llámese cooperativa, banca

o factor), sin considerar los elementos requeridos para negociar de manera exitosa condiciones que en realidad permitan un desahogo financiero y un incremento en sus utilidades, más allá del costo financiero por obtener una obligación crediticia.

En el desarrollo de este apartado se pretende exponer cada una de las fases del esquema propuesto con la finalidad de que las empresas puedan aplicarlo a su realidad, mismo que será explicado dentro del plan de capacitación propuesto.

FASE I: Evaluación y Análisis Interno

En la primera fase las empresas deben comenzar por realizar una evaluación y diagnóstico de su situación actual. Previo a presentarse a una institución financiera con un requerimiento de crédito, es indispensable la empresa realice un análisis en los siguientes pasos:

1. Recopilación de la información financiera: en este paso se requiere la empresa realice una investigación interna, para ello es necesario recopilar información como ser:

- ✓ Estados financieros actualizados de los últimos dos años por lo menos.
- ✓ Estatus de las cuentas por cobrar y cuentas por pagar;
- ✓ Revisión de las notas a los estados financieros, si aplicase.
- ✓ Situación de liquidez y flujos de efectivo.

2. Evaluación y análisis de la información financiera

- ✓ Análisis de la política de cuentas por cobrar y cuentas por pagar, en caso de no tenerla, proceder a elaborarla.
- ✓ Análisis de la relación que mantiene actualmente con el sistema financiero, refiriéndose a los promedios en cuentas bancarias, comportamiento de pago en los buros de crédito y negocios colaterales como seguros, garantías bancarias, planilla, etc.

- ✓ Análisis de la rotación de inventario: con qué frecuencia el inventario rota en la empresa.

3. Elaboración del informe final:

Al haber recabado toda la información financiera posible de su empresa y realizado un análisis de sus principales cuentas (cuentas por cobrar, pagar, liquidez, inventario), es recomendable que el representante de la PYME (gerente financiero, gerente general o gerente administrativo, dependiendo del caso) elabore un informe financiero que permita establecer un precedente para el análisis en los siguientes años así como una medida para identificar de manera formal la situación actual de su empresa. Adicional resulta importante al momento de presentarse ante la institución financiera, conocer sus cifras, estadísticas y principales indicadores.

Identificación de requerimiento de crédito

De manera paralela al análisis de la información recopilada y la elaboración del informe financiero, la empresa identifica si existe o no la necesidad de obtener un crédito externo para el crecimiento presupuestado.

Fase II: Análisis del Entorno

Este apartado es necesario debido a que la PYME debe reconocer, estudiar y analizar el entorno en el que se desenvuelve. Es importante que como empresa pueda saber las variables externas e internas que le pueden estar afectando directamente en su situación financiera.

1. Análisis FODA

Fortalezas: consiste en todos aquellos elementos que permiten a la empresa diferenciarse de su competencia. Muchas veces es necesario encontrar aquella ventaja competitiva que como PYME ofrece a sus clientes internos y externos, puede enmarcarse dentro de la calidad de sus productos y/o servicios, agilidad en procesos, ubicación, etc.

Oportunidades: son todas aquellas variables externas, que la empresa no puede controlar pero que benefician su operatividad. Pueden incluirse elementos tales como leyes gubernamentales, oportunidades de negocio, inversión extranjera para el sector en el que se ubica, entre otras.

Debilidades: consiste en aquellos elementos internos que afectan a la empresa, y que por ende, pueden disminuir sus oportunidades de crecimiento, como por ejemplo: falta de liquidez, políticas de cuentas por cobrar o pagar ineficientes, relación con los empleados, etc.

Amenazas: son todas aquellas variables externas que la empresa no puede controlar pero que afectan su operatividad, por ejemplo, leyes al sector, exoneraciones, competencia, etc.

2. Identificación de oportunidades de crédito

Se recomienda a las PYMES previo a presentarse a una institución que otorgue créditos (banco, empresa factor, cooperativas u otras) realizar un análisis y revisión de las oportunidades del mercado. Este análisis conlleva revisar la situación de la institución, de las condiciones de crédito propuestas, requisitos del crédito, estabilidad de la institución en el largo plazo, entre otros temas. Si se desea realizar un análisis más exhaustivo la empresa puede revisar la información financiera, que como en el caso de los bancos, es de dominio público.

3. Identificación de las opciones de factoraje

Como una recomendación para las PYMES se establece el análisis del factoraje representando una alternativa de financiamiento. Dado que en la capacitación se brindó el esquema y elementos generales del Factoring o factoraje, la empresa tiene un esquema más claro si el factoraje puede ser una herramienta funcional para sus operaciones.

Considerando que la PYME opte por el factoraje como la alternativa a buscar dentro del sector financiero, es requerido que identifique el tipo de Factoring que utilizará, mismo que dependerá de diferentes variables como ser:

- ✓ Tipo de facturas que maneja y el monto promedio de las mismas;
- ✓ Relación con sus proveedores;
- ✓ Ubicación de sus proveedores;
- ✓ Políticas de las cuentas por pagar manejada por sus proveedores, entre otras.

Fase III: Presentar requerimiento de crédito

1. Investigación de los requisitos

Una negociación de éxito con las instituciones que otorgan crédito depende en su mayoría de la presentación correcta de los requisitos que tienen establecidos para la aprobación del requerimiento. En el caso de un crédito, específicamente del factoraje los requisitos generales que el factor requiere son los siguientes:

Marco legal: Contiene la Información que identifica a la empresa debidamente constituida y apta para operar dentro del territorio nacional. Dentro de la información legal se encuentra la siguiente:

- Escritura de constitución de la sociedad o del comerciante individual;
- En el caso de ser sociedad y no estar especificado dentro de la escritura de constitución, se requiere la presentación del poder debidamente inscrito;
- Punto de acta donde la sociedad apruebe la solicitud del crédito;
- Copia del RTN numérico de la sociedad;
- Copia de la cedula de identificación personal del representante legal y los socios de la empresa; copia de la cedula de identificación personal del comerciante individual;

Marco financiero:

- ✓ Estados financieros auditados de la empresa o en su caso, elaborados por un Perito Mercantil que los avale con su respectivo sello y número de colegiación;
- ✓ Notas a los estados financieros, en caso de aplicar;
- ✓ Presentación del esquema de las cuentas por cobrar de la empresa y su respectiva política de cobro;
- ✓ Presentación del esquema de las cuentas por pagar de la empresa y su respectiva política de pago;
- ✓ Constancias y/o estados de cuentas de depósito;
- ✓ Constancias de obligaciones manejadas actualmente o canceladas en términos de referencia del comportamiento de pago.

Información adicional en caso de ser Factoring:

- ✓ Solicitud formal del requerimiento del Factoring;
- ✓ Por el riesgo país, en la mayor parte de los casos, el factor requiere una constancia del deudor final, donde aprueba la aplicación de este instrumento (Factoring con notificación);
- ✓ Presentación de las cuentas por cobrar y facturas a ser objeto del factoraje;

Lo anterior representa los requisitos generales para solicitar un crédito, es importante mencionar que cada institución otorgante de crédito o el factor, podría establecer requisitos adicionales.

2. Consolidación y revisión de la información a presentar

Al haber hecho una investigación de los requisitos de crédito, se recomienda a las PYMES realizar la consolidación de toda la información requerida.

Previo a presentarla a la institución donde se solicitara el crédito, es necesario que la persona encargada dentro de la empresa de llevar el proceso a cabo (propietario, gerente financiero, administrador) realice una revisión de la información, esto en orden a identificar los puntos de fortaleza de la empresa así como sus debilidades, ya que el factor realizará el mismo proceso y presentará interrogantes en diferentes puntos.

3. Presentación

Esta etapa consiste en la presentación de toda la información requerida para aplicar al requerimiento de crédito.

Fase IV: Negociación

1. Análisis de la propuesta

Al haber presentado la solicitud de crédito a la institución financiera, y que esta realice el respectivo análisis de la misma, se procede a una presentación de propuesta, que contiene las condiciones bajo las cuales se aprobó el crédito:

- ✓ Tasa de interés;
- ✓ Comisión por desembolso o administración del crédito;
- ✓ Plazo del crédito;
- ✓ Monto;
- ✓ Garantías requeridas;
- ✓ Negocios colaterales requeridos;
- ✓ Requisitos adicionales o condicionantes, si aplicara.

2. Presentación de la contrapropuesta

En caso de aplicar, si la PYME no está de acuerdo con las condiciones de crédito aprobadas, puede presentar una contrapropuesta, en la cual enmarque una explicación

o fortalecimiento de los puntos débiles encontrados durante el análisis realizado por la institución financiera.

3. Aprobación/ Rechazo

La institución financiera realizara la aprobación o rechazo de la solicitud de crédito u factoraje.

Fase V: Seguimiento

Se recomienda a las PYMES como una práctica constante en sus operaciones realizar un seguimiento de su situación financiera y de los resultados obtenidos por el otorgamiento del crédito o línea de factoraje, esto en orden, a conocer la situación de la empresa y realizar un análisis permanente de las oportunidades de mejora en su operatividad. Adicional de reconocer si el crédito otorgado se convirtió en la solución para los problemas identificados en la empresa y en la herramienta para el crecimiento requerido.

Como se indicó al inicio de este apartado, lo anterior representa una guía propuesta a las PYMES para manejar una negociación exitosa con las instituciones financieras al momento de requerir un crédito. Más allá de la utilización del factoraje como herramienta para mejorar el nivel de liquidez, la presente guía permite a las PYMES realizar un diagnóstico de su situación actual y planteamiento de acciones claras para el logro de los objetivos organizacionales.

BIBLIOGRAFÍA

1. *199 preguntas sobre el Marketing* 2002 Bogota Editorial Norma
2. ARIAS-SCHREIBER PEZET, Max: "Contratos Modernos". Gaceta Jurídica editores. Primera edición, marzo de 1999. Lima – Perú.
3. *Asociación Española de Factoring*. (2013). Recuperado el 22 de Febrero de 2013, de www.factoringasociacion.com
4. *Asociación Chilena de Factoring*. (2013). Recuperado el Marzo de 2013, de www.achef.cl
5. *Asociación Española de Factoring*. (2011). Recuperado el 22 de Febrero de 2013, de www.factoringasociacion.com
6. *Asociación Latinoamericana de Factoring*. (2013). Recuperado el 1 de Marzo de 2013, de www.felafac.com
7. *Banca & Riesgo*. (2013). Recuperado el 1 de Marzo de 2013, de www.bancayriesgo.com
8. BRAVO MELGAR, Sidney Alex: "Contratos Modernos Empresariales". Tomo I. Editora Fecat. Edición 1997. Lima – Perú.
9. CABANELLAS DE TORRES, Guillermo: "Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual". Tomo IV. Editorial Heliasta. Vigésimo tercera edición. Buenos Aires, Argentina. 1994.
10. CANTON, DANIEL Organización y Administración de Empresas, Ed. Granica, Año 2000
11. Factor Chain International. (2013). *Estadísticas del Factoring en Chile* . Chile.
12. 2012 Factoring para lograr el éxito empresarial negocios en Medellín

13. FAJRE, JOSÉ BENITO (1999): "Contratos Financieros. Factoring", en: "Contratos Especiales en el Siglo XXI" (Roberto López Cabaña, Coordinador). Abeledo-Perrot editores. Buenos Aires, Argentina.
14. FRANCO DE LA CUBA, CARLOS. El contrato de factoring. UNMSM. Lima Perú, <http://www.derechocambiosocial.com/revista007/factoring.htm>, visitado en diciembre de 2010.
15. Gargantúa, H. (1995). El factoraje financiero como una opción de crédito para la empresa mexicana. Tesis de licenciatura, Universidad Veracruzana, Nogales
- Perdomo, A. (2001). Las finanzas en la empresa (3th ed.). México: Thomson.
16. González, F. (1996). *Factoring en Chile*. Chile.
17. Ley de Bancos y Grupos Financieros. (2002). Guatemala, Guatemala.
18. Ley del Factoraje Financiero. (3 de Noviembre de 2010). Managua, Nicaragua.
19. Ley General de Bancos. (13 de Agosto de 2010). *Modificaciones de la Ley No. 20.448*. Chile.
20. LISOPRAWSKI, Silvio V. y GERSCOVICH, Carlos G.: "Factoring". Ediciones De palma. Primera edición, 1997. Buenos Aires – Argentina.
21. Méndez, P. (2002). *Factoreo: Una alternativa de Financiamiento*. Recuperado el 2013, de www.capitales.com
22. MIPYMES. (2009). Ley de Instituciones Financieras. Tegucigalpa, Honduras: Congreso Nacional.
23. Parada, R. (1995). *Instrumento de Financiamiento e Inversión*. Santiago: CONOSUR.
24. Pena, R. y. (2011). *FACTORING, SOLUCIÓN FINANCIERA AL RIESGO CAMBIARIO PARA PYMES*. Bogota.

25. Plan General de Contabilidad. (16 de Noviembre de 2007). *Real Decreto 1514/2007*. España.
26. Rincon, E. (2010). *Cartilla de Factoring Básico*. Colombia: Librería Jurídica.
27. Rivas, J. (1993). *Uso del Factoring en las prácticas comerciales y financieras*. El Salvador.
28. Stern, L. (1999). *Canales de comercialización*. Pearson Education.
29. Visallante, J. (5 de Junio de 2011). *Regulación Nacional para empresas de Factoring*. Perú.
30. WESTON, FRED *Fundamentos de Administración Financiera* Editorial Mc Graw-Hill, 1985
31. *Código de Comercio de Honduras*.
32. <http://raimon.serrahima.com/confirming-concepto-un-instrumento-de-financiacion/>
Recuperado abril 2013
33. *Código de Comercio de Colombia*
34. *Aspectos Jurídicos y Tributarios de La Factura Como Título Valor* Myriam Romero Restrepo, Constanza Loreth Fajardo Calderón, Carlos Andrés Vélez Romero, Colombia 2012, página 1-3

ANEXOS

ANEXO 1.

Preguntas de Investigación a Representantes financieros de las empresas productoras comercializadoras de productos de consumo masivo.

CUESTIONARIO PARA CONOCER EL FACTORING COMO UNA PROPUESTA DE IMPULSO FINANCIERO AL SECTOR COMERCIALIZADOR DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN HONDURAS.
--

Esta encuesta permitirá visualizar el desarrollo del uso del “Factoraje (Factoring)” en Honduras, para determinar las oportunidades de explotación de este instrumento financiero en el rubro de comercialización de productos de consumo masivo y que constituye el objetivo de la investigación del proyecto de graduación de alumnos de Maestría de UNITEC.

- 1) ¿Aplica algún instrumento financiero en su empresa para agilizar el desarrollo de las actividades de venta de productos?

Si () No ()

- 2) ¿Si la respuesta es SI, elija cual de las siguientes opciones utiliza? (Puede seleccionar más de una opción)

a. Línea de crédito interna _____

b. Letras de cambio _____

c. Garantías mobiliarias _____

d. Garantías inmobiliarias _____

e. Garantías fiduciarias _____

f. Factoraje (Factoring) _____

Otras (especifique):

3) ¿Cuál es el comportamiento actual de pago de sus clientes mayoristas?

a. Muy Bueno ____

b. Bueno ____

c. Regular ____

d. Malo ____

e. Muy malo ____

4) ¿Las operaciones de venta a sus clientes mayoristas se suspenden por incumplimiento de pago?

Si () No ()

5) Si su respuesta es SI ¿Con que frecuencia ocurre?

a. Poco Frecuente ____

b. Frecuente ____

c. Muy Frecuente ____

6) ¿Conoce usted sobre el instrumento financiero denominado como Factoraje (Factoring)?

Si () No ()

7) Si su respuesta es SI, ¿Que condiciones considera necesarias para que el Factoring sea una alternativa viable de impulso financiero?

8) ¿Le interesaría conocer una propuesta sobre el servicio financiero denominado Factoraje (Factoring)

Si () No ()

ANEXO 3.

Entrevista a ejecutivos de instituciones financieras.

CUESTIONARIO PARA CONOCER EL FACTORING COMO UNA PROPUESTA DE IMPULSO FINANCIERO AL SECTOR COMERCIALIZADOR DE PRODUCTOS DE CONSUMO MASIVO EN HONDURAS.

Esta encuesta permitirá visualizar el desarrollo del uso del “Factoring” en Honduras, para determinar las oportunidades de explotación de este instrumento financiero en el rubro de comercialización de productos de consumo masivo y que constituye el objetivo de la investigación del proyecto de graduación de alumnos de Maestría de UNITEC.

1) ¿Es el Factoring un producto financiero ofrecido por su banco?

Si ()

No ()

2) ¿Si su respuesta es NO, explique por qué?(Fin de la encuesta)

3) ¿Si su respuesta es SI, explique qué tipo de factoring utiliza?

4) ¿Cuáles ha sido la evolución de la aplicación de este instrumento en su banco?

5) ¿Existen actualmente barreras en el mercado para aplicación de este instrumento? Explique.

ANEXO 4

Plan de Capacitación

“Plan de Capacitación para informar acerca de las ventajas y beneficios de la implementación del Factoring”

EL FACTORING COMO UNA ALTERNATIVA DE IMPULSO FINANCIERO
PARA TU EMPRESA



ESPACIOS

ESTIMADO PARTICIPANTE:

La capacitación a realizar tiene como objetivo primordial el educar acerca del instrumento financiero Factoring o Factoraje, el cual será realizado en dos niveles:

- En primer nivel conocer acerca del instrumento (a través de un Programa de Capacitación).
- En segundo nivel contar con la información necesaria (interna y externa) para poder preparar y negociar la implementación del servicio de factoraje dentro de sus operaciones o bien de cualquier otro instrumento financiero requerido.

OBJETIVOS DE LA CAPACITACIÓN

- GENERAL

Informar y educar a todo el público interesado sobre el instrumento financiero Factoring, cómo funciona, sus ventajas y beneficios al ser implementado como opción financiera en las empresas.

- ESPECÍFICO

Informarse totalmente de Factoring
Considerar al Factoring como una alternativa financiera.

GENERALIDADES

- El evento se realiza en el marco de la Educación del Factoring como cultura Financiera tanto a PYMES y grandes empresas, publico en general.
- LOCALIZACIÓN: Sala de Conferencias de la Cámara de Comercio e Industrias de Tegucigalpa.
- DURACIÓN: 3 sábados de 8:00 a.m. a 4:00 p.m.
- EXPOSITOR: Participación de Conferencista Internacional
- MODALIDAD: Curso a Nivel de Diplomado

CONTENIDO DE LA CAPACITACIÓN

- **PRIMER DÍA:**
Iniciar la Capacitación con conceptos básicos y definiciones relacionadas del Factoring; historia en el mundo, Latinoamérica, Centroamérica y Honduras. Éxitos obtenidos en la aplicación de este instrumento.
- **SEGUNDO DÍA:**
Primera parte de la implementación del Plan de Negociación del Factoring utilizando la Guía: "PREPARANDO UN NUEVO CAMINO FINANCIERO PARA TU EMPRESA"
- **TERCER DÍA:**
Segunda parte de la implementación del Plan de Negociación del Factoring utilizando la Guía: "PREPARANDO UN NUEVO CAMINO FINANCIERO PARA TU EMPRESA"



- MAYOR INFORMACIÓN

TELS: 2239-0865; 2239-1720

Factoring-honduras@gmail.com

Favor confirmar su asistencia a mas tardar la semana del 25 al 28 de febrero del 2013.

Abierto a todo el público interesado.