

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CONTADURIA Y ADMINISTRACION

FINANCIAMIENTO DE CUENTAS POR COBRAR

**SEMINARIO DE INVESTIGACION CONTABLE
QUE EN OPCION AL GRADO DE LICENCIADO EN CONTADURIA**

**PRESENTA
GUSTAVO MENDEZ CEJA**

C. P. JORGE FRANCO SANTILLAN

MEXICO, D. F., 1982



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

I N D I C E

	INTRODUCCION	1
I	ADMINISTRACION FINANCIERA	
	1. La Empresa y sus áreas funcionales	4
	2. La Función Financiera	12
	3. El Administrador Financiero, papel que representa en la Empresa y su Importancia	15
	4. Funciones del Administrador Financiero	17
	5. Dilema del Administrador Financiero	23
II	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
	1. Generalidades	26
	2. Fuentes de Financiamiento Internas	27
	3. Fuentes de Financiamiento Externas	31
III	ADMINISTRACION DE CUENTAS POR COBRAR	
	1. Generalidades	42
	2. Políticas de Crédito	44
	3. Condiciones de Crédito	49
	4. Políticas de Cobro	52
IV	FINANCIAMIENTO DE LAS CUENTAS POR COBRAR	
	1. Generalidades	56
	2. El Descuento Mercantil	59
	3. El Factoring	64
	4. Estudio Crítico del Factoring	93
	5. Conocimiento y uso del Factoring en nuestro País.	99

V

LA PARTICIPACION DEL LIC. EN CONTADURIA
EN EL FINANCIAMIENTO DE CUENTAS POR CO-
BRAR

El Licenciado en Contaduría	103
El Servicio Profesional de la Contaduría Pública	107
Su intervención en el financiamiento de cuentas- por cobrar.	111
CONCLUSIONES	113
BIBLIOGRAFIA	117

I N T R O D U C C I O N .

En los últimos años se han producido cambios importantes en los aspectos científicos, tecnológicos, económicos y sociales, lo cual ha ocasionado un gran impacto en la forma de operar de las empresas. Ante la expansión de los mercados, la aparición de nuevos productos y la creciente competencia en los negocios, se han visto obligadas a utilizar mayores recursos financieros y cada vez es más difícil obtenerlos, por lo que es necesario aprovechar al máximo los que se encuentran disponibles.

Uno de los instrumentos más eficaces para lograr lo anterior lo constituye la Administración Financiera, pues contribuye a obtener el máximo aprovechamiento de los recursos financieros de que se dispone. Ahora bien, en vista de que en el campo de las finanzas es bastante extenso, se enfoca la atención de este trabajo a la Administración Financiera de las Cuentas por Cobrar, renglón que junto con el Efectivo constituye la base de la liquidez de una empresa.

Las cuentas por cobrar representan el crédito que concede la empresa a sus clientes con una cuenta abierta que se conoce como Crédito Mercantil, con el objeto de conservar los clientes actuales y atraer nueva clientela. Las cuentas por cobrar son un costo necesario para la empresa, ya que el ofrecimiento de crédito a clientes normalmente permite que la empresa alcance un nivel más alto de ventas que el que podría efectuar al operar con base en ventas al estricto contado.

Las técnicas que deben de utilizar las empresas para obtener financiamiento a través de sus cuentas por cobrar, con el objeto de alcanzar niveles más altos de producción y ventas que no pueden obtener, debido a que sus líneas de crédito se encuentran totalmente ocupadas en financiar la adquisición de activos fijos y ante banqueros cautelosos que no estén dispuestos a pres-

-tar más que dentro de ciertas relaciones de balance bien conocidas, son: 1) La pignoración de las cuentas por cobrar, y 2) La factorización de las cuentas por cobrar.

La pignoración de las cuentas por cobrar se lleva a cabo con el objeto de garantizar un préstamo a corto plazo, debido a que normalmente las cuentas por cobrar son perfectamente líquidas.

La factorización de las cuentas por cobrar consiste en la venta directa sin vía de regreso de las cuentas por cobrar de una empresa a un factor o compañía financiera.

Esta nueva técnica conocida mundialmente como "Factoring", en nuestro país ha carecido de una mayor difusión, teniendo como consecuencias que un gran número de hombres de negocios desconozcan las implicaciones económicas y financieras que originan su aplicación.

Es por tal circunstancia que el presente trabajo de investigación lleva el deseo de aportar información de utilidad para todas las personas que se interesen en ésta nueva técnica.

Del análisis que se efectúa de ésta nueva técnica, destacan en forma importante los siguientes dos aspectos:

- 1.- La empresa que solicita los servicios del Factoring, debe aprobar en toda su extensión los conocimientos del Factor, referentes a la Administración y Contabilización de la cartera de sus clientes.
- 2.- El equilibrio financiero que necesita una empresa en expansión, derivado de su crecimiento, se le otorga el Factor, financiándole las cuentas que ésta presente en

los registros, ayudándole a crear una cobertura financiera, sobre todo cuando se le niega la posibilidad de penetrar en el mercado crediticio.

En conclusión, éste sistema de financiamiento les permite a las empresas incrementar notablemente su capital de trabajo, dándoles una importante aceleración a su ciclo dinámico: Producción-Venta-Cobranza.

Es por tal motivo, que pretendo con éste trabajo dejar en el lector algunas ideas, que pudieran inclinarlo a una lectura más detenida del contenido de la investigación.

CAPITULO I

ADMINISTRACION FINANCIERA

1. LA EMPRESA Y SUS AREAS FUNCIONALES

El concepto "Empresa" viene del vocablo " EMPRENDER ", es decir, iniciar algo; empezar un conjunto de actividades encaminadas a - un fin específico y predeterminado.

Como definición de empresa puedo precisar. " Que es aquella organización formada por personas, cuyas acciones están armoniosamente coordinadas y aplicadas a materiales, herramientas maquinaria, dinero o cualquier otro factor con el proósito de lograr un objetivo previamente definido " .

Las empresas u organizaciones pueden clasificarse atendiéndo a - su giro en: Extractivas, Fabriles, Comerciales, y de Servicios y por la importancia de sus recursos financieros en pequeñas medianas y grandes empresas:

COMO SE GESTA UNA EMPRESA

La idea de la iniciación de una empresa se presenta básicamente por dos motivos: Primero, la necesidad manifiesta dentro del conglomerado social de determinado producto o servicio, ya sea por su inexistencia en el mercado o porque las compañías establecidas no satisfacen cabalmente la demanda actual. Y Segundo, la obtención de beneficios económicos para los propietarios, en forma de utilidades. Por lo tanto, podemos citar que una empresa no nace únicamente con el objetivo del lucro, sino también con un objetivo social.

Como actividades previas en la gestación de una empresa, los futuros empresarios determinarán entre otras:

- a) El giro de la empresa, ya sea comercial, industrial, financiera o de servicios personales.
- b) Medio económico y geográfico en donde operará

- c) Necesidades existentes y mercado potencial
- d) Pretensiones de monto e importe de las operaciones
- e) Necesidades, requerimientos y especificaciones de las instalaciones y equipo.
- f) Canales de distribución a emplear para hacer llegar los productos o servicios al consumidor.
- g) Personal idóneo que se requiere y fuentes de reclutamiento.
- h) Sistemas y métodos de trabajo.

Todo lo anterior requiere de estudios especializados de mercadotecnia, ingeniería industrial y promoción de empresas, los cuales, es conveniente que sean realizados por despachos especializados de consultoría en administración, ya que, de la efectividad de dichos trabajos dependerá el éxito o fracaso de la nueva empresa; además de que ésto representará la primera inversión de la negociación.

FORMAS JURIDICAS DE CONSTITUCION DE SOCIEDADES

Según la Ley Mexicana, para que exista una organización o Sociedad es necesario:

- a) Que no sea enteramente transitoria
- b) Que tenga un fin común lícito
- c) Que el fin común sea cualquiera de estos tres:
 - No económico
 - Preponderantemente económico
 - De lucro.

De acuerdo con éste último punto (c), cuando el fin no es económico, se constituye una asociación civil (A.C.), si el fin es preponderantemente económico, pero no de lucro, se tratará de una sociedad civil (S.C.) y por último, si la finalidad de la organización es obtener lucro, se tratará de una sociedad mercantil.

La Ley General de Sociedades Mercantiles, reconoce las siguientes:

- I. Sociedad en Nombre Colectivo;
- II. Sociedad en Comandita Simple;
- III. Sociedad de Responsabilidad Limitada;
- IV. Sociedad Anónima;
- V. Sociedad en Comandita por Acciones; y
- VI. Sociedad Cooperativa, en sus dos modalidades:
 - De producción
 - De consumo

ADMINISTRACION Y ORGANIZACION.

Durante las últimas décadas, el progreso de la investigación científica ha hecho una cantidad de aportaciones sin precedente a la sociedad, aportaciones que, tratase de nuevos materiales, substancias o productos, han contribuído en forma definitiva a la creación de nuevas compañías para la explotación, transformación y distribución de satisfactores (Productos o servicios).

Lo anterior, aunado al vertiginoso crecimiento de la población mundial ha dado como consecuencia el surgimiento, también, de muy diferentes giros de actividad de las empresas y de una división del trabajo cada vez mas compleja.

En su afán de que la complejidad de las organizaciones no provoque que éstas queden fuera de su control, el hombre ha desarrollado ciertas técnicas, sistemas, métodos, y procedimientos para administrar adecuada y ventajosamente todos los elementos que integran aquellas.

Administración, en términos generales, es el conjunto de técnicas y conocimientos que, aplicados sobre todo organismo social sea cual fuere su objetivo, permiten el máximo aprovechamiento y rendimiento de sus elementos constitutivos (humanos, materiales y económicos).

MODELO DE ORGANIZACION DE FUNCIONES BASICAS.

El aumento en el tamaño y complejidad de las empresas ha obligado que exista una división de las funciones administrativas. Por lo que es indispensable, que la asignación de recursos y toma de ^{de} ^{si} ^o ^{no} decisiones dentro de este tipo de empresas, se debe -- llevar a cabo mediante órdenes que emanen del Director de la -

empresa, basándose en las recomendaciones que le hagan los especialistas en las diversas funciones.

De ésta manera, se señalan de una forma enunciativa, más no limitativa, las funciones básicas y, generalmente comunes a toda-empresa, representadas en forma de organigrama, son las siguientes:

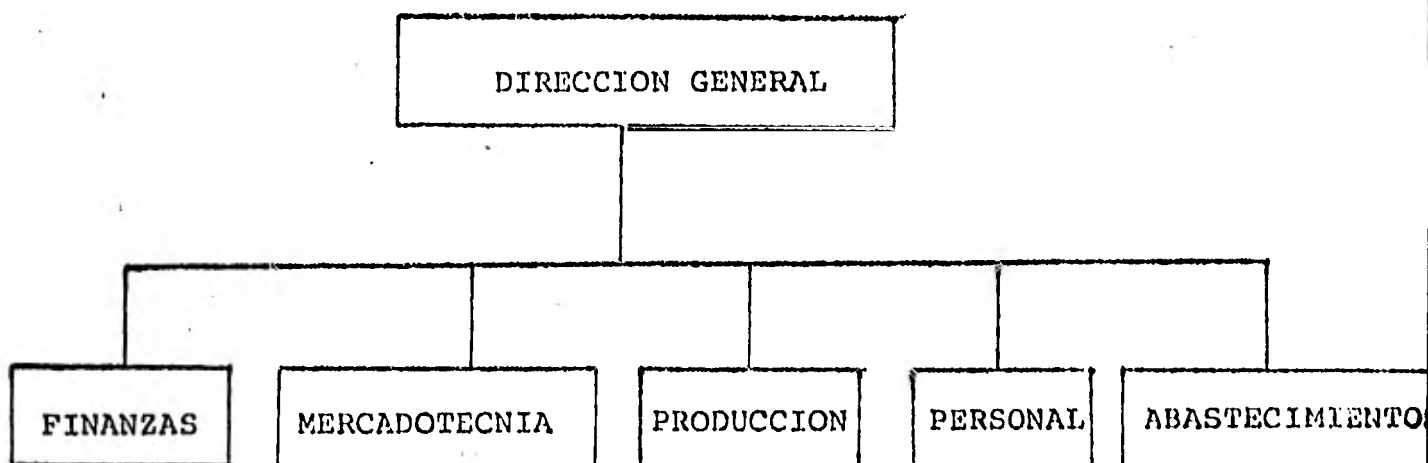
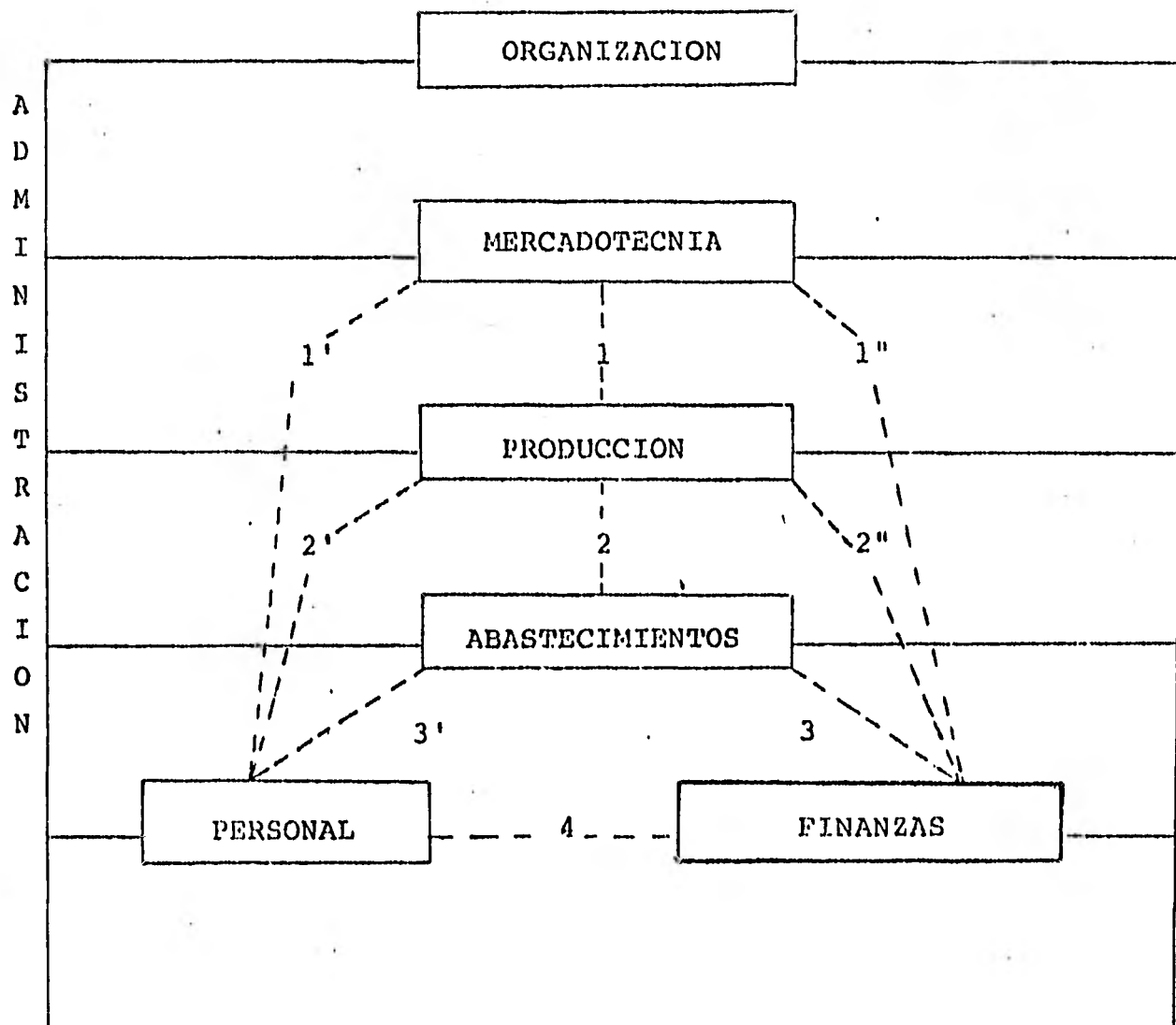


DIAGRAMA DE SECUENCIA Y COORDINACION DE LA PLANEACION ENTRE LAS UNIDADES DE ORGANIZACION COMUNES A TODA EMPRESA.



FUENTE: Apuntes de Organizaciones
 Facultad de Contaduría y Administración
 U.N.A.M.

SECUENCIA Y COORDINACION DE LA PLANEACION ENTRE LAS UNIDADES DE ORGANIZACION COMUNES A TODA EMPRESA DENTRO DEL MARCO DE LA ORGANIZACION.

1. MERCADOTECNIA determina sus pronósticos de venta de artículos en unidades y monto de dinero, y lo proporciona a PRODUCCION.
- 1' Además, comunica a PERSONAL qué cantidad y calidad de empleados y/o agentes vendedores necesita.
- 1" Y por último, informa a FINANZAS cuales serán sus gastos de prospectación, propaganda, publicidad y distribución.
2. Con base en los requerimientos de artículos y productos que mercadotecnia le proporcionó, PRODUCCION elabora su programa y presupuesto de gastos. Del programa, se desprende la cantidad, calidad y oportunidad de materia prima que necesitará que ABASTECIMIENTOS le suministre, a efecto de cumplir con la meta; y de su presupuesto se deriva:
 - 2' Cantidad y competencia de obreros y empleados que requerirá así como horas de trabajo que laborarán y,
 - 2" Sus gastos de operación: fuerza motriz, mantenimiento, reparaciones, combustibles, lubricantes, enseres.
3. ABASTECIMIENTOS, considerando los proveedores y condiciones de compra, elabora su presupuesto de Compras el cual proporciona a FINANZAS.
- 3' También, hace su requisición del personal que necesita.

4. PERSONAL engloba todas las necesidades de elemento humano y remuneraciones al mismo en su presupuesto lo turna a FINANZAS.

FINANZAS ya está ahora en posibilidad de determinar las necesidades de fondos para el período o presupuesto; momentos en que se requiere desembolsar; momentos en que habrá ingresos y conceptos por los que los habrá y, finalmente: Tipos y fuentes de financiamiento.

2. LA FUNCION FINANCIERA

Para muchos la función financiera y contable dentro de un negocio es virtualmente la misma, por lo que antes de entrar de lleno a éste tema, creo necesario dejar asentadas las principales diferencias que existen entre las finanzas y la contabilidad, - pues estos dos términos crean confusión y muchos problemas para aquellas personas que no están dentro del ámbito de las ciencias administrativas.

La primera pregunta que puede surgir es la siguiente: ¿ De que se ocupa lo financiero ?, una de tantas respuestas que se pueden dar a esta pregunta es que las finanzas se ocupan fundamentalmente del manejo técnico del dinero en cuanto a tal, sino -- también se ocupa de los bienes en especie, es decir se ocupa -- del patrimonio de las empresas en su conjunto. Las finanzas dentro de la economía, se pueden aplicar dentro del ámbito micro ó macroeconómico. La microeconomía se ocupa en determinar las estrategias óptimas de operación de empresas e individuos, en -- tanto que la macroeconomía se ocupa de la totalidad del ambiente institucional en que una empresa debe operar.

Volviendo a las diferencias que se tratan de resaltar. ¿ De que se ocupa lo contable ?, podemos decir que la contabilidad es un medio de expresión que se utiliza para tratar de reproducir los fenómenos que ocurren dentro de las empresas, además es una crónica parcialmente histórica que transpone la sola reproducción-cronológica de los hechos y permite tener una visión subjetiva-dentro del contexto del tiempo.

Las finanzas utilizan en la mayoría de los casos información -- contable, pero en cambio la contabilidad no utiliza exclusivamente información financiera, porque las finanzas guardan una --

interrelación absoluta con la actividad económica y con la función administrativa; la contabilidad simplemente contempla y provee de información sobre sus actos a las actividades financieras y a todas las demás áreas de una empresa; de lo anterior podemos ver como la contabilidad es un instrumento que sirve solo para proporcionar información a todos los niveles y principalmente a aquellas áreas que requieren de la misma para realizar una de las más importantes tareas o fases del proceso administrativo; La planeación.

La función financiera se basa en el ciclo económico de cualquier actividad empresarial y la función contable tiene que proporcionar la información para que la administración conozca ese ciclo económico.

Sin embargo no todo lo anteriormente expuesto puede tomarse como oposición entre estos dos campos, ya que podemos encontrar diversos puntos de convergencia. Un ejemplo de esto podría ser que la actividad contable genera información que es necesaria para que la actividad financiera pueda actuar, desarrollarse y tomar las mejores decisiones que se tomen podrían no ser las óptimas.

La función de finanzas en sus comienzos, se encargaba únicamente de llevar la contabilidad de la empresa, dándole especial énfasis al manejo del efectivo y la forma de obtenerlo para cubrir las obligaciones que tenía la empresa con terceras personas. Las finanzas han mostrado que su evolución es una consecuencia de los cambios económicos acaecidos. Así mismo esa evolución ha tenido diversas implicaciones que han forzado a las empresas a una serie de transformación.

CONCEPTO DE LA FUNCION FINANCIERA

Muchas personas piensan que el objetivo de las finanzas es simplemente la tarea de conseguir los fondos necesarios requeridos por -

la unidad económica en la forma mas favorable a la luz de los objetivos del negocio; este concepto aún cuando incompleto tiene - por mérito resaltar la parte central o el corazón de la función-financiera, es decir la de proveer y proporcionar al negocio los fondos suficientes para lograr la operación y los objetivos del mismo, pero la función financiera es mucho más amplia que la de procurar los fondos necesarios para el negocio; la función financiera también implica la utilización efectiva de dichos fondos - de la empresa.

Los objetivos de las finanzas han sufrido distintos cambios pues como nos dice Weston: " antes de 1950, la función principal de - las finanzas fué la de obtener fondos. Después se prestó mayor - atención al uso de los fondos, y uno de los acontecimientos importantes del comienzo de la década de los cincuentas fué un análisis sistemático de la administración interna de la empresa, enfocando la atención en las corrientes de fondos dentro de la estructura de la corporación " .

Para entender el enfoque actual de las finanzas, es conveniente citar lo que varios autores opinan sobre la función de las finanzas.

Van Horne. " 1. Asignación de fondos a activos específicos y 2.- Obtener la mejor mezcla de financiamientos en relación a la evaluación general de la empresa " .

Robert W. Johnson, en su Administración Financiera fija como objetivo de la organización la maximización de la riqueza y lo reitera cuando afirma que el doble objetivo de la misma es elevar - al máximo el valor actual de la riqueza, procurando que se disponga de efectivo para pagar las cuentas a su tiempo y ayudar a la distribución de los recursos que se encuentran dentro de la - empresa.

Solomon. Para Solomon la función financiera debe dar respuesta a las siguientes preguntas:

- 1.- " ¿ Qué volumen total de recursos debe comprometer una empresa ?
- 2.- " ¿ Cómo deben financiarse esos recursos ?
- 3.- " ¿ Que activos específicos debe adquirir una empresa ?

Como es de observarse, la función de finanzas tiene como objetivo fundamental el obtener recursos y el utilizarlos de la mejor manera posible, es decir optimizarlos. Optimizar el uso y obtención de recursos financieros para maximizar los flujos de efectivo que generen en el caso de México y, en el caso de los Estados Unidos, para maximizar el valor de la empresa a través del precio de venta de las acciones en el mercado. Esta situación de vender acciones en el mercado debe desarrollarse para que los ahorradores inviertan en bienes productivos, que hagan crecer las empresas y aceleren el desarrollo industrial y económico del país, y desde un punto de vista ideal (utópico), logren un desarrollo social a través de la distribución de la riqueza sin modificar el sistema.

Establecer normativamente funciones y funcionarios que lleven a cabo la función financiera, constituiría un esfuerzo vano en vista de que las condiciones en las que se definen son determinadas por necesidades específicas de cada empresa.

De aquí que la función financiera, se encuentre dividida en muy diversas formas. Generalmente en la empresa mediana y pequeña el responsable de la dirección financiera es el Contralor o el propio Director General, teniendo en éste caso el Contralor solo una responsabilidad compartida en contadas actividades de naturaleza financiera que tiene a su cargo; en otros casos sobre todo en la empresa mediana se encuentran dos responsables, el contralor y el tesorero quienes comparten ésta función; por último en las empresas de mayor magnitud existe una Dirección Financiera -

constituida por un elemento más, el Director Financiero, ante quien informan los dos anteriores. Es quizá ésta área de la empresa la única que cuenta con dos y hasta tres miembros de la alta dirección para su desarrollo.

La centralización de la función financiera en una Dirección, el Prof. Weston la apoya al mencionar las siguientes razones:

" La existencia de economías de escala en el desempeño de la actividad financiera, señalando como ejemplo, el que una emisión fuerte de valores puede colocarse en términos mas favorables que una pequeña ... La segunda razón se refiere a que las razones financieras clave, son de vital importancia para la supervivencia de la empresa. Las decisiones que tienen fuertes implicaciones financieras son episodios importantes de la vida de una compañía ... Estas decisiones ejercen un efecto perdurable sobre las ventas de la empresa y -- por lo tanto requerirán la consideración de la alta dirección ".

Tales consideraciones, nos centran en la descripción de las funciones que generalmente pueden ser conferidas a los correspondientes funcionarios, como una información útil y resultado de una serie de entrevistas que se han tomado en cuenta como una orientación que enfoque la posición de la Dirección Financiera dentro de la organización, en nuestro medio.

3. EL ADMINISTRADOR FINANCIERO, PAPEL QUE REPRESENTA EN LA EMPRESA Y SU IMPORTANCIA

El administrador es el ejecutivo que se ocupa de planear los fondos necesarios para una empresa, captar dichos fondos y colocarlos en uso efectivo. Este ejecutivo actúa como eslabón vital en el proceso de distribución de recursos,, su compromiso varía con la política, magnitud de la compañía, el grado de desarrollo de la administración dentro de la misma y sus propias posibilidades y aptitudes.

El Administrador Financiero ha ido evolucionando gradualmente, hasta colocarse en el terreno de lo que se denomina administración profesional. Los gerentes que tomaban decisiones basados más en su experiencia e intuición que en técnicas adecuadas de administración, están siendo desplazados por profesionales ampliamente preparados y capacitados para enfrentarse y resolver los agudos problemas de índole financiera que aquejan a las empresas modernas derivadas de la complejidad de sus operaciones.

Debido a la evolución de las operaciones internas de la empresa y los cambios en la economía del mundo libre, se han creado nuevas técnicas de administración que deben ser conocidas y -- puestas en práctica por los administradores financieros con la finalidad de contribuir al logro de los objetivos de la empresa. Para lograr lo anterior deben asistir a cursos especiales de finanzas para ejecutivos o bien por medio de lectura especializada para la materia.

De lo anterior se desprende que el administrador financiero ne cesite estar al tanto de las nuevas técnicas de administración para estar familiarizado con la teoría de la contabilidad y -- sus fundamentos. Un contador que desee tener posibilidades de ocupar puestos más altos en la dirección puede convertirse -

en Administrador Financiero si, además de sus conocimientos contables, domina las técnicas modernas de administración financiera.

Es importante mencionar que, no obstante que alguno de los aspectos de la función financiera son tratados en los niveles más altos de la organización, una persona que aspira a ser administrador financiero de la compañía es probable que comience como aprendiz en las tareas contables pues ahí se tiene una visión más detallada de algunos aspectos de la empresa.

Los administradores financieros últimamente han logrado gran reconocimiento y un mayor prestigio, una razón de ello es la importancia que tiene la planeación, el análisis y el control de las operaciones de las que son responsables. La autoridad financiera rara vez se encuentra descentralizada o relegada pues muchas decisiones financieras son vitales para el desarrollo de una compañía.

La importancia del administrador financiero es bastante clara, en la mayoría de las empresas el ejecutivo financiero principal reporta al presidente o al consejo directivo y en ocasiones forma parte de la mesa directiva.

Otro punto que pone de relieve la importancia del administrador financiero es el hecho de que normalmente la designación de este ejecutivo se lleva a efecto a nivel de Consejo de Administración, así como la proyección social y profesional que dentro y fuera de la empresa en que presta sus servicios ha tomado este ejecutivo.

4. FUNCIONES DEL ADMINISTRADOR FINANCIERO

La importancia de la Función Financiera depende en gran parte del tamaño de la empresa. En negocios pequeños la Función Financiera la lleva a cabo normalmente el departamento de contabilidad, en organizaciones mayores ha sido necesario establecer un departamento financiero separado.

Robert W. Johnson, indica que " Para poder maximizar el precio de mercado de las acciones mediante un adecuado equilibrio entre riesgo y rendimiento, el administrador financiero deberá cumplir con tres funciones básicas: a) Planeación Financiera, b) Administración de Activos y c) Obtención de Fondos ".

a) PLANEACION FINANCIERA

Es interesante la planeación de la producción por parte del Administrador Financiero, debido a que frecuentemente participa en la planeación a largo plazo de la compañía, deberá empezar con una visión amplia, general de las operaciones de la empresa. Debiéndose interesar en los planes a largo plazo concernientes a la expansión de la planta, al remplazo de maquinaria y equipo u otros desembolsos que habrán de causar grandes fugas de efectivo de la empresa, evaluando el financiamiento adicional que se requiera.

Al tener conocimiento de estos planes y al pronóstico de ventas que se tenga para un futuro cercano, el Administrador Financiero debe estimar los flujos de las entradas y salidas de efectivo para la empresa en ese período. Al elaborar éstos planes o presupuestos, debe hacer lo mejor que esté a su alcance en un mundo imperfecto, debiendo tomar en cuenta que hasta cierto grado sus planes se verán alterados por fuerzas externas sobre las que tiene bajo control. Por ejemplo, nuevos avances importantes en lo relacionado con maquinaria pueden obligar a la compañía a

efectuar fuertes inversiones en equipo nuevo, para poder conservar su posición en la industria. Una recesión o una huelga pueden afectar a las utilidades en forma adversa.

El reconocimiento de la incertidumbre de la vida no significa descartar los presupuestos, sino mas bien darle la suficiente flexibilidad al plan financiero para preveer los acontecimientos imprevistos.

b) ADMINISTRACION DE LOS ACTIVOS

El administrador financiero deberá determinar la manera más rentable de invertir los fondos en la empresa. Debiendo establecer y tratar de mantener ciertos niveles "óptimos" de cada tipo de activo circulante. Así mismo, debe determinar cuales cuales son los mejores activos fijos que deben adquirirse. Debe saber en que momento los activos fijos se hacen obsoletos y es necesario reemplazarlos o modificarlos. La determinación de la estructura óptima de activos de una empresa, no es un proceso simple; requiere perspicacia y estudio de las operaciones pasadas y futuras de la empresa, así como también comprensión de los objetivos a largo plazo.

Cada peso invertido en un activo, bien sea este circulante o fijo, tiene usos alternativos. Podría invertirse en bonos de gobierno o de empresas privadas, lo cual le proporcionaría seguridad y liquidez, pero su rendimiento sería bajo. Podría asignarse a un programa de investigación y desarrollo de productos nuevos, un negocio riesgoso, pero posiblemente muy rentable. El peso podría regresarse a los dueños, si éstos pudieran tener mayor rendimiento por el mismo riesgo, o bien, el mismo rendimiento pero con menos riesgo.

Este es el equilibrio de riesgo y rentabilidad que el administrador financiero debe perseguir en sus planes. La planeación de flujos de fondos y decidir acerca de su asignación mas renta

-ble entre los diversos activos, será tratado un poco más adelante con mayor amplitud.

c) OBTENCION DE FONDOS.

Si los flujos de efectivos planeados exceden a los de entrada de efectivos y si el saldo de efectivo es insuficiente para absorber el faltante, el administrador financiero se verá obligado a obtener fondos de fuentes externas al negocio. Primero debe determinar la composición mas adecuada de financiamientos a corto y largo plazo.

Esta es una decisión importante por cuanto afecta la rentabilidad. Otro asunto de igual importancia es determinar cuales fuentes de financiamiento a corto o largo plazo son mejores para la empresa en un momento dado.

Así como una empresa demanda mano de obra en el mercado de trabajo y acero en el mercado de metales, también va en busca de dinero a uno u otro mercado monetario. Dentro de éstos mercados los fondos se obtienen de diferentes fuentes, bajo condiciones distintas y por distintos períodos de tiempo. El problema del administrador financiero está en obtener aquella mezcla de financiamiento mas acorde con las necesidades planeadas de su negocio.

Las condiciones futuras del mercado monetario deberán relacionarse con la condición financiera esperada para la compañía dentro de seis meses de la fecha, y no con su situación actual. Por ejemplo, se deberá decidir si ahora es el mejor momento para obtener los fondos, o bien, si conviene esperarlo seis meses; otra decisión sería la conveniencia de obtener ahora fondos provenientes de los propietarios, o adquirir fondos de los acreedores dentro de seis meses. Por lo tanto, a la predicción de sus necesidades de su negocio, lo cual ya hizo como parte de su función de planeación financiera, el administrador financiero le añade otra

predicción: Lo concerniente el curso futuro de los mercados de-
donde obtienen sus fondos.

5. DILEMA DEL ADMINISTRADOR FINANCIERO

El objetivo del administrador financiero debe ser, alcanzar los objetivos de la empresa. Para que pueda tomar decisiones atinadas es necesario que comprenda perfectamente bien cual es el objetivo de la empresa. ¿ Será la maximización de las ventas ? - ¿ La maximización del sueldo del Presidente ? ¿ Poseer la mejor participación del mercado ?. La función de la administración financiera no es satisfacer sus propios objetivos, que puedan incluir el aumento de sus propios sueldos, hacerse famoso o conservar su posición. Es más bien satisfacer en la forma más amplia a los dueños. Es muy probable que los accionistas tengan metas y formas de vida muy diversas. Algunos le dan más preferencia al consumo actual, comer y beber bastante y ser felices. Otros son más conservadores y prefieren el ahorro. Algunos están más dispuestos a asumir riesgos en contraste con otros. Dadas éstas diversas actitudes, cada uno de los dueños trata de maximizar su satisfacción o la utilidad que obtiene de su riqueza.

El papel básico que desempeña el administrador financiero dentro de la empresa, consiste en lograr un equilibrio entre el riesgo y el rendimiento para poder maximizar el precio de mercado de las acciones poseidas por los dueños.

Un rendimiento " seguro " será también un rendimiento bajo, debido a que los inversionistas que tienen aversión al riesgo pagan un precio sobre el activo, naturalmente reducen la tasa de rendimiento sobre ellos. En contraste, los inversionistas demandarán una tasa de rendimiento como premio por asumir un mejor riesgo. Generalmente sólo se podrá lograr un rendimiento elevado para los propietarios a costa de un riesgo alto a cargo de ellos. Un rendimiento " seguro " muy probablemente será también un rendimiento bajo. Como propietarios de un negocio, debemos ...

decidir entre comer bien o dormir bien.

Algunos creen que el objetivo de los dueños es, en forma invariable maximizar las utilidades. Otros creen que es maximizar la riqueza. Como objetivo la maximización de utilidades tiene tres defectos básicos (1) es una consideración a corto plazo, (2) -- desdeña el riesgo y (3) puede ocasionar la disminución del precio de las acciones.

Una empresa puede maximizar sus utilidades actuales comprando maquinaria de baja calidad, utilizando materias primas de baja calidad y haciendo un esfuerzo en ventas, comercializando sus productos a un precio que rinda utilidades altas por unidad. El resultado de esta estrategia pueden ser utilidades altas en el año actual, pero, ¿ que sucede en periodos subsiguientes ? . Las utilidades pueden disminuir en forma significativa debido a (1) que los compradores se den cuenta de que el producto es de baja calidad y (2) a los costos de mantenimiento mayores relacionados con maquinaria de baja calidad. A corto plazo, las utilidades pueden maximizarse, pero una política de ésta naturaleza -- puede disminuir futuros márgenes de utilidad y aún ocasionar la quiebra de la empresa.

El segundo problema con la estrategia de maximizar las utilidades es que su éxito depende de las ganancias futuras de la empresa que pueden ser solamente estimadas. Si las ganancias reales no son de la magnitud prevista, fracasa la estrategia de la empresa, pero a la larga, las fluctuaciones en los rendimientos tienden a compensarse.

El problema final relacionado con la maximización de utilidades es que puede ocasionar la caída en el mercado de los valores de la empresa. Una manera de maximizar las utilidades de un periodo al siguiente es reinvertir todas las utilidades de la empre-

-sa, utilizandolas para adquirir activos rentables que aumenten las utilidades futuras. El mayor inconveniente de ésta estrategia es que no deja margen para el pago de dividendos a los inversionistas. Como resultado, en el mercado, el precio de las acciones de la empresa tienden a bajar.

Por varias razones, maximizar la riqueza es una estrategia más viable que los esfuerzos para maximizar utilidades.

Es una estrategia a largo plazo que hace hincapié en el aumento del valor actual de la inversión de los dueños en una compañía y en la implementación de proyectos que aumenten el valor en el mercado de los valores de la empresa.

Al utilizar la estrategia de incrementar al máximo la riqueza, el gerente financiero se enfrenta con el problema de la incertidumbre al tener en cuenta las alternativas entre diferentes tipos de rendimiento y los niveles de riesgo correspondientes. Utilizando su conocimiento de estas alternativas previstas de riesgo-rendimiento, perfecciona estrategias destinadas a incrementar al máximo la riqueza del dueño a cambio de un nivel de riesgo aceptable.

El maximizar las utilidades puede ser parte de la estrategia de maximización de la riqueza. Muy a menudo, los dos objetivos se pueden perseguir simultáneamente, pero no debe permitirse que la maximización de las utilidades opaque el objeto más amplio de la maximización de la riqueza. Esta clase de sacrificios puede causar solamente la merma del valor de la participación de cada uno de los dueños de la empresa.

CAPITULO II

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

1. GENERALIDADES

Ya comenté de las causas por las cuales una empresa, requiere de Financiamiento para la adquisición de sus activos y con ello poder continuar sus operaciones normales. Al hacerlo, debe seleccionar entre dos tipos básicos de Financiamiento; El Interno que incluye entre otras fuentes, nuevas aportaciones de los accionistas y reinversión de utilidades, y el Externo, que es básicamente la incurrencia en un pasivo por pedir recursos prestados.

En función a la fecha en que deban de ser cumplidas las obligaciones adquiridas ante terceros por la empresa; las podemos clasificar en: Pasivos a corto plazo, que vencen en un período menor a un año; Pasivos a plazo intermedio, que vencen entre uno y tres años y Pasivos a largo plazo, cuya fecha de vencimiento es superior a tres años.

Las fuentes de Financiamiento que se citan en el presente capítulo son con carácter enunciativo mas no limitativo, con el objeto de mencionar algunas de las fuentes a las que puede recurrir el Administrador Financiero para la obtención de fondos necesarios para la empresa.

2. FUENTES DE FINANCIAMIENTO INTERNAS

Las fuentes de Financiamiento internas se originan por razón de las operaciones propias de la empresa, es decir, la misma empresa al desarrollar sus actividades y mantener su existencia como tal, crea este tipo de fuentes, que de hecho, deben ser aprovechadas para reducir las necesidades de Financiamiento provenientes de fuentes externas que originen un costo mayor a la empresa.

En base a lo anterior, podemos señalar que las fuentes de Financiamiento internas son: aquellas que nos permiten allegarnos dinero sin necesidad de endeudarnos, es decir no se compromete el patrimonio de la empresa ante terceras personas.

Como fuentes de Financiamiento internas, podemos citar en forma enunciativa las siguientes:

- a) Capital Social. Formado por el conjunto de aportaciones hechas por los socios en el momento de constituir la empresa dándole forma y existencia jurídica.
- b) Reinversión de utilidades. Es generada por los propios accionistas al decidir la capitalización de sus utilidades y aun cuando no constituye una aportación en efectivo por parte de ellos, si constituye una fuente de financiamiento virtual, al no retirar recursos de la empresa en forma de dividendos a los cuales tienen legítimo derecho. Es decir, constituye una autorestricción de los accionistas a sus propios beneficios en favor de la empresa.
- c) El Crédito Mercantil. Es el crédito que otorgan los proveedores a la empresa, basado fundamentalmente, en el prestigio adquirido, en su solvencia, sus operaciones exitosas etc., es decir la empresa va creando un ambiente de confianza que le permitirá gozar de un buen crédito Mercantil.

Es obvio señalar la importancia de manejar el crédito mercantil en forma adecuada, es decir, debe buscar el punto óptimo de aprovechar al máximo los plazos de -- crédito sin llegar al extremo de que la empresa sea - considerada como morosa o incumplida en su pago.

La habilidad de los directivos para manejar el crédito mercantil a través de magníficas relaciones con los proveedores, permitirá a la empresa financiarse en forma importante sin tener que recurrir a otras fuentes de financiamiento, más costosas y que normalmente requieren de diversos tipos de garantías.

- d) Los Gastos Acumulados. Al igual que la empresa puede adquirir mercancías o activos a crédito, es susceptible de recibir servicios que no tengan que ser pagados de inmediato por disposiciones contractuales o legales. Un ejemplo típico lo constituyen los sueldos y salarios que pueden ser pagados sobre una base semanal o quincenal. De hecho el gasto se produce cuando se presta el servicio, pero como el pago no se efectúa de inmediato, se crea un pasivo que comunmente se denomina gasto acumulado por pagar. En realidad la empresa esta recibiendo un crédito de sus trabajadores, constituyendo esto una fuente de Financiamiento aunque a un plazo verdaderamente corto. En un caso similar se puede citar a las regalías, los servicios técnicos, los honorarios, etc.
- e) El Fisco. El fisco representa un acreedor importante para la empresa a través de los impuestos puede citarse como el impuesto mas importante por pagar al fisco y que puede llegar a ser hasta un 42% de la utilidad, al Impuesto sobre la Renta. En teoría cada vez que se determinen utilidades debe reconocerse un pasivo por este concepto-

sin embargo al ser exigible en forma diferida se está - constituyendo en un financiamiento para la empresa.

Existen otros impuestos y obligaciones de tipo legal que pueden ser considerados como fuentes de Financiamiento - bajo el criterio expuesto anteriormente, tal es el caso - del impuesto al valor agregado, las cuotas del Seguro So - cial, el impuesto sobre la renta retenido a los trabaja - dores en las utilidades de la empresa, etc.

f) La Depreciación y la Administración. Constituyen una fuen - te de financiamiento mediante su incorporación al valor - de los productos o servicios que la empresa vende y a tra - vés de los cuales recupera la inversión originalmente rea - lizada. Esta fuente de Financiamiento se considera a lar - go plazo, ya que su efecto abarda varios ejercicios, de - pendiendo del tipo de inversión.

g) Existen ventajas estipuladas en las leyes fiscales que de hecho son fuentes de Financiamiento para la empresa, ya - que mediante su aprovechamiento permiten una reducción, - una exención o un diferimiento de impuestos que indudable - mente benefician a la empresa, por ejemplo:

Amortización de pérdidas de ejercicios anteriores. Aún -- cuando la finalidad de toda empresa es obtener utilidades, pueden ocurrir circunstancias que originen pérdidas, las - cuales al permitir la Ley su amortización con cargo a las utilidades de los siguientes cinco ejercicios, se esta be - neficiando a la empresa al reducir sus impuestos corres - pondientes a estos ejercicios mencionados.

Ventas en abonos. Este sistema, al ser reconocido por las leyes fiscales, constituye otra fuente de Financiamiento - a largo plazo ya que permite el diferimiento del pago de -

impuestos, pues las utilidades se generan y se realizan gradualmente conforme a su recuperación, que puede abarcar varios ejercicios.

Este caso es muy frecuente en las Compañías Fraccionadoras que se dedican a la venta de terrenos y casas y cuyos plazos de recuperación de ventas pueden fluctuar de 10 a 15 años regularmente.

Podrían citarse muchos otros ejemplos, en los que las -- ventajas que permiten las Leyes Fiscales autofinancian las operaciones de la empresa, sin embargo, la lista sería muy extensa. Es indudable, que el Contador Público -- como asesor financiero y fiscal, debe tomar en cuenta -- las ventajas que permiten las leyes para sugerir su aprovechamiento por parte de las empresas, ya que pueden constituir, como lo hemos visto, fuentes autogeneradoras de financiamiento de importancia fundamental.

3. FUENTES DE FINANCIAMIENTO EXTERNAS

De igual forma que las fuentes de Financiamiento Internas, éstas, pueden proporcionar a la empresa el dinero que les hace falta, pero a diferencia de las internas, su patrimonio queda comprometido. es decir, aumentan sus obligaciones.

Como Fuentes de Financiamiento Externas, podemos mencionar las -- siguientes:

- a) Crédito Comercial. Por crédito comercial se entiende a -- los préstamos otorgados por proveedores a empresas compra -- doras, en relación con la adquisición de mercancías para -- su venta posterior o de materias primas necesarias para -- llevar a cabo el proceso de transformación de sus artícu -- los.

Podemos identificar dos formas de crédito comercial:

- 1.-Cuenta abierta
- 2.-Aceptación Comercial o Mercantil

1) CUENTA ABIERTA

Las compras en cuenta abierta son la fuente principal del finan -- ciamiento a corto plazo sin garantía para la empresa. Incluyen to -- das las transacciones en las cuales se compra mercancía pero no -- se firma un documento formal (Pagaré o Letra de Cambio), para de -- jar constancia de la obligación del comprador con el vendedor. En efecto, el comprador al aceptar la mercancía que se le despacha -- conviene en pagar al proveedor la suma requerida por las condició -- nes de ventas del proveedor. Las condiciones de pago que se ofre -- cen en tales operaciones, normalmente se establecen en la factura del proveedor que a menudo acompaña las mercancías que se despa -- chan. Estas condiciones de pago son de importancia fundamental pa -- ra el comprador y se deben tener en cuenta en la programación de -- todas las compras.

2) ACEPTACION COMERCIAL O MERCANTIL

Es la transacción de compra-venta con uso de títulos de crédito, letra de cambio o pagaré, en la que el proveedor otorga al comprador el título de propiedad hasta que ésta ha hecho la liquidación correspondiente.

El fin mas importante que se persigue por parte de los proveedores con lo anterior, es obtener un documento legal que reconozca formalmente el adeudo para con el. En primer término, no se podrá negar el adeudo y una vez reconocida el mismo tampoco se podrá negar que la suma sea correcta pues la firma del comprador está puesta en el documento, en el espacio empleado para la aceptación o suscripción.

COSTO DEL CREDITO COMERCIAL

Existe tanto un costo explícito, como un implícito por el uso del crédito comercial. Un costo explícito existirá cuando no pagamos a tiempo, desaprovechando el descuento por pronto pago.

Aún cuando no se concedieran descuentos por pronto pago, existe un costo implícito para el financiamiento de proveedores. El proveedor necesita mantener un departamento de crédito para que apruebe los pedidos, para que lleve los registros necesarios y para cubrir las pérdidas por cuentas malas. La cuenta por pagar para el cliente representa la cuenta por cobrar para el proveedor y el estará obligado a obtener los fondos con un costo para mantener éstas cuentas. Al igual que todos los costos de operación, estos costos relacionados con la concesión de créditos deberán cubrirse a la larga por los precios que fije el proveedor.

RAZONES PARA USAR EL CREDITO COMERCIAL

Su costo.- Si aprovechamos todos los descuentos por pronto pago, disponibles, el uso de crédito de proveedores generalmente no añadirá nada a nuestros costos, siendo por ésta razón que constituye un tipo de financiamiento muy deseable.

Liberalidad.- Muchas empresas comerciales son capaces de obtener crédito comercial en épocas en que ninguna institución financiera les prestaría dinero. Esto es particular cierto en las compañías pequeñas o en las de reciente constitución.

Básicamente, un proveedor considera el crédito como algo que le ayuda a incrementar sus ventas.

También podemos considerar mas liberal la obtención de créditos-comerciales con proveedores, debido a que éstos no examinan la situación financiera con el mismo cuidado como lo hace una Institución Financiera. Los proveedores no tan solo están de acuerdo en asumir mayor riesgo, sino que tampoco pueden analizar cada aplicación de crédito con el debido detalle. En tanto un banco puede tener varios cientos de préstamos otorgados, un fabricante grande puede tener miles de clientes distribuidos en todo el país. Si examinara los estados financieros y las operaciones de cada uno de estos clientes con el mismo esmero como lo hacen los bancos, nuestro proveedor tendría muy pocas pérdidas derivadas del otorgamiento de créditos. Sin embargo, el nivel de ventas disminuiría hasta un nivel que no sería lo suficientemente alto para cubrir los elevados costos de un departamento de crédito.

Conveniencia.- Se requiere muy poco esfuerzo para endeudarse cuando se utiliza el crédito comercial. Generalmente no hay que llenar solicitudes formales de crédito, ni se requiere la firma de documentos, ni tampoco existen fecha de pago riguroso. Si dejáramos de pagar un documento al Banco nos podría conducir a la quiebra. Si retrasáramos un poco los pagos a nuestros proveedores, solo dañaremos un poco nuestra reputación de crédito.

Flexibilidad.- El crédito comercial es muy conveniente, porque lo podemos utilizar cuando lo necesitamos. La acumulación de los inventarios para hacer frente al incremento estacional en las ventas puede financiarse en parte mediante el aumento de finan-

-ciamiento de proveedores. A medida que progrese la temporada de ventas, gradualmente podemos ir reduciendo nuestras cuentas por pagar con los fondos que cobremos a nuestra clientela.

b) Credito Bancario. A diferencia de los préstamos comerciales que nos proporcionan mercancías o servicios los préstamos bancarios son en efectivo, destinados para cubrir necesidades eventuales o periódicas de capital de trabajo, financiamiento de ventas a crédito, adquisición de activos fijos, etc.

Como usualmente las compañías necesitan de los servicios de un banco, para la realización de sus operaciones y entre otras razones como medida de control, es que debe planearse desde la iniciación de operaciones, la elección del banco que maneja nuestros depósitos y pagos, tomando en cuenta los servicios que nos pueda proporcionar en un momento dado con miras al futuro. Se considerarían el prestigio que tenga el banco, si cuenta con corresponsales en el interior de la república y en el extranjero, su política de manejo de fondos, su capacidad crediticia, etc.

Generalmente la banca ha establecido las siguientes normas y requisitos que deben cubrir los solicitantes de crédito, que se pueden resumir en las siguientes:

- Solvencia moral y económica del solicitante de crédito
- Capacidad de pago
- Arraigo en la localidad
- Experiencia en su negocio o actividad
- Antecedentes de crédito
- Conveniencia y Productividad
- Garantías
- Aspecto legal

Con base en los elementos anteriores el banco juzgará sobre la solvencia del solicitante y determinará sobre su aprobación del crédito. Para evitar un posible rechazo de nuestra petición se deberá procurar mantener una buena posición financiera, fundamentalmente en el aspecto del capital de trabajo.

DIFERENTES TIPOS DE CREDITO BANCARIO

Préstamo Quirografario.- El préstamo quirografario ó préstamo directo es una operación de crédito por medio de la cual una Institución autorizada para hecerlo, entrega corta cantidad de dinero a una persona llamada prestatario y ésta se obliga, mediante la firma de un pagaré, a devolver en una fecha determinada la cantidad recibida mas los intereses estipulados. Los préstamos quirografarios se utilizan generalmente para la compra de mercancías o materias primas, o bien , para gastos normales del negocio, de manera que representan una ayuda transitoria de caja en operaciones de rápida consumación y preferentemente para atender necesidades de temporada, de cuyas ventas pueden salir los medios para el pago.

DESCUENTO DE DOCUMENTOS

El descuento de documentos o descuento mercantil, es una operación de crédito, mediante la cual, una Institución autorizada para hacerlo, adquiere en propiedad un título no vencido, generalmente una letra de cambio, anticipando su valor actual.

Se denomina " descuento ", por lo siguiente: para obtener ese valor actual, la Institución de crédito deduce al valor nominal del documento, una suma equivalente a los intereses que se supone fueron acumulados por el tiempo que transcurriría entre la fecha de la transacción y la del pago o vencimiento del título. Y se llama " mercantil ", porque dicha transacción debe corres-

-ponder a una compra-venta de mercancía.

En realidad, la operación de descuento puede efectuarse sobre cualquier título de crédito, aunque no se trate precisamente de una letra de cambio. Sin embargo se ha hecho referencia en el párrafo anterior a dicho título, tomando en cuenta que el mismo es típico en las operaciones de compra-venta a crédito y que, por consecuencia, la casi totalidad de las operaciones de esta naturaleza que realizan las instituciones de crédito, son precisamente sobre letras de cambio.

Por su característica de auto-liquidabilidad, este tipo de operación goza de preferencia entre las instituciones de crédito autorizadas para hacerlo, pues al derivarse de una venta a crédito de mercancías, el comprador obtendrá los elementos para el pago mediante la reventa de los efectos comprados, durante el plazo que medie entre la adquisición y el vencimiento de la letra que aceptó.

Por otra parte, mediante el descuento mercantil se financian las operaciones mas atractivas de un negocio: las ventas ya realizadas. a ésto debe agregarse que, como el descontatario queda con dinero en efectivo, en lugar de documentos por cobrar a cambio de un pasivo contingente, aumenta su capacidad para realizar nuevas operaciones con el consiguiente incremento en sus utilidades.

PRESTAMOS PRENDARIOS

El préstamo prendario es una operación de crédito, mediante la cual se presta a una persona llamada prestatario, una cantidad de dinero equivalente a un tanto por ciento del valor en mercancías, valores mobiliarios o créditos en libros que el propio prestatario entrega en garantía.

Este otorga además, un pagaré en el que se obliga a devolver, en -

fecha determinada, la cantidad recibida además de los intereses correspondientes.

A este tipo de préstamos también se les conoce como " pignoratios ".

Este tipo de operaciones pertenece a las denominadas de crédito-condicionado, porque requieren la existencia de un contrato entre la institución acreditante y el acreditado. Este contrato se conoce como " Contrato de Apertura de Crédito ".

La Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, define este contrato así: "En virtud del contrato de apertura de crédito, el acreditante se obliga a poner una suma de dinero a disposición - del acreditado, o a contraer por cuenta de éste una obligación, para que el mismo haga uso del crédito concedido en la forma y - en los términos y condiciones convenidos, quedando obligado el - acreditado a restituir al acreditante las sumas de que disponga; o a cubrirlo oportunamente por el importe de la obligación que - contrajo, y en todo caso, a pagarle los intereses, prestaciones- y comisiones que se estipulen".

En este caso, la institución acreditante y el acreditado firman un contrato en el que se estipula la cantidad de dinero que puede disponer este último y las fechas en que podrá hacerlo. Cualquier cantidad que el acreditado entregue al acreditante, se entenderá como abono al saldo, sin que el acreditado tenga derecho, una vez que ha dispuesto del crédito, a volver a disponer de él.

PRESTAMOS DE HABILITACION O AVIO

Es una operación de crédito por medio de la cual, una institución facultada para ello otorga financiamiento a un industrial, con el fin de robustecer o acrecentar su activo circulante.

El importe del crédito deberá invertirse precisamente en la com-

-pra de materias primas y gastos directos de fabricación, para - que al transformarse en productos terminados y venderse éstos, - proporcionen los medios de pago. Es una operación que se considera a mediano plazo.

PRESTAMOS REFACCIONARIOS

La Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, define éste- contrato así:

"En virtud del contrato de crédito refaccionario, el acreditado- queda obligado a invertir el importe del crédito precisamente en la adquisición de aperos, instrumentos, útiles de labranza, abo- nos, ganado o animales de cría; en la realización de plantacio- nes o cultivos cíclicos o permanentes; en la apertura de tierras para el cultivo; en la compra o instalación de maquinarias, y en la construcción o realización de obras materiales necesarias pa- ra el fomento de la empresa del acreditado".

Adaptando esta definición a la industria, podemos decir que el - préstamo refaccionario es una operación de crédito, por medio de la cual, una institución facultada para hacerla, otorga un finan- ciamiento a una persona dedicada a actividades de tipo industri- al, para robustecer o acrecentar el activo fijo de su empresa, - con el fin de elevar o mejorar la producción.

CREDITOS HIPOTECARIOS INDUSTRIALES

El crédito hipotecario industrial es una operación de crédito, a través de la cual, una sociedad financiera entrega a un industrial un porcentaje previamente establecido del valor de terminados bienes muebles o inmuebles, constituidos en garantía hipotecaria para que éste los utilice en consolidar y pagar pasivos.

Los créditos hipotecarios industriales no excederán del 50% del-

valor de la garantía y sólo podrán ser otorgados en favor de empresas establecidas permanentemente en la República.

Los fondos provenientes de este tipo de préstamos, podrán ser destinados por el industrial para el pago y consolidación de pasivos, sin importar la antigüedad que éstos tengan.

c) Otras fuentes de financiamiento.

ARRENDAMIENTO FINANCIERO

Es el contrato por el que ambas partes se obligan recíprocamente, una a conceder el uso o goce temporal de una cosa, y la otra a pagar por ese uso o goce un precio cierto.

Las principales características distintivas del arrendamiento financiero son:

- Es una obligación de naturaleza fija, que se extiende por un período largo de tiempo.
- Promete pagos que normalmente exceden del valor de compra de los activos de arrendamiento.

Las anteriores características hacen que el arrendamiento industrial sea un tipo especial de arrendamiento que puede definirse como el contrato a largo plazo y de carácter forzoso, en virtud del cual, una empresa industrial se obliga a hacer al arrendador una serie de pagos que exceden el precio de compra del activo arrendado.

De esta manera el industrial arrienda bienes que de otra manera -- hubiera adquirido, es decir es un convenio por el cual está financiando activo.

El objeto del arrendamiento puede ser cualquier bien mueble o inmueble. Normalmente son arrendados la maquinaria, el equipo de transporte y el equipo de oficina.

ANTICIPO DE CLIENTES

La empresa puede obtener fondos de sus clientes en forma de anticipos contra los pedidos que se entregarán en el futuro.

También pueden hacer pactos especiales, bajo los cuales se reciben pagos parciales antes del cumplimiento de una orden o contrato de compra. Es conveniente pedir éstos adelantos cuando el cliente desea que se manufacturen artículos con especificaciones determinadas, puesto que de no pedirlos puede ocurrir que el cliente ya no los quiera. El industrial tiene entonces que dejarse los artículos terminados que, con características especiales, pueden -- hacer casi imposible su venta a otro cliente.

EMISION DE OBLIGACIONES

Las obligaciones, según se desprende del Artículo 208 de la Ley General de Títulos de Crédito, representan la participación individual de sus tenedores en un crédito colectivo, a cargo de una sociedad anónima.

Se dice que es un crédito colectivo porque éste se encuentra dividido en partes, cada una de las cuales puede ser suscrita por una persona distinta.

Las obligaciones pueden ser nominativas, al portador, o nominativas y con cupones al portador, y son emitidas en denominaciones de \$100.00 o de sus múltiplos.

FACTORING

Es una de las técnicas para obtener financiamiento a corto plazo con base a cuentas por cobrar y consiste en: un conjunto de servicios administrativos y financieros que se realizan mediante la cesión de créditos comerciales a corto plazo por su titular, el -

fabricante o distribuidor a un intermediario, el factor, que se ocupa de su administración, contabilización, cobro y financiación, el estudio de sus orígenes, del marco en que opera, de sus servicios, de su costo.

En el capítulo IV del presente trabajo, se menciona de una manera mas amplia sus características, su mecánica, costo, ventajas y limitaciones de este sistema y su uso y conocimiento en nuestro País.

CAPITULO III

ADMINISTRACION DE CUENTAS POR COBRAR

1. GENERALIDADES

Las cuentas por cobrar representan el crédito que concede la empresa a sus clientes con una cuenta abierta, que anteriormente comentamos y que se conoce como Crédito Mercantil. Con el objeto de conservar los actuales clientes y atraer nueva-clientela. Las condiciones de crédito pueden variar entre -- campos industriales diferentes, pero las empresas dentro del mismo campo industrial generalmente ofrecen condiciones de - créditos similares. Naturalmente existen excepciones, dado - que los proveedores a menudo ofrecen condiciones de crédito- más favorables para atraer a ciertos clientes.

Las ventas a crédito, que dan como resultado las cuentas por cobrar, normalmente incluyen condiciones de crédito, que estipulan el pago dentro de un determinado número de días. Aunque todas las cuentas por cobrar no se cobran dentro del periodo de crédito, la mayoría de ellas se convierten en efectivo en un plazo muy inferior a un año; en consecuencia las-cuentas por cobrar se consideran como activos circulantes de la empresa.

Las cuentas por cobrar, al igual que el inventario, inmovilizan moneda corriente, que de estar a disposición inmediata - podrían convertirse en activos adicionales que generarían ganancias. Las cuentas por cobrar son un costo necesario para la empresa, ya que el ofrecimiento de crédito a los clientes normalmente permite que la empresa alcance un nivel más alto de ventas que el que podría efectuar al operar con base en - ventas al estricto contado.

Las condiciones de pago de la empresa tienen relación no solamente con la norma de cobros, sino también con los estándares de políticas de crédito y de cobranza. Los estándares de

crédito son el criterio para determinar a quien debe concederse crédito y la política de cobro determina las gestiones que hace la empresa para cobrar oportunamente las cuentas por cobrar. To dos los cambios en condiciones de pago, estándares de crédito y la política de cobro pueden utilizarse para disminuir el plazo-promedio del período de cobro sosteniendo o aumentando al mismo tiempo las utilidades totales.

Normalmente la iniciación de un descuento por pronto pago, la utilización de estándares de crédito más restrictivos o la iniciación de una política de crédito más agresiva disminuye el -- plazo promedio de las cuentas por cobrar. Es importante que la- empresa considere de antemano las consecuencias de cada una de éstas acciones en las ventas y utilidades.

Se conoce que mientras más pronto una empresa convierta en caja sus cuentas por cobrar, es necesaria menos caja para sus operaciones. Y, como la mayoría de las empresas manufactureras y no-manufactureras encuentran que las cuentas por cobrar represen-- tan gran parte de sus activos circulantes, se debe prestar mu-- cha atención a la administración eficiente de estas cuentas.

El objetivo principal con respecto a la dministración de las - cuentas por cobrar debe ser no solamente el de cobrarlas con -- prontitud; también debe prestarse atención a las alternativas - de costo-beneficio que se presentan en los diferentes campos de la administración de cuentas por cobrar. Estos campos compren-- den la determinación de políticas de crédito, condiciones de -- crédito y políticas de cobro.

2. POLITICAS DE CREDITO

La política de crédito de una empresa de la pauta para determinar si debe concederse crédito a un cliente y el monto de éste. La empresa no solamente debe ocuparse de los estándares de crédito que establece, sino también de la utilización correcta de estos estándares al tomar decisiones de crédito. Deben desarrollarse fuentes adecuadas de información y métodos de análisis de crédito. Cada uno de éstos aspectos de la política de crédito es importante para la administración exitosa de las cuentas por cobrar de la empresa. La ejecución inadecuada de una buena política de créditos deficiente no producen resultados óptimos.

a) ESTANDARES DE CREDITO

Los estándares de crédito de la empresa definen el criterio mínimo para conceder crédito a un cliente. Asuntos tales como evaluaciones de crédito, referencias, períodos promedios de pago y ciertos índices financieros ofrecen una base cuantitativa para establecer y hacer cumplir los estándares de crédito. Sin embargo, no nos ocuparemos de los componentes individuales de los componentes de crédito sino de los aspectos restrictivos o no restrictivos de los estándares totales de crédito de una empresa. Conociendo las variables fundamentales que deben considerarse cuando una empresa esté pensando en hacer más flexible o más riguroso sus estándares de crédito se podrá tener una idea general mas clara de las decisiones que deben tomarse.

Las principales variables que deben tomarse en cuenta al evaluar se las modificaciones propuestas en los estándares de crédito son los gastos de oficina e inversión en cuentas por cobrar que se presentan y el efecto de los cambios sobre la estimación de cuentas incobrables y volumen de ventas de la empresa.

Gastos de oficina: Si los estándares de crédito se hacen más flexibles, más crédito se concede y se necesita un departamento de crédito más grande para atender las cuentas adicionales; si los estándares de crédito se hacen más rigurosos, se concede menos crédito y no es necesario ampliar nuestro departamento de crédito. Los estándares de crédito más flexibles deben aumentar los costos de oficina, y los estándares de crédito más rigurosos deben disminuirlos.

Inversión de cuentas por cobrar: De igual forma, si la empresa hace más flexibles sus estándares de crédito, debe elevarse el nivel promedio de cuentas por cobrar, en tanto que la restricción en los estándares de crédito deben disminuir el nivel promedio de cuentas por cobrar. Así pues, puede preverse que los estándares de crédito más flexibles dan como resultado costos de manejo más altos, y puede esperarse también que las restricciones en éstos den como resultado costos menores de manejo.

Los cambios en el nivel de cuentas por cobrar relacionados con modificaciones en los estándares de crédito provienen de dos factores; (a) Variaciones en las ventas y (b) variaciones en los cobros. Se espera que aumenten las ventas a medida que la empresa haga más flexibles sus estándares de crédito, en tanto que los más rigurosos dan como resultado una disminución en las mismas. El aumento en las ventas da como resultado un promedio más alto de cuentas por cobrar y la disminución en las ventas da como resultado un promedio menor de cuentas por cobrar. Cuando las condiciones de crédito se hacen más flexibles se da crédito a clientes menos dignos de crédito, que seguramente se toman un plazo más largo para pagar sus cuentas. Cuando los estándares de crédito se hacen más estrictos, la aprobación de créditos se limita a clientes más dignos de crédito, que se espera paguen sus cuentas con más prontitud.

Estimación de cuentas incobrables: Otra variable que se espera que afecte por los cambios en los estándares de crédito es la estimación de cuentas incobrables. La probabilidad o riesgo de adquirir una cuenta mala aumenta a medida que los estándares de crédito se hacen más flexibles y disminuye a medida que los estándares de crédito se hacen más restrictivos. En consecuencia las pérdidas por cuentas malas se espera que aumenten a medida que los estándares de crédito se hacen más flexibles y -- que disminuyan a medida que los estándares de crédito se hagan mas rigurosos.

Volúmen de Ventas: Se puede esperar que los cambios en los estándares de crédito modifiquen el volumen de ventas. A medida que los estándares de crédito se hacen más flexibles se espera que aumenten las ventas; se prevee que las restricciones en -- los estándares de crédito reduzcan las ventas. Los efectos de estos cambios en las ventas y utilidades depende su efecto en los costos e ingresos de la empresa.

En resumen, los cambios básicos y los efectos en las utilidades que se espera que resulten de hacer más flexibles los estándares de crédito se tabulan de la manera siguiente:

Renglón	Aumento o Disminución	Efecto sobre utilidades (+ ó -)
Volumen de ventas	I	+
Período promedio de cobro	I	-
Estimación de cuentas malas	I	-

Se esperarían los efectos contrarios, si se hicieran más riguroso los estándares de crédito.

Para decidir si una empresa debe hacer más flexibles sus estándares de crédito, deben compararse las utilidades marginales sobre las ventas con el costo de la inversión marginal en cuentas por cobrar. Lógicamente, si las utilidades marginales son mayores que los costos marginales, deben hacerse más flexibles los estándares de crédito; de otra manera, los estándares de crédito actuales deben permanecer sin modificación.

b) ANALISIS DE CREDITO.

Una vez que la empresa ha fijado sus estándares de crédito, deben establecerse procedimientos para evaluar a los solicitantes de crédito. A menudo la empresa debe determinar no solamente los méritos que tenga el cliente para el crédito, sino también calcular el monto por el cual éste puede responder. Una vez que esto se ha hecho, la empresa puede establecer una línea de crédito, estipulando el monto máximo que el cliente pueda deber a la empresa en un momento cualquiera. Las líneas de crédito se establecen para eliminar la necesidad de verificar el crédito de un cliente importante cada vez que se haga una compra importante. Los dos pasos básicos en el proceso de la investigación del crédito son (1) obtener información de crédito y (2) analizar la información para tomar la decisión de crédito.

(1) Obtención de la información de crédito. Cuando un cliente solicita crédito a una empresa, normalmente el departamento de crédito de comienzo a un proceso de evaluación del crédito pidiéndole al solicitante que llene diferentes formularios en los cuales se solicita información financiera y crediticia junto con referencias de crédito. Trabajando con base en la solicitud de crédito, la empresa obtiene entonces información adicional de crédito de otras fuentes. Si la empresa ya le ha concedido anteriormente crédito al solicitante, ya tiene su información histórica acerca de los patrones de pago del solicitante.

Pidiéndole al solicitante que suministre sus estados financieros de los últimos años, la empresa puede analizar la estabilidad financiera de éste, su liquidéz, rentabilidad y capacidad de endeudamiento. Aunque en un balance o en un estado de resultados no aparece información con respecto a las normas de pago pasadas, el conocimiento de la situación financiera de la empresa puede indicar la naturaleza de su administración financiera total. La buena voluntad por parte de la empresa solicitante para suministrar estos estados financieros auditados son una necesidad en el análisis de crédito de solicitantes que de de seen hacer importantes compras a crédito.

Otra manera de obtener información crediticia es solicitarla a oficinas de investigación directa, de acuerdo a las referencias crediticias que proporciona el solicitante. Dirigirse también, a otros proveedores que vendan al solicitante y preguntarle - cuales son las normas de pago de éste. A las instituciones de crédito con que opere el solicitante, para conocer de que forma lo tienen conceptuado.

(2) Análisis de la Información de Crédito. Una empresa puede - establecer las razones o programas de evaluación de crédito a la medida de sus propios estándares de crédito. No hay procedimientos establecidos, pero la empresa debe encajar su análisis a sus necesidades. Esto da una sensación de confianza de que - se están tomando los tipos de riesgos de crédito deseados. Para determinar los méritos crediticios, el analista debe agregar sus conocimientos acerca de la índole de la administración del solicitante, las referencias de otros proveedores y las - normas históricas de pagos de la empresa a cualquier cifra - cuantitativa que se haya establecido. Basado en su propia interpretación subjetiva de los estándares de crédito de la empresa, puede entonces tomar una decisión final acerca de si se debe conceder el crédito al solicitante y probablemente el mon to de éste.

3. CONDICIONES DE CREDITO

Las condiciones de crédito de una empresa especifican los terminos de pago que se estipulan para todos los clientes a crédito. Las condiciones de crédito cubren tres aspectos:

- (1) Descuento por pronto pago
- (2) El período de descuento por pronto pago, y
- (3) El período de crédito.

Los cambios en cualquier aspecto de las condiciones de crédito de la empresa pueden tener efecto en su rentabilidad total.

Los factores positivos y negativos relacionados con tales cambios y los procedimientos cuantitativos para evaluarlos se -- presentan a continuación.

a) DESCUENTO POR PRONTO PAGO.

Cuando una empresa establece o aumenta un descuento por pronto pago se pueden esperar los siguientes cambios y efectos en las utilidades:

Renglon	Aumento o Disminución	Efecto sobre -- venta (+ ó -)
Volumen de ventas	I	+
Período promedio de cobro	D	+
Est. de cuentas malas	D	+
Utilidades por unidad	D	-

El volumen de ventas debe aumentar ya que si una empresa está dispuesta a pagar antes el precio por unidad disminuye. Si la demanda es elástica, las ventas deben aumentar como resultado de la disminución de éste precio. El periodo de cobro promedio

debe disminuir, reduciendo así el costo del manejo de cuentas -- por cobrar. La disminucón en cobranza proviene del hecho de -- que algunos clientes que antes no tomaban el descuento por pron -- to pago, ahora lo hacen. La estimación de cuentas incobrables -- debe disminuir, pues como en promedio los clientes pagan más -- pronto, debe disminuir la probabilidad de una cuenta mala, dan -- do como resultado un aumento en las utilidades.

El aspecto negativo de un aumento en el descuento por pronto pa -- go es una disminucón en el margen de utilidad por unidad ya -- que hay más clientes que toman el descuento y pagan un precio -- menor.

b) EL PERIODO DE DESCUENTO POR PRONTO PAGO.

El efecto neto de los cambios en el período de descuento por -- pronto pago es bastante difícil de analizar debido a la natura -- leza de fuerzas incluídas. Por ejemplo, si se aumentara el pe -- ríodo de descuento por pronto pago, podrían esperarse los cam -- bios siguientes:

Renglón	Aumento o Disminución	Efecto sobre -- utilidades (+ó-)
Volúmen de ventas	I	+
Período promedio de cobro debido a que quienes no -- toman descuentos pagan aho -- ra con mayor prontitud	D	+
Estimación de cuentas malas	D	+
Utilidades por unidades	D	-
Período promedio de cobro debido a que los que toman el descuento aún obtienen descuento por pronto pago, pero pagan más tarde	I	-

Los problemas para determinar los resultados exactos de los cambios en el período de descuento son atribuidos directamente a dos fuerzas que tienen relación con el período promedio de cobro. Cuando se aumenta un período de descuento por pronto pago hay un efecto positivo sobre las utilidades porque muchos que en el pasado no tomaron el descuento por pronto pago ahora lo hacen, reduciendo así el promedio de cobros. Sin embargo, hay también un efecto negativo sobre las utilidades cuando se aumenta el período del descuento por pronto pago pueden aún pagarlo y pagar más tarde, retardando el período medio de cobros.

c) PERIODO DE CREDITO

Los cambios en el período de crédito también afectan la rentabilidad de la empresa. Pueden esperarse los siguientes efectos en las utilidades por un aumento en el período de crédito.

Renglón	aumento o disminución	Efecto sobre utilidades (+ó-)
Volumen de ventas	I	+
Período promedio de cobro	I	-
Estimación de cuentas malas	I	-

El aumento en el período de crédito debe aumentar las ventas pero es probable que tanto el período promedio de cobros como la estimación de cuentas incobrables también aumenten. Así pues, el efecto neto en las utilidades puede ser negativo. Una disminución en el período de crédito es probable que tenga efectos opuestos en las utilidades.

4. POLITICAS DE COBRO

Las políticas de cobro de la empresa son los procedimientos - que ésta sigue para cobrar sus cuentas por cobrar a su vencimiento. La efectividad de las políticas de cobro de la empresa se puede evaluar parcialmente examinando el nivel de estimación de cuentas incobrables. Este nivel no depende solamente de las políticas de cobro sino también de la política de créditos en el cual se basa su aprobación. Si se supone que el nivel de cuentas malas atribuible a las políticas de crédito de la empresa es relativamente constante, puede esperarse un aumento en los gastos de cobro para reducir las cuentas - malas de la empresa.

El aumento de los gastos de cobro debe reducir la estimación de las cuentas incobrables y el período promedio de cobros, - aumentando así las utilidades. Los costos de ésta estrategia pueden incluir la pérdida de ventas además de mayores gastos de cobro si el nivel de la gestión de cobranza es demasiado - intenso. En otras palabras, si la empresa apremia demasiado a sus clientes para que paguen sus cuentas, éstos pueden molestarse y llevar sus negocios a otra parte, reduciendo así las - ventas de la empresa. La empresa debe tener cuidado de no ser demasiado agresiva en su gestión de cobros. Si los pagos no - se reciben en la fecha de su vencimiento, debe esperar un período razonable antes de iniciar los procedimientos de cobro.

Modalidades de procedimiento de cobro:

Normalmente se emplean varias modalidades de procedimientos - de cobro. A medida que una cuenta envejece más y más, la gestión de cobro se hace más personal y más estricta. A continuación se presentan los procedimientos básicos de cobro que se utilizan en el orden que normalmente se sigue en el proceso - de cobro.

Cartas. Después de cierto número de días contados a partir de la fecha de vencimiento de una cuenta por cobrar, normalmente la empresa envía una carta en buenos términos, recordándole al cliente su obligación. Si la cuenta no se cobra dentro de un período determinado después del envío de la carta, se envía una segunda carta más perentoria. En caso necesario esta carta puede aún complementarse con otra adicional. Las cartas de cobro son el primer paso en el proceso de cobros de cuentas vencidas.

Llamadas telefónicas. Si las cartas son inútiles, el gerente de crédito y cobranza de la empresa puede llamar al cliente y exigirle personalmente el pago inmediato. Si el cliente tiene una excusa razonable, se puede hacer arreglos para prorrogar el período de pago. Una llamada del abogado de la compañía, en caso de que los otros recursos aparentemente no dan resultado.

Visitas personales. Esta técnica es mucho más común a nivel de crédito de consumidor, pero puede ser utilizado por proveedores industriales. El envío de un cobrador que se enfrente al cliente puede ser un procedimiento de cobro muy efectivo. El pago puede hacerse en el momento de su requerimiento.

Utilización de agencias de cobros. Una empresa puede entregar las cuentas incobrables a una agencia de cobros o a un abogado para que las haga efectivas. Normalmente los honorarios para esta clase de gestión de cobro son bastante altos; puede ser posible que la empresa reciba menos del 50% del valor de las cuentas que se cobren de esta manera.

Procedimiento Legal. Este paso es el más estricto en el proceso de cobro. Es una alternativa que utiliza la agencia de cobros. El procedimiento legal no es solamente oneroso, sino --

que puede obligar al deudor a declararse en banca rota, reduciendo así la posibilidad de futuros negocios con el cliente y sin que se garantice el recibo final de los cargos atrasados.

Procedimientos de cobro por computador. La utilización de computadores tanto en la facturación como en el cobro de cuentas está muy extendida. Se utiliza un computador para facturar a los clientes en el momento adecuado después de la compra. A medida que se reciben los pagos con el registro de éstos se alimenta al computador. Se puede programar un computador para controlar las cuentas por cobrar después de que un cliente ha sido facturado. Las verificaciones periódicas se hace automáticamente en épocas determinadas después de la facturación para comprobar si las cuentas han sido pagadas. Si el pago no se ha recibido en ciertos momentos predeterminados, se envían cartas de cobro. Después de enviar la cantidad prescrita de cartas de ésta naturaleza sin recibir ninguna clase de pagos, se produce una notificación especial, probablemente como informe mensual al gerente de crédito. En éste punto se humanizan las gestiones de cobro. Se toman otras medidas, tales como llamadas telefónicas, envío de un cobrador y la utilización de una agencia de cobros. los procedimientos legales también enunciados anteriormente sin otra posibilidad.

En el presente capítulo, se ha pretendido presentar estudios y análisis de los aspectos importantes en la administración de cuentas por cobrar, que como mencionamos en un principio, representan una inversión cuantiosa por parte de la mayoría de las empresas y la administración eficiente de estas cuentas puede representar ahorros considerables.

Asimismo, una eficiente administración de las cuentas por cobrar de una empresa, le permite ofrecerlas como garantía en -

la obtención de un crédito sin restricción alguna, o poder - utilizarlas como una fuente de financiamiento, como se explica en el siguiente capítulo.

CAPITULO IV

FINANCIAMIENTO DE LAS CUENTAS POR COBRAR

1. GENERALIDADES

Normalmente una empresa dispone solamente de una suma limitada de financiamiento a corto plazo sin garantía. Más allá de ese punto se requiere de alguna clase de garantía para obtener fondos adicionales. En otras palabras, a medida que una empresa incurre en sumas mas y mas grandes de financiamiento a corto plazo sin garantía se llega a un nivel final más allá del cual los proveedores de fondos a corto plazo creen que la empresa tiene demasiado riesgo operativo y financiero existente en la empresa. Muchas empresas no pueden obtener dinero a corto plazo sin garantía, y en consecuencia el financiamiento con garantía es su única fuente de fondos a corto plazo. Normalmente -- éstas son empresas pequeñas y en crecimiento que todavía tienen que establecer suficiente madurez financiera para recibir préstamos a corto plazo sin garantía.

Una empresa debe siempre tratar de obtener todo el financiamiento a corto plazo sin garantía que pueda conseguir antes de buscar cualquier clase de préstamos a corto plazo con garantía. Esto es importante ya que el préstamo a corto plazo sin garantía normalmente es más barato que el préstamo a corto plazo con garantía.

Las empresas usualmente utilizan dos técnicas para obtener financiamiento a corto plazo con base en cuentas por cobrar. Las técnicas son: La pignoración de cuentas por cobrar y La factorización de cuentas por cobrar, dentro de la primera podemos señalar al Descuento Mercantil y Descuento en Libros o Factoring con recurso y dentro de la segunda técnica al Factoring.

Realmente sola la pignoración de cuentas por cobrar origina un préstamo a corto plazo con garantía; la factorización realmente impone la venta con descuento de las cuentas por cobrar.

Aunque la factorización no es realmente una forma de préstamo a corto plazo, se estudia en ésta sección ya que implica la utilización de cuentas por cobrar para obtener fondos a corto plazo.

La pignoración o cesión de cuentas por cobrar se utiliza a menudo para garantizar un préstamo a corto plazo. Como normalmente las cuentas por cobrar son perfectamente líquidas, son una forma atractiva de garantía para un préstamo a corto plazo. Los bancos comerciales y las compañías financieras comerciales conceden préstamos contra pignoraciones de cuentas por cobrar.

Muy a menudo se utiliza la pignoración de cuentas por cobrar como fuente continua de financiamiento por parte de la empresa. A medida que se cobran las cuentas, éstas se sustituyen por cuentas nuevas aceptables para el prestamista, permitiéndose así que la empresa mantenga con el prestamista un saldo de préstamo constante. Si el prestamista encuentra aceptable las cuentas por cobrar de la empresa y las acepta como garantía, acaba por financiar todas las cuentas por cobrar de la empresa, la empresa puede encontrar con éste arreglo un beneficio desde el punto de vista del costo.

Una vez que se ha convenido el monto de cuentas aceptables, el porcentaje del préstamo (es decir, el importe principal del préstamo), el costo del interés y otros factores, se extiende una nota que firman ambas partes especificando las condiciones de la pignoración.

La factorización de cuentas por cobrar implica la venta directa de cuentas por cobrar a un factor u otra institución financiera. Aunque el factor es la principal institución de factorización, en otros países donde este sistema se encuentra más

desarrollado, algunos bancos comerciales y compañías financieras comerciales también factorizan cuentas por cobrar.

2. EL DESCUENTO MERCANTIL

El descuento es una operación activa de crédito que llevan a cabo las instituciones de crédito y que consiste en adquirir en propiedad letras de cambio o pagarés, de cuyo valor nominal se descuenta una suma equivalente a los intereses que devengarían entre la fecha en que se reciben y la de su vencimiento.

Las letras de cambio y pagarés que se reciben en descuento deben reunir los requisitos que se señalan en los artículos 76 y 170 respectivamente, de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito.

Requisitos para su otorgamiento:

El descuento de documentos generalmente se opera con clientes a quienes previamente se les ha fijado o autorizado una "Línea de Crédito" para éste tipo de operaciones.

Para autorizar una línea de crédito de descuentos, se requiere tomar en cuenta las normas de que se hizo mención en el Capítulo II, en la parte relativa de "El Crédito Bancario a Corto Plazo", en cuanto a:

- Solvencia moral y económica del solicitante - de crédito
- Capacidad de pago
- Arraigo en la localidad
- Experiencia en su negocio o actividad
- Antecedentes de crédito
- Conveniencia y productividad
- Garantías
- Aspecto legal

Plazo del Crédito:

La ley bancaria menciona que los bancos de depósito podrán efectuar descuentos, otorgar préstamos y créditos de cualquier clase reembolzables a plazo que no exceda de 180 días, renovables una o más veces, hasta un máximo de 360 días a contar de la fecha de su otorgamiento. En el caso de las instituciones o departamentos de ahorro, establece que éstas mismas operaciones podrán efectuarse a plazo de noventa a trescientos sesenta días y para los bancos de capitalización indica que podrán otorgarse a plazo superior a sesenta días y no mayor de ciento ochenta. Para las sociedades financieras no establece ninguna reglamentación sobre el particular.

En el caso de la Banca Múltiple la citada Ley Bancaria tampoco hace mención a los plazos que podrán efectuarse estas operaciones, pero es de suponerse que al estar integrada por las ramas bancarias de depósito, ahorro, financiera e hipotecaria, pueden operar los descuentos de acuerdo a las reglas establecidas para las instituciones de depósito y ahorro.

Para computar el plazo de los descuentos, se deben tomar en cuenta dos importantes factores; la fecha de expedición del documento y la fecha en que se presente para su descuento.

Destino del Crédito:

Todas las instituciones de crédito, manejan en forma preferente descuentos de letras de cambio o pagarés provenientes de operaciones de compra-venta de mercancía.

La preferencia sobre éste tipo de documentos se debe a que por derivarse de una venta de crédito de mercancías, se les considera autoliquidables, pues se infiere que el comprador --que es --

quien ha aceptado el pago del documento- podrá a su vez durante la vigencia del mismo, revender las citadas mercancías, y en ésta forma contar con los recursos necesarios para liquidarlo a su vencimiento.

Es evidente que éstas operaciones favorecen perfectamente al sector comercial de las empresas, ya que mediante éste tipo de financiamiento puede darle mayor fluidez a sus disponibilidades y consecuentemente obtener un mejor aprovechamiento de sus recursos.

El descuento de los documentos por cobrar de un negocio en forma debidamente ponderada, le permiten manejar un mayor volumen de ventas y por lo tanto lograr una mayor rotación de sus inventarios, con el consiguiente incremento en sus ganancias.

Protesto de documentos:

A diferencia de los préstamos quirografarios que otorgan las instituciones de crédito, en los descuentos ponen especial interés en protestar los documentos por falta de pago, sobre todo en el caso de que las segundas firmas le sean desconocidas, --- pues si no es protestado y no se procede judicialmente dentro de los tres meses siguientes, la institución de crédito pierde la acción cambiaria en vía de regreso contra el cedente, quedando sólo el recurso de encaminar las gestiones de cobro hacia el aceptante, de cuya solvencia moral y económica por lo regular no se tienen antecedentes.

Limitaciones:

Aunque es evidente, que ésta fuente de financiamiento favorece a las empresas para darles mayor fluidez a sus disponibilidades y obtener un mejor aprovechamiento de sus recursos, por lo general son las empresas pequeñas o más débiles las que suscribirán títulos de crédito, siendo además las que menos compran.

Para obtener un descuento, se requiere primeramente obtener un documento de crédito, una Letra de cambio ó pagaré. Esta necesidad implica ya una gestión adicional a la facturación entregada; en cada caso un tiempo adicional.

Es sabido que por lo general, entre más importante es la empresa compradora mas renuente será a suscribir un título de crédito para cubrir sus compras. Esto es natural, entre mas grande sea un comprador, más alejados estarán los apoderados de la línea puramente operativa, a la que pertenece un departamento de compras. ¿ Que mas decir si el comprador es una empresa descentralizada, un PEMEX, una CFE o una Secretaría de Estado ?.

Se necesitará, además una línea de crédito bancario para descontar esos documentos. Y el descuento de ellos implica una disposición de esa línea, que ya no podrá ser utilizada en esa medida para cubrir otras necesidades de crédito.

En el mundo moderno de los negocios, se observa que cada día se utiliza menos la Letra de cambio o el Pagaré para cubrir compra-ventas de mercancías o servicios, a menos de que se trate de operaciones a mediano o largo plazo, derivadas de ventas de productos de consumo duradero.

Así, este instrumento tan utilizado hasta ahora, va siendo cada día relegado a operaciones especiales para ventas a largo plazo.

Por lo anterior, se ha visto la necesidad de un sistema de financiamiento que permita a las pequeñas industrias desarrollarse con rapidéz igual a la de sus mercados.

Ante una gran demanda y escasos recursos de capital, las empresas se encontraban con magníficas oportunidades de vender bien, pero con sus líneas de crédito ocupadas ya totalmente en financiar activos fijos y ante banqueros cautelosos que no estaban dispuestos a prestar más que dentro de ciertas relaciones de -

balance. Era pues indispensable, tanto para el industrial como para el financiero, encontrar nuevas bases que permitieron el financiamiento adicional necesario para hacer frente a esa demanda.

Todas esas industrias, tenían magníficas carteras de clientes, que constituían un valioso activo y a la vez fondos inmovilizados.

La respuesta fué lo que hoy en día conocemos como FACTORING, - un sistema de financiamiento que incrementa notablemente el capital de trabajo de una empresa, dándole una importante aceleración a su ciclo dinámico: Producción-Venta-Cobranza.

Desde hace varios años, éste sistema está disponible en México y a continuación lo describiremos en sus modalidades, tal como opera en nuestro país.

3. FACTORING

ORIGENES:

La palabra factor no es desconocida de nuestra lengua y aparte de la definición que de ella hace nuestro diccionario, sabemos que se denominaba así a los que se dedicaban a recaudar tributos en las Indias.

En Castellano existe el término FACTORAJE, así como el de FACTOR. Es interesante comprobar que éste último ya se acerca un poco al que describiría hoy a la empresa de FACTORING. El diccionario de la Real Academia lo describe como " El que hace -- una cosa " " Entre comerciantes, apoderado con mandato más o menos extenso para traficar en nombre o por cuenta del poderante, o para auxiliarse en los negocios ".

Esta descripción de funciones se refiere a un porcentaje de -- singular importancia, que seguramente ya era conocido desde -- los tiempos de la Roma antigua: Más adelante, el mismo diccionario describe una tercera acepción: " Dependiente del comisario de guerra o del asentista para distribución de víveres a la tropa " y, adoptado por la España imperial " Oficial Real en las Indias recaudaba las rentas y rendía tributos en especie pertenecientes a la corona."

Resulta pues evidente que lo que hoy llamamos Factoring es el refinamiento de actividades y de técnicas muy antiguas, casi -- tan antiguas como nuestra propia civilización occidental.

El Factoring tuvo su origen en los albores de la Revolución Industrial. Es la técnica que permitió a la industria naciente -- una distribución más que regional de sus productos y que, por ende, pudo llevar a mayor número de consumidores los beneficios de las primeras producciones industriales.

La producción textil, antes de su industrialización, era puramente local. Los tejedores no podían vender su producción más allá del radio que ellos mismos podían recorrer en los malos caminos de aquel entonces. Pero al intentar producciones más grandes, después de haber creado e invertido en maquinaria de CAPITAL, arduamente acumulado, se percataron que el mercado local era insuficiente para absorber toda su producción.

Era necesario ir más lejos, vender a desconocidos en sitios inhóspitos, lo que implicaba poner en riesgos graves su capital. La solución fué el Factor. Un comerciante ya instalado en el nuevo mercado, que lo conocía bien y capaz de cobrar oportunamente el producto de las ventas.

Este comerciante, El Factor, pronto tuvo la posibilidad de vender más de lo que el industrial le podía entregar; empezó a pedirle a éste que incrementara los suministros, más ello implicaba mayor inversión por parte del industrial que podía no tener los capitales necesarios para lograrlo. Entonces el comerciante, ya Factor, empezó a adelantar, a anticipar los dineros necesarios para que el industrial incrementara su producción.

Si hoy en día resulta complicado tener un conocimiento profundo de la solvencia de los compradores, cabe hacerse una idea del invaluable servicio que entonces prestaban y que les llevó a tener una relación estrechísima con sus clientes, para los cuales seleccionaban los compradores, fijándoseles límites de crédito y como consecuencia de ello terminaron asegurando el cobro de las ventas realizadas a crédito sobre las que también facilitaban anticipos.

El desarrollo alcanzado por los factores en el primer tercio de éste siglo, se obtuvo sirviendo casi exclusivamente a la industria textil. Más tarde, diversificaron su negocio atendiendo a ---

otras industrias con marcadas analogías en los usos comerciales a la del textil.

Es finalizada la década de los cincuenta, es decir, cuando el comercio internacional atraviesa nuevamente una etapa de normalidad, cuando se plantea la introducción del Factoring, en una serie de países desarrollados y en vías de desarrollo de forma que los intercambios entre los mismos puedan gozar de la cobertura y financiación que el Factoring ofrece.

En éste sentido, son pioneros las instituciones de crédito norteamericanas, que promocionan la formación de sociedades de factoring en diversos países de Europa Occidental, creando sus propias cadenas de factoring de las que nos ocuparemos más adelante al tratar de factoring en la exportación.

Más tarde, y coincidiendo aproximadamente con el establecimiento de las primeras sociedades de factoring, más allá de Estados Unidos y Canadá, se produce un nuevo movimiento en aquel país al entregar los grandes bancos neoyorquinos de lleno en el factoring, y de ésta manera, en nuestros días, los principales bancos norteamericanos tienen sus correspondientes departamentos de factoring, debiéndose puntualizar que el volumen de negocio que realizaban las sociedades que absorbieron, han visto crecer su actividad en flecha en los últimos años.

Hoy en México existen ya florecientes empresas de FACTORING, comprobándose su gran utilidad para nuestras empresas, de las que podemos citar de una manera enunciativa a: Factoring Serfín, Factoring Bancomer, Factoring Banamex, etc.

¿ A QUIEN INTERESA EL FACTORING ?

Queda ya dicho, que el factoring dispone de una especialización en los servicios que ofrece, al poder realizarlos económicamente por cuenta de varios clientes con los medios humanos y mecánicos adecuados. Por otro lado, se comprende que la pequeña y mediana empresa tengan dificultades económicas para mantener especialistas en todas las áreas de responsabilidad de la empresa. El factoring, pues, ofrece sus servicios a la pequeña y mediana industria o empresa, principalmente animando a sus dirigentes - que concentren sus esfuerzos en la producción y distribución.

Tenemos pues, una primera contestación: El factoring interesa a la pequeña y mediana industria. (Más adelante al tratar de la exportación explicaremos porqué en dicha vertiente puede interesar también a la gran empresa).

Es de utilidad el factoring a aquellas empresas que venden productos de consumo no perecederos, con carácter regular y periódico, en unidades relativamente pequeñas, a corto plazo y a una diversificada clientela.

Así pues, el factoring parece, en general, ajustarse a las empresas que venden productos de piel, calzado marroquinería, textiles, confección, transformados cerámicos y transformados metálicos para la construcción, artículos del deporte, artículos de raderos de la casa, pequeña herramienta, artículos de plástico, conservas alimenticias, etc.

Dentro de las modalidades del factoring, que trataremos en éste capítulo por su importancia y utilización de las empresas de -- nuestro país, son:

- I FACTORING CON RECURSO O DESCUENTO DE CREDITO EN LIBROS
- II FACTORING PURO

3.1 FACTORING CON RECURSO O DESCUENTO DE CREDITO EN LIBROS

GENERALIDADES:

Este sistema, visto desde el punto de vista del usuario como del otorgante, debe considerarse siempre como complemento de los créditos directos y tradicionales de que puede y debe disponer una empresa.

Los fondos que de él se obtengan deberán siempre ser invertidos en activos circulantes o en gastos normales de la empresa, nunca para financiar activos fijos. En forma ideal, un empresario debería siempre considerar el financiamiento de sus cuentas por cobrar como un complemento de sus disponibilidades, de su caja.

El empresario que se encuentra en situación de aumentar sus ventas, sin tener el capital necesario para hacerlo sanamente; el empresario que utiliza en sus productos materias primas sujetas a altibajas de precios; el que maneja una empresa de grandes activos fijos con capital limitado para producción; el que requiere de inventarios altos o el que hace ventas marcadamente cíclicas, encontrarán en éste sistema la solución a muchos de sus problemas.

El empresario al hacerse a una empresa especializada en financiar cuentas por cobrar que se conoce como OTORGANTE, podrá aumentar sensiblemente su liquidéz, sin cargar su balance con pasivos adicionales y sin perder el contacto directo con sus clientes compradores. Además obtendrá un flujo de caja abundante y preciso; dejará de preocuparse, de depender de tal o cual cobranza para cubrir las obligaciones a su cargo: sueldos, pagos a proveedores, impuestos, vencimientos, etc.

El financiador, el otorgante examinará los estados financieros del solicitante con un criterio más liberal que una institu---

-ción de crédito, ya que a diferencia de éstas, dependerá para cobrar, de instrumentos, cuentas por cobrar que aunque no sean títulos de crédito, son medios que, segregados de los demás activos, pos si solos cubrirán los dineros entregados al cliente y que habrán pasado a ser, jurídicamente propiedad del otorgante. En este sentido la operación es un descuento.

Tomada la desición inicial de otorgar una línea de crédito sobre cartera, el otorgante practicará una inspección, una auditoría limitada, a los libros del cliente prospectivo para determinar si los estados presentados reflejan adecuadamente la situación de la empresa, pero sobre todo para estudiar las políticas de venta y los registros de éstas, ya que la seguridad de los fondos que invierta dependerá de una sana política del cliente y de un reflejo exacto, veraz, minucioso y oportuno de cada una de las operaciones que realice.

Contratación:

Una vez satisfecho, el otorgante aceptará un contrato normativo bajo el cual pondrá fondos a disposición del cliente. El otorgante, normalmente, se comprometerá a:

- 1.- Anticipar hasta una cantidad determinada, LINEA DE ANTICIPOS, a razón de cierto porcentaje 60% a 80% del valor neto sobre las cuentas que le sean cedidas.
- 2.- A tener durante un lapso determinado, generalmente un año, en todo momento fondos a disposición del cliente. Este compromiso es contractual, ninguna Institución de crédito o financiera lo suscribe.
- 3.- A entregar las cantidades que le sean solicitadas, dentro de la línea de anticipos, al momento que se lo soliciten.
- 4.- Entregar al cliente, una vez realizada la cobranza, la par

-te no anticipada de las cuentas cedidas.

Por su parte el cliente se obliga:

- 1.- A no grabar sus cuentas con otros que no sea el otorgante.
- 2.- A entregar al otorgante la cobranza que realice en los mismos instrumentos que recibió, endosando los mismos cheques que reciba a nombre del otorgante.
Esto es , que " OBRA COMO MANDATARIO DE COBRANZAS DEL OTORGANTE CON RESPECTO A LAS CUENTAS NEGOCIADAS ".
- 3.- A recibir visitas de auditores del otorgante, en cualquier momento, poniendo la contabilidad a su disposición.
- 4.- Cubrir los intereses y comisiones correspondientes. Es interesante recalcar que en estas operaciones , los intereses son computados sobre SALDOS INSOLUTOS DIARIOS, ya que todos los dias puede haber anticipos y todo los dias debe haber cobranza de cuentas negociadas, remitidas al otorgante y contabilizadas por éste. Se reduce así el costo de operación.
- 5.- A reponer al otorgante las cantidades anticipadas que resultaren incobrables. Ya sea que éstas resulten de descuentos, de devoluciones, o de insolvencia del deudor.
- 6.- A contabilizar y presentar en balances toda la operación en el lado del activo, como venta de las cuentas.

BALANCE ANTES DE INICIAR OPERACIONES

Activo		Pasivo y Capital	
Caja y bancos	10,000	Documentos y cuentas	
Deudores clientes	2,100,000	por pagar	3,110,000
Inventarios	3,000,000		
Activos Fijos	<u>4,000,000</u>	Capital y Reservas	<u>6,000,000</u>
	<u>9,110,000</u>		<u>9,110,000</u>

Relaciones: Activo/Pasivo 1.64; Pasivo/Capital 0.50:1

Suponiendo una línea otorgada de anticipos por la cantidad de \$2,000,000 y los fondos utilizados en lugar de pasivos, tendríamos, el mismo balance una vez iniciadas operaciones. Anticipo del 70%.

Activo		Pasivo y Capital	
Caja y bancos	10,000	Documentos y cuentas	
Deudores clientes	2,100,000	por pagar	1,710,000
Cuentas cedidas			
	<u>2,000,000</u>		
	100,000		
Deudores por cuentas			
cedidas al otorgante	600,000	Capital y Reservas	6,000,000
Inventarios	3,000,000		
Activos fijos	<u>4,000,000</u>		
	<u>7,710,000</u>		<u>7,710,000</u>

Relaciones: Activo/Pasivo 2.17:1; Pasivo/Capital 0.28:1

- 7.- El cliente se comprometerá a solo ceder cuentas ciertas que no estarán sujetas a controversias, ni a letigio. Todas las cuentas que cedan serán producto de sus operaciones normales. Serán resultado de ventas en firme, eliminando necesariamente todas las ventas a consignación. Tendrán que ser eliminadas también como inelegibles aquellas cuentas que puedan estar sujetas a compensación. Este sería el caso de ventas a compradores que son a la vez proveedores del cliente o ventas a filiales o a matrices, pues en éstas últimas el vencimiento y el pago siempre pueden estar sujetos a ajustes.
- 8.- A aceptar que alguna o todas las cesiones sean notificadas a los deudores, cuando lo juzgue necesario el otorgante.
- 9.- Así mismo, accederá a que el otorgante realice compulsas -- periódicas con los deudores de las cuentas cedidas.

Contabilidad:

Una vez firmado el contrato por ambas partes, el método de registro es bastante sencillo.

Las cuentas por ceder son listadas y descritas en papelería que generalmente suministra el otorgante y estos listados, firmados por las partes, pasan a formar parte integrante del contrato.

Los listados son necesariamente suscritos por apoderados del -- cliente, pues se trata de un acto de dominio, de una transferencia de propiedad. El otorgante normalmente no notificará las cesiones de cuentas a los deudores, pero deberá hacerlo si nota -- que el cliente no cumple con su parte del contrato o cuando se percata que la situación de ese cliente se ha deteriorado, poniendo en riesgo su inversión.

Lo hará también cuando éste se lo solicite para presionar a algún deudor moroso.

Como hemos visto, las cuentas cedidas son objeto de listados - que se certifican y deberán ser entregados al acreditante acompañadas de todos los elementos tales como remisiones, talones de embarque, contra-recibos, y hasta en algunos casos letras de cambio.

El otorgante procede entonces a revisar los listados de cesiones con sus anexos que son la documentación particular de cada cuenta.

El acreditante se asegura de que con cada listado se hayan incluido todos los elementos que forman la documentación de las cuentas en la que solo falta que sean pagadas por los deudores para que las operaciones estén completas. Elimina las cuentas a cargo de deudores para que las operaciones estén completas. Elimina las cuentas a cargo de deudores ineligibles y aquellas que no vayan a ser pagadas dentro de plazos aceptables.

Hecho esto, el otorgante supervisa que las cesiones sean certificadas, entrega el anticipo convenido y le devuelve al cliente los elementos necesarios para que pueda realizar la cobranza de las cuentas cedidas.

El otorgante contabiliza en sus activos las cuentas adquiridas a su valor neto y aquella parte que no anticipó, 60% a 80% del que reduce su renglón " cuentas por cobrar ".

Durante la vigencia de las cuentas adquiridas, esto es entre la fecha de cesión y de la fecha de pago, hará compulsas, selectivamente, de algunas cuentas, ya sea por correo o por teléfono.

Cobros:

El cliente, al realizar la cobranza de cada una de las cuentas cedidas, entregará al otorgante el o los cheques que haya recibido de los deudores de las cuentas. Para el otorgante es indispensable recibir la cobranza en la misma forma en que la recibió el cliente; en ésta forma recibe la confirmación fehaciente de que las cuentas eran buenas.

El cliente tiene interés en entregar los fondos oportunamente y en la forma en que los recibió, pues desde ese momento dejan de computarse intereses a su cargo, recibe del otorgante las cantidades que le corresponden y que no le fueron anticipadas, como la naturaleza de la operación es revolvente, puede inmediatamente solicitar dineros adicionales sobre nuevas cesiones.

En ésta forma los pagos se realizarán sin que representen desembolso para el cliente, LOS ANTICIPOS SERAN AUTOLIQUIDABLES; los deudores de los clientes serán quienes paguen los anticipos.

El otorgante irá registrando cada pago y llevará un record de cada uno de los deudores del cliente, pues notará que algunos, por morosos o por otras razones deben incluirse en el rango de los ineligibles, para ya no ser aceptadas en el futuro. Con esto se puede ver facilmente que el cliente deberá escoger, para ceder sus mejores cuentas; con las otras perderá muchas de sus ventajas de este sistema: su agilidad, parte de la revolventencia y aumentará el costo de la operación.

Mientras existen cuentas por cobrar cedidas, por liquidar, el otorgante, por medio de los auditores, hará revisiones a la contabilidad del cliente, mas o menos cada 45 dias, para super

-visar el registro oportuno y adecuado de las cuentas cedidas, y en general, para estar seguro de que el cliente no haga cambios en sus sistemas que puedan debilitar el buen control de sus operaciones.

Es siempre importante para el otorgante confirmar que toda la cobranza de las cuentas cedidas le es entregada al momento que realiza; que los descuentos o devoluciones de mercancía le son reportados y cubiertos oportunamente. Esta es la razón de llamar este sistema DESCUENTO DE CREDITO EN LIBROS. Se está realmente trabajando con y sobre los libros de los clientes.

Estas revisiones deberán incluir una supervisión de los pasivos del cliente. Si crecen desmesuradamente, si no son atendidos con oportunidad el cliente podrá verse ante presiones que lo podrían orillar a disponer de los fondos que cobre y que no son de su propiedad.

Costo:

Los cargos por éste servicio, por este crédito serán básicamente dos. Primero una comisión pequeña, que estará en función -- del monto de fondos que el otorgante considere convenientes -- mantener en reservas para atender oportunamente las necesidades del cliente, de la periodicidad en que estime será necesario auditar al cliente, del número probable de cuentas que le sean entregadas en cada cesión.

El segundo cargo netamente financiero, serán intereses sobre -- saldos insolutos diarios a una tasa ligeramente superior a la -- tasa bancaria del momento.

Hasta aquí hemos examinado el Descuento en Libros, que es, básicamente, una modalidad de crédito, aunque ya con elementos -- que lo distinguen y separan de operaciones usuales realizadas--

por la banca tradicional; aunque pueda considerarse como descuento tiene ya elementos que no son propiamente un crédito, puesto- que implica transeferncia de propiedad, COMPRA VENTA, desde su - inicio.

3.2 EL FACTORING PURO

EL FACTORING no es un financiamiento, ya que no se trata de operaciones de crédito. Estas son operaciones mercantiles, Compra Venta de cuentas por cobrar y suministro de servicios especializados.

El factoring, como anteriormente se menciona, es hoy un conjunto de servicios administrativos y financieros, que se realizan mediante la cesión de créditos comerciales a corto plazo por su titular, el fabricante o distribuidor, a un intermediario, el factor, que se ocupa de su administración, contabilización, cobro y financiación, el estudio de sus orígenes, del marco en que opera, de sus servicios, de su costo.

Con el objeto de completar los perfiles más característicos de la empresa usuaria del factoring diremos que la captación de clientes por el factor, se realiza dentro de los sectores señalados de empresas que venden productos de consumo no perecederos, con carácter regular y periódico, en unidades relativamente pequeñas, a corto plazo y a una diversificada clientela, atendiendo a una selección basada en los siguientes criterios:

- a) Solvencia y moralidad. No se precisa que la estructura del balance manifieste una liquidéz adecuada, pero si que el historial no muestre incidencias o desequilibrios anormales. El factor trata de cuidar la imagen de su industria y es exigente al seleccionar sus clientes.
- b) Producto. El factor busca clientes que vendan productos con gran aceptación por parte del público.
- c) Dinamismo del cuadro directivo. El factor requiere un equipo dirigente dinámico y competente, al frente de empresa con la que contrate, puesto que esta tratará

de obtener una expansión, de vigilar la calidad del producto, de renovar sus productos, de mantener la - competencia de estos en un mercado siempre cambian- te por razones de moda, revolución tecnológica, etc.

- d) Empresa en expansión. Las empresas en expansión, - muy probablemente cumplen con los tres requisitos - anteriores, pero es que además son empresas con in- gresos crecientes por sus mayores facturaciones, ex- tremo éste que no carece de interés comercial para- el factor que tuvo que realizar una dilatada inves- tiguación antes de la contratación. Pero es que ade- más es este tipo de empresa la que encuentra mas -- atractivos los servicios del factor:
- Porque experimenta dificultades de encaje con --- otras fuentes de crédito para sus crecientes nece- sidades de liquidéz.
 - Porque al vender más cada año, significa encontrar nueva clientela en la que colocar sus productos y con la nueva clientela en la que colocar sus pro- ductos y con la nueva clientela se carece de expe- riencia de pago de la misma y los desengaños en - este terreno suelen costar muy caros. O bien debe vender mas a los clientes habituales, lo que pue- de representar unas fuertes concentraciones de -- riesgo, que añaden un elemento de gran incertidum- bre para la empresa.
- e) Naturaleza de las ventas. El factoring es esencial- mente adecuado para aquellas empresas, que venden - en régimen de reposición a toda o buena parte de su clientela, puesto que el peso contable administrati

es mayor, por precisarse un control de vencimientos, así como por los recordatorios y apremios que hay -- que enviar a los compradores, y por la dificultad -- existente para movilizar las ventas realizadas de -- ésta forma.

De lo que antecede, se puede incluso deducir que tipo de em-- presa son las que encontrarían mas difícil encaje en los ser-- vicios del factor:

- Las industrias de cabecera, es decir, las grandes-- empresas que venden productos de corto margen co-- mercial.
- Las industrias que venden al contado o bien a pla-- zos muy cortos.
- Los comercios que venden al público, bien sea al - contado o por medio de crédito al consumo.

Señalemos finalmente, que el factoring está mostrando una gran capacidad de adaptación, encontrando a base de flexibilidad, - fórmulas para servir sectores que hace sólo una década no ha-- bían acudido nunca a él.

Servicios:

Los servicios que el factor realiza para su cliente son los - siguientes:

- Investigación de clientela. El factor sustituye al departamento de crédito de su cliente y, por tanto, se obliga realizar una investigación adecuada de - la solvencia y moralidad del presunto comprador - de su cliente y facilitar, en plazo razonable bre-- ve, la aprobación o rechazo de la operación que se le propone. Asimismo, y con objeto de promover una

fluidéz en la tramitación de las aprobaciones, el factor puede clasificar a los compradores asiduos, de forma que permita al cliente, sin necesidad de notificación al factor, despachar mercancías a los mismos, mientras no se excedan los límites fijados.

- Garantía de cobros. Al ser la evaluación del riesgo - responsabilidad del factor, es evidente que los fallos que en este sector se produzcan deben ser soportados por el. De tal manera que la transmisión al factor de los créditos originados por las ventas se realiza sin recurso sobre el cliente, siempre y cuando el factor haya aprobado la venta y los motivos de impago por el comprador sean la insolvencia o morosidad prolongada.

El factor, sin embargo, podrá repetir sobre su cliente en aquellos casos en los que el impago viene originando por motivos comerciales, como son retraso en la entrega de la mercancía, mercancía en malas condiciones errores de calidad, cantidad o modelos, etc.

Las empresas que acuden al factoring eliminan de esta manera una de las incertidumbres que las acechan; los riesgos de partidas fallidas o morosas, por cuanto las mismas originan una dolorosa repercusión en la cuenta de resultados y por otro lado, graves dislocaciones en la tesorería.

- Contabilidad de ventas. Las operaciones aprobadas, dan lugar a la materialización de las ventas, y a la transmisión al factor de los créditos originados por éstas. Consecuentemente, el cliente deja de tener una variedad de compradores en sus libros para tener uno solo: el factor, que le ha comprado sus créditos. Simplifica su contabilidad y como hemos visto antes, el-

factor no podrá volverse contra él, mas que en aquellos casos en que los créditos sean imperfectos por razones comerciales que no le sean imputables.

El factor por su parte, contabiliza las operaciones cedidas por su cliente de igual manera que éste vendría haciéndolo, con objeto de llevar una vigilancia de los riesgos en curso, dejar constancia del historial de pago de los compradores, elemento básico en la evaluación de riesgo, y facilitar periódicamente datos a su cliente sobre el consumo que le van haciendo los los compradores. Los factores trabajan en la mejora de este servicio y la introducción de los nuevos medios de tratamiento de datos les va llevando a facilitar a sus clientes una estadística elaborada, en la que se refleja por ejemplo, el desglose en las ventas por artículos, su distribución por regiones, por canales de distribución, etc.

- Cobros. La transmisión de los créditos al factor, -- desplaza hacia éste la responsabilidad del cobro tanto en los casos que se origine el libramiento de letra o recibo, como en los casos de venta en régimen de cuenta corriente o reposición de fondos.

Para el cliente pues, es el cobro de un servicio más que recibe, al eliminarse éste trabajo. Trabajo que es laborioso especialmente en las ventas por reposición, además de largo y muy oneroso en las demoras e impagos de los compradores.

- Financiación. A este servicio se puede acoger el cliente en el caso de que, además de sus anteriores, requiera movilizar sus ventas. Es pues optativo para ..

el cliente, y obligado para el factor, si bien éste limita habitualmente su obligación al 80% ó 90% de los créditos que le ceden.

El margen entre el valor de los créditos cedidos y la parte anticipada, supone una garantía al factor que le permitiría encajar dentro de su riesgo las notas de abono que establece el cliente en favor de los compradores, o bien el impago de créditos originados por razones comerciales no imputables al factor.

Los rasgos más salientes de este servicio del factor son:

- a) Que a través del cliente encuentra ampliada su base de solvencia a la correspondiente a la suma o acumulación de la solvencia de sus compradores. En suma, -- que el factor valora; los compradores, la calidad -- del equipo humano dirigente y la del producto que -- vende, aspectos que justifican la desproporción existente entre los riesgos asumidos y el valor real de la empresa.
- b) Que al movilizar los créditos transmitidos al factor, convierte sus ventas a corto plazo en ventas al contado, puesto que como hemos visto, la transmisión se hace sin recurso. Consecuentemente, la rotación que puede llevar a cabo la empresa es muy superior.
- c) Como quedó apuntado también, son susceptibles de movilización: las facturas, es decir, las ventas realizadas en régimen de reposición y que no originan un -- instrumento negociable a través de otros canales financieros.

La Contratación:

El complejo de servicios que ofrece el factor, está concebido para ser utilizado por plazos prorrogables de un año, y tanto el cliente como el factor esperan colaborar por plazos superiores, por lo que se precisa reflejar en un contrato la normativa necesaria para que desde un principio el proceso operativo se lleve a cabo satisfactoriamente. Dicho contrato es, - pues, el que regula las relaciones del factor con su cliente, y es, por así decirlo, la piedra angular sobre la que reposa el factoring. El contrato especifica las obligaciones de las partes, siendo evidente que las que afectan al factor son la esencia misma de la actividad y ya quedaron descritas bajo el anterior apartado.

La observancia por parte del cliente de las obligaciones que le afectan - y que seguidamente se señalan - permite que la colaboración entre los contratantes materialice satisfactoriamente:

- Compromiso de someter al factor todos los pedidos de los compradores. Esta cláusula, conocida también como "el principio de globalidad", obliga al cliente a solicitar del factor, la aprobación de todos los créditos que las ventas originen, y, a transmitirlos en su momento.
- Compromiso de notificación. Según ésta cláusula, el cliente viene obligado a:
 - 1) Comunicar a su clientela la firma del contrato con el factor, a partir de cuyo momento se transmitirán a éste, todos los créditos nacidos de sus ventas.

- 2) Incluir en todas sus facturas la cláusula de cesión de las mismas al cliente.
- Compromiso de información. Se trata aquí de una serie de cláusulas por las que el cliente se obliga a:
- a) Facilitar al lector, a petición del mismo, información y documentación relativa a cada venta, que permitirá a éste verificar si la naturaleza de la operación concuerda con la aprobación.
 - b) Facilitar información sobre su situación financiera lo que servirá al factor para comprobar que los fondos generados por la movilización de los créditos, han sido utilizados de acuerdo con principios de gestión ortodoxos: no en inmovilizaciones, por ejemplo.
 - c) Facilitar acceso a su propia contabilidad, que permitirá eventualmente al factor verificar si su cliente observa debidamente el principio de globalidad.
 - d) Notificar la forma de aquellos pagos recibidos directamente de la clientela, obligándose a ceder los fondos así obtenidos.
- Compromiso de retribución de los servicios percibidos. De los servicios del factor, hemos visto como unos (investigación, garantía, cobros y contabilidad de ventas) son básicos, mientras que el financiero es optativo. Consecuentemente, el contrato tiene en cuenta una comisión en pago de los primeros y un interés en retribución de la financiación.

Costo:

Para fijar la comisión, cargo que varía en cada caso, tomará en cuenta muchos factores, que serán, entre otros:

- 1.- La calidad de los compradores ¿Pagarán estos en la primera, en la segunda o en la tercera visita?
- 2.- La localización de los compradores ¿se localizan en zonas de fácil acceso o se concentran en ciertas áreas?
- 3.- El número de compradores
- 4.- El tamaño de las cuentas, su importe individual
- 5.- El difícilmente ponderable elemento de riesgo, etc.

El factor no siempre hace anticipos, pero cuando le son solicitados los hace, descontando intereses similares a los que aplica la banca para los créditos instrumentados en letra financiera, por los días que faltan por transcurrir entre la fecha del anticipo y la fecha en que deba pagar a su cliente el importe de las cuentas adquiridas, sobre las que está anticipando.

El factoring al vencimiento, es en el que el factor no hace anticipos; simplemente adquiere las cuentas, las contabiliza, las maneja, las cobra y paga su importe en fechas fijas, con tractuales a su cliente.

Esta modalidad es especialmente útil para los empresarios -- que aunque puedan estar ampliamente financiados, están localizados en áreas fuera del mercado que desean penetrar. El servicio de Factoring les evitará o pospondrá la necesidad de establecer sucursales.

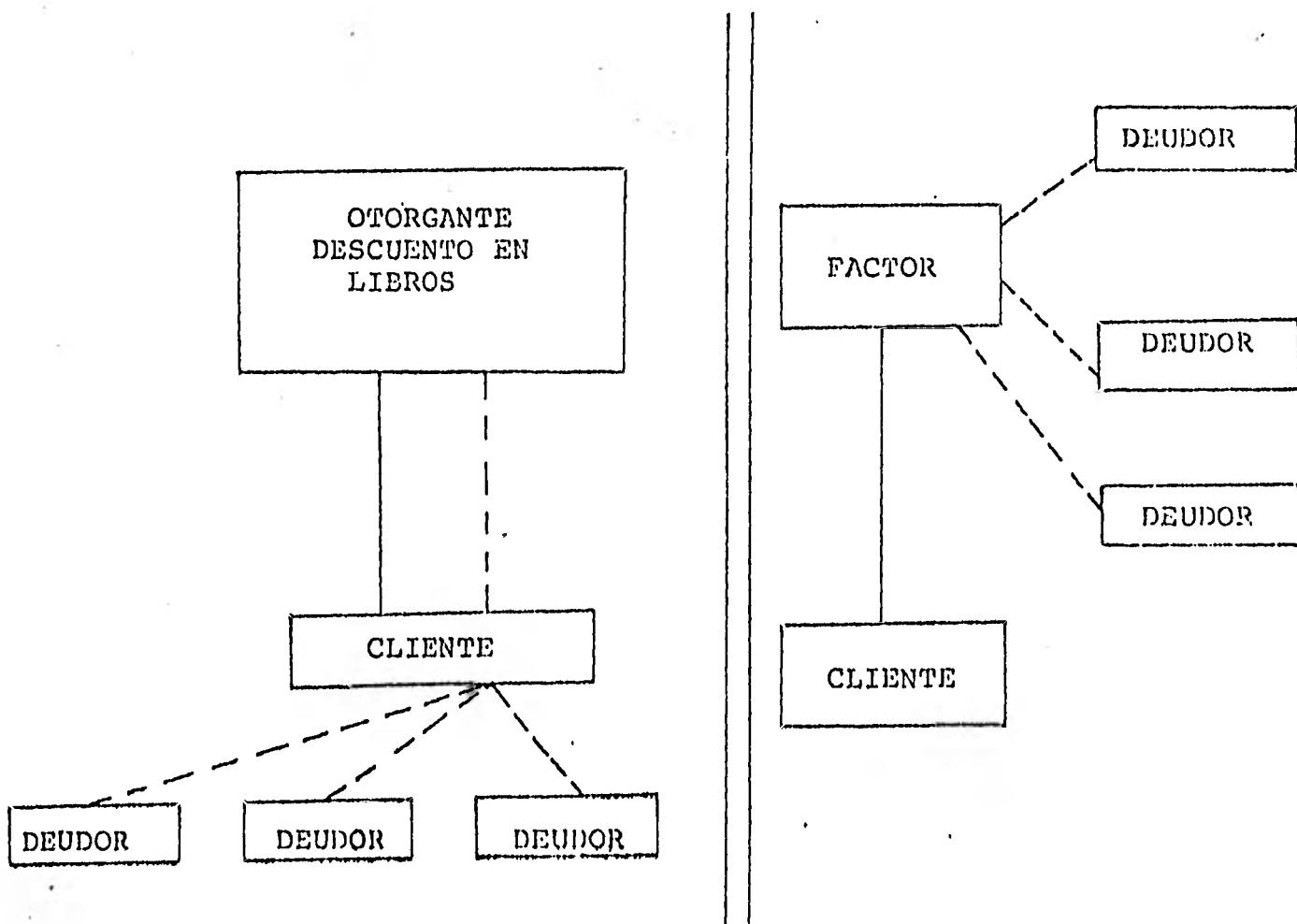
Los servicios de factoring siempre aligeran las cargas administrativas de una empresa y garantiza la seguridad de su -- cartera.

3.3 PRINCIPALES DIFERENCIAS DEL DESCUENTO EN LIBROS CON EL FACTORING.

No obstante que el Factoring, tiene muchos puntos en común con el Descuento en libros, desde un punto de vista operativo y de registro, pero parte de premisas distintas, aunque sus requerimientos coinciden, en muchos aspectos, con los que he descrito ya.

La diferencia fundamental, básica entre el Descuento en Libros o Factoring con recurso y el Factoring puro estriba, en que el primero precisamente FINANCIA CUENTAS mientras en el segundo - el factor COMPRA, ADQUIERE LAS CUENTAS.

Gráficamente, si consideramos las líneas sólidas, como erogaciones y las punteadas como de recuperación, las posiciones -- pueden presentarse así:



En los balances del OTORGANTE y del FACTOR, suponiendo en ambos casos un total de 200,000,000 en cuentas cedidas y anticipos al 70%, la presentación demuestra claramente las diferencias:

BALANCE DEL OTORGANTE

Activo		Pasivo y Capital
Caja y bancos	10,000,000	Doctos. por pagar a bancos
		115,000,000
Cuentas adquiridas en cesión	200,000,000	Otros pasivos
Reserva sobre cuentas adquiridas en cesión		<hr/>
	<u>60,000,000</u>	Capital y Reservas
	140,000,000	
Reserva por cuentas dudosas <hr/>	
Otros activos	

BALANCE DEL FACTOR

Activo		Pasivo y Capital
Caja y bancos	10,000,000	Cuentas por pagar a clientes
		60,000,000
Cuentas adquiridas en cesión	200,000,000	Doctos. por pagar a bancos
		115,000,000
Reserva para cuentas dudosas	Otros pasivos
Otros activos	<hr/>
		Capital y Reservas

EL DESCUENTO EN LIBROS exige un estricto control sobre el cliente; el FACTORING requiere, además, un profundo conocimiento de los deudores.

En FACTORING las DECISIONES DE CREDITO SON TOMADAS SOBRE LOS -- DEUDORES del cliente. En el Descuento en Libros son tomadas sobre el cliente. Lo anterior, en base a que en el primero es la compra de la cartera y en la segunda únicamente es la pignora-- ción de la misma.

3.4 EL FACTORING EN LA EXPORTACION

Es revelador del papel que juega ésta actividad en las ventas al extranjero, así como de su potencial futuro, al observar -- que su introducción en Europa ha coincidido con la supresión -- de muchas de las trabas en materia de control de cambios y -- protecciones arancelarias introducidas a raíz de la Segunda -- Guerra Mundial, así como, con la configuración de los bloques económicos occidentales.

A partir de entonces, los intercambios comerciales cobraron -- mayor fluidéz y dentro de los países enmarcados en el bloque -- occidental se pudo constatar que la utilización de la carta -- de crédito documentario que venía amparando una parte muy im -- portante en el movimiento de mercancías, dejando de tener el -- papel predominante que se le había conocido.

En el clima de confianza que existe para las transacciones -- con ciertos países, el exportador no abriga otras preocupaci^ó -- nes que; la de poder pactar las mismas condiciones de pago -- que ofrece la competencia; la de la solvencia del comprador y -- la de las modificaciones de la paridad si se contrata en otra -- moneda que la nacional. Dentro del encuadre geográfico señala -- do, es decir, América del Norte, Europa Occidental y otros pa -- ises asimilados como, por ejemplo, Israel, Africa del Sur, -- Filipinas y Australia, se puede decir que el factoring ofrece -- unas soluciones únicas.

El exportador que tiene vocación de serlo, busca por tanto en el exterior, de un lado diversificar sus mercados para poder -- encajar mejor eventuales recesiones, de otro, una salida don -- de colocar más productos y contrastar su aceptaci^ón y competi -- tividad. Consecuentemente, ese exportador debe hallar las fó -- mulas adaptadas a una proyección de ventas continuada y no las -- circunstancias a que se debe acomodar aquel que adquiere oca --

-cionalmente la concepción de exportador cuando una recesión le impide colocar en el mercado nacional su producción.

El factor, relacionado con otras firmas de factoring enclavadas en los puntos geográficos ya repetidos, ofrece a su cliente el servicio de exportación, de iguales características al del mercado interior. Así pues, el exportador obtiene servicios y movilidad junto con la garantía, mediante la inclusión de la figura del factor importador que es aquel que actúa en cercanía al comprador y se ocupa del cobro y de garantizar el mismo al factor del país exportador.

En la exportación y con objeto de que el cliente pueda allanar el problema de plazos más dilatados, consecuencias normales de la mayor tardanza, que por razón de distancias y aduanas, se puede producir en la entrega, el factor podrá aceptar operaciones en las que las condiciones de pago excedan los 120 días, hasta un máximo de seis meses. Vemos pues, que el exportador se halla amparado de un servicio que le permitirá cubrir sus objetivos de ventas en el exterior:

- 1) Concediendo el plazo que es natural para el tipo de mercancías que vende y el medio de transporte que utilice.
- 2) Ofreciendo el tipo de condiciones de pago habituales, para ese país comprador.

Ambos puntos son cruciales para la materialización de las ventas, pero creemos oportuno hacer un mayor hincapié sobre el segundo: efectivamente, en la mayoría de los países a que nos referimos refiriendo, las ventas en cuenta corriente ó régimen de reposición (para la variedad de productos que habíamos anteriormente contemplado), son regla casi general y como quiera que las fuentes de suministro con frecuencia existen en el propio

país, y no faltan objeciones de otras procedencias, para el comprador extranjero es totalmente irrelevante la argumentación de que las facturas no sean movilizables en el país de origen.

Es más, para que el vendedor consiga cambiar los hábitos de pago del comprador, se precisa muchas veces ceder de forma considerable en los precios y aún así, con ello no se obtendrán mas que ventas de carácter esporádico.

De aquí se puede concluir una regla cardinal para el exportador - que quiera mantener una clientela extranjera fiel: no deberá violentar en forma alguna los hábitos de entrega y pago a que esté acostumbrado el comprador.

Para ilustrar éste punto, supongamos el caso de un exportador de confecciones que vende al Reino Unido. El comprador desea se le consignen los artículos y se despachen los mismos por avión, con factura pagadera a 90 días; nuestro exportador alega razones de tesorería y convence al comprador para que acepte una letra contra entrega de documentos. Estos llegarán por los canales habituales de diez a quince días después de la mercancía, y con toda posibilidad, el importador por necesitar antes la mercancía, la retirará y tendrá que establecer una garantía para cubrir la ausencia del conocimiento de embarque; si no lo hace se producirán gastos de almacenamiento. El comprador con solvencia y moralidad conocida, valora su prestigio y las complicaciones y gastos que le originen este tipo de actuaciones, y se volverá a otro suministrador más flexible y conocedor de estas realidades comerciales.

En cuanto a la seguridad de la venta a través del factoring, en lo que se refiere al exportador, es como si vendiera en el mercado nacional, pues es su factor el responsable ante él, y - - - -

en el caso de que haga uso de su anticipo, ha convertido su venta en una venta al contado.

El riesgo de modificación de paridades no existe si factura en moneda nacional. Sin embargo, si se hace en moneda extranjera, e interesa obtener del factor importador un anticipo, tendríamos nuevamente cubierto el riesgo de una devaluación de la moneda extranjera o una revaluación en la paridad de la moneda nacional.

Así pues, el factoring ofrece una solución única y con plena garantía para el que quiera vender en los mercados exteriores de acuerdo con las condiciones que son habituales en los mismos. Por la agilidad y seguridad que ofrecen, también la gran empresa puede encontrar idóneos estos servicios en sus ventas al exterior.

Para terminar éste apartado, señalemos la existencia, hoy en día, de cuatro cadenas internacionales de factoring, cuyos miembros ofrecen a sus clientes exportadores los servicios de factoring para sus ventas al exterior. La más numerosa es Factors Chain International, con 36 miembros y ramificaciones en 16 países. Le sigue International Factors que agrupa a 21 miembros, extendidos en otros tantos países. A continuación viene Heller con 18 miembros, uno por país, como en el caso anterior. Finalmente, Credit Factoring International Ltd. que cubre con delegaciones a 10 países. La mayoría de los factores, son sociedades filiales de bancos locales, o bien están relacionados con prestigiosos grupos financieros.

4. ESTUDIO CRITICO DEL FACTORING

En vista de la reciente introducción de ésta actividad, se produce en torno a ella una polémica entre sus valedores y aquellos que objetan seriamente sobre su utilidad. Veamos lo que se dice de una y otra cosa:

Ventajas del Factoring:

El factor subraya que los servicios que ofrece son de doble naturaleza: los que son normalmente función de la empresa (administrativos de investigación y concesión de riesgo, contabilidad de ventas y control de riesgos y cobranzas) y aquellos de cobertura de riesgo y financiación que deberá buscar fuera.

Por tanto, al estar todos ellos englobados en una sola empresa - el factor, se obtiene una indudable simplificación, hoy en día - no es preciso alargarse en argumentaciones sobre las ventajas de la especialización, pero el empresario que contratara los servicios de una oficina de información comercial, los de una empresa de tratamiento de datos contables, los de una compañía, de seguros de crédito, los de un banquero y los de un despacho de gestión de cobro de créditos morosos, encontrarán sin duda, que los costos parciales se elevarían con mucho sobre los de Factoring, pero aún y todo, el empresario se enfrentaría con serios problemas de coordinación.

El rasgo principal del factoring y su justificación además es, - la estrecha combinación de un servicio y de una financiación en la cual el elemento de servicio constituye la base de financiación. Por tanto, la función esencial del factor, es facilitar englobados servicios en gran escala que, sin él aparecerían dispersos y sólo quedarían atendidos a costos colectivos más altos.

Pero además, el factor señala que sería impropio ver tan solo en su actividad, una simple suma de servicios a costos asequibles, puesto que el factoring bien utilizado es en sí un programa para conseguir la expansión y prosperidad.

- El factoring, es una fórmula de simplificación de la empresa que permite a sus animadores concentrarse en la parte verdaderamente creadora de la misma: el diseño del producto, su fabricación, el control de su calidad y su venta.
- La empresa sustituye una multitud de compradores por uno sólo, el factor, y de éste, a su opción, cobra al contado. De esta forma, la rotación que puede imprimir a su negocio es muy superior, y cuanto más lo haga, mayor será su expansión, y consecuentemente su beneficio.
- La empresa cuenta con una fuente automática de liquidez y robustece su balance. Ello da origen a una serie de ventajas de programación muy interesantes, sin olvidar que la liquidez le permitirá pagar más pronto y acogerse a los descuentos por pronto pago que rebajarán los costos en cuantías nada despreciables.
- Para el exportador, el factoring no es sólo el vehículo más racional de llevar a cabo las operaciones del exterior, sino que a veces representa - en los países en que estos servicios son suficientemente conocidos - una forma de acreditar el producto.

Objeciones al Factoring:

Es natural, que todo producto o servicio tenga sus objetores y más aún cuando la industria que lo vende presenta novedad -

en el país en que trata de abrirse paso. Las principales objeciones que al factoring se hacen son las siguientes:

- a) Su costo
- b) Si el criterio evaluador de riesgos por el factor, es conservador, el cliente terminará vendiendo menos, -- cuando proyectaba vender más.
- c) El comprador supondrá que si su proveedor acude a una sociedad de factoring, es porque atraviesa una crisis financiera, y temerá por la continuidad en los suministros.
- d) El comprador temerá depender de un tercero en las compras que realiza a crédito.
- e) El cliente, en fin, piensa que ha perdido libertad o el total control de la empresa.

Excepto la primera que es una incógnita que se despeja con papel y lápiz, nos encontramos con una serie de reservas mentales, que solo el tiempo y la experiencia que se vaya recogiendo permitirán disipar totalmente.

En respuesta a lo anterior, el factor aclara:

- a) En cuanto al costo, arguye, que la acumulación de gastos que el cliente elimina, excede con mucho a su comisión:
 - Los de agencia informativa
 - Los de personal preparado para la concesión de crédito.
 - Los de mantenimiento de una contabilidad de ventas
 - Los de recuperación de morosos
 - Los de fallidos

que por otra parte, las desiciones de aprobacion de credito son más rápidas y que la liquidez proporcionada y bien utilizada, le llevará atropar un costo en un ingreso. Bien mirado se puede apreciar que se substituyen en costos estructurales - pesados es época de recesión -por otros de naturaleza proporcional al volumen de las ventas.

- b) El criterio evaluador de riesgos del factor es tan comercial, como el de la empresa y por ello dos razones el factor sabe si contiene las ventas de su cliente, - éste lo será por un mínimo de tiempo; por otro lado, - la mayor facturación del cliente beneficia proporcionalmente al factor. Esto último, no quiere decir que apruebe ventas de forma indiscriminada, pero es que - el factor, aún con márgenes más pequeños que los del cliente, reposa en una diversificación superior y con fía en una gestión de recuperación de morosos más efi cíz, por más profesional. Claro está que el factor re chaza operaciones, pero cuando lo hace, no impide al cliente que realice una venta en la que todo mundo -- cree, o bien que le interese aún con todos los ries-- gos que comporte (piénsese por ejemplo, en la venta -- de restos: un modelo que va a dejar de producirse).
- c) Los compradores, si bien pueden desconocer el conte-- nido del factoring, saben apreciar los apoyos y afi-- liaciones de las sociedades del factoring y pronto - comprenderan que obtener su colaboración, es un robus-- tecimiento de la solvencia del vendedor.
- d) El comprador cumplidor de sus obligaciones, no abriga temor alguno, al revés, sabe que si se acredita tam--

-bién con el factor, ello le es favorable puesto que éste sirve a un buen número de suministradores y aumentará su base de crédito.

- e) La pérdida de control es, como si dijéramos, una barrera psicológica que unos levantarán en mayor medida que otros y que no deja mucho resquicio a la argumentación. El empresario presiente como si fuera a dejar escapar una parcela de su dominio, y si bien hay una lógica que le hace admitir la conveniencia de los principios de delegación y colaboración que el factoring comporta, es el que ello vaya acompañado de un derecho a información a favor del factor lo que suscita en el reparos. Sin embargo, no tardará en comprender que tal derecho es una necesidad, por cuanto " clientes y factores son solidarios de la misma causa: la buena marcha de la empresa ".

Se dice que el factoring, es generador de inflación. Precisemos a éste respecto que el factor no proporciona financiación alguna al público y tampoco los comercios obtienen, mercado al factoring, plazos superiores a los habituales al sector en que operan. En cuanto a los suministradores clientes del factor no reciben otra facilidad que la liquidación inmediata de unas ventas reales, y ello, efectivamente, origina una mayor rotación a igual inversión pero esto no puede sino señalarse entre los rasgos positivos del factoring que tiende a la mayor productividad de unos mismos bienes.

En realidad el factoring, no es un medio de financiación, sino un instrumento de gestión financiera, y es ésta la diferencia que las sociedades de factoring deberán tratar de comprender.

En nuestro país, en el que la letra de cambio juega un papel tan importante en el comercio, parece que el factoring tendrá -

una acogida más lenta por cuanto el descuento en letras por parte de la banca, es la fórmula de crédito más clásica y utilizada. En otros países, donde el descuento tiene fuerte arraigo, se ha objetado que el factoring no aporta nada nuevo y de hecho hace competencia a la banca. Sobre éste punto, estimamos que si bien es cierto que existen parecidos, no lo es menos, que son los más puntos en los que se distancian. El Banco de Bruselas, así lo entiendo y precisa: " los bancos que tienen intereses en sociedades de factoring, y son numerosos, lo juzgan diferentemente: piensan, por el contrario, que sus actividades son complementarias. Es un buen número de puntos, la perspectiva y la técnica del banquero y del factor son diferentes ". ¿ Que banco aceptaría movilizar, sin recurso contra el vendedor, el conjunto de las cuentas corrientes de éste ?.

El hecho de que en la mayoría de las sociedades de factoring encontremos a bancos con su accionariado, realizando una señalada labor promotora, parece avalar la teoría de la complementariedad. Sin embargo, no por ello los factores van a encontrar un camino fácil y estimo que en nuestro país, será preciso que pase el tiempo y se esfuercen en divulgarlo para que su actuación pueda representar un porcentaje señalado entre las fuentes de crédito.

5. CONOCIMIENTO Y USO DEL FACTORING EN NUESTRO PAIS

Hoy en México existen ya florecientes empresas de FACTORING, y se ha comprobado su gran utilidad para la mediana y pequeña empresa. Así mismo, la actitud de los factorantes ha sido muy singular. Por un lado hay quien adopta la cesión y practica el Factoring dentro del marco jurídico que la legislación mexicana ha establecido para tal efecto. Por el otro, hay quien se ajusta a una figura totalmente diversa a las corrientes señaladas, y practica el factoring basándose en los preceptos legales creados para el DESCUENTO EN CREDITO EN LIBROS O FACTORING CON RECURSO como se le suele también llamar.

Es cierto, como ya lo hemos señalado, que tanto el factoring como el descuento de crédito en libros, tienen puntos muy interesantes en que son afines, pero también características particulares que los diferencian totalmente.

No se niega la posibilidad de una figura jurídica tomando como base los elementos de otra ya existente, pero esto no debe implicar que la naciente pierda sus particularidades, que son precisamente, las que le dan origen, para ajustarla totalmente a las características de la anterior; ya que en éste caso no tendría objeto crear una nueva figura, porque perdería su propia finalidad al equiparse con la de la ya existente; es como si únicamente se realizara un cambio con el nombre de la figura, quedando intacto el fonsó.

De ésta forma si el espíritu del factoring, al conceder financiamiento por la venta a crédito que realiza el comerciante con su cliente, estriba en que el factorante: a) No tenga acción cambiaria en vía de regreso en contra del acreedor original; b) Correr por su cuenta el riesgo del incumplimiento del deudor; y c) Practicar su función sin tener la necesidad de -

constituirse en una institución de crédito autorizada; al operar como DESCUENTO DE CREDITO EN LIBROS, perdería prácticamente estas finalidades, y entonces, el factorante: a) Tendría acción cambiaria en vía de regreso en contra del acreedor original, b) En consecuencia, , ya no correría con el riesgo del incumplimiento del deudor; y c) Para practicar su función tendría que constituirse en una institución de crédito autorizada -- (artículo 290 de la Ley General de Instituciones de Crédito).

¿ Que caso tendría que el descuento de crédito en libros se denominara FACTORING, si éste último ya no operaría como tal ? y si así fuera, ? Acaso desaparecería el descuento de crédito en libros, que también tiene su razón de ser, su filosofía, su espíritu, su particular finalidad ?.

Se considera que esa no es la intención, sino el tratar de ajustar una figura con la otra. Pero desde el momento que el descuento de crédito en libros no puede perder sus peculiaridades ni será conveniente que el factoring perdiera las suyas.

En nuestro país, en el que la letra de cambio y el pagaré juegan un papel tan importante en el comercio, parece que el factoring tendrá una acogida más lenta por cuanto el descuento de letras por parte de la banca, es la fórmula de crédito más -- clásica y arraigada. Sin embargo como anteriormente se menciona existen ya florecientes empresas en nuestro país que practican el FACTORING en sus modalidades, y de una manera enunciativa podemos señalar a: FACTORING SERFIN, S.A. FACTORING BANAMEX, S.A., FACTORING BANCOMER, S.A. ENTRE OTROS.

El hecho de que la mayoría de las sociedades de FACTORING encontremos a bancos en su accionariado, realizando una señalada labor de promoción, parece avalar la teoría de complementariedad. Sin embargo no por ello los factores van a encontrar un -

camino fácil y estimamos que en nuestro País, será preciso que pase el tiempo y se esfuercen en divulgarlo para que su actuación pueda representar un porcentaje señalado entre las fuentes de crédito. Sin embargo la lentitud presumible en el progreso de la actividad es saludable y sin duda permitirá que su base sólida, y, en definitiva, ello llevará a realizarse como un medio eficaz para la expansión de la mediana y pequeña empresa, sin olvidar a todo tipo de empresas en operaciones de exportación.

Independientemente de lo anterior, éste sistema tiene a su favor, de que hoy en día, en el mundo moderno de los negocios, se observa que cada día se utiliza menos la LETRA DE CAMBIO Ó PAGARE para cubrir compra-ventas de mercancías o servicios, a menos de que se trate de operaciones a mediano o largo plazo, derivadas de ventas de productos de consumo duradero.

Así éste instrumento tan utilizado hasta ahora, va siendo cada día relegado a operaciones especiales para ventas a largo plazo. Es sabido por lo general, entre más importante es la empresa compradora más renuente será a suscribir un título de crédito para cubrir sus compras. Esto es natural; entre más grande sea un comprador, más alejados estarán los apoderados de la línea puramente operativa, a la que pertenece un departamento de compras. ¿ Qué más decir si el comprador es una empresa descentralizada, un PEMEX, una CFE o una Secretaría de Estado ?.

En otras palabras, por lo general son las empresas más pequeñas o más débiles las que suscribirán títulos de crédito, siendo además las que menos compran y las que serían riesgos más inciertos. Se necesitará, además, una línea de crédito bancario para DESCONTAR esos documentos. Y el descuento de ellos implica una disposición de esa línea, que ya no podrá ser utilizada en esa medida par poder cubrir otras necesidades de crédito.

-to.

En nuestro país, las empresas de FACTORING establecidas en su mayoría practican el Descuento de Crédito en Libros, principalmente cuando el cliente aún está iniciando operaciones, con el objeto de tener una mayor experiencia acerca, de los clientes-del cedente, para posteriormente estar es posibilidades de poder seleccionar con un mínimo de riesgo las cuentas que puede-adquirir en propiedad, es decir para llevar a cabo el sistema-de Factoring Puro.

No existe restricción alguna, respecto al tipo de empresas -- que pueden utilizar este sistema, en nuestro país es utilizado por la empresa mediana en mayor proporción que la pequeña y -- grande empresa, no importando el giro de las mismas, sino que-realicen ventas con carácter repetitivo de crédito.

CAPITULO V

LA PARTICIPACION DEL LIC. EN CONTADURIA EN EL FINANCIAMIENTO
DE CUENTAS POR COBRAR.

1. EL LICENCIADO EN CONTADURIA

La necesidad social que debe satisfacer este profesional, es la exigencia universal y constante que tienen personas y entidades de información financiera idónea para tomar decisiones, para -- cumplir obligaciones legales fiscales, o para ejercitar control sobre sus bienes, derechos o patrimonio.

La definición de los profesionales de la Contaduría, es una tarea necesaria para que entraña una grave dificultad; la imposibilidad de prever con exactitud las necesidades y características de la sociedad en el futuro y por lo tanto las posibles salidas ocupacionales, a fin de establecer el plan de estudios y los métodos pedagógicos que permitan su logro.

La profesión de Licenciado en Contaduría siempre ha estado ligada a la información financiera que se tornó imprescindible dentro del desarrollo de la economía capitalista y de la forma dineraria del valor. Apareció en la escena histórica cuando hubo una demanda ocupacional concreta para que una persona experimentada en el movimiento financiero con criterio lógico y conocimiento de matemáticas, pudiera oír la rendición de cuentas y -- opinar sobre su corrección. Con el curso del tiempo y con el desarrollo de la economía moderna, esa actividad se difundió -- hasta convertirse en la del Contador Público, profesional independiente, que ahora tiene como función distintiva opinar sobre la corrección de la situación financiera reflejada por los estados financieros de una empresa. Para emitir ésta opinión, necesita una serie de conocimientos y prácticas que respaldan el valor de la misma. Los planes de estudio tradicionales se orientaron esencialmente hacia esa función de dictaminación, que hoy - en día, es el factor determinante de la imagen del Licenciado en Contaduría.

Otra concepción muy difundida es aquella que identifica a éste-

- Licenciado como registrador de las operaciones y agente fiscal de una empresa.

El Licenciado en Contaduría Pública tiene los conocimientos - universales de un profesional en su ramo, para prestar servicios a las empresas que persiguen fines lucrativos, no lucrativos y en la misma administración pública de cualquier país; - por lo tanto si hay Contaduría, Administración, Consultoría, - etc. Hay Técnicas, y si hay técnicas debe haber profesionales - que las conozcan y las apliquen.

Con el objeto de ofrecer mayores garantías de solvencia moral - y establecer normas de actuación profesional, el Instituto Mexicano de Contadores Públicos expidió en los últimos años de - la década de los veintes un código de ética profesional.

En su elaboración, se han reconocido la existencia de varios - principios de ética aplicables directamente a nuestra profe--- sión. Se estima que estos principios representan la esencia de las intenciones de la profesión para vivir y actuar dentro de - la ética y se han agrupado en cuatro rumbos fundamentales.

Con el objeto de destacarlos y de hacer una rápida referencia - a ellos en cualquier momento, son los siguientes:

- La definición del alcance del propio código
- Las normas que conforman la responsabilidad del -- profesional frente a la sociedad.
- Las normas que amparan las relaciones de trabajo y de servicios profesionales.
- La responsabilidad hacia la propia profesión.

Dentro del mismo código de Etica Profesional se señalan las - normas relacionadas con el tipo de actividad que desarrolla y-

por último las sanciones que pudieran aplicarse al Contador Público en el ejercicio de su profesión.

EN SU ASPECTO EMPRESARIAL, NACIONAL Y SOCIAL.

Con respecto al medio empresarial en que se desenvuelve el Licenciado en Contaduría, es conveniente destacar antes que nada la importancia de la actuación de éste profesional en los últimos años, dentro de los diversos sectores de la sociedad su función no se circunscribe como antaño al aspecto contable, pues cada día se van precisando con mayor claridad sus servicios profesionales que presta a las empresas en la cual tiene conocimientos, habilidades, experiencias, responsabilidades, etc., que lo capacitan para desarrollar trabajos de muy diversa índole dentro de los negocios, no necesariamente ligados con la contabilidad. Ya que su preparación actualmente permite ofrecer servicios tales como planeación financiera, mercadotecnia, recursos humanos, sistemas procedimientos, producción, relaciones públicas, etc. En su carácter de profesional independiente es donde se puede apreciar el alcance de su intervención en las empresas como Consejero, Asesor, Organizador, Auditor, Administrador, etc.

ASPECTO NACIONAL. El Licenciado en Contaduría efectúa aplicaciones de las técnicas modernas de administración, computación electrónica, presupuestos, contabilidad administrativa y gubernamental, interpretación de los estados financieros, etc., si bien es cierto benefician en forma directa a la empresa al lograrse mayor eficiencia de la misma, que lógicamente se traduce en mejores resultados en las operaciones de la empresa.

ASPECTO SOCIAL. Finalmente en su aspecto social el Licenciado en Contaduría, ya sea que actúe independientemente o como ejecutivo, funcionario, gerente, director, ha de provocar en las

empresas e instituciones cambios de diversas índole, como consecuencia de los nuevos sistemas de Administración y Operación que se implanten. Sin embargo, paralelamente a los problemas de carácter técnico a que tenga que enfrentarse este profesional, existen problemas humanos, sociales, económicos, políticos, provocados por la convicción del hombre de que puede, y debe, tener mayor libertad para actuar en el medio social que le exige la sociedad.

2. EL SERVICIO PROFESIONAL DE LA CONTADURIA PUBLICA

Los campos de acción de la Contaduría Pública en éstos últimos años se han extendido considerablemente en el ámbito de su práctica profesional, el ritmo que demanda el progreso de la ciencia, la tecnología, la industria, la economía, el comercio, la inflación y ante la creación de nuevas empresas, conduce a la Contaduría Pública, a una vasta expansión de los servicios que presta esta profesión a los diversos sectores de la sociedad.

Tradicionalmente los servicios del Licenciado en Contaduría han estado enfocados al área de la información de carácter financiero, al examen de los estados financieros, la organización de sistemas de contabilidad, costos y recomendaciones para mejorar los métodos de control, etc.

Ahora actualmente se notan las imperiosas necesidades de las empresas, por lo tanto no es posible mencionar en forma limitativa las áreas que abarca la Contaduría Pública, pues cada día son más los campos de acción en los que interviene el Licenciado en Contaduría y en los que son requeridos sus servicios profesionales. Por lo anterior, a continuación solo se enuncian las principales áreas donde interviene la Contaduría Pública:

- A) ORGANIZACION. Tiene por objeto estructurar los planes que van a ser seguidos dentro de las empresas para el establecimiento de:
 - Sistemas Administrativos
 - Sistemas Contables
 - Sistemas de Control Interno
 - Intervención en Contratos Laborales
 - Reorganización de Empresas.

- B) ADMINISTRACION DE EMPRESAS. Se refiere a la planeación de toda empresa, tanto por lo que se refiere a su es--

-estructura como a su funcionamiento en la cual se incluirán diversos tipos de planes como son los relativos a Planeación de Actividades, Sistemas Básicos de Operación, Administración de Personal, Proyección de la Empresa etc.

C) FINANZAS. Planeando, dirigiendo y evaluando los resultados de las operaciones monetarias de la empresa en:

- Elaboración de Plan Financiero, Control, Liquidaciones de impuestos y seguros.
- Tener relaciones financieras, Custodia de fondos e inversiones, crédito y cobranzas.
- Contabilidad general y de costos
- Auditoría Interna, Externa, Administrativa, Operacional Sistemas y Procedimientos, Planes y Presupuestos.
- Estructuración, aplicación, distribución, y control de capital.
- Análisis e interpretación de Estados Financieros
- Evaluación de Proyectos de Inversión
- Reexpresión de Estados Financieros

D) ASESORIA A LA GERENCIA EN:

- Posición en el mercado
- Recursos Físicos y Financieros
- Organización y productividad del negocio
- Relaciones Humanas
- Estrategias Financieras Fiscales

E) REGIMEN FISCAL. Trámites entre las autoridades fiscales, Estudios, Planeación Fiscal a corto y largo plazo. Consultas de tipo fiscal, Dictaminar para efectos fiscales y análisis y evaluaciones de las obligaciones impositivas.

- G) LA CONSULTORIA. Respecto a ésta área, el Licenciado en Contaduría Pública tiene en su labor fases muy importantes desde el punto de vista administrativo y su intervención es necesaria, independientemente de las corrientes u opiniones de otros autores en relación a ésta actividad, y mencionaremos también, en forma enunciativa los servicios administrativos que puede prestar este profesional, más los ya anotados anteriormente:
- 1) MERCADOTECNIA. Para desarrollar estudios de mercados, administración de ventas y Estudios de Publicidad.
 - 2) ADMINISTRACION DE PERSONAL EN CUANTO A:
 - Organización, Administración, Funciones y Servicios - de Asesoría al Departamento de Personal.
 - Valorización de la Administración de Personal
 - Contrato colectivo de trabajo
 - Capacitación y Adistramiento de Personal.
 - 3) SISTEMAS Y PROCEDIMIENTOS EN CUANTO A:
 - Desarrollar sistemas para todas las áreas de la empresa incluyendo a las máquinas de computación electrónica y su desarrollo de operación.
 - Asesoría sobre procedimientos en las áreas administrativas.
 - Proyectos de equipos computacionales
 - Desarrollo y entendimiento de programas.
 - 4) REORGANIZACION DE PLANTAS INDUSTRIALES EN CUANTO A:
 - Implantar un sistema administrativo de producción
 - Desarrollar nuevos sistemas y elaboración de planes - por fechas en que se han de ejecutar los trabajos.

-Situaciones legales, fiscales, laborales, obra civil, evaluación financiera, requerimientos y disponibilidad de inversión en la construcción de una nueva planta.

5) LABOR DOCENTE EN LA EDUCACION CONTINUA EN:

- Catedrático a nivel profesional
- Asesor de Tesis profesional
- Sinodal de exámenes profesionales
- Investigador a lo referente a temas de la contaduría pública
- Intervenir en modificaciones de programas de estudios a nivel superior de los Institutos y Universidades.
- Desarrollar funciones administrativas en los Institutos y Universidades.
- Intervenir como conferencista en temas de la Contaduría Pública, etc.

3. PARTICIPACION DEL LIC. EN CONTADURIA

Si partimos de la base de la necesidad social que debe de satisfacer el Lic. en Contaduría, que es la exigencia universal y constante que tienen personas y entidades de información financiera - idónea para tomar decisiones; independientemente de la situación - en la que se encuentre, es decir, si actúa en forma independiente o como funcionario, gerente, Director de una empresa, es conveniente que tenga conocimiento en que consiste y como opera el factoring para poder recomendar su uso o utilizarlo en su empresa si así lo cre conveniente.

Debemos de recordar que el Lic. en Contaduría en su papel de Administrador Financiero, es la persona que desempeña una función básica en la planeación de las necesidades y usos de una empresa, - obteniendo fondos necesarios y aplicándolos para fines rentables.

Ante una gran demanda y escasos recursos de capital, las empresas se encuentran con magníficas oportunidades de vender bien, pero - con líneas de crédito ocupadas ya totalmente en financiar activos fijos o fortalecer su capital de trabajo o ante banqueros cautelosos que no están dispuestos a prestar mas que dentro de ciertas - relaciones de balance, por ustedes bien conocidas, la respuesta - es la pignoración de las cuentas por cobrar o su venta, sistemas - que les van a permitir que puedan lograr incrementar notablemente su capital de trabajo, dándole una importante aceleración a su ciclo dinámico: PRODUCCION - VENTA - COBRANZA.

De lo anterior, podemos concluir que el Lic. en Contaduría esta - recomendando una fuente automática de liquidéz y robustece su balance, como se presentó en el capítulo anterior. Ello da origen a una serie de ventajas de programación muy interesantes, sin olvidar que la liquidéz le permitirá a la empresa pagar más pronto y - acogerse a los descuentos por pronto pago que rebajarán los costos en cuantías considerables, entre otras de las muchas ventajas

que ofrece éste sistema.

Lo anterior, debido a que todo está englobado en una sola empresa, el Factor, de lo que se obtienen una indudable simplificación. Hoy en día no es preciso alargarse en argumentaciones sobre las ventajas de la especialización, pero el empresario que contratara los servicios de una oficina de información comercial los de una empresa de tratamiento de datos contables, los de una compañía de Seguros de Crédito, los de un banquero y los de un despacho de gestión de cobro de créditos morosos, encontrará sin duda, que los costos parciales se elevarían sin duda en mucho sobre los de la utilización de Factoring, pero aún y todo, el empresario se enfrentaría con serios problemas de coordinación.

Su amplio conocimiento sobre éste sistema y de las características el mismo, le permitirán al Licenciado en Contaduría poder realizar la comparación con otras fuentes, y así determinar en base al resultado de su estudio, la fuente de financiamiento que resulte más adecuada para la empresa.

CONCLUSIONES

En la actualidad el recurso más escaso en las empresas es el financiero, de ahí que cualquier financiamiento debe de ser planeado para que pueda traducirse en base para el desarrollo económico de las empresas. La planeación adecuada logrará optimizar el financiamiento y proporcionar el impulso necesario a la empresa para alcanzar sus metas y objetivos y así minimizar hasta donde sea posible los fracasos.

El objetivo de la administración financiera es aprovechar al máximo los recursos financieros disponibles manteniendo la liquidez y elevando la productividad del negocio. Para lograr lo anterior debe existir un buen plan financiero que permita tomar decisiones razonables y oportunas sobre las cantidades que se requieran para el funcionamiento satisfactorio de la empresa, las fuentes a las cuales se debe acudir y los renglones en los que se invertirán los excedentes. La elaboración de planes financieros debidamente integrados y coordinados, representa una gran ventaja al permitir reaccionar oportunamente ante cambios súbitos.

Para solucionar el problema de fondos el Administrador Financiero debe de analizar minuciosamente entre las diversas fuentes de financiamiento y elegir la o las más adecuadas para la empresa en cuanto a costo y condiciones.

Las empresas con el objeto de atraer nuevos clientes y conservar los actuales realizan ventas a crédito originando las cuentas por cobrar.

Esto les permite alcanzar un nivel más alto de ventas que el que podrían efectuar al operar con base en ventas al estricto contado.

Por lo tanto, podemos mencionar, que la cobranza de las mismas constituye la principal fuente de ingresos de un negocio que efectúa sus operaciones a crédito. En vista de lo anterior es necesario que los saldos de las cuentas por cobrar están formados por operaciones sanas, lo cual se logra mediante una adecuada administración de éste rebglón pues el objetivo de la misma es la conseción de créditos en las condiciones más favorables para el negocio y su oportuna recuperación. Ello se logra mediante el establecimiento de políticas de crédito, condiciones de crédito y políticas de cobro adecuadas.

Se conoce que mientras más pronto una empresa convierte en caja sus cuentas por cobrar es necesaria menos caja para sus operaciones. Y, como en la mayoría de las empresas se encuentra que las cuentas por cobrar representan gran parte de sus activos circulantes, se debe prestar mucha atención a la administración eficiente de las mismas. Además, les permite proporcionarlas como garantía en la obtención de un crédito ó poder utilizarlas como una fuente de financiamiento.

Las empresas pueden utilizar dos técnicas para obtener financiamiento a través de las cuentas por cobrar y que son: La pignoración y la factorización de las cuentas por cobrar, dentro de la primera técnica tenemos al Descuento Mercantil y Descuento de Crédito en Libros o Factoring con Recurso y dentro de la segunda técnica al Factoring puro.

El Descuento Mercantil es una operación crediticia que se realiza con la Banca y que consiste en: La Cesión de propiedad en títulos de crédito provenientes de ventas a crédito, documentos por lo general con Letras de Cambio o Pagarás, de cuyo valor nominal se descuenta en suma equivalente a los intereses que devengarían entre la fecha en que se reciben y la de su vencimiento.

El Descuento de crédito en Libros o Factoring con recurso, es la cesión de las cuentas por cobrar de una empresa no documentadas con títulos de crédito a una financiera denominada Factor, quien quien la anticipa entre el 60% y 80% del valor de las mismas.

La otra técnica que pueden utilizar las empresas es el Factoring puro, que es: Un conjunto de servicios Administrativos y Financieros, que se realizan mediante la cesión de créditos comerciales a corto plazo por su titular, el fabricante o distribuidor, a un intermediario, que es, el factor, que se ocupa de su administración, contabilización, cobro y financiación, el estudio de sus orígenes, del marco en que opera, de sus servicios, de su costo.

El Factor no siempre hace anticipos, pero cuando le son solicitados los hace, descontando intereses un poco más elevados a los que aplica la banca para los créditos instrumentados en letra financiera, por los días que faltan por transcurrir entre la fecha del anticipo y la fecha en que debe pagar a su cliente el importe de las cuentas adquiridas, sobre las que está anticipando.

El factoring al vencimiento, es en el que el factor no hace anticipos; simplemente adquiere las cuentas, las contabiliza, las maneja, las cobra y paga su importe en fechas fijas, contractuales a su cliente. Los servicios del Factoring siempre aligeran las cargas administrativas de una empresa y garantiza la seguridad de su cartera.

Este sistema tiene a su favor, de que hoy en día, en el mundo moderno de los negocios, se observa que cada día se utiliza menos la Letra de Cambio o Pagaré para cubrir compra-ventas de mercancías o servicios a menos de que se trate de operaciones a mediano o largo plazo, derivadas de ventas de productos de consumo duradero.

En nuestro país, las empresas de Factoring establecidas en su mayoría practican el Descuento de Crédito en Libros, principalmente cuando el cliente aún está iniciando operaciones, con el objeto de tener una mayor experiencia acerca de los clientes del cedente, para posteriormente estar en posibilidades de poder seleccionar con un mínimo de riesgo las cuentas que pueden adquirir en propiedad, es decir para llevar a cabo el sistema del Factoring puro.

No existe restricción alguna, respecto al tipo de empresas que pueden utilizar este sistema, en nuestro país es utilizado por la empresa mediana en mayor proporción que la pequeña y grande empresa, no importando el giro de las mismas, sino que realicen ventas con carácter repetitivo.

De lo anterior, podemos decir que el Licenciado en Contaduría en su papel de Administrador Financiero está recomendando como una fuente de financiamiento para la empresa, una fuente automática de liquidez. Ello da origen a una serie de ventajas de programación muy interesantes, sin olvidar que la liquidez le permitiera a la empresa pagar más pronto y acogerse a los descuentos por pronto pago que rebajarán los costos en cuantías considerables, entre otras de las muchas ventajas que ofrece este sistema.

Su amplio conocimiento y características sobre el mismo, le permitirán al Licenciado en Contaduría poder realizar la comparación con otras fuentes y así determinar en base al resultado de su estudio, la fuente de financiamiento que resulte más adecuado para la empresa.

BIBLIOGRAFIA

LA INFORMACION FINANCIERA EN LA ADMINISTRACION

Eduardo Villegas H.

Editorial LARO, 1982.

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACION FINANCIERA

Lawrence J. Gitman

Harle, S.A. de C.V., 1978

MANUAL DEL FUNCIONARIO BANCARIO

Jorge Saldaña Juárez.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Instituto Mexicano de Contadores Públicos

APUNTES DE ORGANIZACIONES

Facultad de Contaduría y Administración

U.N.A.M.

CONTADURIA PUBLICA

Revista del Instituto Mexicano de Contadores Públicos

Abril, 1982.

CODIGO DE ETICA PROFESIONAL

Instituto Mexicano de Contadores Públicos

INFORMACION OBTENIDA EN:

Factoring SERFIN, S.A.

ADMINISTRACION FINANCIERA

Robert W. Johnson

Compañía Editorial Continental, S.A. de México