

**PERCEPCIÓN DE LOS CONTADORES Y/O GERENTES DE LAS MEDIANAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DE BUENAVENTURA A CERCA DE LA
UTILIZACIÓN DEL *FACTORING* COMO ALTERNATIVA DE FINANCIAMIENTO**

**ANGIE MARCELA RENTERÍA CAMPAZ
ANGY LISETH GARCÉS VALENCIA**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTADURÍA PÚBLICA
BUENAVENTURA, 2023**

***PERCEPCIÓN DE LOS CONTADORES Y/O GERENTES DE LAS MEDIANAS
EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DE BUENAVENTURA A CERCA DE LA
UTILIZACIÓN DEL FACTORING COMO ALTERNATIVA DE FINANCIAMIENTO***

**ANGIE MARCELA RENTERÍA CAMPAZ
ANGY LISETH GARCÉS VALENCIA**

PROYECTO DE GRADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO

**ALEXANDER ZAMORA RUIZ
Asesor de Trabajo de Grado
Contador Público especialista en Gerencia Financiera**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTADURÍA PÚBLICA
BUENAVENTURA, 2023**

Nota de aceptación:

Firma del presidente del Jurado

Firma del del Jurado

Firma del del Jurado

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico a mi madre, **MARIA LIGIA VALENCIA** por todo su amor y sacrificio, quien me ha enseñado a ser una mujer fuerte y es mi motor y motivación para lograr todas mis metas.

ANGY LISETH GARCES VALENCIA

Este trabajo de investigación se lo dedico a **DIOS** por permitirme estar en este mundo con vida, a mi madre **MARIA JENNY CAMPAZ** por creer en mi siempre y brindarme su amor, a mi esposo **RAFAEL EDUARDO SALAS** por su apoyo incondicional, sin ellos no lo hubiese podido lograr.

ANGIE MARCELA RENTERIA CAMPAZ

AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a Dios por la vida, la fortaleza y la oportunidad de haber cursado esta carrera en la Universidad del valle la cual me deja mucho aprendizaje y me ha permitido crecer personal y profesionalmente.

Gracias infinitas a mi madre por todo su apoyo y motivación incondicional, lo que me ha ayudado a no rendirme ante todas las adversidades.

Por último y no menos importante, agradezco en general a todos los profesores y compañeros que hicieron parte de mi formación, quienes nutrieron mis conocimientos, fueron una fuente importante de apoyo y orientación y aportaron a mejorar aspectos de mi vida.

ANGY LISETH GARCES VALENCIA

Primordialmente agradezco a DIOS por mi maravillosa vida, a la UNIVERSIDAD DEL VALLE por la oportunidad de formarme, a los profesores y compañeros que me ayudaron a crecer tanto de manera personal como profesional.

Agradezco a mi madre y familia en general quienes estuvieron pendiente de mi proceso educativo, a mis amigos en especial a EDGAR LEON por todo su apoyo, sus ganas y deseos de que me preparara para un mejor futuro, agradezco a mi esposo EDUARDO SALAS por darme su apoyo y las condiciones favorables para que pudiera dedicar tiempo a mis estudios.

ANGIE MARCELA RENTERIA CAMPAZ

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo analizar la percepción de los gerentes y/o contadores de las medianas empresas del sector comercio del distrito de Buenaventura, para lograr esto se emplearon fuentes de información primaria y secundaria que permitieron recolectar información teórica y técnica acerca del tema de investigación y a su vez, datos puntuales del conocimiento y opinión de la población objeto de estudio sobre el *Factoring* como herramienta financiera.

La investigación fue ejecutada desde un enfoque mixto el cual integró técnicas de recolección cualitativas y cuantitativas que permitió recolectar información por medio de entrevistas y encuestas, con lo que posteriormente se realizó la tabulación de los resultados, lo que hizo posible que se ejecutara un mejor análisis y comprensión de los conceptos y percepciones que se tiene desde las medianas empresas del sector comercio del distrito de Buenaventura a cerca del *Factoring*.

Con los resultados obtenidos se pudo apreciar que los contadores y gerentes que participaron en esta investigación, en su mayoría, tienen una percepción favorable del *Factoring* y lo reconocen como una herramienta financiera que puede ser útil para las empresas en ciertas circunstancias en las que su tipo de negocio lo requiera. Así mismo, coinciden en su mayoría, en que hay poca información disponible sobre el tema, lo que ocasiona el desconocimiento de esta herramienta por parte de los empresarios y contadores por lo cual aluden a que exista mayor difusión y promoción del *Factoring* para que esto contribuya a una mayor utilización de éste.

Palabras claves: *Factoring*, liquidez, financiamiento, flujo de efectivo.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	11
CAPITULO 1.....	13
1. ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACION	13
1.1. Antecedentes de investigación	13
1.2. Planteamiento del problema de investigación	17
1.3. Formulación del interrogante de investigación	19
1.4. Sistematización del problema	19
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	19
1.6. JUSTIFICACIÓN	20
1.7. METODOLOGÍA	22
CAPITULO 2.....	29
2. MARCO REFERENCIAL.....	29
2.1. Marco contextual	29
2.2. Marco Teórico	30
2.3. Marco conceptual	40
2.4. Marco legal.....	42
CAPITULO 3.....	46
3. DESARROLLOS TEÓRICOS Y TÉCNICOS DEL <i>FACTORING</i> EMPRESARIAL Y SUS IMPLICACIONES PARA LA CONTABILIDAD Y LA GERENCIA	46
3.1. El contrato de <i>Factoring</i>	46
3.2. Contexto, razones que dieron origen a la práctica y adaptación del <i>Factoring</i> hasta la actualidad	47
3.3. Precisiones económicas y técnicas del <i>Factoring</i> : caracterización	49
3.4. Implicaciones del <i>Factoring</i> en la gerencia y la contabilidad.....	51

3.5. Tratamiento contable del contrato de <i>Factoring</i> para la empresa cedente.....	53
CAPITULO 4.....	56
4. CONOCIMIENTO DE LOS CONTADORES Y/O GERENTES DE LAS MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA SOBRE EL <i>FACTORING</i> COMO ALTERNATIVA DE FINANCIAMIENTO.....	56
4.1. Conocimiento sobre el <i>Factoring</i>	59
4.2. Percepción a cerca del <i>Factoring</i>	59
4.3. Contextos y formas de aplicación del <i>Factoring</i>	63
4.4. El <i>Factoring</i> como herramienta de financiación para las medianas empresas.....	65
CAPITULO 5.....	68
5. PERCEPCIÓN DE LOS CONTADORES Y/O GERENTES DE LAS MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA CON RESPECTO AL <i>FACTORING</i>	68
CAPITULO 6.....	81
6. CIRCUNSTANCIAS QUE FAVORECEN O DESFAVORECEN EL USO DEL <i>FACTORING</i> SEGÚN LOS CONTADORES Y/O GERENTES DE LAS MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA.....	81
6.1. Favorabilidad del <i>Factoring</i> desde el componente gerencial y contable.....	82
6.2. <i>Factoring</i> para medianas empresas.....	83
6.3. Desfavorabilidad del <i>Factoring</i> desde el componente gerencial y contable.....	85
CONCLUSIONES	88
RECOMENDACIONES.....	90
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	92

TABLA DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1. Mapa de Buenaventura.....</i>	<i>29</i>
<i>Ilustración 2. Características del Factoring, Ventajas y desventajas, Terminación del contrato y Comparación con herramientas de financiación afines</i>	<i>37</i>
<i>Ilustración 3. Clasificación del tamaño de las empresas</i>	<i>45</i>
<i>Ilustración 4. Instrumento de investigación 1 (entrevista).....</i>	<i>57</i>
<i>Ilustración 5. Tabulación general de resultados de entrevistas</i>	<i>58</i>
<i>Ilustración 6. Instrumento de investigación 2 (encuesta)</i>	<i>69</i>
<i>Ilustración 7. Tabulación general de resultados de encuestas</i>	<i>70</i>

TABLA DE GRÁFICAS

<i>Gráfica 1. El Factoring como herramienta de financiación</i>	<i>70</i>
<i>Gráfica 2. Uso del Factoring</i>	<i>72</i>
<i>Gráfica 3. Contribución financiera del Factoring</i>	<i>74</i>
<i>Gráfica 4. importancia del Factoring</i>	<i>75</i>
<i>Gráfica 5. Utilidad del Factoring</i>	<i>76</i>
<i>Gráfica 6. Poca utilidad del Factoring por la mala cultura de pago</i>	<i>77</i>
<i>Gráfica 7. Poca utilidad del Factoring por desconocimiento sobre el tema...</i>	<i>79</i>

INTRODUCCIÓN

El *Factoring* en Colombia empezó a tomar mayor fuerza desde la expedición de la Ley 1231 de 2008 la cual le otorga la calidad de título valor a las facturas de venta por operaciones hechas a crédito y favorece la actividad de *Factoring* como mecanismo de financiación, lo cual permite que las empresas Micro, Pequeñas y Medianas, tengan una forma de apalancamiento por medio de sus facturas producto de sus ventas a crédito, de manera que contribuya al mejoramiento del flujo de efectivo al generar un recaudo de cuentas por cobrar más rápido y eficiente, al ceder sus facturas de ventas a créditos a una entidad financiera o empresa de *Factoring*.

A pesar de que el *Factoring* se ha establecido como un mecanismo o alternativa de financiación para las MiPymes, debido a las dificultades que tienen estas de acceder a la banca tradicional, es una herramienta que tiene bajo uso debido al desconocimiento que existe sobre ella, pues según cifras de Anif el 35% de las Pymes del sector industrial no utiliza *Factoring* por desconocer el producto, lo mismo que ocurre con el 40% en el sector comercial y con el 42% en las empresas de servicios y se aduce que este desconocimiento se debe en gran parte a la falta de promoción y divulgación de esta herramienta de parte de las empresas que disponen este servicio y las entidades gubernamentales. De acuerdo con lo anterior, estas cifras nos muestran el bajo uso por el desconocimiento del *Factoring* a nivel nacional e intuimos que en la ciudad de Buenaventura también existe desconocimiento de la herramienta para los empresarios y contadores de las medianas empresas. Por lo tanto, resultó interesante conocer de primera mano el conocimiento que existe del *Factoring* en los gerentes y/o contadores de las medianas empresas de Buenaventura y la percepción que tienen frente a esta alternativa de financiamiento lo cual fue posible gracias a la implementación de encuestas y entrevistas que dejaron conocer las opiniones y la imagen que les genera esta alternativa de financiamiento.

La presente investigación, tiene como objetivo el análisis de la percepción respecto al *Factoring* que tienen los contadores y/o gerentes de las Medianas empresas en el distrito de Buenaventura. Para tal fin, se adoptó una metodología de carácter cualitativo y cuantitativo, que proporcionó facilidad para comprender los puntos de vista sobre los cuáles se sustenta la utilización o no de este recurso financiero además del conocimiento que los encuestados tienen sobre el *Factoring*. Así, se realizó una revisión documental que permitiera ampliar la comprensión sobre el *Factoring*, a la vez que entender mejor las circunstancias socioeconómicas locales que están vinculadas en su uso. A través de la revisión documental también se pudo

llegar a conocer las implicaciones que tiene el *Factoring* para la gerencia y para la contabilidad en las empresas, dejando entre ver los beneficios tales como una mejor gestión del tiempo, un uso eficiente de los recursos destinados a los gastos y sobre todo la anticipación de dinero de las ventas y/o servicios realizados a crédito. Sin embargo, también se encontraron algunas características quizás no muy favorables que genera la utilización de esta herramienta financiera, por lo cual es importante que cada entidad realice un estudio profundo para evaluar la implementación o no del *Factoring* de acuerdo con sus necesidades financieras y de mercado. Paralelamente, la revisión documental permitió la identificación de investigaciones relacionadas, ya sea de un contexto semejante o no, que contribuyeron a la comprensión del fenómeno visto desde una perspectiva investigativa a la vez que epistemológica; lo cual aporta a la construcción de mecanismos e instrumentos de recolección de información que favorezcan la creación de conocimiento nuevo.

CAPITULO 1

1. ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACION

1.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

“El *Factoring* como herramienta financiera para las pequeñas y medianas empresas (pymes) del municipio de caldas, Antioquia” (Giraldo Cardona & Sampedro Dávila, 2017)

Trabajo de grado presentado por Daniela Giraldo Cardona y Juan Camilo Sampedro Dávila del 2017 tuvo como objetivo general Evaluar el uso del *Factoring*, como herramienta financiera para las pequeñas y medianas empresas (Pymes) del municipio de Caldas.

Los autores Daniela Giraldo Cardona y Juan Camilo Sampedro Dávila en su planteamiento del problema afirman que el *Factoring* se ha convertido en Colombia en una de las principales fuentes de financiación para las pequeñas y medianas empresas (PYMES), debido a las ventajas inmediatas de generar liquidez sobre las ventas a crédito, con el fin de garantizar la estabilidad y permanencia en el mercado de estas empresas. (Giraldo Cardona & Sampedro Dávila, 2017, p. 7)

Las conclusiones a las que llegaron los autores es que no hay un uso óptimo del *Factoring* como herramienta financiera por parte de las micro, pequeñas y medianas empresas del municipio de Caldas, debido a que estos no conocen del tema, pero se evidencia interés en los empresarios en obtener conocimiento e implementar el *Factoring* como la principal opción al momento de obtener financiación, por ese motivo los estudiantes realizaron una guía metodológica para brindar información sobre el tema. (Giraldo Cardona & Sampedro Dávila, 2017, p. 48)

Para el desarrollo de esta monografía se realizó una investigación por medio de encuestas aplicadas a Pymes del municipio de Caldas para conocer qué fuentes de financiación tienden a utilizar, cuáles son sus inconvenientes al momento de financiarse y cuál es el conocimiento que tienen acerca del *Factoring*.

Esta monografía, es un antecedente útil para el presente trabajo de grado ya que da indicios del conocimiento que tienen diferentes empresarios acerca del *Factoring* en un municipio del territorio nacional y hace que resulte interesante indagar qué

conocimientos tienen de esta herramienta los gerentes y/o contadores de las medianas empresas comerciales en Buenaventura.

Percepción acerca del desempeño del profesional contable de la universidad del valle sede pacifico en las agencias de aduana de la ciudad de buenaventura. (Hurtado Rodríguez D, 2017)

Esta monografía presentada por Diana Marcela Hurtado Rodríguez tiene como objetivo general; Determinar la percepción que tienen los gerentes o administradores de las Agencias de Aduanas del Distrito de Buenaventura sobre el desempeño del Contador Público egresado de la Universidad del Valle Sede Pacífico. (Hurtado Rodríguez D., 2017, p. 16)

Diana Marcela Hurtado Rodríguez en su planteamiento del problema argumenta que se han presentado casos de contadores que han fallado al código de ética, esto ha hecho que muchas personas posean opiniones generalizadas sobre la labor y el buen nombre que ha poseído nuestra profesión, dando lugar a comentarios tales como: “el contador es el de la plata”, “por la plata baila un contador”, “una firma no vale nada, si hay plata de por medio”, “ va ir a la empresa a enriquecerse” y otras expresiones que frecuentemente se escuchan para catalogar a los contadores públicos. (Hurtado Rodríguez D., 2017, p. 14)

Los aspectos metodológicos empleados por la hoy contadora fueron el tipo de estudio cualitativo ya que este le permitía realizar el estudio de la cotidianidad del ejercicio de la profesión contable y determinar si de acuerdo con los gerentes, los contadores ejercían de manera idónea su rol en las Agencias de Aduanas de Buenaventura. Para recolectar la información, la autora empleó las técnicas de análisis documental, entrevista y encuesta que le permitieran recopilar información teórica y las percepciones de la población objeto de estudio. (Hurtado Rodríguez D., 2017, p. 17)

La estudiante dentro de su justificación dice que es relevante conocer cuál es la percepción que tienen los empresarios y/o administradores acerca del desempeño laboral del Contador Público, ya que nuestra idoneidad es la que permitirá el buen funcionamiento financiero de sus empresas y los resultados permitirán establecer desde el punto de vista empresarial la calificación a la labor de dicho profesional, así mismo determinar cuáles son las competencias que caracterizan a estos profesionales, dando a conocer los aspectos positivos en los cuales se deba afianzar y asegurar que permanezcan en el tiempo, como también los aspectos

negativos en los que se deba realizar un plan de mejoramiento. (Hurtado Rodríguez D., 2017, p. 19)

La conclusión a la que esta estudiante llegó corresponde a que se puede decir que las empresas generalmente no basan su elección para seleccionar, contratar o vincular un egresado de una universidad en particular, lo que les interesa es que dicho egresado cumpla con los requisitos exigidos por la empresa, su perfil sea acorde al requerido y el resultado en las pruebas de selección sea satisfactorio; como una última opción para la selección es probable que con los candidatos que quedan en el proceso definitivo se tenga en cuenta el buen nombre que posea una universidad. Los resultados obtenidos muestran que el desempeño laboral del Contador Público de la Universidad del Valle en las agencias de aduanas a nivel general es bueno, además de contar con una actitud proactiva la cual le permite anticiparse a las circunstancias para brindar soluciones y resolver los inconvenientes oportunamente, pero es necesario precisar que en materia de competencia y actualización, que es uno de los principios éticos que debería tener todo contador, los resultados no fueron los mejores según los porcentajes presentados en el desarrollo de esta investigación, esto hace que aunque los egresados hubiesen tenido una buena calificación en materia de desempeño en sus puestos de trabajo, la falta de actualización, posiblemente los dejará incompetentes en el futuro, dejando claro que es fundamental realizar correctivos frente a esta situación. (Hurtado Rodríguez D., 2017, p. 83)

Expuesto lo anterior, consideramos que esta monografía es relevante para nuestro trabajo de investigación ya que su línea metodológica nos proporciona bases para desarrollar esta investigación puesto que se estudia la percepción de un grupo de profesionales del distrito de Buenaventura acerca de un tema en concreto, tal como en esta monografía se estableció estudiar la percepción de los gerentes y/o contadores las medianas empresas comerciales de Buenaventura.

Factoring, una opción financiera para aumentar la liquidez de las pequeñas y medianas empresas (pymes) del sector industrial manufacturero del subsector textil, en la ciudad de Cali. (Bonilla Alonso & Obando Vásquez, 2015)

Esta monografía de Luz Adriana Bonilla Alonso y Maryury Obando Vásquez estableció como objetivo general el analizar el *Factoring* como herramienta financiera, en las empresas PYMES del sector industrial manufacturero, subsector textil en la ciudad de Cali, para mejorar su flujo de efectivo en aras de cumplir con los compromisos y objetivos estratégicos. (Bonilla Alonso & Obando Vásquez, 2015 p. 27)

El problema planteado por las autoras para su trabajo de investigación reside en la necesidad que tienen las empresas de establecer medidas que aseguren el flujo normal de sus operaciones, proporcionen buenas relaciones con clientes internos y externos que le permita tener a la empresa suficiente liquidez para la ejecución de sus operaciones, mejore sus índices de rentabilidad y de esta manera conseguir alcanzar sus objetivos. (Bonilla Alonso & Obando Vásquez, 2015, p. 24)

Entre las conclusiones a las que llegaron las autoras se pueden resaltar las siguientes:

El *Factoring* además de los bajos costos en los intereses, tiene beneficios cualitativos que facilita a la mayoría de las PYMES obtener de forma anticipada efectivo. Adicionalmente se obtiene inclusión financiera, facilitando el ingreso al mercado internacional y se tendría manejo de cartera sin recurrir a costos excesivos por las altas tasas de interés que varían en el mercado y por la administración de esta.

Debido a la obtención de mayor liquidez se puede negociar pagos en menos tiempo con los proveedores y obtener descuentos por pronto pago, reduciendo el costo de adquisición de materia prima y aumentando la rentabilidad y capital de trabajo operativo. (Bonilla Alonso & Obando Vásquez, 2015, p. 74)

Terminan su conclusión las autoras argumentando que es importante que se reconozca el *Factoring* como una herramienta que facilita a las Pymes del sector realizar sus objetivos estratégicos como la administración de los recursos para compra de materia prima de una forma más rápida, sin recurrir a los largos procesos de los créditos, además porque aliviaría la carga financiera y se trasladarían los riesgos de las facturas para obtener solución inmediata de liquidez, en comparación con los créditos a corto plazo, generando dinámica operacional y crecimiento. (Bonilla Alonso & Obando Vásquez, 2015, p. 74)

Esta monografía es útil para la presente investigación ya que proporciona literatura relevante para el tema central además que muestra los efectos financieros que produciría la aplicación del *Factoring*.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Para el año de realización del presente trabajo de grado todo el territorio nacional se encontraba en la etapa de retorno a la normalización de actividades, luego de haber atravesado por todos los sucesos económicos y sociales ocasionados por la pandemia por COVID 19; la cual tuvo lugar a partir de marzo de 2020. Durante ese lapso el flujo de capital se vio impedido por las medidas sanitarias, que además de evitar el tránsito normal de agentes económicos en diferentes espacios sociales, también reconceptualizó las necesidades de los individuos víctimas de la pandemia; lo que provocó el cambio en las lógicas de consumo. Así, muchas empresas tuvieron dificultades para continuar percibiendo sus ingresos, lo que contribuyó a su cierre por la profunda crisis económica. (Revista Semana, 2020)

Para el 31 de diciembre del año 2021, en el distrito de Buenaventura, contexto dentro del cual se adelantó la presente investigación, se registraron 12.912 empresas, de las cuales 7.481 se encontraban matriculadas ante la cámara de comercio de Buenaventura; donde las 5.431 empresas restantes hacían parte de la economía informal. De las 7.481 matriculadas, los sectores que concentraron la mayor cantidad de empresas fueron: en primer lugar, el sector de comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; en segundo lugar, Transporte y almacenamientos; y luego Alojamiento y servicios de comida. Dicho lo anterior, la distribución de empresas según tamaño fue el siguiente: De las 7.481 registradas, 7.294 corresponden a microempresas; 147 a pequeñas empresas; 30 a medianas empresas; y 11 a las grandes. (Cámara de comercio Buenaventura, 2021; p. 10)

Lo anterior denota claramente que el tejido empresarial de Buenaventura está compuesto casi en su totalidad por empresas Mipymes. Por otro lado, es evidente la necesidad de todas las empresas de contar con recursos que les permitan tener un flujo normal y adecuado de sus operaciones, es decir, recursos que le permitan proveerse, vender y cumplir con sus obligaciones, para eso es necesario en ocasiones que las empresas recurran a financiación de terceros pero usualmente se les dificulta acceder al mercado financiero por no tener suficientes garantías para las entidades bancarias, lo que se traduce en posibles cierres de las empresas por no acceder o no tener el conocimiento para acceder a fuentes alternativas como el *Factoring*.

De acuerdo con la revista Portafolios (2018):

“en Colombia se evidencia una problemática con las pequeñas y medianas empresas. Según la Asociación Colombiana de las micro, pequeñas y medianas empresas (ACOPMI), solo un 27% ha podido acceder a créditos bancarios y solo el 3% usaron el *Factoring* como una forma de financiamiento, el citado estudio evidencia un problema de acceso a productos financieros y de desconocimiento de alternativas que les permitan a las empresas sobrevivir e idealmente, crecer. Según Confecámaras, por cada 100 empresas creadas en Colombia, sólo 29 subsisten a los primeros 5 años. Es usual que, debido a las políticas de las grandes superficies, las Mipymes les facturen a 30, 60, 90 o hasta 120 días. Esta espera por el pago de sus productos o servicios hace que las Mipymes tengan problemas de liquidez para responder con las necesidades diarias de su empresa”. Las Mipymes de Buenaventura no están exentas de este escenario.

El *Factoring* es una herramienta de financiación que intuimos, en Buenaventura es muy poco conocida y utilizada, esto puede ser debido a una falta de promoción del servicio. Es de conocimiento general que para las Mipymes conseguir un crédito para financiarse se vuelve algo tedioso y a menudo no lo consiguen o lo consiguen por un valor menor al que solicitaban y esto se convierte en una barrera para el mejoramiento del flujo de efectivo el cual le permite cancelar sus obligaciones ya sea con proveedores o empleados. El *Factoring* es una herramienta financiera que puede contribuir al mejoramiento del flujo de efectivo de las empresas de la ciudad de Buenaventura, por ello es importante indagar sobre el estado de conocimiento y/o utilización de esta herramienta en las empresas medianas del sector comercio del distrito.

Adicionalmente, al hacer un paralelo entre las empresas formalizadas en el año 2020 con las empresas formalizadas en el año 2021 puede observarse una disminución del 5,9%. Esta disminución podría tener su origen en los efectos recesivos que tuvo la pandemia en la economía nacional. Teniendo en cuenta todo lo antes mencionado, y las necesidades investigativas propuestas para este trabajo, la presente investigación propone indagar en las opiniones que tienen los contadores y/o gerentes de las medianas empresas comerciantes sobre el *Factoring*, y las circunstancias que favorecen o desfavorecen su uso.

1.3. FORMULACIÓN DEL INTERROGANTE DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es la percepción que tienen los contadores y/o gerentes de las medianas empresas del sector comercio de Buenaventura a cerca de la utilización del *Factoring* como alternativa de financiamiento?

1.4. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuáles han sido los desarrollos teóricos y técnicos del *Factoring* empresarial y sus implicaciones para la contabilidad y la gerencia?
- ¿Conocen los contadores y/o gerentes de las medianas empresas del sector comercio del Distrito de Buenaventura el *Factoring* como alternativa de financiamiento?
- ¿Cuál es la percepción que tienen los contadores y/o gerentes de las medianas empresas del sector comercio del Distrito de Buenaventura con respecto al *Factoring*?
- ¿Qué circunstancias favorecen o desfavorecen el uso del *Factoring* según los contadores y/o gerentes de las medianas empresas del sector comercio del Distrito de Buenaventura?

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los siguientes son los objetivos que se buscan alcanzar y desarrollar en el presente trabajo de investigación.

1.5.1. Objetivo General

- Analizar la percepción que tienen los contadores y/o gerentes de las medianas empresas del sector comercio de Buenaventura a cerca de la utilización del *Factoring* como alternativa de financiamiento.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Sistematizar los desarrollos teóricos y técnicos del *Factoring* empresarial y sus implicaciones para la contabilidad y la gerencia.
- Identificar si los contadores y/o gerentes de las medianas empresas del sector comercio del Distrito de Buenaventura conocen el *Factoring* como alternativa de financiamiento.
- Conocer la percepción de los contadores y/o gerentes de las medianas empresas del sector comercio del Distrito de Buenaventura con respecto al *Factoring*.
- Analizar las circunstancias que favorecen o desfavorecen el uso del *Factoring* según los contadores y/o gerentes de las medianas empresas del sector comercio del Distrito de Buenaventura.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Los motivos que justifican la realización de este trabajo de investigación corresponden a dos aspectos importantes: en primer lugar, a la necesidad de ahondar en la percepción que tienen los contadores y/o gerentes a cerca de operación de *Factoring* como alternativa de financiación para las MiPymes, teniendo en cuenta las dificultades de este sector para acceder a las fuentes tradicionales de financiamiento. El *Factoring* se ha concebido como una importante herramienta financiera que permite el mejoramiento del flujo de efectivo de las empresas, es por ello por lo que resulta importante determinar qué imagen u opinión tienen acerca del *Factoring* los principales encargados de la dirección financiera de las empresas, especialmente, los contadores de las medianas empresas del sector comercio de Buenaventura. Esto permite también conocer si estos tienen conocimientos de las diferentes herramientas que pueden proponer para brindar soluciones y aportar de manera positiva a la empresa.

Las micro, pequeñas y medianas empresas conforman la mayor parte del tejido empresarial tanto a nivel local como nacional, ahí radica la importancia de que

existan herramientas que contribuyan a su sostenibilidad. Es claro que para que estas empresas generen sostenibilidad necesitan recursos para mantener y fortalecer el curso normal de sus operaciones. En la mayoría de los casos estos recursos deben ser financiados. Por parte del gobierno colombiano han surgido iniciativas para cerrar la brecha de acceso a las fuentes de financiación que tienen las MiPymes, promoviendo el uso de alternativas de financiación. Una de estas iniciativas ha sido el establecer a la factura como título valor (Ley 1231, 2008) y regular la operación del *Factoring* como potente mecanismo de apalancamiento para las micro, pequeñas y medianas empresas del territorio nacional (Decreto 2669, 2012) pues con esta modalidad los empresarios de las MiPymes pueden negociar sus facturas de venta y adelantar el cobro de estas generándoles mayor liquidez y mejorando su capital de trabajo. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos del gobierno nacional de incentivar al *Factoring* como alternativa de financiación que permite el aumento de liquidez en las MiPymes, el porcentaje de utilización de esta herramienta en la actualidad sigue siendo bajo ya que según la Gran Encuesta Pymes 2019, solo el 5% de las Medianas y el 3% de las Pequeñas empresas utilizan al *Factoring* como fuente de financiación. (Asociación Nacional de Instituciones Financieras, 2019, p.30). El porcentaje de utilización por parte de las microempresas es aún más bajo pues según la Gran Encuesta Microempresarial de 2019, solo el 1% de estas empresas utiliza el *Factoring* como alternativa para financiarse. (Asociación Nacional de Instituciones Financieras, 2019a, p.38)

Dicho lo anterior, la utilización del *Factoring* como alternativa de financiamiento podría estar en desuso por componentes de carácter subjetivo; cuya noción pueda estar construida a partir de un imaginario colectivo que permanece difuso, pero que es constante dentro del espacio social en el que se ubican las empresas. Como ejemplo de esto tenemos la poca percepción de ingresos mensuales promedio dentro del distrito, que no favorecerían el uso del *Factoring* dadas la poca capacidad de endeudamiento de los agentes económicos de la ciudad. Así, el presente trabajo se propone identificar la existencia o no de imaginarios como el descrito, contribuyendo a la explicación sociológica en la que se sustentan las decisiones económicas que se llevan a cabo dentro del territorio local.

Por lo anterior expuesto, con este trabajo se pretende determinar cuál es la percepción que se tiene acerca del *Factoring*, el conocimiento a cerca de esta herramienta y los factores que pudieran determinar su uso o no uso según los gerentes y/o contadores de las medianas empresas del sector comercio de Buenaventura.

En segundo lugar, la realización de este trabajo se justifica en la necesidad personal de ejecutar el aprendizaje adquirido a lo largo de la carrera de Contaduría Pública de la Universidad del Valle, para indagar sobre una alternativa de financiamiento que se ha concebido como una herramienta para contribuir a la sostenibilidad para el sector de mayor relevancia de la economía nacional como lo son las medianas empresas.

Durante la revisión documental de antecedentes, se pudo evidenciar la gran ausencia de trabajos investigativos orientados hacia el mismo tema. Esto indica que hay información sobre el *Factoring* que no está documentada, y por ese motivo es menester consignar la presente investigación dentro de los insumos bibliográficos de la sede. Paralelamente, esta investigación supondría un acercamiento a la comprensión de este fenómeno, y favorecería la realización de investigación sobre el mismo tema en un futuro.

De acuerdo con los propósitos de construcción del conocimiento que nos ha brindado la Universidad del Valle en nuestra formación profesional, consideramos que es una labor ineludible generar conocimiento útil y necesario para la sociedad a la que pertenecemos. La labor investigativa que pretende desarrollar este trabajo busca contribuir a la filosofía de creación del saber y resolución de problemáticas que tiene la Universidad del Valle como institución pública, la cual hace parte fundamental del crecimiento intelectual y económico de la región.

1.7. METODOLOGÍA

El conjunto de métodos, procedimientos y técnicas que se aplicó en este trabajo de investigación para alcanzar los objetivos planteados, se describen a continuación.

1.7.1. Tipo de investigación

Para la presente investigación se optó por un método de recolección de datos de orden cualitativo y cuantitativo, al cual se le conoce como método mixto de investigación. Esta decisión se sustenta en los siguientes componentes: Inicialmente, las técnicas de recolección de información de este método permiten la comprensión del fenómeno desde la perspectiva del actor que hace parte de la realidad que se pretende estudiar; eso significa que estas técnicas favorecen la consecución de los objetivos planteados. En segundo lugar, estos métodos

investigativos priorizan la percepción de emociones y otros componentes de la subjetividad humana que estén presentes dentro del objeto de estudio.

Así mismo este método, permite la recolección e interpretación y posterior tabulación de los datos obtenidos a través de los instrumentos de investigación y de esta manera tener una mejor comprensión de la percepción que tienen los contadores y/o administradores del *Factoring* como herramienta financiera. La recolección de los datos se realizó mediante encuestas fundamentadas en la técnica de medición para evaluar la percepción de los gerentes y/o contadores conocidos como Método Likert, en las medianas empresas del sector comercio del distrito de Buenaventura.

Hernández Sampieri, citando a Chen Johnson 2006 expone la siguiente definición:

Los métodos de investigación mixta son la integración sistemática de los métodos cuantitativo y cualitativo en un solo estudio con el fin de obtener una “fotografía” más completa del fenómeno estos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativas y cualitativas conserven sus estructuras y procedimientos originales (“forma pura de los métodos mixtos”) alternativamente estos métodos pueden ser adaptados alterados o sintetizados para efectuar la investigación y lidiar con Los costos del estudio (“forma modificada de los métodos mixtos”). (p. 546)

1.7.2. Método de investigación

El método que se empleó en esta monografía es el inductivo, ya que para esta se realizó un registro de datos y se analizó sucesivamente información obtenida para determinar la percepción individual de los gerentes y/o contadores de las medianas empresas del sector comercio de Buenaventura para posteriormente saber en qué circunstancias la empresa pone o no en práctica la herramienta *Factoring* que se está evaluando en este trabajo, y posteriormente realizar las respectivas comparaciones, y de esta manera se llegó a una conclusión general que se expuso al final del presente trabajo de investigación. Resulta relevante exponer lo que dice el autor que se cita a continuación.

Mediante este método se observa, estudia y conoce las características genéricas o comunes que se reflejan en un conjunto de realidades para elaborar una propuesta o Ley científica de índole general. El método inductivo plantea un razonamiento ascendente que fluye de lo particular o individual hasta lo general. Se razona que la premisa inductiva es una reflexión enfocada en el fin. Puede observarse que la inducción es un

resultado lógico y metodológico de la aplicación del método comparativo.
(Abreu, 2014 p.200)

1.7.3. Fuentes de la investigación

El origen de la información que fue la base de este trabajo de investigación se clasifica y define de la siguiente manera:

“Para encontrar los datos podemos acudir a dos tipos de fuentes: fuentes secundarias, cuando los datos proceden de instituciones gubernamentales, industriales o individuales y fuentes primarias cuando recogemos directamente los datos para el desarrollo de nuestra investigación”. (Latafuentes Ibañez, Carmen; Marín Egoscóabal, 2008, p. 11).

En esta monografía se emplearon fuentes de información primaria y secundaria. La fuente primaria es la información recolectada por medio de entrevistas a los administradores y/o gerentes de medianas empresas del sector comercio de Buenaventura acerca de la percepción del *Factoring* como alternativa de financiamiento. Las fuentes secundarias están compuestas por las publicaciones de analistas y destacados investigadores que permitan analizar la información obtenida de las fuentes primarias.

1.7.4. Técnicas de recolección de información

Para realizar una investigación de manera idónea es necesario tener una sustentación documental, esto sin importar qué tipo de investigación se está llevando a cabo. Por lo tanto, para esta monografía se empleó la técnica de análisis documental, pues por medio de esta se obtiene información de fuentes secundarias tales como libros, boletines, revistas, entre otras; las cuales se utilizan para recolectar los datos que contribuyeron al sustento teórico para el desarrollo de la investigación.

Teniendo en cuenta que esta investigación es de carácter cualitativo y cuantitativo se dispone de una segunda y tercera técnica de recolección de información. La segunda técnica elegida para dar cumplimiento a los objetivos es la entrevista; gracias a que esta permite la interacción con el informante de forma cercana, a la

vez que facilita la comprensión de todos los axiomas de la comunicación que estén presentes durante la reunión. Así mismo, permite la realización de preguntas emergentes a medida que la entrevista lo requiera.

Adicionalmente, la tercera técnica de recolección de información es la encuesta la cual permitió recolectar de la manera más metódica posible la información brindada por los encuestados y de esta manera poder cumplir con el objetivo del presente trabajo de investigación el cual consiste en medir la percepción de los contadores y/o gerentes de las medianas empresas del sector comercio del distrito de Buenaventura.

Se puede definir entrevista como:

Una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura. En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, p. 403).

Se puede definir a la encuesta entendiéndola como un cuestionario, como lo expone Bernal a continuación:

Es importante comenzar por entender que el cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios con el propósito de alcanzar los objetivos de un proyecto de investigación se trata de un plan formal para recabar información de la unidad de análisis objeto de estudio y centro del problema de investigación en general un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables que van a medirse el cuestionario permite estandarizar y uniformar el proceso de recopilación de datos. (Bernal Torres, 2016, pág. 245)

Estas técnicas de investigación se permitieron recolectar información de la población objetivo por medio de preguntas mediante las cuales se pudo determinar la percepción que existe acerca de la utilización del *Factoring* como alternativa de financiamiento. Como lo exponen los autores citados anteriormente, existen varios tipos de entrevistas y encuestas, entre las cuales se destacan las estructuradas, semiestructuradas y abiertas. El tipo de entrevista que se utilizó en este trabajo de

investigación fue una entrevista semiestructurada ya que se elaboró una guía de las preguntas a realizar y mediante la entrevista, se pudo realizar preguntas adicionales para profundizar y recibir más información o delimitar algunos aspectos y para la encuesta se utilizó el método de escala Likert.

La escala Likert es un método de medición de tipo ordinal, en el que se disponen juicios o afirmaciones a las que se le asignan generalmente 5 opciones de respuestas en las que se busca medir el grado de acuerdo o desacuerdo del encuestado con respecto a las afirmaciones presentadas. Hernández, Fernández y Baptista afirman que la escala de Likert:

Consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala. (2014 p. 238)

Dicho lo anterior, la encuesta con la que se recolectaron las percepciones objeto de esta investigación estuvo conformada por una serie de afirmaciones que giraron en torno al uso, utilidad e importancia del *Factoring*. Estas incluyeron 5 opciones las opciones de respuesta, en una escala de 1 a 5 en donde 1 es totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni en desacuerdo ni en acuerdo, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo, con lo que se espera que los encuestados seleccionen la opción con la que más se identifiquen.

Posterior a la aplicación de las encuestas, para el análisis de los resultados se elaboraron tablas de frecuencia de las respuestas obtenidas en cada afirmación de donde se extrajo el porcentaje de participación o escogencia de cada una de las opciones de respuesta. Lo cual permitió que se complementara la información recolectada mediante las entrevistas para posteriormente llegar a las respectivas conclusiones a cerca de las percepciones de los gerentes y/o contadores de las medianas empresas del sector comercio de Buenaventura a cerca de la utilización del *Factoring* como alternativa de financiamiento.

1.7.5. Enfoque metodológico o enfoque de la investigación

La presente investigación fue de carácter descriptivo. Esto es así dado los objetivos planteados, que se proponen identificar las lógicas bajo las cuales opera la selección del *Factoring* como herramienta financiera para dar liquidez a un establecimiento. Por lo tanto, se recolectó información que contribuyó a saber cuáles son los motivantes y las circunstancias para el uso del concepto antes mencionado.

El enfoque metodológico para este trabajo de investigación es el descriptivo. Schmelkes y Elizondo (2010), lo describen así:

La investigación descriptiva es útil, cuando no existe información sobre algún tema. El primer paso consiste en presentar la información tal cual es. El objetivo de este tipo de investigación es exclusivamente describir; en otras palabras, indicar cuál es la situación en el momento de la investigación. Tu informe debe contener el ser y no el deber ser. Después de describir, se puede interpretar, inferir y evaluar, si así deseas; no puedes hacerlo sin antes realizar una investigación descriptiva. (p. 52-53)

1.7.6. Población

Con esta investigación se pretende conocer cuál es la percepción de los contadores y/o gerentes de las medianas empresas del sector comercio del distrito de Buenaventura, y para este fin se accedió a la base de datos de matrículas mercantiles proporcionada por la Cámara de Comercio de Buenaventura de donde se obtuvo la información sobre la cantidad de empresas activas que se encuentran en la ciudad de Buenaventura al 31 de diciembre del 2021, en donde se aprecian las respectivas clasificaciones empresariales en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas al igual que la actividad económica de cada una. Dicha clasificación del tamaño de las empresas está basada en las normas establecidas por el gobierno nacional, por medio del decreto 957 de 2019. De acuerdo con la base de datos, optamos por tomar como objeto de estudio a las medianas empresas

del sector comercio, que suman un total de 10 empresas, a las cuales le consultamos a los gerentes y/o contadores su percepción sobre el *Factoring* como alternativa de financiamiento. Cabe mencionar que el sector comercio en Buenaventura es el sector con mayor participación en el tejido empresarial y a la vez la principal fuente de empleo de los habitantes, según el estudio socioeconómico realizado por cámara de comercio en 2021. Notablemente, la relación que este sector guarda con la contabilidad es de especial connotación puesto que es un sector en el que se llevan a cabo una gran cantidad de operaciones comerciales y financieras por lo cual requieren registrar de manera ordenada, clasificada y cronológica de cada uno de sus hechos económicos.

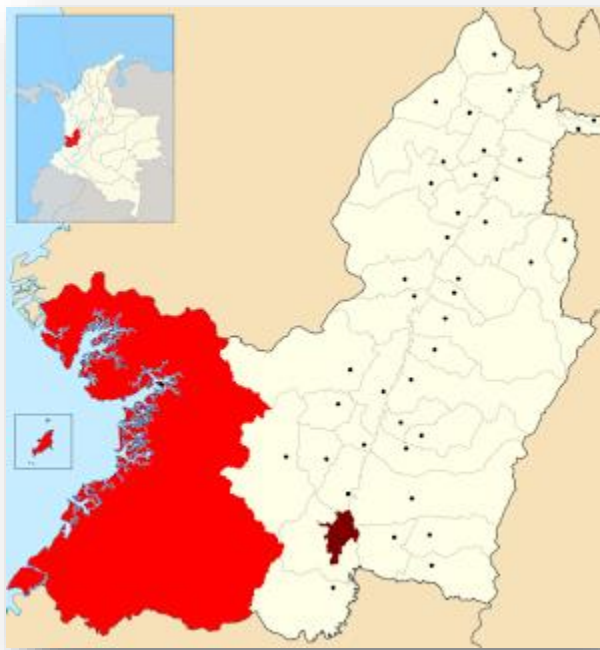
CAPITULO 2

2. MARCO REFERENCIAL

A continuación, se anuncia una recopilación breve de las teorías, conceptos y regulaciones existentes frente al tema de estudio.

2.1. MARCO CONTEXTUAL

Ilustración 1. Mapa de Buenaventura



Fuente: [Buenaventura-valle: Reseña historica de buenaventura \(puertodebuenaventura.blogspot.com\)](http://puertodebuenaventura.blogspot.com)

Buenaventura es una ciudad ubicada en el departamento del Valle del cauca al suroccidente del país colombiano. Tiene una extensión geográfica de 6.785 km² lo cual la convierte en el municipio con mayor extensión de su departamento. Gracias a su privilegiada ubicación circundada por el océano pacífico, se convierte en un importante nodo para la importación y exportación de mercancías hacia y desde el

país. Actualmente cuenta con tres puertos marítimos, Sociedad portuaria de Buenaventura, Puerto Aguadulce y TCBUEN. Aunque Buenaventura es muy conocida por sus puertos ya que se ha posicionado como el principal puerto sobre el pacífico Colombiano, es el sector comercio el que tiene una mayor participación en su tejido empresarial con un porcentaje de 39.1% según información de la cámara de comercio de Buenaventura en términos de empresas matriculadas, a su vez el sector comercio en Buenaventura representa la rama de actividad que genera mayor empleo reflejando un 31,9% en la composición de la población ocupada según información del DANE recopilada en 2018.

Es importante señalar que el municipio es un punto de conexión en el Pacífico entre Colombia y otros países, que desarrollan actividades portuarias y logísticas de movimiento de carga, lo que le brinda un gran potencial para el comercio exterior. (Alzate et al., 2014)

Buenaventura cuenta con un total de 7.481 de empresas para el 31 de diciembre del año 2021 de las cuales 7.294 pertenecen a las microempresas, 147 a pequeñas empresas, 30 a empresas medianas y 11 a empresas grandes; el primero con una participación del 97.49% del total, el segundo con una participación del 1.96%, el tercero con un 0.41% y el ultimo con un 0.14% respectivamente. 97,49% 1,95% (Garces Arboleda & Calle Toro, 2021).

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Teoría de la contabilidad y control en las organizaciones de Shyam Sunder (1944) (teoría de la agencia).

Esta teoría provee tres pilares primordiales para su entendimiento las cuales son: 1. La empresa es un conjunto de contratos; 2. La información entre los agentes facilita el diseño y ejecución del contrato; 3. El control provee un balance sostenido entre los intereses de las partes interactuantes.

- **La organización como un conjunto de contratos.**

La organización puede ser vista de diferentes maneras de acuerdo con los individuos u organizaciones con que interactúa, los cuales son llamados agentes; por ejemplo, es vista para los trabajadores como empleador, para los proveedores es vista como un cliente, para sus clientes es vista como proveedor, para el gobierno

es vista como contribuyente, etc. Shyam Sunder (1944) plantea que independientemente de cómo sea vista por la variedad de agentes, la organización puede concebirse simplemente como un conjunto de contratos entre los agentes. Los contratos son cualquier acuerdo mutuo formal o informal que establece un conjunto de derechos y obligaciones o contribuciones. Su duración puede variar según las necesidades de los agentes. “Tanto el alquiler de un apartamento como una cita para ir a almorzar con un amigo es un contrato.” (Sunder, 1944, p. 24) Los agentes son indistintamente individuos u organizaciones (Clientes, proveedores, inversionistas, gobierno, benefactores, acreedores, competidores, entre otros) que tienen preferencias y proporcionan diferentes contribuciones a la empresa. Se parte de la idea de que los agentes son racionales y dentro de sus oportunidades e información, no eligen aquello que no les gusta, sino que eligen el mejor contrato entre sus alternativas disponibles.

El conjunto de contratos entre agentes con que interactúa la organización, los aportes y la cooperación entre estos, hacen posible a la entidad. Por ejemplo:

Una empresa industrial podría considerarse como un conjunto de contratos entre agentes, quienes proporcionan capital accionario y el capital adeudado, crédito comercial, trabajo, habilidades administrativas, servicios de auditoría, materias primas, efectivo, utilidades, instalaciones de infraestructura y seguridad, y compra de productos y servicios a la empresa. (Sunder, 1944)

En concordancia con lo anterior y entendiendo el *Factoring* como una operación financiera en la que la entidad interactúa con varios agentes, pues es una práctica en la que una entidad vende sus cuentas por cobrar a otra entidad especializada, se puede situar de acuerdo con lo que define Sunder (1944), como un contrato pues es un acuerdo mutuo entre agentes en donde se establecen una serie de derechos y obligaciones de acuerdo a las necesidades de los agentes y en el que cada uno de estos aporta su contribución para la ejecución de la operación, la cual será exitosa gracias a la cooperación de todos los agentes. De igual manera, de acuerdo con lo que expone Sunder, se parte del supuesto de que los agentes son racionales y escogerán la opción que más le convenga, en el *Factoring* tanto la empresa factor como la empresa cedente deberá de escoger racionalmente las condiciones de contrato que más se ajuste a sus necesidades y pueda contribuir a aumentar sus beneficios. Para la presente investigación es relevante indagar desde el punto de vista de la dirección administrativa y financiera de la empresa, si el *Factoring*, como

un contrato entre agentes, puede verse como una opción financiera que aporte a la generación de liquidez entre las demás alternativas disponibles.

- **Hechos compartidos para la resolución de conflictos.**

El conocimiento mutuo entre los agentes facilita la ejecución y el diseño de los contratos. Es importante un conocimiento mutuo para evitar disputas ya que según Sunder (1944), el hecho de que se presenten conflictos entre los agentes agudiza o incluso puede ocasionar la pérdida del complejo tejido socio económico que da origen a la mayor parte de nuestra prosperidad. Es por eso por lo que para satisfacer la necesidad de información entre los agentes y otorgarle sostenibilidad al sistema socioeconómico, se debe llevar a cabo la práctica de recolectar e impartir la información. De acuerdo con Sunder (1944), los conflictos que se originan en diferentes entornos se pueden solucionar o incluso evitar con la ayuda de la información común.

Según el teórico Shyam Sunder (1944, p. 24) “La contabilidad y el control en las organizaciones generan conocimiento común para ayudar a definir los contratos entre los agentes. Sin embargo, el conocimiento común es una abstracción teórica.” Puesto que el conocimiento común en el mundo práctico carece de una representación fiel. Por lo anterior, en esta teoría se plantea que para decidir qué hacer existen dos escenarios o situaciones de incertidumbre, uno de información imperfecta y otro de información incompleta. La información incompleta representa las situaciones en las que se conocen de manera común las reglas o estructura de los eventos, pero no se conoce el evento ni las acciones de los otros. Con la contabilidad como instrumento de toma de decisiones, se cree que las reglas del juego son de conocimiento común y esta solo arroja el resultado de varios eventos y las acciones de los otros. Por otro lado, la información imperfecta representa el desconocimiento de la estructura del juego siendo este tipo de información, un escenario más complejo para la toma de decisiones. La contabilidad debe funcionar eficazmente en ambos escenarios si se le reconoce como un sistema de ejecución de contratos y rendición de cuentas, de manera que proporcione información tanto de los eventos y las acciones de otros, como de la estructura del juego y las posiciones de sus jugadores. (Sunder, 1944)

En relación con el tema de estudio de la presente investigación, la teoría de la agencia plantea la necesidad de que haya conocimiento común en la ejecución de los contratos para prevenir y resolver los conflictos; el *Factoring* por ser una operación entre varios agentes requiere que se suministre información común para

evitar los conflictos. El *Factoring* es un contrato en el que se pueden establecer diferentes condiciones de acuerdo con las necesidades y condiciones de los agentes, por lo tanto, se pueden ejecutar varios tipos de contrato de *Factoring*, los más usados son el *Factoring* con recurso y *Factoring* sin recurso, lo que diferencia a estos es la transferencia del control o los derechos de cobro. Poniendo un ejemplo para contextualizar la necesidad de información común entre los agentes, si se trata de un tipo de *Factoring* en el que se pacta una transferencia de los derechos de cobro, en el que la empresa que contrata el *Factoring* cede la cobranza a la empresa de *Factoring* y esta cobra al deudor, es importante que la empresa cedente notifique e informe a este último de que la empresa factora es quien va a realizar el cobro de la deuda para evitar posibles inconvenientes en el recaudo y/o generar una imagen negativa que le pueda costar la pérdida del cliente. De igual manera, es importante que la empresa de *Factoring* sea clara en cuanto a los costos que asumiría la empresa cedente, para que de esta manera esta tenga información suficiente para elegir entre sus alternativas de financiación. El conocimiento común de las condiciones de esta operación es fundamental para evitar los conflictos.

- **El control en las organizaciones como balance y equilibrio**

En la teoría de la agencia se distingue el control en las organizaciones del control a las organizaciones, entendiendo el primero como un mecanismo de balance y equilibrio de los intereses de los agentes entendiendo a las organizaciones como un conjunto de varios participantes. Mientras que el segundo, es una forma de explotación de unos agentes por parte de otros. Cuando se habla de control de las organizaciones se supone a estas como instrumentos de otro u otros agentes para sus objetivos. Por ejemplo, cuando el Estado ejerce control en las organizaciones por medio de los diferentes entes destinados a la vigilancia y supervisión de los diferentes tipos de organización.

De acuerdo con Sunder (1944), el control tanto en como a las organizaciones, es una fuerza que contribuye a minimizar los conflictos y crear un balance entre los beneficios que espera recibir cada agente y la cooperación necesaria de cada uno de estos para el éxito de los diferentes contratos que se ejecuten. Para el caso del *Factoring*, prima en mayor medida el control a las organizaciones y al contrato de *Factoring* ya que existen regulaciones de parte del gobierno nacional, en torno a los parámetros para la ejecución de esta operación financiera en una variedad de normas y decretos que se exponen más adelante. También de parte del gobierno nacional, se ejerce actividades de control determinando cuáles son las entidades facultadas para operar como empresas de *Factoring* de acuerdo con lo consignado

en las sentencias C-1021/2012 y C-766/2013 y las entidades que actúan en vigilancia de estas según lo prescrito en el artículo 2.2.2.1.1.5. del Decreto 1074 de 2015. Por otro lado, las empresas de *Factoring* también ejercen un tipo de control al establecer parámetros y requisitos a las empresas cedentes para su vinculación, aprobación y posterior ejecución de los contratos. Todo esto en pro de encaminarse a generar los beneficios y cooperación de todos los agentes.

2.2.2. ¿Qué es el *Factoring*?

Acerca del *Factoring* se han atrevido a conceptualizar varios autores de los cuales se citan los siguientes:

Guillermo Cabanellas de Torres (1994) define el Contrato de *Factoring* exponiéndolo como:

Una operación de crédito, de origen norteamericano, que consiste en la transferencia de un crédito mercantil del titular a un factor que se encarga, contra cierta remuneración o comisión, de obtener el cobro, cuya realización se garantiza, incluso en el caso de quiebra temporal o definitiva del deudor. Constituye, pues, una comisión de cobranza garantizada. (p. 6)

El profesor uruguayo López Rogríguez Carlos Eduardo (2003) da la definición siguiente:

El factoraje es el contrato por el cual una parte, denominado 'el factoreado' se obliga a ceder los créditos actuales o futuros que tenga sobre su clientela, y la otra parte, denominado 'el factor', se obliga a intentar su cobranza o a adquirirla, anticipándole a aquél, una parte del cobro como precio por la cesión a cambio de una comisión. (Acápito II)

Silvio Lisoprawski y Carlos Gerscovich (1997) conceptúan al *Factoring* como:

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

característica saliente la triple finalidad del *Factoring*: gestión, garantía y financiación de los créditos. (p. 15-16)

En la normatividad colombiana, específicamente en el Decreto 1074 de 2015, se define la operación de *Factoring* como:

aquella mediante la cual un factor adquiere, a título oneroso, derechos patrimoniales ciertos, contenido crediticio, independientemente del título que los contenga o de su causa, tales como y sin limitarse a ellos: facturas de venta, pagarés, letras de cambio, bonos de prenda, sentencias ejecutoriadas y actas de conciliación, cuya transferencia se hará según la naturaleza de los derechos, por endoso, si se trata de títulos valores o mediante cesión en los demás casos. (Decreto 1074 de 2015, art. 2.2.2.2.2.)

A partir de las definiciones dadas por los citados autores y la norma, se puede definir al *Factoring* como una herramienta financiera que le permite a las empresas obtener liquidez efectuando el cobro anticipado de títulos de crédito, por medio de un contrato con una entidad autorizada para realizar operaciones de *Factoring*, a cambio de asumir costos asociados a intereses, comisiones y un porcentaje por concepto de descuento de dichas facturas.

2.2.3. Concepto del contrato de *Factoring*

Según Gómez Ceballos (2013)

Por el contrato de *Factoring* se entiende el acuerdo por el cual, una empresa comercial denominada cliente, contrata con una entidad financiera denominada compañía de facturación, “para que ésta le preste un conjunto de servicios en los que se incluye principalmente la financiación de sus créditos con sus clientes, asumiendo el riesgo del cobro, a cambio de una contraprestación. Consiste en un sistema en donde se combina la asistencia crediticia con la administración y cobranza de las facturas resultantes de ventas de bienes o servicios. Se ha dicho también que consiste en un sistema donde se combina la asistencia crediticia con la administración y cobranzas de las facturas resultantes de las ventas de bienes o servicios. (p. 30)

2.2.4. ¿Quiénes intervienen el *Factoring*?

El *Factoring* como cualquier contrato implica la intervención e interacción de dos o más partes, estas se enlistan y describen a continuación.

Factor:

Es la institución financiera que compra las facturas por cobrar a la empresa cedente, adelantando el importe de los créditos emitidos como resultado de sus operaciones comerciales. Según la modalidad del *Factoring*, el Factor se encarga de cobrar la factura del deudor de la empresa cedente a la que ya anteriormente le ha pagado. (Farina, 1999). Estas entidades financieras pueden ser Bancos, Corporaciones financieras, Compañías de financiamiento, cooperativas de ahorro y crédito además de las sociedades comerciales cuyo objeto social sea el *Factoring*. (Sentencia C-1021/2012)

Empresa cedente o cliente:

Es la persona natural o jurídica interesada en obtener liquidez para lo cual vende sus facturas por cobrar al factor, asumiendo una serie de gastos como intereses y descuento del valor de la factura. Esta operación involucra la cesión de los créditos o derechos que tiene frente a terceros. (Farina, 1999)

Deudor:

Es la persona natural o jurídica titular de la deuda surgida de la adquisición de bienes o servicios de la empresa cedente y tiene la obligación de pagar el importe estipulado en la factura. (Farina, 1999)

Ilustración 2. Características del Factoring, Ventajas y desventajas, Terminación del contrato y Comparación con herramientas de financiación afines

Características del Factoring.	Consensual: Es de común acuerdo entre las partes del negocio en cuanto al precio y a crédito, es decir, se perfecciona por la sola manifestación del consentimiento por las partes contratantes.	Es bilateral: Las dos partes contratantes se obligan; el factor se obliga a adquirir la cartera del cliente y a prestar los servicios complementarios pactados y el cliente a garantizar la existencia del crédito y pagar por estos créditos.	De ejecución sucesiva: las prestaciones derivadas de este contrato se ejecutan de forma periódica.	Oneroso: las partes involucradas en el contrato (factor y empresa cedente) perciben utilidades, es decir que, debe existir algún lucro en cuanto a este contrato.	Original o principal: este contrato existe por sí mismo y no necesita de otro contrato u obligación para ser realizable.
	Según la asunción del riesgo	Según su ejecución	Según su territorialidad		
Modalidades del Factoring.	Factoring con recurso: modalidad de <i>Factoring</i> en la que la empresa cedente asume el riesgo de impago o insolvencia del deudor y en caso de que este no pague, tendrá que responder por el dinero de la factura a la entidad de <i>Factoring</i>.	Factoring con notificación: la empresa cedente se encarga de poner en conocimiento del deudor la transferencia de las facturas que contienen su deuda al factor, quedando este último legitimado para cobrárselas.	Factoring de exportación: modalidad en la que la empresa cedente cede sus facturas de ventas realizadas hacia el extranjero sin necesidad de esperar a que el destinatario de las exportaciones proceda al pago de estas.		Factoring doméstico: se da cuando todos los actores del <i>Factoring</i> (Factor, empresa cedente y deudor), se encuentran en el mismo país.
	Factoring sin recurso: en esta modalidad el riesgo de impago o de insolvencia del deudor será asumido por el factor y este no podrá exigir el dinero a la empresa cedente.	Factoring sin notificación: el deudor no es informado acerca de la transferencia de los créditos por lo cual la empresa cedente continúa siendo su acreedor; por lo tanto, esta recibirá el pago del deudor y tiene la obligación de reintegrárselo a la empresa de <i>Factoring</i> en el plazo pactado.	Factoring de importación: en esta modalidad, la empresa cedente se encuentra en el exterior y el factor se encuentra en el mismo país del comprador, es decir, del deudor de la empresa cedente.		Factoring internacional: en esta modalidad, alguno de los actores de la operación de <i>Factoring</i> se encuentra en el exterior.

Ilustración 3. Características del Factoring, Ventajas y desventajas, Terminación del contrato y Comparación con herramientas de financiación afines (Continuación)

Ventajas y desventajas del Factoring	Para la empresa cedente			
	Ventajas		Desventajas	
	▪ Liquidez inmediata: Gracias al <i>Factoring</i> las ventas a crédito se pueden convertir a de contado aumentando el efectivo, lo que le puede permitir a la empresa obtener descuentos por pronto pago o realizar compras de oportunidad.	▪ Gestión de riesgos: La empresa cedente cubre el riesgo de no pago o de insolvencia del deudor si se pacta un <i>Factoring</i> sin recurso en el que el factor deberá responder en caso de que el deudor no pague o se declare insolvente.	▪ Aceptación solo de los clientes más solventes: La empresa de <i>Factoring</i> puede optar por no comprar las facturas si considera a los clientes susceptibles de insolvencia y si en el proceso de cobro les representan un mayor esfuerzo administrativo.	▪ El peligro del Factoring con recurso: En el caso de que el deudor no pague la factura, la empresa cedente se verá en la obligación de responder con sus recursos a la empresa de <i>Factoring</i> , ocasionando pérdidas con esta operación.
	▪ No se generan deudas: Debido a que es simplemente un intercambio de derechos de cobro entre la empresa cedente y la entidad de <i>Factoring</i> , no se generan deudas.	▪ Externalizar la gestión de cobro: Se puede considerar al <i>Factoring</i> como un servicio externo para realizar las gestiones de cobro.	▪ Mala imagen hacia los deudores: Si no se les comunica bien a los clientes la operación, estos pueden interpretar que la empresa ha sido intervenida o que se encuentra en una pésima situación financiera.	▪ Alto coste financiero: La empresa cedente debe asumir una variedad de gastos financieros tales como comisiones por la financiación, intereses en función del plazo de vencimiento e incluso gastos de seguros y de
	▪ Asesoramiento financiero y comercial: Las empresas de <i>Factoring</i> además de la compra de las facturas tienen servicios de asesoramiento financiero. Por ejemplo, en el caso del <i>Factoring</i> sin recurso el factor puede proporcionarle asesoramiento financiero y comercial a la empresa cedente, que le dé luz de sus deficiencias y contribuya a escoger mejor el perfil de los clientes a quienes le ofrecen crédito.		▪ Inconvenientes para los deudores: Los clientes pueden presentar más dificultades para el pago de la factura a la empresa de <i>Factoring</i> en caso de una incapacidad de negociación que permita aplazar o saldar en partes el pago.	
	Para la entidad de Factoring			
	Ventajas		Desventajas	
	Adquiere la factura, la cobra en su totalidad y además genera ingresos por comisiones e intereses.		En caso de pactar un <i>Factoring</i> sin recurso, debe asumir la pérdida si el cliente no paga o se declara insolvente.	

Ilustración 4. Características del Factoring, Ventajas y desventajas, Terminación del contrato y Comparación con herramientas de financiación afines (**continuación**)

Terminación del contrato de Factoring.	Caso 1.	Caso 2.	Caso 3.	Caso 4.
	Terminación del plazo pactado: este tipo de contratos generalmente se establecen a un periodo determinado.	Incumplimiento del plazo pactado: en el caso de que no se cumpla con el tiempo estipulado para la celebración del contrato, una de las partes podría solicitar su terminación.	Incumplimiento de las obligaciones: en el caso de que no se cumpla con las obligaciones pactadas para ambas partes, una de estas podría solicitar su terminación.	Terminación de mutuo acuerdo entre las partes.
Comparación del Factoring con herramientas de financiamiento afines.	• Con el descuento bancario.			
	¿Qué es el descuento bancario?		Las diferencias del descuento y el Factoring se evidencian en que:	
	Operación en la que un banco adelanta el pago de las cuentas por cobrar de su cliente, el cual asumirá un importe por intereses y deberá asumir el riesgo de no pago de su deudor. Según Gómez Ceballos (2013), en opinión de Joaquín Garrigues, los elementos integrantes de todo descuento son:	• La existencia de un crédito contra tercero aún no vencido.	• El descuento es una figura de crédito y es ofrecida por entidades bancarias, a diferencia del Factoring que no se pacta exclusivamente con bancos.	
		• El anticipo hecho por el banco al cliente de importe de ese crédito, previa deducción del tipo de descuento.	• El Factoring implica un conjunto de servicios, entre los cuales está la financiación, sin embargo, el descuento es meramente un servicio de financiación.	
		• La decisión pro-sol vendo del crédito frente a tercero, hecha por su titular al banco.	• En el descuento la entidad bancaria no asume el riesgo de no pago del deudor mientras que en el Factoring si se ejecuta la modalidad con sin recurso, la entidad de Factoring sí asume el riesgo de no pago del deudor.	
	• Con el crédito de tesorería			
	¿Qué es el crédito de tesorería?		Las diferencias del crédito de tesorería y el Factoring se evidencian	
	Es un crédito ofrecido por entidades bancarias para financiar situaciones de iliquidez de las empresas tendientes a mejorar su capital de trabajo para que así se puedan cumplir con obligaciones como nómina, proveedores, etc.	• La principal diferencia del crédito de tesorería y el Factoring se encuentra en que el primero efectivamente corresponde a un crédito que será pagado por la empresa en un plazo determinado y con tasas de interés fijas o variables según el monto del crédito.		
		• El crédito de tesorería puede tener tasas de interés más bajas a las del Factoring .		
		• El crédito de tesorería se limita solo al otorgamiento de un crédito, aunque también implica un profundo estudio a la empresa para su aprobación.		

Fuente: elaboración propia a partir de Gomez Ceballos R. (2013) *Contrato de Factoring* [Tesis de Especialización, Pontifica Universidad Javeriana] Disponible en <http://hdl.handle.net/10554/14874>.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

Lo siguiente es definir los conceptos que nos ayudaran a entender un poco mejor las palabras técnicas que se puede utilizar en el desarrollo de esta monografía.

Activos: El activo se concibió como un recurso controlado por las pymes como resultados de sucesos presentes o pasados de que se espera obtener en el futuro riesgos y beneficios económicos. Adaptación del capítulo 2. 16. A, decreto 2496 del 2015 (L, R, M, & Zamorano, 2017, p. 119) representa los bienes y derechos apreciables en dinero, de propiedad de la empresa. Se entiende por bienes, entre otros, el dinero en caja o en bancos, las mercancías, los muebles y los vehículos; por derechos, las cuentas por cobrar y los créditos a su favor. (Dávila & Delgado, 2001, p. 13)

Activo corriente: Se consideran activos corrientes a todos aquellos activos que son susceptibles de convertirse en dinero en efectivo en un periodo inferior a un año. Ejemplo de estos activos, además del efectivo en caja y los depósitos en bancos, son las inversiones a corto plazo, la cartera y los inventarios. (Calisto Mendoza Roca & Ortiz Tovar, 2016)

Apalancamiento financiero: El apalancamiento financiero es un mecanismo de inversión fundamentado en el endeudamiento, es decir, que es el método empleado por muchas empresas al momento de invertir en un negocio: aportan una parte de capital propio y la otra parte, mediante préstamos adquiridos ante terceros. El elemento básico dentro de lo que significa apalancamiento financiero, es la deuda, ya que permite la inversión de más dinero del que en realidad se tiene, gracias a lo obtenido por los préstamos, a cambio de unos intereses. Uno de los propósitos de este método es el poder incrementar las utilidades de la empresa, utilizando fondos prestados. (Figueiras, 2018)

Cobranza: “son las acciones encaminadas a recobrar adeudos en tempranas instancias de mora, donde aún la empresa desea continuar su relación de negocio con el cliente, dado que aún existe la posibilidad de hacer negocios de manera rentable.” (Morales Castro & Morales Castro, 2015)

Cuentas por cobrar: reconoce las partidas por los valores a favor de las empresas y a cargo de clientes nacionales y/o extranjeros de cualquier naturaleza, por concepto de ventas de mercancía, productos terminados, servicios y contratos realizados en desarrollo del objeto social, así como la financiación de estos. (GHERSON GRAJALES, 2017, p. 134)

Estados financieros: Los estados financieros son los documentos que debe prepara un comerciante al terminar el ejercicio contable con el fin de conocer la situación financiera y los resultados económicos obtenidos en las actividades de su empresa a lo largo de un periodo (Ríos & Escobar, 2012, p. 176)

Financiación: Corresponde a la obtención de recursos propios o externos que permitan llevar a cabo las actividades de operación del negocio. (Aragó & Cabedo, 2011)

Factura: es un título valor que el vendedor o prestador del servicio podrá librar y entregar o remitir al comprador o beneficiario del servicio. (Congreso de la República, 1971)

Factoring: Es un servicio orientado a satisfacer las necesidades de liquidez inmediata o de capital de trabajo de las empresas. Dicho en términos simples, es una operación de financiamiento en la que, a través de un contrato, la empresa de factoraje financiero adquiere de sus clientes que realicen actividades empresariales, derechos de crédito relacionados con la proveeduría de bienes, de servicios o de ambos. (Córdoba Padilla, 2012)

Liquidez: “La liquidez se entiende como la rapidez o facilidad que tiene un activo de convertirse en efectivo, siendo el dinero el activo líquido por excelencia.” (Córdoba Padilla, 2012 p. 215)

Percepción: la percepción como el proceso fundamental de la actividad mental, y suponen que las demás actividades psicológicas como el aprendizaje, la memoria, el pensamiento, entre otros, depende del adecuado funcionamiento del proceso de organización perceptual. El contexto histórico dentro del cual se desarrolla sus estudios tiene un significado importante para la comprensión de sus aportes. [...] La Gestalt definió la percepción como una tendencia al orden mental. Inicialmente, la percepción determina la entrada de información; y, en segundo lugar, garantiza que la información

retomada del ambiente permita la formación de abstracciones (juicios, categorías, conceptos, etc.). (Oviedo, 2004, p. 89–90)

Rotación de cuentas por cobrar: Es un índice que muestra el número de veces que, en el periodo, la empresa convierte sus cuentas por cobrar en efectivo. Este indicador permite mantener una estricta y constante vigilancia a la política de crédito y cobranzas. (Calixto Mendoza Roca & Ortiz Tovar, 2016)

Ventas a crédito: La venta a crédito es aquella transacción donde el comprador recibe el bien o servicio y lo paga de forma diferida en el futuro. Es decir, la venta a crédito consiste en adquirir un producto hoy y pagarlo en un periodo posterior. (Westreicher, 2020)

2.4. MARCO LEGAL

El *Factoring* surge de la necesidad de los empresarios de obtener una mayor liquidez usando el dinero que esperan recibir por medio de sus facturas que tiene por cobrar, cada empresa tiene sus propias políticas y de esta depende la cantidad de días que tienen estipulado para el cobro de estas y pueden ser de 30, 60, 90 y algunas hasta 120 días.

Ley 2010 de 2019: Por medio de la cual se adoptan normas para la promoción del crecimiento económico, el empleo, la inversión, el fortalecimiento de las finanzas públicas y la progresividad, equidad y eficiencia del sistema tributario, de acuerdo con los objetivos que sobre la materia impulsaron la Ley 1943 de 2018 y se dictan otras disposiciones, en esta norma nos damos cuenta de la fecha donde entra en vigor la facturación electrónica, los sujetos obligados a realizar la facturación así como los requisitos técnicos de la factura electrónica para su aplicación específica en los casos de venta de bienes y servicios, pago de nómina, importaciones y exportaciones, pagos al exterior, operaciones de factoraje, entre otras. (Congreso de la república, 2019)

Decreto 2242 de 2015: por el cual se reglamentan las condiciones de expedición e interoperabilidad de la factura electrónica con fines de masificación y control fiscal. En el estatuto tributario se consagra la facturación electrónica como un documento equivalente a la factura de venta, en este también se señala los requisitos de la

factura para efectos tributarios, norma de acuerdo con la cual debe incluir, entre otros. (Ministerio de hacienda y crédito público, facturador.com, 2015)

Decreto 1074 de 2015: Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo”, regula ampliamente la actividad del *Factoring*, desarrollada por los factores constituidos como sociedades comerciales, que tengan como objeto exclusivo la actividad del *Factoring*. Entre los aspectos más destacados que aborda esta norma, estipula la manera de calcular el límite de solvencia obligatoria de que trata el artículo 89 de la Ley 1676 de 2013, así como su incumplimiento; la obligación por parte del Factor de acreditar el objeto social exclusivo mediante el certificado de existencia y representación legal expedido por la respectiva Cámara de Comercio; riesgo de impago o insolvencia; cláusulas de cesión; endoso o cesión; Registro Único Nacional de Factores; operaciones prohibidas, entre otras. (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2015)

Decreto 1676 de 2013: “establece una regla de solvencia obligatoria para las empresas que se dediquen exclusivamente al *Factoring*, las cuales podrán realizar ‘contratos de mandato específicos’ con terceros “para la adquisición de facturas hasta por un monto equivalente al 10% del patrimonio que tenga registrado la sociedad”. Adicionalmente, las empresas colombianas pueden vender sus facturas no solo en pesos sino también en moneda extranjera como el dólar, siendo este último el *Factoring* de exportación”. (Congreso de la república, 2013)

Decreto 2669 de 2012: “por el cual se reglamenta la actividad de *Factoring* que realizan las sociedades comerciales, se reglamenta el artículo 8° de la Ley 1231 de 2008, se modifica el artículo 5° del Decreto número 4350 del 2006 y se dictan otras disposiciones”. Este decreto reglamenta la actividad del *Factoring* que realizan las sociedades comerciales. Introduce definiciones acerca de la actividad del *Factoring*, operación del *Factoring*, operaciones conexas, contrato del *Factoring*, *Factoring* sin recurso, *Factoring* con recurso. Tiene la finalidad de establecer al *Factoring* como mecanismo de financiación para las Pymes en Colombia. (Ministerio de comercio, industria y turismo, 2012)

Decreto 660 de 2011: “indica que en los casos en que el Factor se encuentre vigilado por la Superintendencia Financiera de Colombia, los contratos de *Factoring* se encontrarán exentos del GMF”. (Ministerio de hacienda y crédito público, 2011)

LEY 1231 DE 2008 (julio 17) por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones, en la Ley 1231 de 2008 y en la Ley 222 de 19 y Que el artículo 11 de la Ley 35 de 1993 dispuso que la inspección, vigilancia y control de las sociedades de compra de cartera - *Factoring* , no se llevaría a cabo por la Superintendencia Financiera de Colombia, sino que, por el contrario, se sujetaría a las disposiciones generales sobre la vigilancia y control de las sociedades comerciales; Que la Ley 1231 de 2008, "por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones", en su artículo 8° estableció reglas generales en relación con el ejercicio de la actividad de *Factoring* ; Que de conformidad con la Ley 1231 de 2008 se hace pertinente determinar el alcance de la actividad de *Factoring* , su finalidad, forma de operación, limitaciones, supervisión y demás asuntos relacionados con el ejercicio de la misma y reglamentar la vigilancia y control de la actividad de *Factoring* ; Que con la expedición del presente decreto se pretende facilitar la circulación de las facturas y favorecer el crecimiento de la actividad de *Factoring* , por cuanto constituye un importante mecanismo de apalancamiento para las pequeñas y medianas empresas del país. (Congreso de la República, 2008)

Decreto 957 del 2019: por medio de este decreto el gobierno nacional establece un nuevo criterio de clasificación para el tamaño de las empresas en Colombia. Este nuevo criterio está basado en los ingresos por actividades ordinarias anuales percibidos por las empresas. Igualmente se determinaron los rangos en tres macro sectores de la economía, estos son: manufactura, servicios y comercio. Los nuevos umbrales fijados por el Decreto en cada uno de los macro sectores son los siguientes (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019):

Ilustración 5. Clasificación del tamaño de las empresas

Tamaño	Manufactura	Servicios	Comercio
Micro	hasta 811	hasta 1.131	hasta 1.535
Pequeña	desde 811 hasta 7.027	desde 1.131 hasta 4.523	desde 1.535 hasta 14.781
Mediana	desde 7.027 hasta 59.527	desde 4.523 hasta 16.558	desde 14.781 hasta 74.066

*Cifras de Ingresos por Actividades Ordinarias Anuales en millones de pesos colombianos de 2019

Tomado de: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019, URL. <https://bit.ly/3i9Lu7a>)

CAPITULO 3

3. DESARROLLOS TEÓRICOS Y TÉCNICOS DEL *FACTORING* EMPRESARIAL Y SUS IMPLICACIONES PARA LA CONTABILIDAD Y LA GERENCIA

Dentro de este capítulo se exponen los principales elementos de incidencia que incorpora el *Factoring* como práctica empresarial dentro de las dinámicas organizacionales, específicamente sobre el universo contable y el papel directivo que corresponde a la gerencia. Estos contenidos se evalúan a partir de una revisión documental detallada que incluye la presentación de diferentes visiones y perspectivas teóricas sobre el *Factoring*.

3.1. EL CONTRATO DE *FACTORING*

Velasco (1995), en su análisis sobre el *Factoring* como alternativa de financiamiento, advierte que esta herramienta da forma a uno de los más interesantes instrumentos de crédito para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas. En esencia, la idea del contrato es proporcionar un servicio de financiamiento que opera a través de una liquidación anticipada de los créditos que tiene a cargo la empresa en contra de sus clientes, que se ceden posteriormente al Factor. Esto es, que la entidad financiera que compra las facturas o los créditos, es decir; el Factor, gira el importe correspondiente a la empresa en cuestión, para que esta última obtenga la liquidez necesaria. En contraprestación a ello, como se expone en los aportes de Velásquez (2014), el Factor asume la gestión general y de cobros sobre dichas facturas o créditos, y además puede garantizar a la empresa contratante la solvencia de clientes contratados.

No obstante, Velasco (1995), asevera que el *Factoring* se configura a partir de tres tipos de prestaciones diferentes a decir: gestión, seguridad y financiamiento, que a su vez existen sobre la base de una transferencia crediticia anticipada. Así, la empresa contratante cede al Factor el dominio sobre los créditos generados a partir de la actividad económica de la organización, para que esta se encargue de las gestiones respectivas previamente mencionadas y que por tanto, se le reconozca un determinado importe o comisión por el concepto de los servicios de gestión y financiamiento prestados.

Es importante destacar que la cuantía de dicha comisión dependerá exclusivamente de los términos del contrato que previamente hayan acordado tanto la empresa

contratante como la entidad financiera o empresa Factor. Además, el reconocimiento de esta comisión también tiene que ver con el tipo de implicaciones que asume el Factor en tanto refiere al incumplimiento de pago por parte de los clientes o deudores, es decir, el riesgo por término de insolvencia de los deudores.

En resumen, el contrato de *Factoring* se resume en un acuerdo comercial en el que una empresa (el factor) adquiere las facturas de otra empresa (el cliente) a cambio de un adelanto en efectivo. El factor asume el riesgo de incobrabilidad de las facturas y se encarga de su gestión y cobro, a cambio de una comisión en el cual se incluyen los servicios, el monto de adelanto, comisiones y tarifas, establecimiento del periodo de duración, responsabilidades del cliente, responsabilidades del factor y el riesgo de impago.

3.2. CONTEXTO, RAZONES QUE DIERON ORIGEN A LA PRÁCTICA Y ADAPTACIÓN DEL FACTORING HASTA LA ACTUALIDAD

Si bien las implicaciones que actualmente tiene el *Factoring* empresarial son varias y su operatividad es multifuncional en la medida en que incorpora una gama selecta de servicios financieros y de gestión, no siempre fue así. Velasco (1995), expone dentro de sus aportes que el origen de esta práctica data de las épocas posteriores a la colonización de América y yacía estrechamente ligada entonces con las prácticas comerciales e intereses económicos de Inglaterra. De esta manera, desde mediados del siglo XV hasta finales del siglo XIX, las entidades Factor hacían las veces de un distribuidor de mercaderías en servicio de diferentes comercios y en función de promover las actividades mercantiles que para la época, estaban en pleno auge.

Ahora bien, no es sino hasta finales del siglo XIX cuando las entidades o empresas Factores constituyen un nuevo modelo que esta vez incluía una serie de elementos como: las funciones de gestión, la asunción del riesgo o especulación y por supuesto el hecho de servir como medio de financiación y adquisición de liquidez. En este punto se le conoce como *old line Factoring*, y posteriormente como *new style Factoring*, en donde se incorporan de plano todo un portafolio de servicios financieros y alternativas para los clientes o empresas contratantes.

Es importante también mencionar que las circunstancias que dan forma a esta práctica comercial tienen que ver con una serie de dificultades que enfrentaban los comerciantes de entonces en pleno auge de la ampliación económica hacia América. Algunas de estas limitaciones eran, por ejemplo: los problemas de

transporte y logística, el desconocimiento de los nuevos mercados y la iliquidez por los largos periodos de espera para los pagos a causa de los letargos logísticos. Para atender a estos requerimientos, los comerciantes acuden a un servicio de depositarios en los diferentes lugares de destino, que hacían las veces de operador logístico para facilitar y agilizar tanto las tareas logísticas como el dinamismo en la liquidez. Este servicio le adjudicó posteriormente el calificativo de *Factors* a quienes lo prestaban.

Luego, los Factors empiezan a incorporar una especie de servicio de asesoría sobre los mercados coloniales y las condiciones de estos, dado que contaban con mejor información que los comerciantes que provenían de Europa y el resto del mundo. Posteriormente, estas empresas se inmiscuyen de lleno en las prácticas y tráfico comercial desde diferentes lugares y procuran garantizar el desarrollo de resultados y balances positivos para este universo del comercio, a través de un servicio de pago anticipado de las mercaderías. Ahora bien, para finales del siglo XIX esta práctica empieza a caer en desuso tanto en Inglaterra como en todas sus colonias. Es ahí en donde la práctica empieza a tomar forma dentro del comercio interno estadounidense y por tanto, esto añade a la doctrina otros elementos y matices que igualmente representan implicaciones significativas para el *Factoring* empresarial actual. (Velásquez, 2014).

Ya dentro del contexto norteamericano se ratifican las facultades de cobranza, asunción total de riesgo de cobros, los anticipos por concepto del importe de los créditos que ha asumido el Factor y que cuya función esencial es la generación de liquidez; y claramente las propiedades o funciones de gestión que este último hace efectivo. No obstante, la ratificación de estas figuras se sustenta sobre la base del reconocimiento de una comisión o importe por concepto de los servicios prestados a la empresa Factor. Adicionalmente, para la mitigación del riesgo que asumían estos, se le da lugar a una facultad adicional de mantener la posesión material de algunos de los bienes que el Factor había recibido en depósito y se encontraba en procesos logísticos de entrega y reparto. Esto con el objetivo de disminuir la especulación de insolvencia y sostener parte del valor adeudado en existencias físicas, bienes y mercaderías.

Posteriormente la práctica se extiende a las principales potencias de Europa: Alemania, Italia, Holanda, España, además de en Inglaterra, en donde se retoma su uso tras décadas, distinguiéndose principalmente por las facilidades que otorga a las pequeñas y medianas empresas en términos de financiación y liquidez, así como en lo que tiene que ver con los procesos de gestión que asume el Factor en el

contrato de *Factoring*, entre otras implicaciones producto de la cesión jurídica y material de los créditos de una determinada empresa.

3.3. PRECISIONES ECONÓMICAS Y TÉCNICAS DEL FACTORING: CARACTERIZACIÓN

El fundamento económico del *Factoring* tiene lugar en medio de las prácticas comerciales de venta, específicamente cuando estas han sido efectuadas en virtud o a través de un plazo, convirtiéndose entonces en un crédito de un tiempo determinado. (Posada, 2008). Ahora bien, cuando las empresas operan bajo un esquema de funcionamiento sostenido en el otorgamiento de créditos a los clientes, y la robustez física e infraestructural de tal o cual negocio se asemeja más bien a la estructura de una micro, pequeña o mediana empresa; estas empresas tienden a enfrentar una serie de situaciones de índole económica que tienen que ver fundamentalmente con aspectos como:

- Tendencia al incremento de gastos operativos o costos indirectos, por el término de los efectos que ocasionan los procesos de gestión, cobros y contabilización de los créditos concedidos a los clientes.
- Tendencia al incremento de los riesgos asociados con el pago del importe correspondiente, ya que en ocasiones no existe un sistema formal de crédito desde donde se gestione jurídicamente el plazo de los pagos. El motivo principal del padecimiento de este tipo de riesgos tiene que ver con la ausencia de garantía de que los clientes, durante el periodo correspondiente al plazo del crédito, caigan en insolvencia y por tanto no pueda pagar a tiempo.
- Tendencia al incremento de la iliquidez, aspecto que deriva directamente de utilización de un sistema de crédito como medio de pago y que se recrudece en la medida que aumenta el riesgo de insolvencia y decrecen el volumen de pagos de los clientes con crédito. Es importante resaltar que la ausencia de liquidez es una de las dificultades fundamentales de la micro, pequeña y mediana empresa. (Grajales et al., 2018).

Luego bien, el contrato de *Factoring* ofrece soluciones tangibles a cada una de estas problemáticas, teniendo en cuenta principalmente que frenar el uso de sistema de crédito como principal alternativa para mantener e incrementar el flujo de ventas, es insostenible para la micro, pequeña y mediana empresa del contexto económico actual, en donde existe una amplia variedad de productos y servicios, así como de

medios para facilitar el acceso a estos, a saber: el otorgamiento de créditos, plazos de pago o pagos parciales en el proceso de intermediación. (Arteaga, 2017).

Así las cosas, esta práctica permite a las empresas comerciales, a un determinado precio, mantener una política de crédito atractiva sin detrimento de sus capacidades económicas ni desaceleración en su proceso de crecimiento. En síntesis, las implicaciones generales del *Factoring* consisten básicamente en:

Que el empresario transfiera al Factor la totalidad de los créditos que tiene en contra de terceros debido a su actividad mercantil, como también los que vayan naciendo, y éste se encargará de la gestión de cobranza y contabilización de los créditos, pudiendo asumir el riesgo de insolvencia de los deudores cedidos, como también anticipar al empresario el importe de los créditos transferidos. (Velasco, 1995, p.26).

De esta manera, el portafolio de servicios estándar de los contratos de *Factoring* empleados en la actualidad, se fungen sobre las ventajas proporcionadas por, en el caso de la *gestión de cobranzas y procesos de contabilización de créditos*: la disminución de los costos por el concepto de la mitigación de desviación de recursos, en defensa de la posible morosidad de los deudores; así como la simplificación de los procesos contables, pues al ceder las obligaciones en torno a la cobranza, se ceden igualmente las obligaciones respecto a la contabilización. Esto es así debido a que las empresas contratantes, en papel, únicamente tendrían un deudor: la empresa Factor.

Por otra parte, en lo que concierne a la asignación de garantías sobre la asunción del riesgo por concepto de insolvencia de deudores o clientes, el contrato de *Factoring* incorpora una serie de beneficios hacia las empresas contratantes, los cuales tienen que ver directamente con la percepción de seguridad por inexistencia de deudores morosos, esto es, por insolvencia. Así, de acuerdo con los aportes de Uribe (2015), las empresas contratantes no se ocupan más de idear estrategias de mitigación para la insolvencia de sus clientes y el no pago de los créditos concedidos.

Finalmente, los beneficios conferidos en virtud de anticipación de los montos o importes de los créditos tienen que ver claramente con la adquisición de liquidez y solvencia económica, necesaria para el correcto desenvolvimiento general de la iniciativa y actividad económica de la empresa contratante. Por tanto, la liquidez, en

el caso de las empresas comerciales o que cuyo mecanismo de funcionamiento opera a partir de un sistema de crédito, permite efectuar procesos administrativos más dinámicos y eficientes, ya que procura atender directamente la necesidad de ofertar una política de crédito llamativa que promueva incrementos en las ventas. Así mismo, permite hacerle frente a todo tipo de inconvenientes de naturaleza financiera, teniendo en cuenta que se cuenta con la liquidez suficiente.

3.4. IMPLICACIONES DEL FACTORING EN LA GERENCIA Y LA CONTABILIDAD

La gerencia o la dirección de la empresa es el área encargada de gestar estructuralmente la operación. Esto se hace efectivo a través del establecimiento de determinados lineamientos, procesos, instructivos y en general por medio de un Plan General de Operación, cuya base esencial son todas aquellas estrategias previamente definidas por la gerencia en virtud del cumplimiento de los objetivos misionales de la organización, así como de sus metas a corto, mediano y largo plazo. (Drucker, 2014).

Entendiendo que la resolución de estrategias, tácticas y procesos encaminados al desarrollo de la empresa son una dependencia cuya responsabilidad principal yace a cargo de la dirección, de la gerencia, es importante advertir que aquella trazabilidad construida desde la gerencia y manifestada por medio de estrategias u objetivos concretos, se diseña a partir de unos determinados presupuestos, o bien a partir de la robustez del aparato económico-financiero con que cuenta la empresa. Así entonces, la liquidez, como bien se ha especificado anteriormente, es una característica esencial de una empresa próspera, pues de acuerdo con Calle (2005), de ella dependen gran parte de las decisiones gerenciales en la medida en que las organizaciones trazan el alcance teniendo conocimiento pleno de los recursos disponibles.

Extendiendo esa idea, Zarta (2015) entiende que el *Factoring* es una alternativa multiservicios principalmente de tipo financiero y de gestión, que tiende a generar una gama de efectos producto del modo en que opera, y que a su vez, estos efectos repercuten directamente sobre la gerencia, las decisiones administrativas, las estrategias y por tanto, también sobre las operaciones. En ese sentido, algunos de estos efectos, de acuerdo con el análisis de Zarta (2015) y Portafolio (2021), son:

- Uso más eficiente del tiempo: por tanto las tareas de gestión están siendo llevadas a cabo realmente por la empresa Factor.
- Proporción del gasto más eficiente: igualmente, porque las tareas de gestión que han sido cedidas en virtud de la celebración contractual también implican un costo.
- Precisión en el hallazgo y elaboración de informes: existe fácil y rápido acceso a información detallada de la actividad económica y los flujos de efectivo correspondientes a ella, dadas las condiciones de relación exclusivamente bilateral que crea el contrato de *Factoring*, esto es, la existencia en papel de un solo 'cliente'.
- Simplificación general de los procesos y procedimientos de naturaleza contable, producto de la actividad económica: al igual que en el punto anterior, tiene que ver con las implicaciones del *Factoring*, que dejan como contrapartida de la venta, un único deudor o cliente y por tanto, una única contabilización.
- Anticipa el dinero recibido por concepto de ventas a crédito: ya que es una de las principales funciones del contrato y por las cuales las empresas del sector comercial que operan con mecanismos de crédito acuden a ello.
- Contribuye con la mitigación de los niveles de endeudamiento: ya que por la naturaleza del anticipo, la empresa tiene mayor capacidad de pago y liquidez de manera inmediata.
- Utilización de la liquidez disponible para optar por mejores opciones de crédito o beneficios financieros: cuando se cuenta con los niveles de liquidez suficientes, las empresas del sector comercial pueden comprar y pagar de contado, obteniendo de esa manera beneficios en los precios finales que ofertan los proveedores a quienes las empresas acuden.
- Protección ante posibles eventos inflacionarios: teniendo en cuenta el mecanismo de financiación anticipada que ofrece dicho contrato, la empresa contratante puede verse favorecida ante posibles eventos de incrementos deliberados de precio.
- Eliminación parcial o total de la mayoría de los procesos de supervisión y dirección contable sobre las ventas: al sólo tener un cliente como contrapartida de venta, todos los procesos de supervisión e inspección frecuente sobre los datos e información contable de cada cliente pasan a segundo plano o se eliminan en su totalidad.
- Simplificación de la estructura de operación del negocio comercial: como ya han sido previamente cedidas al Factor las obligaciones relativas a la cobranza, así mismo los costos derivados de dichos procesos de cobro se

eliminan por tanto son responsabilidad de la entidad financiera con quien se celebra el contrato de *Factoring*.

- Permite diseñar mejores procesos de planificación sobre la base de los recursos disponibles: como toda la actividad mercantil se liquida por medio de la empresa Factor y los procesos de contabilización son simples y específicos, facilita a la empresa contratante tener conocimiento pleno sobre sus flujos netos de efectivo dentro de un período contable. Esto facilita el diseño y la construcción de la planeación estratégica sobre la base de unos determinados recursos, que entre otras cosas, ya son ampliamente conocidos.

Finalmente, se puede colegir que las principales implicaciones que tiene la celebración del contrato de *Factoring* sobre las empresas, específicamente en sus áreas directivas o de gerencias y las áreas de contabilidad, cartera y finanzas; tienen que ver con aspectos como: la facilidad de acceso a los recursos financieros, esto es, al capital, la simplificación de los procesos operativos asociados con la gestión del cobro, aumento en el dinamismo de los procesos de planeación, facilidad de acceso a la información; y en general, todos aquellos asociados a la tenencia de liquidez y solvencia monetaria. Es importante señalar que este último es el principal aspecto por destacar dentro de los escenarios contables y de gerencia, ya que es la herramienta que finalmente permite construir condiciones de crecimiento y prosperidad para el negocio, pues como se ha clarificado previamente, la liquidez ofrece una amplia gama de beneficios en el mundo empresarial.

3.5. TRATAMIENTO CONTABLE DEL CONTRATO DE *FACTORING* PARA LA EMPRESA CEDENTE.

Respecto a la contabilización del contrato de *Factoring* cabe afirmar que la contabilidad representa un insumo clave para tomar la decisión de implementar el *Factoring* o no, puesto que denota si existen necesidades de liquidez y la oportunidad de vender las cuentas por cobrar producto de las ventas o prestación de servicios de la entidad. Sin embargo, al momento de contabilizar el *Factoring* no es la contabilidad la que determina cómo registrar la operación, sino que son las condiciones pactadas en el contrato de *Factoring* las que determinan como se debe realizar su registro en la contabilidad.

Como se dijo anteriormente, la contabilización del contrato de *Factoring* depende de las condiciones que se hayan establecido en el contrato, sin embargo, todo gira entorno a la asunción de riesgos o a la transferencia de control, es decir, si la

empresa cedente negocia un *Factoring* con recurso o un *Factoring* sin recurso, puesto que esto determinará si se da de baja a las cuentas por cobrar o en cambio se reconoce un pasivo financiero.

Respecto a lo anterior, la sesión 11 de las NIIF para Pymes en los párrafos 11.33 al 11.35 expone los parámetros para la baja en cuenta de los activos financieros, en donde establece que la entidad dará de baja a sus activos financieros solo cuando:

- (a) expiren o se liquiden los derechos contractuales sobre los flujos de efectivo del activo financiero, o
- (b) la entidad transfiera sustancialmente a terceros todos los riesgos y ventajas inherentes a la propiedad del activo financiero, o
- (c) la entidad, (...), ha transferido el control del activo a otra parte, y éste tiene la capacidad práctica de vender el activo en su integridad a una tercera parte no relacionada y es capaz de ejercer esa capacidad unilateralmente y sin necesidad de imponer restricciones adicionales sobre la transferencia. (Fundación IASC, 2009)

Esta sesión también expone como deberá reconocer la entidad la transferencia de su activo financiero como sigue:

“Si una transferencia no da lugar a una baja en cuentas porque la entidad ha conservado riesgos y ventajas significativos inherentes a la propiedad del activo transferido, la entidad continuará reconociendo el activo transferido en su integridad, y reconocerá un pasivo financiero por la contraprestación recibida.” (Fundación IASC, 2009)

Para ilustrar sobre lo expuesto, esta norma plantea los siguientes ejemplos:

“Ejemplo – transferencia que cumple las condiciones para la baja en cuentas

Una entidad vende un grupo de sus cuentas por cobrar a un banco por un importe inferior a su importe nominal. La entidad continúa gestionando los cobros procedentes de los deudores en nombre del banco, incluyendo el envío mensual de estados, y el banco paga a la entidad una comisión a tasa de mercado por la administración de las cuentas por cobrar. La entidad está obligada a remitir puntualmente al banco todos los importes cobrados, pero no tiene una obligación con el banco si los deudores se retrasan en el pago o no pagan. En este caso, la entidad ha transferido al banco sustancialmente todos los riesgos y ventajas inherentes a la propiedad de las cuentas por cobrar. Por consiguiente, elimina las cuentas por cobrar de su estado de situación financiera (es decir, las da de baja en

cuentas) y no muestra ningún pasivo por los importes recibidos del banco. La entidad reconoce una pérdida calculada como la diferencia entre el importe en libros de las cuentas por cobrar en el momento de la venta y el importe recibido del banco. La entidad reconoce un pasivo en la medida en que ha cobrado los fondos de los deudores, pero no los ha remitido todavía al banco.” (Fundación IASC, 2009)

“Ejemplo – transferencia que no cumple las condiciones para la baja en cuentas

Los hechos son los mismos que los del ejemplo anterior, excepto porque la entidad ha acordado volver a comprarle al banco las cuentas por cobrar del deudor cuyo principal o intereses hayan vencido hace más de 120 días. En este caso, la entidad ha conservado el riesgo de que los deudores se retrasen en el pago o no paguen—un riesgo significativo con respecto a las cuentas por cobrar. Por consiguiente, la entidad no trata las cuentas por cobrar como si se hubiesen vendido al banco y no las da de baja en cuentas. En su lugar, trata los importes obtenidos del banco como un préstamo garantizado por las cuentas por cobrar. La entidad continúa reconociendo las cuentas por cobrar como un activo hasta que se hayan cobrado o dado de baja por incobrables.” (Fundación IASC, 2009)

De acuerdo con lo expuesto en la norma podemos concluir que, si de parte de la empresa cedente se realiza una transferencia de control en la que no se asume los riesgos de impago del cliente, la entidad debe dar de baja en cuenta a las cuentas por cobrar, reconocer el importe recibido de parte de la entidad de *Factoring* y un gasto o pérdida por la diferencia entre el valor nominal de la cartera y el importe recibido de parte de la empresa factora.

En el caso contrario en el que la empresa cedente aún conserve el control y asuma los riesgos de impago, esta debe reconocer un pasivo financiero y mantener sus cuentas por cobrar en su contabilidad hasta que estas se hayan dado de baja por impago o se hayan recuperado.

CAPITULO 4

4. CONOCIMIENTO DE LOS CONTADORES Y/O GERENTES DE LAS MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA SOBRE EL *FACTORING* COMO ALTERNATIVA DE FINANCIAMIENTO.

El anterior contexto, a nivel teórico y técnico, ha permitido conocer los escenarios en los cuales el *Factoring* ha tenido lugar y la forma en la que se instaure como alternativa de financiamiento desde sus inicios hasta la actualidad, así como también, todos aquellos beneficios que ofrece para la contabilidad y la gerencia. Por lo dicho, a continuación, se ilustra, lo que para esta investigación representa datos puntuales que permiten dejar en evidencia, específicamente para el Distrito de Buenaventura, cuál es el conocimiento que poseen los contadores y/o gerentes de las medianas empresas dentro del sector del comercio. Para esto se retoman las respuestas obtenidas de ocho profesionales (contadores y/o gerentes) entrevistados como sujetos de estudio. Cabe mencionar que, aunque la muestra arrojó un número de diez empresas, no se pudo evaluar a la totalidad puesto que se presentaron dificultades con dos de ellas; hallamos que una de estas no existe en la actualidad pese a que se encuentra activa en la base de datos proporcionada por la Cámara de comercio de Buenaventura. De la misma manera, después de múltiples intentos por contactar a la otra empresa, no logramos tener acceso a ella ni comunicarnos con su gerente o contador.

La entrevista, estuvo compuesta por cinco preguntas, las cuales estuvieron destinadas a indagar e identificar la percepción de los encuestados sobre el *Factoring*, los contextos en los cuales se utiliza o puede utilizarlo, según experiencias y conocimientos, así como lo que desde su postura, considera que puede ayudar a que las empresas vean en el *Factoring* una alternativa de financiación. Al respecto, resulta conveniente destacar que, para las pequeñas y medianas empresas el *Factoring* ha sido visto como un financiamiento flexible, incluso mayor que los créditos tradicionales que ofrece el mercado, dirigida a la obtención de recursos de una manera rápida para dar soluciones a problemas y necesidades concretas (Pérez, 2007).

Dicho lo anterior, a continuación se hace la presentación del instrumento de evaluación utilizado para el cumplimiento del objetivo que se desarrolla en el presente capítulo y se anuncian los resultados del mismo en la imagen 4.

Ilustración 6. Instrumento de investigación 1 (entrevista)

**PERCEPCIÓN DEL FACTORING EN CONTADORES Y/O
GERENTES DE LAS MEDIANAS EMPRESAS DE
BUENAVENTURA**



A continuación encontrará una serie de preguntas destinadas a indagar su percepción a cerca del Factoring como herramienta de financiación. Mediante esto queremos conocer lo que piensan los gerentes y/o contadores de las medianas empresas de Buenaventura frente a esta temática.

Cabe resaltar que la información formulada en esta encuesta es para uso exclusivamente académico e investigativo. Sus respuestas son confidenciales y serán recopiladas y analizadas junto a las respuestas de los profesionales que están contestando este cuestionario.

Responda según sus conocimientos y opiniones sobre el tema.

1-) ¿Conoce el factoring como alternativa de financiamiento?

2-) ¿Qué piensa usted sobre el factoring?

3-) ¿Qué lo hizo pensar así?

4-) ¿Bajo cuáles circunstancia utilizaría, utiliza o utilizó el Factoring?

5-) ¿Qué puede ayudar a que las empresas tengan en cuenta el factoring como herramienta de financiación?

Fuente: elaboración propia

Ilustración 7. Tabulación general de resultados de entrevistas

 Universidad del Valle	1. ¿Conoce el Factoring como alternativa de financiamiento?	2. ¿Qué piensa usted sobre el Factoring?	3. ¿Qué lo hizo pensar así?	4. ¿Bajo cuáles circunstancia utilizaría, utiliza o utilizó el Factoring?	5. ¿Qué puede ayudar a que las empresas tengan en cuenta el Factoring como herramienta de financiación?
Grupo supermotos honda	Sí	Que es una herramienta muy útil	Es una herramienta que nos ayuda en momentos difíciles a nivel financiero	No lo he utilizado	Que haya más información sobre el tema
Miscelanea variedades bicolor	No lo tengo claro	No puedo opinar porque no tengo claro el concepto	Falta de conocimiento sobre el tema	(No responde)	Toda herramienta financiera es muy útil para la empresa y su crecimiento
Lubricantes lavaautos las americas	Sí	Que es una buena herramienta en momentos de falta de liquidez	(No responde)	No lo he utilizado	Brindar seguridad. Empresas verificadas y legales y que los clientes sean personas serias
Yamapezca	Sí	Es una buena alternativa para el apalancamiento	La parte conceptual	Aún no lo usamos	Mayor difusión del tema
Cervezas del Mar	No. Nunca hemos trabajado en el sistema de Factoring	N/A	N/A	N/A	N/A
Agromotores del Puerto	Sí, ya que tiene regulación propia puesto que es un contrato	Resulta conveniente ya que permite convertir las ventas a crédito como si fueran de contado	Porque ofrece la posibilidad de librarse de problemas de facturación y cobro que exige más personal	No lo he utilizado	Los menores costos de financiamiento dado los cortos plazos y las tasas que están ligadas
Lubrirepuestos el Triunfo	Sí	Es una buena herramienta de financiación	Lo que he aprendido en la universidad sobre el tema	Cuando tenga necesidad de liquidez	Una buena propuesta del banco y más conocimiento sobre el tema
Vhf comunicaciones SAS	Sí	Herramienta importante de concertación con los clientes para mejorar el flujo de caja de la organización	Sé que la herramienta es útil y está disponible para usar en cualquier momento	Cuando la rotación de cartera supere los 60 días	Que quien use el Factoring tenga el manaf en la relación comercial

Fuente: elaboración propia

4.1. CONOCIMIENTO SOBRE EL FACTORING

De manera inicial, se concreta el conocimiento que tienen tanto los gerentes como los contadores acerca del *Factoring*. En este aspecto, resulta interesante visualizar que, de las ocho personas encuestadas, dos de ellas afirman no conocer el *Factoring* y solo una de ellas afirma no tener claro el concepto y su forma de financiación, mientras que, el resto especifica que sí tiene o ha tenido un acercamiento a él. En específico, al preguntar: ¿Conoce el *Factoring* como alternativa de financiamiento?, llama la atención la respuesta del contador de Agromotores del Puerto al contestar:

“Sí, ya que tiene regulación propia puesto que es un contrato”

Como se ha mencionado en el apartado anterior, el contrato de *Factoring* se conoce por su capacidad de gestión, seguridad y financiamiento, y al ahondar en su forma de contrato, se resalta su mecanismo de contrato atípico, el cual debe ser extendido por escrito con un mutuo acuerdo de las partes relacionadas para que a este se le aluda una solemnidad convencional. (Gómez 2013).

Es preciso resaltar que este acuerdo legal ofrece diferentes garantías y obligaciones, pues dentro de sus implicaciones, tanto el factor como los deudores juegan un papel importante en el desarrollo de este contrato, pues los servicios que se brindan dependen de la capacidad económica que se tenga para solventar los mismos y demás obligaciones a cargo.

4.2. PERCEPCIÓN A CERCA DEL FACTORING

Esta sección del capítulo abarca tanto la segunda como la tercera pregunta de la entrevista: ¿Qué piensa sobre el *Factoring*?, ¿Qué lo hizo pensar así? De esta manera, aquí se detallan los aspectos asociados a las ideas o preconcepciones que tienen los entrevistados sobre la práctica del *Factoring*, así como también las razones por las cuales estos piensan de tal o cual manera. En ese sentido, las respuestas obtenidas en esta sección fueron las siguientes.

Para el caso de la empresa Lava autos y Lubricantes las Américas, en cuya entrevista correspondiente se pudo obtener la perspectiva de la empresa gracias a un acercamiento con la gerente, Gloria Chichoque, se encontró dentro del apartado de ideas y preconcepciones que:

“Es una buena herramienta en momentos de falta de liquidez”.

La aseveración de la gerente Chichoque trae a colación una importante implicación del *Factoring*, la cual justifica, por las circunstancias, tipo o naturaleza de los créditos que conceda la empresa comercial a sus clientes, que pueden ser causales de que por la empresa pueda atravesar momentos de escases de flujo de efectivo. Así, un primer análisis sobre la respuesta de Grupo Supermotos Honda permite determinar que no consideran como una alternativa de financiamiento y obtención de liquidez rápida al *Factoring*, siempre y cuando la celebración de su contrato no responda explícitamente a la necesidad de obtener cuanto antes los importes respectivos de un determinado producto, que previamente ha sido vendido a través de la promoción de una política de crédito flexible y accesible para los clientes y que por tanto, está sujeta a la posibilidad de extender la amortización del crédito para dichos clientes.

De otra forma, y lo que explícitamente responde el gerente de esta última empresa, desde la visión de la organización únicamente se considera viable o favorable utilizar servicios de *Factoring* cuando la obtención del valor de los créditos cedidos por la empresa contratante, se pactan para pagar en plazos extendidos, de tipo mediano o largo, lo que pueda conllevar a momentos difíciles a nivel financiero. Así, se evidencia también que la empresa Supermotos no percibe beneficios por utilizar servicios de *Factoring* cuando los créditos que ha concedido no tienen una duración prolongada o no han sido pactados a un amplio número de cuotas. Esto permite inferir que la empresa no tiene conocimiento sobre los demás servicios que ofrecen las empresas Factor, así como tampoco entiende a la solvencia o liquidez constante como una ventaja competitiva, estratégica y de rápida reacción ante las exigencias y oportunidades del mercado.

El concepto de liquidez como ventaja competitiva y oportunidad de mercado se trae a colación teniendo en cuenta principalmente los aportes de Mazzeo et al., (2012), quienes advierten de las ventajas financieras y competitivas en el marco empresarial y de negocios como producto de altos niveles de liquidez. Igualmente, los aportes de estos autores son especialmente importantes porque dentro de su análisis establecen una vinculación directa entre las prácticas de *Factoring* y la obtención de liquidez por parte de las micro, pequeñas y medianas empresas.

De manera similar, durante la entrevista con la empresa Yamapesca, que se ejecutó a partir de un diálogo con el contador de la organización, se pudo identificar que la percepción general sobre el *Factoring* en este caso se relaciona directa y únicamente con la necesidad de obtener de manera anticipada el importe de cartera

de los clientes por medio de la financiación que ofrecen las entidades de *Factoring* para responder a las actividades operacionales de la empresa. De ese modo, la intervención que tuvo el contador de la empresa en respuesta a la pregunta ¿Qué piensa usted sobre el *Factoring*?, fue:

“Es una buena alternativa para el apalancamiento”

Esta postura deja por supuesto de lado, al igual que algunas intervenciones previas, las diversas facilidades que ofrece este mecanismo de financiación. A decir entre ellas, la posibilidad de ofrecer políticas de crédito atractivas en el mercado como mecanismo de amplificación para clientes potenciales. Los aportes de Cuadros et al., (2016), exponen algunas de las ventajas del *Factoring* en tanto se refiere a la facilidad que otorga esta práctica económica a las micro, pequeñas y medianas empresas de tipo comercial, para efectos de captación de clientes vía ofrecer alternativas de financiación crediticia de fácil acceso y una política de diferidos amplificada.

Puede entonces advertirse sobre la posibilidad de que algunos micro, pequeños y medianos empresarios de Buenaventura, no tengan claros los beneficios financieros que confiere en ocasiones el contrato de *Factoring*. En ese sentido, es importante aclarar que buena parte del mecanismo de funcionamiento de esta práctica empresarial, funciona a partir de un ciclo en el cual la empresa contratante puede estar facultada y respaldada por la entidad financiera o empresa Factor con quien previamente celebró contrato de *Factoring*, para ofertar una política de crédito sumamente atractiva para sus clientes.

Ahora bien, una vez este servicio se ofrece, como ya no es la empresa vendedora propiamente quien se va a encargar de la labor de cobranza, sino el Factor, éste último obtiene beneficios en términos de intereses por diferido, dado que debido a la política de crédito atractiva que ofreció la empresa vendedora, se pudo haber diferido los pagos respectivo a un amplio número de cuotas, que por efecto implica un aumento sustantivo en el monto de los intereses, de acuerdo con Oropeza (2020); y que, por lo tanto; ello repercute en beneficio de la entidad financiera o empresa factor, teniendo en cuenta que en esencia la rentabilidad obtenida por el Sector Financiero viene vinculada al pago de intereses, como lo exponen Toro y Gualteros (2016).

Por otra parte, para el caso de la empresa Lubrirepuestos el Triunfo, cuya entrevista se desarrolló a partir del acompañamiento a la contadora, se pudo determinar que

la idea general que tiene el área encargada, que es contabilidad y finanzas, es que el *Factoring* es:

“Es una buena herramienta de financiación que ayuda en momentos de escasez de flujo de efectivo”

Destacando la postura de la entrevistada, se puede colegir que si bien una de las grandes bondades de esta práctica económica es la generación de liquidez, encasillar en solo esto los beneficios y elementos que contiene el *Factoring* para las empresas quienes contraten dicho servicio es un error, pues se estarían obviando la labor de gestión por concepto de cobranza que asume el Factor, la labor de asesoría financiera, la logística que pueda aportar, así como las demás funciones que se adhieren en el contrato de *Factoring*.

Por lo tanto, de acuerdo con lo que se evidencia en sus respuestas y la respectiva implicación de ello, los entrevistados no parecen tener muy claro el concepto de *Factoring*, sus funciones, beneficios y su operabilidad general, pues en sentido general; los entrevistados entienden que es una práctica para la obtención rápida de liquidez únicamente.

Lo enunciado anteriormente correspondió a las opiniones de las empresas que tenían conocimientos sobre la existencia y/o utilidad del *Factoring*. Por otro lado, los demás contadores y gerentes de las empresas que fueron objeto de esta investigación y que no tenían conocimientos o no tenían muy claro el concepto de *Factoring*, respondieron de manera muy basta durante la entrevista al cuestionarle ¿Qué piensa sobre el *Factoring*?

En la sección de la entrevista que data sobre la empresa Miscelanea variedades bicolor, en cuyo caso se entrevistó a la gerente de la empresa, la observación por parte de esta permitió identificar que, no tiene claro el concepto del *Factoring* e ignora las características de esta herramienta de financiación como lo es el suministro de liquidez al instante, en conjunto con la recuperación de cartera que no ha podido ser efectivamente cobrada y pagada. Su intervención al respecto de lo que piensa sobre el *Factoring* fue la siguiente:

“No puedo opinar mucho porque no tengo claro el concepto”

Luego, en lo que corresponde a la pregunta sobre las razones por lo cual dio la respuesta anterior y qué la hizo pensar de esta manera, es importante resaltar el

aporte que esta gerente de donde puntualizó durante la entrevista, que se debe a la ausencia de información sobre el tema, lo que deja ver que desconoce lo que ofrece el *Factoring* para la financiación y obtención de liquidez, lo cual es una especie de recuperación de cartera, lo que tiene efecto igualmente sobre la liquidez, ya que las empresas pueden percibir esta recuperación de sus cuentas por cobrar como liquidez inmediata y reducción de operaciones futuras en términos de gestiones de cobranza y contabilización. Siendo así, la respuesta que nos ofrece la gerente de Miscelanea bicolor y que da origen a este análisis es:

“La falta de conocimiento sobre el tema”

Las respuestas dadas por las demás empresas entrevistadas al contestar la pregunta correspondiente a esta sección, se redujo a que no opinaban nada debido a que no lo conocían, sin embargo, pidieron una explicación sobre el concepto y la utilización del *Factoring* que luego les permitiera tener una idea sobre el tema, preguntando de qué se trataba y atendiendo con bastante atención a la breve exposición y descripción que les fue brindada de parte de las entrevistadoras.

Estos aportes son altamente valiosos dado que dan cuenta de la necesidad de información y de difusión del *Factoring* puesto que a pesar de que no hay un conocimiento claro hay un leve interés en conocer más del tema ya que podría ser de utilidad para momentos en que las empresas lo requieran.

4.3. CONTEXTOS Y FORMAS DE APLICACIÓN DEL *FACTORING*

En este tercer momento, lo que se busca al preguntar: ¿Bajo cuáles circunstancias utilizaría, utiliza o utilizó el *Factoring*?, es tener escenarios específicos, que, de acuerdo con el conocimiento de los gerentes y contadores, resultan aptos o propios para hacer uso del *Factoring*, lo que permite a su vez, identificar la amplitud de la visión de los servicios que ofrece este mecanismo y así establecer qué tan acertados se encuentran frente al tema. En este caso, se trae a colación lo expuesto por la gerente de Vhf Comunicaciones, quien advierte que lo utilizaría:

“Cuando la utilización de cartera supere los 60 días”

Conviene esclarecer que este es efectivamente uno de los fines de actividad del *Factoring*, adicionando los beneficios que representan el obtener anticipos sin aumentar pasivos, puesto que, se tiene dinero disponible en el negocio, y se pueden obtener descuentos por pago oportuno, entre otros beneficios financieros otorgados

únicamente a empresas cuya capacidad de pago inmediato o cuantía de liquidez es alta. La financiación que se otorga puede ser sobre facturas y sobre inventarios, además de considerar otros servicios propios de la actividad de la operación, tales como el estudio de mercado y selección de clientes; la información estadística y comercial y el almacenamiento de mercancías y demás labores de gestión. (Gómez, 2013).

Otra apreciación interesante viene por parte de la contadora de Lubrirepuestos el Triunfo, quien afirma que el *Factoring* desde su perspectiva debería ser utilizado...

“Cuando tenga necesidad de liquidez”

Lo dicho permite traer a colación un concepto de *Factoring* que rescata específicamente el componente de acceso y aumento de liquidez. Así, en lo que respecta a las consideraciones de Conde (2021, p.55), “se relaciona a la función de financiación, ya que supone el anticipo de dinero en efectivo que el factor puede realizar con cargo a los documentos pendientes de cobro y créditos que el cliente le ha cedido”, en este orden de ideas, al adquirir este beneficio, la empresa beneficiaria estaría recibiendo la oportunidad de llevar a cabo sus operaciones cotidianas con un mayor grado de eficiencia pues al mandar los créditos y cobranzas a otra entidad, se obtiene un capital de trabajo sin endeudamiento.

Llama la atención también, conocer otras percepciones que se encaminan a la no consideración del *Factoring* como aliado financiero dentro del contexto empresarial, reuniendo las respuestas emitidas por varios de los encuestados quienes afirman no lo utilizan o utilizarían ya que sus empresas manejan ventas de contado o cuentan con carteras sanas o simplemente por su tipo de actividad económica no consideran utilizarlo, lo que hace que descarten la implementación de *Factoring*.

Dichas consideraciones puede no tener en cuenta algunos aspectos importantes sobre el *Factoring*, como por ejemplo la facilidad que otorga el Factor a la empresa contratante por el término de la cesión de funciones logísticas, contables y financieras; pues al realizar un contrato de *Factoring*, se le otorga la responsabilidad al Factor de acuerdo a los lineamientos preestablecidos, de llevar a cabo todas aquellas acciones que refieran a la gestión de cobranza, contabilización, y dependiendo de los términos que se pacten, se pueden ceder también funciones de naturaleza logística, esto es, de almacenaje, transbordo, distribución o manejo de mercaderías, como se expuso durante el análisis el desarrollo histórico del *Factoring* según los aportes de Velasco (1995).

Lógicamente, esto parte del supuesto de que todas estas tareas demandan o incurren en un costo para poder ejecutarse, costo que asume el Factor y que, por tanto, puede derivar en una reducción de costos y gastos por parte de las empresas contratantes. En este orden de ideas, convendría analizar la rentabilidad que puede generar el *Factoring* a la empresa a corto plazo. (Velasco, 1995).

Finalmente, con base en las intervenciones rescatadas durante la entrevista con las empresas Vhf comunicaciones y Lubrirespuestos el Triunfo, en la sección sobre las circunstancias bajo las cuales utilizaría, utilizó o utiliza la práctica, se pudieron rescatar percepciones muy similares. Esta percepción da cuenta de que los entrevistados entienden que un uso oportuno del *Factoring* como práctica económica-empresarial, tiene lugar cuando se tiene cartera vencida, o se quiere recuperar justo antes de su vencimiento.

Es decir, tanto la gerente de Vhf comunicaciones como la contadora de Lubrirespuestos el Triunfo, entienden que la razón principal para usar esta práctica tiene que ver expresamente con la delegación de la labor y gestión de cobranza, ya que al verse imposibilitada una empresa comercial a la hora de cobrar sus productos vendidos previamente a crédito, las entidades financieras que prestan servicios de *Factoring*, puede facilitar la tarea de cobranza en su beneficio, e igualmente proporcionar el importe correspondiente a las facturas por cobrar de los clientes de la empresa comercial, menos la deducción que cobra el Factor y que tiene lugar por concepto de los servicios financieros, de asesoría y de gestión que asumen los oferentes de servicios *Factoring*.

4.4. EL FACTORING COMO HERRAMIENTA DE FINANCIACIÓN PARA LAS MEDIANAS EMPRESAS

En este punto tiene lugar el análisis de las respuestas que giran alrededor de un cuestionamiento interesante que permite conocer las propuestas de los contadores y gerentes entrevistados respecto a la visibilidad y uso del *Factoring*, en este caso, lo que se busca es conocer: *¿Qué puede ayudar a que las empresas tengan en cuenta el Factoring?* De manera inicial, se resalta que, los gerentes y contadores coinciden en la necesidad de que las empresas Factor lleven a cabo un proceso de difusión de este servicio de una manera más amplia, de la mano de la exposición de beneficios y desventajas que ello genera. El aporte específico de la empresa Supermotos se encamina a describir lo que a una empresa la llevaría a considerar hacer uso del *Factoring*, afirmando que esta lo tendría en cuenta con base en:

“Que haya más información sobre el tema”

Es decir, lo que se puede inferir a partir de la intervención de la gerente de Supermotos es que, de hecho, no se han realizado campañas efectivas ya sea de parte de las empresas de *Factoring* o las entidades gubernamentales competentes para dar a conocer esta herramienta financiera, e incluso puede estar faltando dar a conocer esta herramienta en los ámbitos académicos en los que se forjan la mayoría de los gerentes y contadores de las empresas del distrito de Buenaventura.

Por otro lado, llama la atención de la gerente de Lubricantes y Lava autos las Américas al dejar saber su apreciación a la pregunta en cuestión respondiendo que los circunstancias que podrían motivar al uso de esta herramienta rondan en que la empresa Factor brinde garantías de seguridad y sea una empresa legalmente constituida. En ese orden, su aporte en respuesta a la pregunta que da origen a esta sección es que algunos aspectos que pueden ayudar a que las empresas tengan en cuenta al *Factoring* corresponden a:

“Brindar seguridad. Empresas verificadas y legales y que los clientes sean personas comprometidas”

Esta apreciación expone la necesidad de que haya garantías de seguridad y de legalidad por parte de las empresas Factor para efectos de la celebración de contratos de *Factoring*, garantías que se relacionan directamente con la reducción de los riesgos a los que podría estar expuesta la empresa cedente, además de que los deudores sean responsables con los créditos otorgados. De acuerdo a esto podemos inferir que operar como empresa comercial amparado en las garantías que ofrecen las empresa Factor, otorga una serie de beneficios a las empresas cedentes en términos de reducción de costos de financiación, elemento que se relaciona directamente con los riesgos que asumen las empresas comerciales que venden a crédito, ya que cuando lo hacen, supeditan la obtención de liquidez, esto es; de capacidad de financiación, al pago de las cuotas correspondientes de los clientes, quienes no están exentos de caer en insolvencia y por tanto no poder pagar.

Así mismo, y como parte integral de la forma en que operan las empresas comerciales que venden a crédito, se entiende que, para concretar totalmente la venta de ciertos productos, es decir, para terminar el plazo concedido a los clientes y recaudar la totalidad del valor pactado, las empresas deben esperar largos periodos de tiempo, lo que repercute directamente sobre la liquidez y la capacidad de financiación. De esta manera, se puede colegir entonces, que dada la relación de ambivalencia entre el acceso a liquidez o solvencia y la capacidad de financiar

las operaciones de una empresa; el *Factoring* es una alternativa que proporciona, como mínimo; la posibilidad de obtener la totalidad (menos la comisión que cobra el Factor) del valor vendido a crédito y en esa medida, facilitar las operaciones de financiación de la empresa, que no se pueden llevar a cabo toda vez que exista ausencia parcial o total de liquidez o solvencia económica. (Mazzeo et al., 2012).

Adicionalmente, se puede traer dentro de este análisis a colación la entrevista con el contador de Yamapesca, quien, en este caso, asevera que algunas de las razones que pueden contribuir a que las empresas tengan más en cuenta la opción del contrato de *Factoring*, tiene que ver con aspectos como: el desconocimiento del mecanismo de financiación. Su aporte en respuesta a la pregunta que da origen a esta sección es:

“Mayor difusión del tema”

El aporte de la empresa Yamapesca, aunque es similar a la respuesta de Supermotos, es muy importante ya que pone de manifiesto nuevamente la necesidad de que exista una mayor distribución y oferta de la información referente al *Factoring* y la principal razón que puede potencializar y amplificar la práctica de este servicio y así mismo, la proliferación del mismo a partir de la construcción de un mercado consolidado por empresas dispuestas a emplear al *Factoring* como herramienta de financiación, una vez celebrado el contrato, así como entidades financieras oferentes de estos servicios, dispuestas plenamente a asumir todas las implicaciones y riesgos producto de la compra de facturas, por el reconocimiento de un valor sobre el total de las facturas.

En esencia, estas opciones son las que potencialmente pueden hacer más conocida a la práctica dentro del entorno empresarial, pues si una vez efectuado un análisis por parte de las posibles empresas cedentes, se consolida efectivamente la existencia de múltiples beneficios; podría ampliarse masivamente la práctica de este contrato como alternativa o mecanismo principal de financiamiento. En ese sentido, es importante destacar entonces que lo anterior únicamente se hace posible, toda vez que las empresas que ofertan servicios de *Factoring* ideen toda una estrategia comercial de venta destinada a divulgar los servicios de *Factoring* en conjunto con herramientas pedagógicas que permitan a los empresarios interesados conocer, tanto el mecanismos general de funcionamiento, las implicaciones, los beneficios, ventajas competitivas, costos del servicio; entre otros aspectos del portafolio de servicios de las empresas dedicadas a ofrecer esta alternativa de financiamiento.

CAPITULO 5

5. PERCEPCIÓN DE LOS CONTADORES Y/O GERENTES DE LAS MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA CON RESPECTO AL *FACTORING*.

Después de considerar los elementos propios del conocimiento que tienen los contadores y/o gerentes de las medianas empresas del sector comercio del Distrito de Buenaventura respecto al *Factoring*, se indaga en la percepción de los mismos a partir de una encuesta que ha sido estructurada con el fin de entender la importancia que le dan a la misma y sus consideraciones sobre el manejo de dicha herramienta en contextos empresariales, para ello, se realizaron una serie de afirmaciones que fueron respondidas a partir de una puntuación establecida (1-5) donde 1 es totalmente en desacuerdo y 5 es totalmente de acuerdo. Cabe resaltar que, aunque algunos entrevistados dieron respuestas bastas debido al desconocimiento del tema, luego de explicarles lo básico a cerca del *Factoring*, nos permitieron conocer su percepción respondiendo de acuerdo con lo comprendido del tema. A continuación, se expone el instrumento de evaluación utilizado y la tabulación general de los resultados. Posterior a esto, por medio de las gráficas se ilustra de manera detallada ilustran los resultados obtenidos.

Ilustración 8. Instrumento de investigación 2 (encuesta)


Universidad del Valle

PERCEPCIÓN DEL FACTORING EN CONTADORES Y/O GERENTES DE LAS MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DE BUENAVENTURA

A continuación encontrará una serie de afirmaciones destinadas a indagar su percepción acerca del Factoring como herramienta de financiación. Mediante esto queremos conocer lo que piensan los gerentes y/o contadores de las medianas empresas de Buenaventura frente a esta temática.

Cabe resaltar que la información formulada en esta encuesta es para uso exclusivamente académico e investigativo. Sus respuestas son confidenciales y serán recopiladas y analizadas junto a las respuestas de los profesionales que están contestando este cuestionario. Al diligenciar el presente formulario autoriza el tratamiento de datos.

angie.renteria@correounivalle.edu.co [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

Nombre

Tu respuesta

Empresa *

Tu respuesta

Cargo *

☐ Gerente

☐ Contador

[Siguiente](#) [Borrar formulario](#)

PERCEPCIÓN DEL FACTORING EN CONTADORES Y/O GERENTES DE LAS MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DE BUENAVENTURA

De acuerdo con las siguientes afirmaciones, responda la opción con la que más se identifique.

El factoring es una herramienta de financiación que se puede utilizar para mejorar * el flujo de efectivo de la empresa.

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente de acuerdo

Utilizaría el factoring como alternativa de financiamiento para la empresa. *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente de acuerdo

El factoring contribuye a la financiación de la empresa. *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente de acuerdo

El factoring es una importante herramienta de financiación. *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente de acuerdo

El factoring es útil para lograr cumplir los objetivos de la empresa en momentos * de escases de flujo de efectivo.

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente de acuerdo

El factoring es poco utilizado en las medianas empresas del distrito de Buenaventura por la mala cultura de pago y los reportes en data crédito. *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente de acuerdo

El factoring es poco utilizado en las medianas empresas del distrito de Buenaventura por la falta de conocimiento sobre el tema. *

1 2 3 4 5

Totalmente en desacuerdo ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Totalmente de acuerdo

[Atrás](#) [Enviar](#) [Borrar formulario](#)

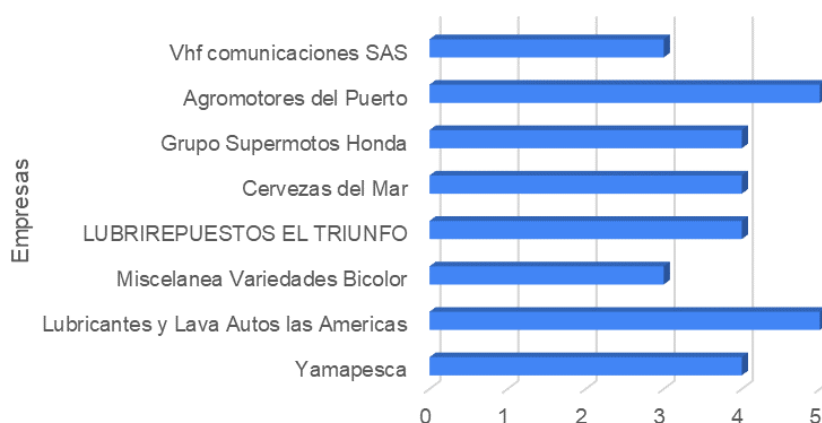
Adaptado de: <https://forms.gle/z9UUa79wVGYE2XAe6>

Ilustración 9. Tabulación general de resultados de encuestas

	El factoring es una herramienta de financiación que se puede utilizar para mejorar el flujo de efectivo de la empresa.	Utilizaría el factoring como alternativa de financiamiento para la empresa.	El factoring contribuye a la financiación de la empresa.	El factoring es una importante herramienta de financiación.	El factoring es útil para lograr cumplir los objetivos de la empresa en momentos de escases de flujo de efectivo.	El factoring es poco utilizado en las medianas empresas del distrito de Buenaventura por la mala cultura de pago y los reportes en data crédito.	El factoring es poco utilizado en las medianas empresas del distrito de Buenaventura por la falta de conocimiento sobre el tema.
Yamapezca	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Desacuerdo	Desacuerdo
Lubricantes lavaautos las americas	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
Miscelanea variedades bicolor	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
Cervezas del Mar	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo
Grupo supermotos honda	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Agromotores del puerto	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Vhf comunicaciones SAS	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Totalmente en desacuerdo	Totalmente de acuerdo
Lubrirepuestos el Triunfo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Fuente: elaboración propia

Gráfica 1. El Factoring como herramienta de financiación que se puede utilizar para mejorar el flujo de efectivo de la empresa.



Fuente: elaboración propia

De acuerdo con la afirmación enunciada en la gráfica 1 es posible asegurar que ninguna de las empresas se encuentra en desacuerdo con que el *Factoring* se puede utilizar para mejorar el flujo de efectivo de la empresa, sin embargo, lo expresado por la Empresa Vhf comunicaciones y la empresa Miscelánea Variedades Bicolor gerenciada por Gloria Chichoque, permite observar que tienen una posición neutral en referente a que el *Factoring* tenga dichas bondades, mientras que, las demás empresas contemplan al *Factoring* como una herramienta de financiación que permite el flujo de efectivo en una empresa, hecho que permite interpretar que pueden llegar a considerar al *Factoring* como una alternativa de financiamiento en un momento de escasez de efectivo.

Así mismo, es importante denotar que el mayor número de empresas aduce tener afinidad con la práctica en este sentido, hecho que permite identificar que los gerentes y contadores de las empresas encuestadas aprecian de alguna manera los principales beneficios económicos y financieros que suelen caracterizar al *Factoring* para las empresas, características que naturalmente tienen que ver con la posibilidad de adquirir con mayor facilidad los recursos financieros suficientes para continuar las actividades de operación. Expuesto lo anterior, es posible denotar algún grado de afinidad de las empresas hacia el *Factoring* y se puede aducir que es posible que puedan llegar a considerarlo como una herramienta de utilidad para efectos del aumento del flujo de efectivo.

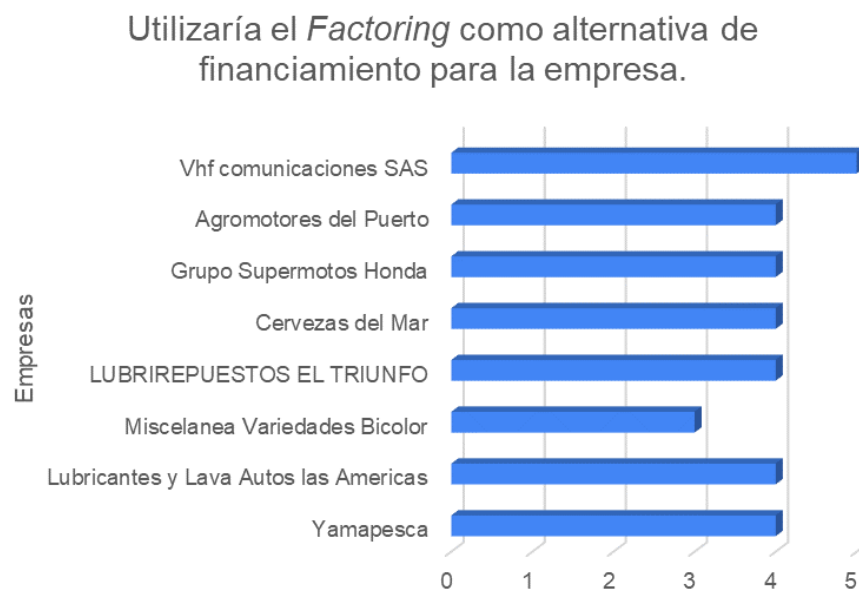
En ese sentido, se puede destacar que, las empresas objeto de estudio alcanzan a percibir, algunas en mayor grado que otras, las ventajas que ofrece el *Factoring* al ser una fuente de financiamiento rápida y que de acuerdo con lo pactado en los contratos y las políticas de la empresa Factor puede no requerir de engorrosas garantías ni procedimientos adicionales. El hecho de que algunas de las empresas encuestadas no alcancen a percibir totalmente las ventajas que puede ofrecer el *Factoring*, aducimos que se debe a que este no es ampliamente conocido ni utilizado por los empresarios en Buenaventura. Esto debe sus orígenes en buena parte a la falta de difusión y promoción de la práctica por parte de las entidades financieras quienes prestan los servicios de *Factoring*, así como de las autoridades competentes.

Adicionalmente, es importante comentar que a pesar de las respuestas en las que la mayoría dice estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con la afirmación, existe un desconocimiento generalizado sobre cómo funciona el *Factoring* y, por lo tanto, también sobre sus posibles beneficios para las empresas. Teniendo en cuenta esto, una pequeña porción de los empresarios no conoce o sabe que pueden vender sus

facturas pendientes de cobro a una empresa que ofrezca servicios de *Factoring*, ni conocen las ventajas que esto les puede representar, como la obtención de liquidez inmediata, necesaria para financiar las operaciones y reducir la carga financiera. De manera similar, otro de los factores que contribuye con el bajo conocimiento de esta práctica en el contexto nacional es la falta de regulación, supervisión y control por parte de las autoridades competentes. Esto ha repercutido en una serie de desventajas y circunstancias de Desfavorabilidad que lejos de promover el uso de la práctica y beneficiar con ello a más personas, ha llevado a ambientes de falta de transparencia y prácticas abusivas que afectan a los empresarios y a todos los posibles compradores del servicio. (Giraldo et al., 2017).

En síntesis, el desconocimiento del *Factoring* en el contexto nacional y local, específicamente como alternativa de financiamiento para micro, pequeñas y medianas empresas, es un problema que requiere una mayor difusión y promoción, principalmente por parte de las entidades financieras que ofrecen dicho servicio, pero también por parte de las autoridades competentes en materia de regulación financiera, cambiaria y monetaria. En ese orden, surge la necesidad de mejorar la regulación, supervisión y monitorización de las empresas factores para garantizar la transparencia y evitar prácticas abusivas que afecten a los empresarios, como complemento a la operatividad del servicio.

Gráfica 2. Uso del Factoring



Fuente: elaboración propia

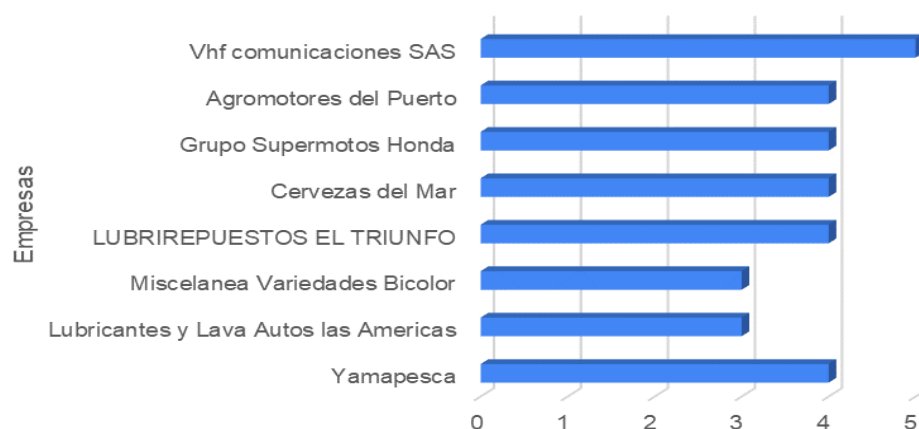
Al evaluar el uso del *Factoring* como alternativa de financiamiento desde la consideración personal de los contadores y/o gerentes de las empresas encuestadas es posible evidenciar que Vhf Comunicaciones SAS afirma estar totalmente de acuerdo mientras que 6 de las 7 empresas restantes afirman estar de acuerdo en hacer uso de esta herramienta y solo una, la empresa Miscelánea Variedades Bicolor, mantiene una posición neutral ya que quien se encuentra a cargo de esta asegura no estar en desacuerdo ni de acuerdo con la opción de utilizar el *Factoring* en su quehacer laboral. Ante esto resulta pertinente resaltar que el uso que se le puede dar a esta herramienta dependerá de las necesidades de cada empresa, lo que puede influir en las respuestas obtenidas.

Es significativo identificar que la mayor cantidad de empresarios evaluados aducen sentirse identificados de alguna manera con la práctica como mecanismo de financiación. Esto, teniendo en cuenta que entre las principales bondades del *Factoring* se encuentra la facilidad de asumir distintas cargas financieras y apalancar el negocio con el uso de esta. Bajo esa noción, es importante dejar por sentado que los principales beneficios de financiación que se derivan de la práctica del *Factoring* son:

En primer lugar, la optimización de la liquidez, elemento que siempre tiene un lugar importante para efectos de la operación económica y en general para mantener el negocio a la vanguardia del mercado. Así mismo, se encuentra la reducción de las cargas administrativas, ya que la empresa contratante cedió previamente con la celebración del contrato, la obligación de la gestión de cobro. Igualmente, otro beneficio de financiación es que se elimina el riesgo de insolvencia de deudores o la incapacidad de pago, lo que facilita los procesos de adquisición del capital financiero. Similarmente, se encuentra que el *Factoring* permite acceder a opciones de financiación sin la presentación de garantías adicionales, ya que la principal garantía es la factura que vende la empresa contratante. Finalmente, otra de las ventajas derivadas de la facilidad de financiación es que el empresario o empresaria tiene a su disposición una forma recurrente de acceder a financiación, ya que puede ceder facturas en todo momento. (Carmona y Chávez, 2015).

Gráfica 3. Contribución financiera del Factoring

El *Factoring* contribuye a la financiación de la empresa.



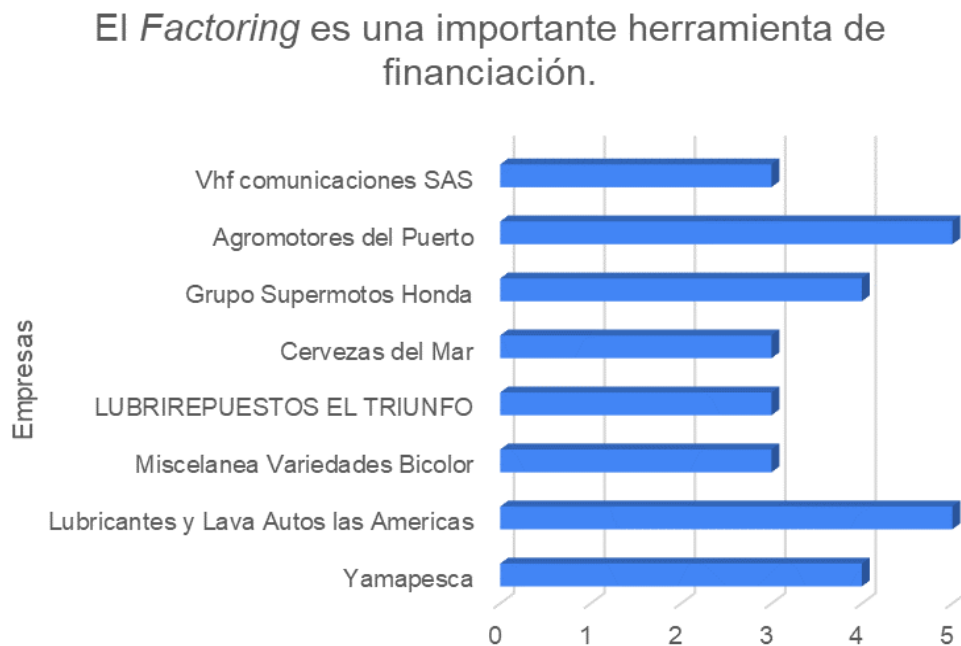
Fuente: elaboración propia

La percepción que tienen los encuestados sobre la contribución financiera que tiene el *Factoring* en las empresas es positiva puesto que la mayor parte de estas afirman estar de acuerdo con la afirmación. Como se muestra en la gráfica 3, quienes se encuentran a cargo del área gerencial y financiera de las empresas Yamapesca, Agromotores del Puerto, Cervezas del mar, Lubrirepuestos el Triunfo, VHF comunicaciones e incluso Supermotos consideran que, sí es una afirmación correcta el considerar dicha herramienta como un ente que potencializa la economía de una empresa, siendo conscientes de los atributos que posee el *Factoring*, mientras que Miscelánea Variedades Bicolor y Lubricantes Y Lava Autos Las Américas afirman no estar tan de acuerdo con la idea por lo que responden de manera neutral ante el enunciado.

Nuevamente, de acuerdo con la evaluación efectuada a los empresarios, la perspectiva general indica que perciben beneficios en tanto refiere a la contribución de tipo financiero que proporciona el uso del *Factoring*. Sobre esto, resulta necesario traer a colación y destacar, una vez más, algunas de las principales contribuciones de esta naturaleza que incorpora la práctica. Primero, la contribución financiera por el término del acceso o proporción de liquidez. Segundo, reduce riesgos de no pago y aumenta la facilidad y dinamismo en la gestión de las cuentas por cobrar. Tercero, permite acceder a financiación sin la necesidad de solicitar créditos empresariales o préstamos con entidades financieras.

Expuesto lo anterior, como resultado se pudo obtener que 6 de los 8 encuestados perciben al *Factoring* como una herramienta que contribuye a la financiación de la empresa, lo que deja ver que la mayoría de los participantes tienen nociones a cerca de las contribuciones financieras a las que se tiene lugar gracias al *Factoring*.

Gráfica 4. importancia del Factoring



Fuente: elaboración propia

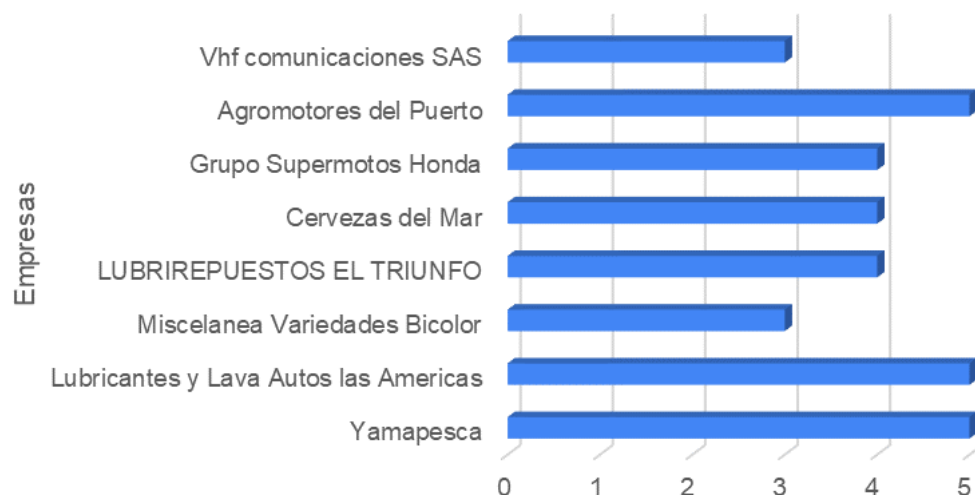
La afirmación ilustrada en la gráfica 4 alude a la importancia del *Factoring* a consideración de los encuestados, donde es posible evidenciar datos similares a los registrados en la gráfica 3, a diferencia de la percepción que ofrece Vhf Comunicaciones, Cervezas del Mar y Lubrirepuestos el Triunfo, quienes esta vez no contemplan ni importante ni no importante la herramienta, al presentar una posición neutral. En la misma línea, Miscelánea Variedades Bicolor mantiene su posición neutral en cuanto a la importancia del *Factoring* tal como lo afirmó en lo correspondiente a su contribución de acuerdo con lo observado en la gráfica 3. A lo largo de lo expuesto se podría considerar que, algunos de los gerentes y contadores conocen las posibilidades que brinda el *Factoring*, desde su experiencia lo clasifican como un mecanismo importante pero mientras que otros no lo ven totalmente como

un mecanismo o estrategia que utilizarán ni la posicionan como importante aunque tampoco lo ven como no importante.

Los resultados obtenidos en la gráfica 4 permiten observar que hubo una opinión dividida de parte de los participantes casi en partes iguales ya que la mitad afirmó estar en una posición neutral y la otra parte afirmó estar de acuerdo y solo una de ellas estar totalmente de acuerdo. Se puede destacar que los participantes le otorgan cierto grado de importancia al *Factoring* para efectos de conseguir financiación, lo cual concuerda con los beneficios y la importancia que se le atribuye a la práctica. En ese sentido, se puede colegir que entre los principales beneficios que revisten de importancia a la práctica, se encuentra que: permite a las empresas obtener liquidez inmediata y mejorar su flujo de caja, sin tener que esperar a que sus clientes les paguen las facturas. Este hecho se relaciona asimismo con mayor flexibilidad financiera y mayor capacidad de pago. Igualmente, otro de los beneficios que extiende este mecanismo tiene que ver con la reducción de costes administrativos e indirectos y la capacidad de dedicar mayores esfuerzos y tiempo a la actividad económica principal

Gráfica 5. Utilidad del Factoring

El Factoring es útil para lograr cumplir los objetivos de la empresa en momentos de escases de flujo de efectivo.



Fuente: elaboración propia.

Para esta premisa se encuentra que, nuevamente Miscelánea Variedades Bicolor y Vhf Comunicaciones, mantienen una postura neutral y afirman no estar de acuerdo ni en desacuerdo con que el *Factoring* tenga influencia económica pertinente en la empresa. Por su parte, Lubricantes Y Lava Autos Las Américas, Yamapesca y Agromotores del puerto afirman estar totalmente de acuerdo, al igual que las empresas restantes afirman estar de acuerdo con la posibilidad que ofrece la herramienta de sostener los objetivos de la empresa cuando existe una escasez de flujo de efectivo, reafirmando sus conocimientos acerca del tema.

En esa medida, se hace necesario caracterizar otros elementos distintivos del *Factoring* que nuevamente, da cuenta de su utilidad en el contexto comercial y empresarial. Además de la liquidez y la reducción del riesgo por concepto de insolvencia, el *Factoring* incorpora una mejor capacidad de gestión sobre la tesorería, ya que al obtener pagos anticipados que se convierten en prefinanciación, tienen la posibilidad de proyectar mejor el negocio y planificar con mayor detalle los flujos de efectivo de cada período en función de la obtención de beneficios. De la misma manera, el *Factoring* brinda la posibilidad de mejorar la capacidad de negociación con los proveedores en la medida en que, con una solvencia financiera mejor, la empresa puede pactar sobre circunstancias de mayor favorabilidad. Esto es, que puede ahora la empresa contratante pagar con mayor facilidad, más rápido y en mejores condiciones de crédito. (Juárez, 2019).

Gráfica 6. Poca utilidad del Factoring por la mala cultura de pago

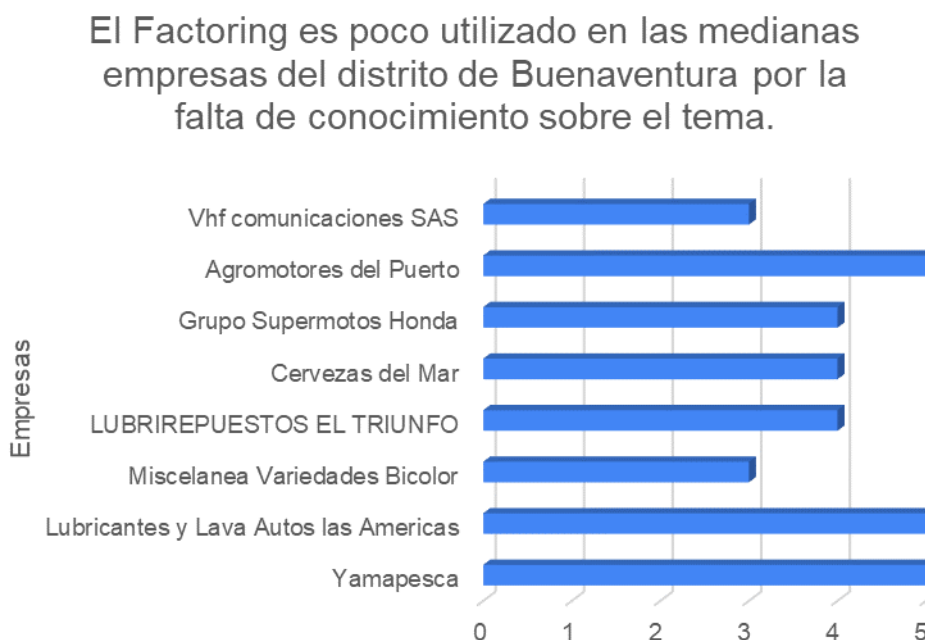


Fuente: elaboración propia

El fin de la premisa ilustrada en la gráfica 6 es el de conocer razones por las cuales los gerentes y/o contadores consideran que el *Factoring* es una herramienta poco utilizada en el Puerto de Buenaventura, ante esto, de manera general se afirma que es principalmente por la mala cultura de pago y los reportes existentes en data crédito. En esta afirmación se logra ver que Vhf comunicaciones se inclina a estar totalmente en desacuerdo abriendo posibilidad a que las razones de la falta de utilización del *Factoring* se deban a circunstancias diferentes a la mala cultura de pago. Por su parte y siguiendo esta misma línea, se ubicó Yamapesca al afirmar que está en desacuerdo con la afirmación. Respecto a las demás empresas participantes se puede observar que dos de ellas mantienen una posición neutral mientras que 3 de ellas aducen estar de acuerdo con la afirmación y solo una de ellas está totalmente de acuerdo con que no se utiliza el *Factoring* por la mala cultura de pago y los reportes en centrales de riesgo como data crédito.

Ahora bien, como modelo de negocio, el *Factoring* es una herramienta financiera que ha sido ampliamente utilizada en todo el mundo, incluyendo, aunque en poca medida, Colombia. De esa manera, en cuanto a la cultura de pago, es cierto que en algunos casos puede ser un desafío para las empresas que ofrecen servicios de *Factoring*. Sin embargo, de acuerdo con Murillo y Díaz (2013), esto no significa que el *Factoring* no funcione bien en el contexto nacional, regional o bien local. Si bien como se puede observar en el análisis de la aplicación del instrumento, que los medianos empresarios de Buenaventura no tienen una buena afinidad con el *Factoring*, existen muchas empresas que han encontrado éxito en el uso del *Factoring* en Colombia y han podido mejorar su flujo de efectivo y aumentar su capacidad para crecer y expandirse. Además, es importante tener en cuenta que la cultura de pago puede variar dependiendo del sector y la región del país.

Gráfica 7. Poca utilidad del Factoring por desconocimiento sobre el tema



Fuente: elaboración propia

Nuevamente, en la gráfica 7 se presenta una premisa con un objetivo similar al de la gráfica 6, sin embargo esta vez, se alude al desconocimiento que existe sobre el tema en el distrito de Buenaventura, a lo que los gerentes y/o contadores responden estando de acuerdo en su mayoría, lo que quiere decir que desde su postura y experiencia reconocen que no se tiene acceso a información sobre el tema que lleve a las empresas a tener en cuenta la herramienta estudiada, algunos otros se inclinan a estar en una posición neutral y puede ser debido a que consideran que aunque los encargados de la gerencia y área contable y financiera, conozcan sobre el tema no lo ven como una alternativa porque consideran no necesitarlo debido a la naturaleza de sus actividades económicas puesto que en la mayoría se realizan con ventas de contado, pues este ha sido un hallazgo en las posturas de los entrevistados que responden de dicha manera.

Con lo visto y a partir de los resultados obtenidos es posible afirmar que algunos de los gerentes y/o contadores que se encuentran más cercanos y conocedores sobre las facultades positivas del *Factoring* y el beneficio que trae este al entorno

financiero empresarial es quien se encuentra a cargo de dicha área en la empresa Agromotores del Puerto y Yamapesca, en las cuales tuvimos el acompañamiento de sus contadores para dar respuesta a las herramientas de obtención de información utilizadas. Por otra parte, en empresas como Miscelánea Variedades Bicolor se halló tanto desconocimiento como apatía hacia el tema.

Si de hacer un análisis general se trata, la percepción que tienen los encuestados sobre el *Factoring* se inclina de manera positiva hacia la visión de una herramienta que puede ser útil y que adicionalmente emplearían en un momento dado en el cual surja la necesidad de generar liquidez por medio de la enajenación de sus activos correspondientes a las cuentas por cobrar como resultado de sus operaciones comerciales, aunque se destacan algunas respuestas que dictan posiciones neutrales, en proporción, la mayoría aluden a considerar no tener la necesidad de hacer uso de este mecanismo. Resulta interesante contrastar algunos elementos evidenciados en las entrevistas con los obtenidos en la encuesta, pues en la primera se encontró de manera parcial cierto grado de desconocimiento en los contadores y/o gerentes, pero en la segunda se denota un grado de interés a su uso, lo que quiere decir que, aunque algunos no sepan con total claridad acerca del tema les llama la atención aunque afirman no necesitar del *Factoring*.

CAPITULO 6

6. CIRCUNSTANCIAS QUE FAVORECEN O DESFAVORECEN EL USO DEL FACTORING SEGÚN LOS CONTADORES Y/O GERENTES DE LAS MEDIANAS EMPRESAS DEL SECTOR COMERCIO DEL DISTRITO DE BUENAVENTURA.

Las herramientas implementadas para la recolección de datos e información en el Distrito de Buenaventura dirigida hacia los contadores y/o gerentes de las medianas empresas del sector comercio, ha permitido evidenciar los diferentes escenarios en los que estos aluden lo que desfavorece o favorece la utilización del *Factoring*, entendiendo que hablan desde su conocimiento y experiencia. A partir de ello, de manera general se ha encontrado que los principales agentes limitantes o circunstancias que desfavorecen el uso de la práctica, se encuentran principalmente: el desconocimiento sobre la práctica y prácticas económicas asociadas, la poca disposición de las empresas o entidades financieras quienes ofrecen servicios de *Factoring* para promover y publicitar este tipo de servicios y permitir que más personas y empresas accedan a él y, por último, la ausencia de un marco normativo específico que regule a nivel interno el funcionamiento de esta práctica en aras de favorecer el desarrollo del sector comercial y de las pequeñas y medianas empresas del contexto nacional que pudieran utilizarla como alternativa para promover el desarrollo económico en el país.

Dicho lo anterior, es importante ahondar y enunciar de manera más detallada circunstancias puntuales que se encontraron dentro de las intervenciones recolectadas, que favorecen o no el utilizar la herramienta.

Principalmente se puede asumir que las circunstancias que favorecen el uso del *Factoring* según los contadores y gerentes objeto de estudio, rondan en los escenarios en los que haya falta de liquidez, atraviesen momentos difíciles a nivel financiero y la rotación de cartera supere los 60 días. De acuerdo a esto, al hacer un análisis general se encuentra que, la circunstancia principal que favorece el uso del *Factoring* es la falta de liquidez, esto lo podemos concluir en base a las intervenciones de las empresas, ya que en general coinciden en que el *Factoring* puede ser utilizado en circunstancias en las que requieran un mayor flujo de efectivo puesto que el *Factoring* es una herramienta que contribuye a la financiación y apalancamiento de la empresa por lo que puede proporcionar liquidez inmediata por medio de la enajenación de sus cuentas por cobrar producto de sus operaciones comerciales, lo que prácticamente convierte las ventas a crédito a ventas de contado.

Resulta interesante la intervención de la empresa Vhf comunicaciones puesto que según lo que expresó su contador “el *Factoring* es una herramienta que está disponible para usar en cualquier momento”. De acuerdo con esto, una circunstancia que favorece la utilización del *Factoring* es su disponibilidad y fácil acceso. Se puede decir entonces que esto le da una ventaja en comparación con otras herramientas de financiación afines.

Continuando con este apartado, otra circunstancia que favorece la utilización del *Factoring* la podemos deslumbrar gracias a la intervención de la empresa Lubricantes y Lavaautos las américas al afirmar que podría ayudar a que las empresas tengan en cuenta el *Factoring* como herramienta de financiación, el hecho de que se brinde seguridad para utilizar esta herramienta. Puesto que según la gerente de esta empresa, las empresas que ofrecen el *Factoring* deben ser empresas verificadas y legales para la seguridad de sus clientes en el sentido de que no se vayan a presentar cobros excesivos ni acciones que puedan violar la integridad de sus clientes ya que lo esencial es generar la fidelidad de estos.

Ahora bien, ahondando en las circunstancias que desfavorecen la utilización del *Factoring*, se encuentra principalmente que el desconocimiento sobre el tema y la falta de promoción de esta herramienta, son la mayor causa de limitaciones. Este análisis surge a raíz de las intervenciones de los participantes en la entrevista ya que una buena parte de estos afirman que debe haber más información y difusión del tema para que esta práctica de financiación sea tomada en cuenta para su utilización en momentos en que una empresa de acuerdo a sus necesidades y tipo de negocio pueda requerirlo. Por otro lado, en la encuesta, se propuso la premisa *El Factoring es poco utilizado en las medianas empresas del distrito de Buenaventura por la falta de conocimiento sobre el tema*, premisa que tuvo como fin indagar si la falta de conocimiento sobre el *Factoring* era una circunstancia que desfavorecía su uso. Las repuestas a esta afirmación fueron casi unánimes puesto que le mayoría mencionó estar totalmente de acuerdo, lo que nos demuestra firmemente que hace falta una mayor información y difusión sobre el tema y que la principal circunstancia que desfavorece la utilización de esta herramienta financiera es el desconocimiento que hay sobre ella.

6.1. FAVORABILIDAD DEL *FACTORING* DESDE EL COMPONENTE GERENCIAL Y CONTABLE

Comentar acerca de las circunstancias que representa favorabilidad para los contadores y/o gerentes de las medianas empresas del Distrito permite diferenciar algunos elementos positivos para cada uno de estos. Jiménez et al., (2013)

comentan que el uso del *Factoring* desde el componente gerencial permite tener un acceso rápido a fondos en efectivo que puede ayudar a las empresas a hacer frente a problemas de flujo de efectivo a corto plazo, así como también contribuir a la reducción del riesgo de impago, pues al transferir el riesgo de impago de facturas a la empresa de *Factoring*, las empresas pueden reducir su exposición a riesgos financieros y mejorar su posición financiera, además se resalta el ahorro de tiempo y recursos, pues influye en la reducción de la carga administrativa de la empresa al no encargarse del proceso de cobro de facturas.

Para el caso de los contadores existen otras precisiones favorecedoras que Zarta (2015) expone. El autor asegura que la adopción del *Factoring* ofrece una simplificación del proceso de contabilidad, pues reduce la cantidad de facturas pendientes de cobro que deben rastrearse y gestionar, aporta a su vez, mayor precisión en la previsión de ingresos, pues al convertir las facturas pendientes de cobro en efectivo, el *Factoring* permite una mayor precisión en la previsión de ingresos, lo que puede ayudar a los contadores a planificar el presupuesto de la empresa de manera más efectiva.

En resumen, el *Factoring* puede ofrecer beneficios significativos tanto para los gerentes como para los contadores de una empresa, que incluyen acceso a financiamiento a corto plazo, mejora del flujo de efectivo, reducción del riesgo de impago, ahorro de tiempo y recursos, simplificación del proceso de contabilidad, mayor precisión en la previsión de ingresos, reducción de los costos de cobro y reducción de los costos de financiamiento.

Efecto en el activo circulante: el cual sucede dado que el *Factoring* puede mejorar el flujo de efectivo al permitir a una empresa obtener dinero de forma más rápida que si esperara a que sus clientes paguen las facturas pendientes. Debido a esto, el *Factoring* puede aumentar el efectivo disponible en el activo circulante de una empresa.

6.2. FACTORING PARA MEDIANAS EMPRESAS

Algunas precisiones que conviene resaltar y que le permitiría a las medianas empresas del Distrito disfrutar de los beneficios del *Factoring* sin dejar de lado sus posibles riesgos son, de manera inicial que las circunstancias que favorecen su uso son, inicialmente entender que si una empresa tiene dificultades para obtener financiamiento de otras fuentes, el *Factoring* puede proporcionar un acceso rápido

a fondos en efectivo, además, si esta vende sus productos o servicios a crédito y tiene un gran volumen de facturas pendientes de cobro, el *Factoring* puede ayudar a acelerar el flujo de efectivo al convertir esas facturas en efectivo de inmediato. (Santolaria 2005).

En el caso de que la empresa está experimentando un rápido crecimiento y necesita fondos para financiar sus operaciones, el *Factoring* puede proporcionar una fuente de financiamiento a corto plazo, además este se caracteriza por ayudar a reducir el riesgo de impago de facturas al transferir ese riesgo a la empresa de *Factoring*.

Así mismo, es necesario resaltar los riesgos en los que se podría incurrir cuando este se incorpore en las empresas del Distrito. De acuerdo con Yépez et al., (2016) al vender sus facturas a una empresa de *Factoring*, una empresa pierde cierto control sobre el proceso de cobro y puede no tener la misma relación con sus clientes, además esto puede incurrir en la pérdida de algunos beneficios, pues al vender sus facturas a una empresa de *Factoring*, una empresa puede perder parte de su margen de beneficio en esas ventas debido a las comisiones y los cargos de la empresa de *Factoring*. No obstante, se resalta que cada empresa es única y debe evaluar si el *Factoring* es una opción adecuada para sus necesidades financieras.

En dado caso que la empresa requiera o considera optar por el mecanismo de financiamiento que ofrece el *Factoring* es importante que esta lleve a cabo las siguientes acciones:

- Identificación de los problemas de flujo de efectivo: este paso permite analizar las necesidades de liquidez de la empresa y evaluar si hay facturas pendientes de cobro que puedan ser facturadas para obtener el dinero en efectivo necesario para cumplir con sus obligaciones financieras.
- Comparar los costos y los beneficios: en este punto se lleva a cabo una evaluación de los costos y beneficios del *Factoring* en comparación con otras formas de financiamiento para determinar si es la opción adecuada para la empresa.
- Ser consciente de los beneficios: para este momento es necesario que los tomadores de decisiones en la empresa comprendan los beneficios del *Factoring*, como la reducción del riesgo de impago, el acceso rápido a fondos en efectivo y la mejora del flujo de efectivo.

- Seleccionar un proveedor de *Factoring* confiable: a partir de una investigación previa, se debe seleccionar un proveedor de *Factoring* confiable que tenga experiencia en el sector de la empresa y que ofrezca los servicios y términos adecuados.
- Creación de un plan de implementación: comprende el desarrollo de un plan para implementar el *Factoring* en la empresa con la plena seguridad de que se ajuste a las necesidades y objetivos de la empresa.
- Capacitación al personal: los empleados involucrados en el proceso de *Factoring* deben tener conocimiento y comprensión del proceso y los requisitos del proveedor de *Factoring* para garantizar una transición flexible.
- Evaluación de resultados: deben ser evaluados los resultados de la implementación del *Factoring* para determinar si está funcionando según lo previsto o de lo contrario hacer ajustes según las necesidades. (Yépez et al., 2016).

Para las medianas empresas el *Factoring* puede resultar favorable, toda vez que este les aporta una reducción del riesgo crediticio, pues al vender sus cuentas por cobrar, la empresa también puede transferir el riesgo crediticio de sus clientes al factor, así la empresa no tiene que preocuparse por el riesgo de incumplimiento o de retraso en los pagos. Puede contar con el acceso a financiamiento sin garantías, pues a diferencia de otros tipos de financiamiento, el *Factoring* no requiere garantías o garantías colaterales, lo que lo hace especialmente atractivo para las medianas empresas que no pueden ofrecer activos como garantía y no menos importante, contar con flexibilidad, ya que pueden vender solo una parte de sus cuentas por cobrar o seleccionar qué facturas desean vender, pues como se ha comentado, el *Factoring* puede adaptarse a las necesidades y circunstancias de la empresa, ya que puede ser utilizado de manera puntual o a largo plazo. (Giraldo y Sampredo, 2017).

6.3. DESFAVORABILIDAD DEL *FACTORING* DESDE EL COMPONENTE GERENCIAL Y CONTABLE

Los impactos que tiene el *Factoring* en el área de contabilidad y el balance general de una empresa pueden verse expresados según Yépez et al., (2016, p.15) en:

- Efecto en la deuda: pues el *Factoring* no es considerado como un método de endeudamiento, pues no es sinónimo de adquirir un préstamo. Sin embargo, la venta de facturas pendientes a una empresa de *Factoring* se registra como una transacción contable, lo que puede afectar la deuda de la empresa.
- Efecto en los estados financieros: un ejemplo de esto puede ser la venta de facturas pendientes, dado que estas pueden afectar el saldo de las cuentas por cobrar en el balance general, mientras que el efectivo recibido por la venta de facturas se registra en el estado de flujos de efectivo.
- Efecto en el coste de financiación: el coste del *Factoring* se registra como un gasto, lo que puede reducir el beneficio neto de la empresa. No obstante, el coste del *Factoring* puede ser menor que el coste de otras formas de financiación, como los préstamos bancarios, lo que puede mejorar la rentabilidad general de la empresa.

A pesar de que el *Factoring* se ha convertido en una herramienta financiera popular en el contexto colombiano, existen algunas causas que pueden desfavorecer su uso en ciertos casos. (Sánchez 2016). A continuación, se mencionan algunas de estas causas teniendo en cuenta la percepción y consideraciones obtenidas a partir de la aplicación de los instrumentos que recolectaron la información en el presente trabajo aplicado al contexto local del Distrito de Buenaventura.

- Costo elevado: el *Factoring* puede tener un costo elevado en términos de la tasa de descuento que se aplica a las facturas. En algunos casos, esta tasa puede ser mayor que el costo de otras formas de financiamiento, como los préstamos bancarios.
- Falta de información: a pesar de la creciente popularidad, muchas empresas aún no conocen bien cómo funciona esta herramienta financiera. Dicha falta de información puede hacer que las empresas se sientan inseguras a la hora de utilizar el *Factoring*.
- Falta de regulación: aunque existen regulaciones en Colombia para el *Factoring*, aún hay algunas lagunas legales que pueden dar lugar a malentendidos o abusos. La falta de regulación puede ser una barrera para algunas empresas que deseen utilizar el *Factoring*.

- Impacto en la relación con los clientes: cuando se cede la gestión de la facturación y el cobro a una empresa de *Factoring*, esto puede afectar la relación entre la empresa y sus clientes, especialmente si el proceso de facturación y cobro no se realiza de manera adecuada o eficiente.

Específicamente hablando de las normativas legales que regulan el *Factoring*, es posible afirmar que, aunque exista un marco legal y la Superintendencia Financiera sea quien vigile su operación, quedan algunos vacíos sobre qué términos legales entran en juego cuando ocurre algún error relativo al uso del mismo, pues de acuerdo con Bonilla y Obando (2015) la regulación existente no aborda adecuadamente los riesgos asociados con el *Factoring*, como el riesgo de incumplimiento del deudor o la posible manipulación de los pagos del deudor para evitar la cesión de las facturas.

CONCLUSIONES

En primer lugar, se pudo convenir que el *Factoring* es una herramienta para el acceso a efectivo cuyo mecanismo de funcionamiento parte sobre la base de la liquidación anticipada del importe de los créditos que la empresa contratante tiene a cargo o en contra de sus clientes. En ese orden, se resolvió que correspondía a la adquisición inmediata del valor de los créditos cedidos y, por tanto, a un acceso u obtención de liquidez de mayor facilidad e inmediatez.

Así mismo, en un primer momento de la investigación, se pudo colegir que entre las principales implicaciones del *Factoring* para la Contabilidad y la Gerencia, se encuentran elementos como: el uso más eficiente del tiempo, la proporción más eficiente del gasto, mayor precisión en la elaboración de informes, la simplificación de los procesos, la anticipación de dinero correspondiente a ventas a crédito, la mitigación de los niveles de endeudamiento, contribuye con el aprovechamiento de la liquidez, protege ante posibles eventos inflacionarios, reduce o elimina los procesos de supervisión contable en empresas comerciales, permite diseñar mejores procesos de planificación y simplifica en general toda la estructura de operación del negocio, especialmente en términos de crédito y finanzas.

En segundo lugar, en el marco de la evaluación sobre el conocimiento de los contadores y/o gerentes de medianas empresas comerciales de Buenaventura sobre el *Factoring* como alternativa de financiamiento, se pudo encontrar que: en los aspectos de conocimiento sobre la práctica, la mayor parte de los entrevistados aducen conocerla. En cuanto a la percepción que tienen, se pudo determinar que en general la práctica es percibida como un recurso para hacerle frente a carteras de difícil cobro, vencidas o de vencimientos muy lejanos. Igualmente, es percibida por algunos por sus bondades en torno a la generación de liquidez. Sin embargo, el elemento principal que destacan los entrevistados es el cobro o recuperación de cartera con las anteriores características. En cuanto a los contextos y formas de aplicación, se pudo encontrar similitud en relación con la percepción, pues la mayor parte de los entrevistados adujo emplear la práctica en situaciones resultantes de carteras vencidas, de difícil cobro o de vencimiento lejano, o en su defecto; para recuperar cartera antes de que esta se venza.

Adicionalmente, en esta misma fase diagnóstica también se encontró que parte de los gerentes y contadores perciben parcialmente algunos beneficios en cuanto al ahorro de costos de financiamiento a partir del uso del *Factoring*. Igualmente, se

resolvió como aspecto importante profundizar en los elementos de difusión de la práctica desde el sector financiero.

En una tercera fase, ahondando en el diagnóstico resultante de la implementación de las entrevistas y las encuestas, a través de una estandarización de la calificación positiva o negativa en una escala de 1 a 5, se halló que 6 de los encuestados ve en el *Factoring* una herramienta efectiva para la financiación de las pequeñas y medianas empresas. Igualmente, en cuanto al análisis del uso, siete empresas refieren que sí lo usaría como una alternativa viable.

De la misma manera, en cuanto a las contribuciones financieras que tienen lugar gracias al *Factoring*, seis empresas identifican la práctica como algo que genera contribuciones financieras positivas para el negocio. Sin embargo, con los aspectos de importancia del *Factoring* y su utilidad, el grupo de encuestados estuvo dividido y mientras que la mitad identifica beneficios sustanciales o perceptibles, la otra mitad se mantiene en posición neutral. No obstante, en esta fase se convino, a través de un proceso de análisis comparativo entre los beneficios comprobables del *Factoring* y las opiniones de los entrevistados, que la poca frecuencia en esta práctica se debe a un desconocimiento generalizado debido a poca iniciativa de las empresas que ofrecen los servicios, así como a la ausencia de un marco regulatorio específico que exponga los beneficios y garantías del *Factoring*.

Finalmente, en cuanto a las circunstancias que favorecen el uso del *Factoring* se pueden citar sus principales beneficios, que de acuerdo con la investigación, tiene que ver con: el acceso a liquidez con mayor facilidad, la simplificación de los procesos contables, el ahorro de costos de financiamiento y el aprovechamiento del capital financiero para efectos de planeación y ejecución de estrategias institucionales o de negocio en búsqueda del desarrollo empresarial y económico de la organización. Por contraparte, se identificaron cuatro importantes circunstancias o estados que desfavorece el uso de dicha práctica, que son o pueden ser: el elevado costo de los servicios tipo *Factoring*, la falta de información al respecto, la ausencia de marcos regulatorios y el impacto que puede tener en cuanto a la relación con los clientes.

RECOMENDACIONES

- Una forma de promover el uso de esta práctica en empresas, dado su portafolio de beneficios, es llevar a cabo jornadas o programas de capacitación e inteligencia financiera, emplear estrategias de marketing digital, la creación de contenido educativo de valor, la organización de eventos y asociaciones entre empresas y entidades del sector financiero, todo esto con la intención de extender una idea del *Factoring* construida a partir de sus principales beneficios para las empresas comerciales y para el crecimiento económico en general.
- Es importante que las empresas se informen bien antes de utilizar el *Factoring*, para poder tomar decisiones informadas sobre si esta herramienta financiera es adecuada para su negocio y cómo pueden aprovecharla al máximo.
- Cuando una empresa decide hacer uso del *Factoring* debe elegir un factor confiable y experimentado que tenga una buena reputación y pueda proporcionar un servicio de *Factoring* de calidad. Por ende, es importante investigar y comparar los diferentes factores disponibles para encontrar el que mejor se adapte a las necesidades de la empresa.
- Las empresas pueden consultar con expertos en finanzas, como contadores, consultores financieros o asesores empresariales, para obtener información detallada sobre el *Factoring*. Estos profesionales pueden ofrecer una visión objetiva y profesional sobre las ventajas y desventajas de utilizar la herramienta financiera.
- Es importante que la empresa informe a sus clientes sobre el uso del *Factoring* en caso de decidir convertirlo en una herramienta de trabajo, pues debe avisar que las facturas se pagarán a la empresa de *Factoring* en lugar de a la empresa. De no hacerlo puede generar confusiones con sus clientes.
- En general, la promoción de este tipo de servicios depende en buena parte de la capacidad que tengan las empresas que lo ofertan en relación con los procesos de divulgación y sensibilización, sin embargo es necesaria la creación de un marco normativo y regulatorio alrededor del *Factoring* que genere confianza para el empresariado y sirva de base sustantiva para

promover su uso formal y garantizado, todo con la intención de promover también el desarrollo económico a nivel nacional, regional y local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, J. L. (2014). *El Método de la Investigación* (p. 200). <https://bit.ly/3rRNA1S>
- Alzate, A. M., Portillo, M. K., Álvarez, R., Naranjo, A., Perea Roballo, G. D., & Natalia, G. B. (2014). Caracterización tejido empresarial Buenaventura. *Cámara de Comercio Buenaventura*, 17. https://www.ccbun.org/images/multimedia/caracterizacion_tejido_empresarial_bun_2014.pdf
- Arteaga Sena, A. Z. (2017). Caracterización del financiamiento de las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú: caso empresa Grupo Carlos SAC–Casma 2016.
- Aragó, V., & Cabedo, J. D. (2011). *Dirección financiera de la empresa: financiación, planificación y gestión del activo corriente* (Publicación). Universitat Jaume I. [https://elibro-](https://elibro-net.bd.univalle.edu.co/es/ereader/univalle/51691?page=69%0A)
[net.bd.univalle.edu.co/es/ereader/univalle/51691?page=69%0A](https://elibro-net.bd.univalle.edu.co/es/ereader/univalle/51691?page=69%0A)
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras. (2019a). Gran Encuesta a las Microempresas. Centro de Estudios Económicos, 38. https://incp.org.co/Site/publicaciones/info/archivos/GEM_2019.pdf
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras. (2019b). La Gran encuesta Pyme. Centro de Estudios Económicos, 30. [https://www.anif.com.co/encuesta-](https://www.anif.com.co/encuesta-mipyme-de-anif/gran-encuesta-pyme-nacional/)
[mipyme-de-anif/gran-encuesta-pyme-nacional/](https://www.anif.com.co/encuesta-mipyme-de-anif/gran-encuesta-pyme-nacional/)
- Bernal Torres, C. (2016). *Metodología de la investigación* (Cuarta ed.). Colombia. Obtenido de: https://www.academia.edu/44228601/Metodologia_De_La_Investigaci%C3%B3n_Bernal_4ta_edici%C3%B3n
- Bonilla Alonso, L. A., & Obando Vásquez, M. (2015). *Factoring, una opción financiera para aumentar la liquidez de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector industrial manufacturero del subsector textil, en la ciudad de Cali*. Universidad autónoma de Occidente. <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/8624/1/T06408.pdf>
- Cabanellas de Torres, G. (1994). Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual (Vigésimo t, p. 6). Editorial Heliasta.
- Conde, A. D. R. C., & Morocho, M. G. S. (2021). *Factoring* o venta de cartera, de la normativa a la aplicación práctica. Caso de estudio: Comerciantes del cantón Loja–Ecuador. REVISTA LEX MERCATORIA Doctrina, Praxis, Jurisprudencia y Legislación, 50-61.
- Cuadros Rodríguez, R. B., Rojas Ayllon, C., & Vargas López, H. (2016). Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Apple Glass

- Peruana SAC 2015.
- Congreso de la Republica. (17 de Julio de 2008). Gov.co. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=31593>
- Congreso de la república. (20 de 08 de 2013). GOV.CO. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=54297>
- Córdoba Padilla, M. (2012). *Gestión Financiera* (Primera Ed). Ecoe Ediciones. <https://elibro-net.bd.univalle.edu.co/es/ereader/univalle/69231?page=215>.
- Calle, F. J. Q., & JAVIER, F. (2005). Toma de Decisiones Gerenciales en base a costos. Disponible [en <http://www.gestiopolis.com/recursos4/docs/ger/tobasecostos.htm>]. Consulta hecha en [17-08-2012].
- Carmona Muñoz, D. M., & Chaves Camargo, J. A. (2015). *Factoring: una alternativa de financiamiento como herramienta de apoyo para las empresas de transporte de carga terrestre en Bogotá*. Revista finanzas y política económica, 7(1), 27-53.
- Decreto 410 de 1971, Art. 772 (1971). http://secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html
- Decreto 2669 de 2012 [Ministerio de Comercio, Industria y Turismo] . Por el cual se reglamenta la actividad de factoring que realizan las sociedades comerciales, se reglamenta el artículo 8° de la Ley 1231 de 2008, se modifica el artículo 5° del Decreto número 4350 del 2006 y se dictan otras disposiciones. 21 de diciembre de 2012.
- Drucker, P. F. (2014). La gerencia de empresas. Sudamericana.
- Farina, J. M. (1999). Contratos comerciales modernos. Modalidades de contratación empresarial (2 a edición). EDITORIAL ASTREA.
- Figueiras, S. (2018). *CEUPE centro europeo de postgrado*. Obtenido de <https://www.ceupe.mx/blog/que-es-el-apalancamiento-financiero.html>
- Fundación IASC. (2009). *Módulo 11: Instrumentos Financieros Básicos* (p. 79). https://www.nicniif.org/home/descargar-documento/2604-11_instrumentosfinancierosbasicos.html
- Grajales-Gaviria, D. A., & Castellanos-Polo, O. C. (2018). Evaluación del control interno en el proceso de tesorería de las pequeñas y medianas empresas de Medellín (Evaluation of Internal Control in the Treasury Process at Small and Medium-Sized Companies in Medellin). Revista Cea, 4(7).
- Giraldo Cardona, D., & Sampredo Davila, J. (2017). *El Factoring como herramienta financiera para las pequeñas y medianas empresas (pymes) del municipio de caldas, Antioquia. Caldas*. Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos; Baptista Lucio, M. del pilar; (2014). *Metodología de la Investigación* (Mc Graw Hi).

- Gomez Ceballos, R. (2013). CONTRATO DE FACTORING [PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA]. <http://hdl.handle.net/10554/14874>
- Hernández Sampieri, R. (s.f.). *Capítulo 17 los métodos mixtos*. En Metodología de la investigación (pág. 546).
- Hernández Sampieri, R. (s.f.). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). Obtenido de https://www.academia.edu/20792455/Metodolog%C3%ADa_de_la_Investigaci%C3%B3n_5ta_edici%C3%B3n_Roberto_Hern%C3%A1ndez_Sampieri.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill.
- Hurtado Rodríguez, D. (2017). *Percepción acerca del desempeño del profesional contable de la universidad del valle sede pacífico en las agencias de aduana de la ciudad de buenaventura*. Buenaventura. <http://hdl.handle.net/10893/13143>
- Jiménez-Sánchez, J. I., Rojas-Restrepo, F. S., & Ospina-Galvis, H. J. (2013). La importancia del ciclo de caja y cálculo del capital de trabajo en la gerencia PYME. *Clío América*, 7(13), 48-63.
- Juárez Miranda, A. S. (2019). Gestión de tesorería y su relación con el flujo de caja proyectado en la empresa Ecocentury SAC en el distrito de Chorrillos en el periodo 2017.
- Ley 1231 de 2008. Por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones. de 17 de julio de 2008 D. O. No. 47.0532008
- Lisoprawki, Silvio V; Gerscovich, C. G. (1997). Factoring Depalma.
- López Rogríguez, C. E. (2003). Cursos virtuales de derecho comercial uruguayo. www.derechocomercial.edu.uy/Bol11Factoring.htm
- Mendoza Roca, Calisto, & Ortiz Tovar, O. (2016). *Contabilidad financiera para contaduría y administración*. (pp. 192-565) Universidad del Norte. <https://elibro-net.bd.univalle.edu.co/es/ereader/univalle/69980?>
- Mazzeo, J. V., Moyano Ruiz, M. L., Nara, C. N., & Fornero, R. (2012). *FACTORING: Liquidez para las Empresas*. Mendoza, Argentina.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (26 de mayo de 2015). Decreto 1074 de 2015, art. 2.2.2.2.2. Obtenido de "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.": bit.ly/2XjYCiX
- Ministerio de comercio, industria y turismo. (diciembre de 2012). Sin juriscol. Obtenido de <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=1479047>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (06 de junio de 2019). Ministerio de

- Comercio, Industria y Turismo. Obtenido de <https://bit.ly/3i9Lu7a>
- Ministerio de hacienda y crédito público. (10 de 03 de 2011). Gov.co. Obtenido de <https://vlex.com.co/vid/decreto-353525482>
- Ministerio de hacienda y crédito público. (24 de noviembre de 2015). facturador.com. Obtenido de <https://www.facturador.co/reglamentacion.html>
- Morales Castro, J. A., & Morales Castro, A. (2015). *Crédito y cobranza*. Grupo Editorial Patria. <https://elibro-net.bd.univalle.edu.co/es/ereader/univalle/39380?page=159>.
- Murillo García, C., & Díaz Ávila, M. C. (2013). El *Factoring* y su regulación (Doctoral dissertation, Universidad EAFIT).
- Oviedo, G. L. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, 89–90.
- Oropeza Álvarez, C. (2020). La llegada de un nuevo sistema digital, ¿amenaza contra la Banca tradicional? OPENAIRE.
- Pérez, M. G. (febrero de 2007). El *Factoring* (Descuento de facturas) como fuente de financiamiento dentro del mercado financiero venezolano. Obtenido de Universidad Católica Andrés Bello: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR1908.pdf>
- Portafolio. (2018). Así podrá ayudar a las Mipymes y obtener rentabilidad. *Portafolio, Innovación*. <https://www.portafolio.co/innovacion/asi-podra-ayudar-a-las-mipymes-y-obtener-rentabilidad-516634>
- Portafolio. (2021). Conozca los beneficios del *Factoring* para su empresa. Publireportaje. El tiempo Casa Editorial.
- Posada Posada, F. E. (2008). El *Factoring* y sus aplicaciones.
- Revista Semana. (2020). Quiebra Empresarial Cómo ha afectado la pandemia la operación de las empresas en Colombia. Dinero Revista Semana. <https://www.semana.com/empresas/articulo/cuantas-empresas-han-quebrado-en-colombia-por-la-pandemia/306739/>
- S., O. L. (2009). ADMINISTRACION FINANCIERA Fundamentos y Aplicaciones. Cali, Colombia: LIBRE EXPRESION CREATIVOS S.A.
- Santolaria, C. J. S. (2005). La gestión de las cuentas a cobrar ya pagar: el *Factoring* y el confirming. *Acciones e investigaciones sociales*, (21), 301-314.
- SentenciaC-1021, (2012). Corte Constitucional. <https://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?id=20005617>
- Sunder, S. (1944). *Teoría de la contabilidad y el control*. Por South Western Publishing
- Toro, D. B., & Gualteros, H. H. (2016). Sistema financiero colombiano. Ecoe Ediciones.
- Velasco, A. M. (1995). El contrato de *Factoring*. Editorial Jurídica de Chile. Casa del

- Libro. El Corte Inglés. Laie.
- Velásquez Santos, D. A. (2014). EL *FACTORING* COMO HERRAMIENTA PARA OBTENER LIQUIDEZ EN LAS PYMES (Bachelor's thesis).
- Yepez, V. E. C., Viracocha, W. A. I., & Granja, F. G. V. (2016). *Factoring* financiero. Estado del arte y perspectivas. Revista Publicando, 3(8), 256-265.
- Zarta Suárez, C. A. (2015). Contrato *Factoring* como una opción de negociación.