

**UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO
CENTRO REGIONAL DE LOS SANTOS
FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**PROGRAMA DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON
ÉNFASIS EN MERCADEO Y COMERCIO INTERNACIONAL**

**IMPLEMENTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL FACTORING EN EL
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DE LA COOPERATIVA
EL EDUCADOR SANTEÑO, R. L.**

Por:

LEISLY ZARZAVILLA D. 6-81-347

MARÍA JUÁREZ 4-155-1182

**Proyecto de Intervención II para optar por el título de Maestría en
Administración de Empresas con énfasis en Mercadeo y Comercio
Internacional.**

**PANAMÁ, REPÚBLICA DE PANAMÁ
2014**



DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre, por formar parte de mi vida y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones.

A mi padre (QEPD), a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, sé que este momento hubiera sido tan especial para ti, como lo es para mí.

A mis hijos porque son lo más hermoso de mi vida y mi más grande bendición, por comprender tantas noches de estudio sin poder dedicarles el tiempo que ellos requerían, pero aun así siempre me comprendieron y apoyaron incondicionalmente.

A mi esposo por apoyarme y brindarme siempre su amor, comprensión, dedicación y paciencia.

A mis hermanos por su voz de aliento que siempre tuvieron conmigo.

María

Hay momentos en la vida que son especiales por sí solo, compartirlos con las personas que quieres, los convierten en inolvidables. Por esto y mucho más hoy quiero dedicar este trabajo a los seres que me han impulsado a conseguirlo.

A Dios por darme las fuerzas para seguir adelante y no desmayar ante los problemas que se presentan, dándome la fortaleza para no desfallecer ante las adversidades, permitirme alcanzar mis metas y guiarme en todos los proyectos que realizo.

A mi papá porque supo inculcar y acrecentar en mí el deseo de superación y aunque hoy ya no está físicamente conmigo, lo que me enseñó es invaluable y su presencia en mi corazón me mueve cada día a ser mejor. Hasta el cielo gracias papá.

A mi madre porque siempre ha estado allí apoyándome y dedicándole a mis hijos ese tiempo que a veces yo no he podido dedicarles. Tu esfuerzo es invaluable y tu ayuda fundamental para lograrlo, tus enseñanzas las aplico cada día.

A mi compañero de vida por estar allí siempre para mí, por permitirme disponer de un tiempo que también es suyo, por tu apoyo incondicional hacia el logro de mis metas y proyectos, y convertirlos en tuyos.

A mis hijos Shadia Sherim y José Isaac, son ustedes el pilar que sostiene mi vida y el motivo principal que me impulsa para seguir adelante, porque a su corta edad saben hacer nuestros momentos únicos e inolvidables.

Leisly

AGRADECIMIENTO

Nadie alcanza las metas por si solos; la primera semilla para la abundancia, es el agradecimiento por eso queremos agradecer:

Queremos, dar gracias a Dios, por estar con nosotros en cada paso que damos, por fortalecer nuestros corazones e iluminar nuestras mentes y por haber puesto en el camino a aquellas personas que han sido soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A la profesora Carmen A. González de Penna por facilitar nuestra labor al momento de llevar a cabo esta investigación, sin su ayuda hubiese sido muy difícil culminar este proyecto en el tiempo estimado.

A la Cooperativa de Servicios Integrales El Educador Santeño, R.L. por darnos la oportunidad de desarrollar el proyecto denominado: "Implementación y Comercialización del Factoring en el Portafolio de Productos de la Cooperativa El Educador Santeño, R.L.", a sus Directivos y Trabajadores por proporcionarnos toda la información requerida.

A la Universidad Nacional de Panamá, a nuestros profesores, gracias por su tiempo, por su apoyo, por la sabiduría que nos transmitieron en el desarrollo de nuestra formación profesional, por habernos guiado en el desarrollo de este trabajo y llegar a la culminación del mismo.

Leisly y María.

Resumen Ejecutivo

La gestión de las cuentas por cobrar (Factoring), es una de las piezas claves de toda organización empresarial, independientemente de que sea una gran corporación, mediana o pequeña empresa. La transacción consiste en que la compañía de Factoring gestiona el cobro a vencimiento de las facturas, asumiendo el riesgo de no pago en la mayoría de los casos. Entre los beneficios de utilizar El Factoring se destacan los siguientes: Amplía la capacidad de financiamiento y provee liquidez inmediata, mejora los niveles de endeudamiento y del circulante, facilita el control contable de la cartera de facturas y permite mejorar la planificación de la tesorería, evitando posibles desviaciones. En Panamá, El Factoring en los últimos cinco años ha crecido de manera exponencial, tanto así que varias Instituciones Financieras lo han incorporado como parte de su oferta de productos financieros. Por ello, presentamos el trabajo denominado **“IMPLEMENTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL FACTORING EN EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DE LA COOPERATIVA EL EDUCADOR SANTEÑO, R. L”**, dándoles una alternativa a la empresa para que puedan obtener el servicio de Factoring en La Cooperativa, siendo la primera de la región en incursionar en este negocio. Para realizar dicha investigación se usarán varias metodologías que serán evidenciadas a través de entrevistas, encuestas y cualquier otra actividad que sea necesaria.

Executive Summary

The management of accounts receivable (factoring), is one of the key parts of any business organization, regardless of whether a large corporation or a small or medium enterprise. The transaction is that the factoring company manages the receivable at maturity bills, assuming the risk of default in most cases. Among the benefits of using factoring include the following: Expands the ability of financing and provides immediate liquidity, improving debt ratios and working capital facilitates the accounting of the portfolio of bills and enables better planning of cash, avoiding possible deviations. In Panama, the Factoring in the last five years has grown exponentially, so much so that several financial institutions have incorporated it as part of their financial products. This paper describes the work entitled **“IMPLEMENTATION AND FACTORING IN MARKETING PRODUCT PORTFOLIO OF THE COOPERATIVE THE EDUCATOR SANTEÑO, R. L.”**, giving them an alternative to companies so they can get the service Factoring in the Cooperative, the first in the region venture into this business. To conduct such research various methodologies that will be evidenced through interviews, surveys and any other activity necessary be used.

INTRODUCCIÓN

El Factoring surgió por primera vez en Chile en 1985, como una modalidad para otorgar créditos comerciales a la mediana y gran empresa, a través de instituciones comerciales o financieras que vieron en esta modalidad un nuevo servicio para satisfacer las necesidades económicas de los potenciales clientes.

En la competitividad de las empresas influye un marco de condiciones comunes para todas, dentro del cual, cada unidad empresarial alcanza niveles de competitividad muy diferentes como consecuencia de la forma en que se relaciona con un conjunto de factores, buena parte de los cuales están relacionados directa o indirectamente con la innovación y la tecnología: novedad, calidad de los productos, tecnologías de proceso empleadas, organización de la producción, plazos de entrega, etc. Por ello, no parece discutible que la capacidad innovadora sea posiblemente uno de los factores de competitividad más importantes en las empresas, la principal posibilidad de las organizaciones para mantener sus niveles de resultados, ya que un bajo nivel de adopción de innovaciones podría ser causa del declive económico y organizativo.

Por otro lado, para las empresas, es común enfrentarse a problemas de diversa índole, en un principio están: el alto porcentaje de financiamiento de las entidades; las dificultades para acceder a otras fuentes de recursos; la tradicional organización administrativa en las unidades de producción; las prácticas clásicas y en ocasiones anticuadas que se conservan en las ventas y en las relaciones con los clientes.

A esto, hay que sumarle lo que trae consigo las ventas al crédito, o sea, el alargamiento de los ciclos de cobro, la falta de liquidez inmediata, la posibilidad del no cobro, la necesidad de mantener personal encargado del conocimiento permanente de la solvencia de los deudores.

Todo esto constituye una amenaza para lograr el equilibrio financiero, por lo que se hace necesaria la búsqueda de variantes de financiamiento. Una de ellas es el Factoring que se convierte en el medio para prevenir y controlar dichas dificultades.

Por ello, se presentó a la Cooperativa El Educador Santeño la propuesta para realizar el trabajo denominado “Implementación y Comercialización del Factoring en el Portafolio de Productos de la Cooperativa El Educador Santeño, R. L. “, dándoles una alternativa a la empresa para que puedan ofertar el servicio de Factoring en esta cooperativa, siendo la primera de Panamá en incursionar en este negocio.

ÍNDICE

	Página
Dedicatoria	i
Agradecimiento	iv
Resumen Ejecutivo	vi
Introducción	vii
Índice de Tabla	xiii
Índice de Gráficas	xiv

CAPÍTULO I. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1 Descripción del Proyecto	2
1.2 Planteamiento del Problema	2
1.3 Antecedentes del Problema	6
1.3.1 Acontecimientos Importantes en el Desarrollo del Cooperativismo en Panamá.	8
1.4 Justificación e Importancia	11
1.5 Reseña Histórica de La Cooperativa	14
1.6 Objetivos	16
1.6.1 Generales	16
1.6.2 Específicos	16
1.7 Delimitaciones	17
1.7.1 Alcance de la Investigación	17
1.7.2 Limitaciones de la Investigación	20

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 La Doctrina Cooperativa	22
2.2 La Razón de Ser de La Cooperativa	24
2.2.1 Misión	27
2.2.2 Visión	27
2.2.3 Política de Calidad	27
2.2.4 Objetivos de la Cooperativa	28
2.3 Concepto de Factoring	29
2.4 Partes que Intervienen en la Operatoria de Factoring	30
2.5 Diagrama del Factoring	33
2.6 Características del Factoring	34
2.7 Tipos de Factoring	35
2.8 Establecimiento de la Tarifa de Factoring	37
2.9 Ventajas e Inconvenientes de un Contrato de Factoring	38

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

3.1 Metodología	42
3.2 La Hipótesis de Investigación	44

3.3	Definición de Variables	46
3.3.1	Variable Independiente	46
3.3.2	Variable Dependiente	47
3.4	Los Sujetos	48
3.4.1	Población	49
3.4.2	Muestra	49
3.5	El Objeto	50
3.6	Instrumentos para la Recolección de Datos	50
3.6.1	Validación de Instrumento.	51
3.6.2	Validación del Contenido de los Ítems.	52
3.7	Diseño de la Investigación	54
3.7.1	Diseños Transeccionales exploratorios	56
3.7.2	Diseños Transeccionales Descriptivos	57
3.8	Adecuaciones de Procesos Internos	57
3.9	Descripción de Proceso de Análisis Económico al Cliente	59
3.10	Ventajas del Factoring para COOESAN, R.L.	63
3.11	Modelo de Contrato de Factoring	64
CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS		
4.1	Diseño de la Propuesta	69
4.1.1	Análisis Foda	69
4.1.2	Desarrollo de la Propuesta Implementando el Marketing Mix	71
4.2	Presentación de Cuadros, Gráficas y Análisis de Resultados	73
4.3	Cronograma de Actividades	90
4.4	Recursos requeridos en el Desarrollo de la Investigación	91
4.4.1	Presupuesto de Gastos por Etapas del Proyecto	92
4.5	Implementación del Plan Estratégico para Resolver el Problema	93
4.5.1	Pasos para Comercializar el Servicio Factoring	93
4.5.2	Identificación de Clientes	95
CONCLUSIONES		100
RECOMENDACIONES		103
BIBLIOGRAFÍA		106
ANEXOS		108

ÍNDICE DE TABLA

	Nombre	Página.
Tabla No. 1	Alcance de una Investigación: Una Comparación	19
Tabla No. 2	Análisis FODA de COOESAN, R. L.	70
Tabla No.3	Plan para Recolectar Datos	73

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Nombre	Página
Gráfica No. 1 Ventas a Crédito	75
Gráfica No. 2 Porcentaje de Ventas	76
Gráfica No. 3 Otorgamiento de Créditos	77
Gráfica No. 4 Recuperación de Cuentas por Cobrar	78
Gráfica No. 5 Nivel de Morosidad.	79
Gráfica No. 6 Riesgo Financiero.	80
Gráfica No. 7 Porcentaje de Riesgo Financiero.	81
Gráfica No. 8 Compra de Facturas.	82
Gráfica No. 9 Satisfacción con el Servicio.	83
Gráfica No. 10 Prestación del Servicio.	84
Gráfica No. 11 Aspectos Valorados.	85
Gráfica No. 12 Aspectos por los que no usan Factoring.	86
Gráfica No. 13 Usaría la Herramienta.	87
Gráfica No. 14 Conocer Factoring.	88

CAPÍTULO I

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1 Descripción del Proyecto

El Factoring es un servicio que sólo ha sido explotado en Panamá por los bancos, no así por las demás instituciones financieras, lo que provoca que un sector de la población no haya sido atendido por los mismos.

Esta investigación busca resolver un problema de iliquidez que presentan muchas empresas pequeñas y clientes de La Cooperativa de Servicios Integrales El Educador Santeño, R. L., a la vez se crea un producto o servicio innovador para las cooperativas que puede generar buen rendimiento y ganancias a corto plazo.

Si la hipótesis del problema resulta afirmativa se estará incluyendo dentro del portafolio de La Cooperativa un producto que por primera vez será ofrecido a un sector no atendido por la banca.

1.2 Planteamiento del Problema

En la región de Azuero, son pocas las entidades financieras que prestan el servicio de Factoring, y quienes lo manejan lo hacen con montos sumamente altos y con una gran cantidad de requisitos, por lo que se le hace difícil a la mayoría de los empresarios poder acceder a este servicio. Aunado a este problema están también los altos costos de manejos que cobran por este servicio.

La Cooperativa El Educador Santeño, R. L., ha venido compitiendo día a día con bancos, financieras y cooperativas por una cuota de mercado, ofreciendo productos tradicionales lo que la ha colocado en el lugar que se encuentra; pero este negocio cada día se hace más competitivo y para mantener una entidad financiera en un sitio importante hay que ofrecer la mayor cantidad de productos financieros que necesiten sus Asociados, Clientes y Potenciales, a través del

establecimiento de nuevos mercados meta y la incorporación de nuevos productos al portafolio existente.

La Cooperativa El Educador Santeño, R. L. cambia su razón social a través de la resolución No. 02 -2010, aprobada por su Asamblea a los 17 días del mes de Julio de 2010. Desde entonces, La Cooperativa ha realizado diferentes estudios de factibilidad de posibles negocios que aumenten la rentabilidad de la empresa, por lo que consideramos que incorporar esta nueva forma de negocio a su portafolio contribuirá a lograr este objetivo y aumentará su solidez social.

La presente propuesta contribuirá a:

- Ampliar el portafolio de servicios de La Cooperativa.
- Nueva forma de negocio, que permite incrementar el rendimiento a través de la compra de facturas reembolsables a corto plazo.
- Ofrecer nuevas alternativas de financiamiento o liquidez a las empresas.
- La Cooperativa asume el riesgo de incobrabilidad del deudor.
- Proporcionar liquidez en función de sus ventas.
- Nivelar flujos de efectivo en caso de ventas estacionales.
- Permite una operación revolvente.
- Reduce el apalancamiento financiero.
- Optimiza costos financieros.
- Reduce el ciclo operativo de la empresa.

- Mejora la posición monetaria, no genera pasivos ni endeudamiento.
- Disminuye costos en áreas de crédito y cobranza.
- Cubre el riesgo de cuentas incobrables.
- Apoya la recuperación de su cartera y el pago puntual de sus clientes.
- Mediante el respaldo de un equipo profesional y experto, hace eficiente la cobranza de sus cuentas.
- Informa periódica, y continuamente las operaciones y cobranza.
- Evalúa la situación crediticia de sus clientes y prospectos.
- Amplía la posibilidad de atención a nuevos sectores y mercados geográficos.
- Fortalece vínculos entre La Cooperativa y sus clientes.
- Favorece la Imagen Institucional de La Cooperativa.
- Permite a La Cooperativa dedicarse al desarrollo de un nuevo negocio.

Ante la realidad planteada, de que La Cooperativa El Educador Santeño, R.L. manifiesta la necesidad de incorporar a su portafolio nuevas formas de negocio y la falta de liquidez en algunas empresas, formalizamos este estudio que dará respuesta a una inquietud de La Cooperativa y a una demanda de oferta en el mercado que existe en la actualidad.

A través de la implementación de este servicio se dará una mejor oferta a las empresas que lo requieren y una mayor rentabilidad a La Cooperativa.

El Factoring inicia su rol de soporte financiero para empresas que en momentos de auge atraviesan por situaciones de iliquidez que le impiden el crecimiento. Ante la realidad planteada, si usted es empresario y necesita una vía de financiamiento para su negocio, El Factoring podría resultarle de gran ayuda, por lo que el presente estudio de investigación proporcionará beneficios a todas las partes que participen del mismo.

Originalmente El Factoring era sin derecho de regreso, pero actualmente también se admite con derecho de regreso, aunque sigue prevaleciendo la primera modalidad.

El Factoring puede adoptar diferentes modalidades:

- El **Factoring con cesión en firme de los créditos**, con dos posibilidades.
- El **Factoring sin recurso**: Adquisición de los créditos de una empresa contra sus clientes, sin recurso contra el cedente aunque haya impago por parte del deudor, es decir, el factor asume el riesgo de insolvencia.
- El **Factoring con recurso**: Cesión de los créditos pero con cláusula "pro solvendo", de modo que si el deudor no paga, el factor recupera su crédito del cedente. En este caso El Factoring es equivalente al descuento bancario o anticipo de efectos.
- El **Factoring con cesión de los créditos en comisión de cobranza**: no hay una operación de financiamiento al cedente, pues éste queda a la espera del resultado de la gestión de cobro por parte del factor. Cuando se produzca el pago por parte del deudor al factor, será cuando cobre el cedente.

Las diferencias entre el descuento y el Factoring afectan inclusive a la fórmula de anticipo de los créditos salvo buen fin, porque suele establecerse un porcentaje de anticipo sobre los efectos admitidos, en lugar del descuento mediante cálculo de un tipo de interés sobre el nominal, ya que procederá el cálculo del interés sobre el anticipo. Otra diferencia es que puede existir Factoring de servicios de cobranza y administración sin financiamiento.

El Factoring tiene, generalmente, un costo mayor que la operación de descuento, porque en esta última, el banco no asegura el resultado final de la operación, sino que ante insolvencias del cliente, la empresa acreedora del derecho debe responder por la deuda.

1.3 Antecedentes del Problema

El origen de la expresión "Factoring" proviene de los fenicios y posteriormente de la colonización inglesa. Factus equivale al que hace algo. Factor en inglés equivale a apoderado, pero Factoring equivale a *financista* que tuvo, como dijimos anteriormente, el selling agent en los Estados Unidos de América.

La mayoría de los autores coinciden en ubicar los inicios de El Factoring en el Siglo XVIII, con la actividad desarrollada por los selling agents (agentes de venta) de las empresas textiles inglesas en las colonias americanas. Estos agentes factors pronto se constituyeron no solamente en vendedores de la mercadería exportada a las colonias, sino en virtuales financistas cuya efectividad era, por tanto, de interés para el exportador británico.

La palabra Factoring, está tomada de la voz **"factor"** y no de **"factura"**. Es cierto que este contrato básica y fundamentalmente tiene que ver con la entrega de facturas o créditos contenidos en documentos, pero su denominación se ha determinado por el nombre del adquirente llamado **factor**.

La denominación **Factoring** obviamente proviene del inglés, tal como lo es en su propio origen este contrato. Es con tal denominación que mayormente se le conoce, aunque, ella se origina en el francés y más remotamente en el latín, de la voz "facere", o "Factus" según cita Sydney Alex Bravo Melgar, que significa "factor": "aquel que hace".

Se trata obviamente, de una semblanza histórica, del desarrollo de la actividad mercantil también se amplió la actividad financiera y fue necesario que los viejos factores se unieran en sociedades para poder hacer frente al riesgo y de esta forma nacieron las primeras entidades de Factoring que van logrando un auge sorprendente a partir de los años veinte hasta nuestros días.

En cuanto se refiere a la definición propiamente dicha, si bien la doctrina no se ha puesto de acuerdo en forma unánime sobre la naturaleza jurídica de esta modalidad contractual, se observa que es un contrato que generalmente utilizan instituciones financieras en calidad de factores con la finalidad no sólo de cobrar una deuda por otro, sino de garantizar la operación e incluso financiarla a través del ato financiero.

Al margen de la opinión doctrinal sobre el contrato de Factoring, la Resolución SBS N0 1021-98 (Reglamento de Factoring, descuento y empresas de Factoring), en su art. 10 define al mismo de la siguiente manera:

El Factoring es la operación mediante la cual el Factor adquiere, a título oneroso, de una persona natural o jurídica, denominada Cliente, instrumentos de contenido crediticio, prestando en algunos casos servicios adicionales a cambio de una retribución. El Factor asume por el riesgo crediticio de los deudores de los instrumentos adquiridos, en adelante Deudores.

En la actualidad esta operación bien administrada ofrece una buena rentabilidad a las empresas que lo han implementado y comercializado dentro de su portafolio de productos financieros.

1.3.1 Acontecimientos Importantes en el Desarrollo del Cooperativismo en Panamá

1903: Se inicia la vida republicana con la Independencia de Panamá de Colombia. En las comunidades campesinas y en las colectividades indígenas del sector rural del país se conservan formas tradicionales de cooperación.

1916: Código de Comercio, Libro I, Título Octavo, Capítulo VIII. Los Artículos sucesivos del 474 al 488 constituyen las primeras normas legales sobre Cooperativas en Panamá.

1926: Ley No. 20 de 1 de noviembre de 1926, aprobada por la Asamblea Nacional de Panamá, autoriza la formación de Cooperativas Escolares y se dictan otras disposiciones relacionadas con las mismas. (Gaceta Oficial N°. 4984, página 16,797 de 9 de noviembre de 1926).

1946: Constitución Nacional de 1946: Artículo 229: Se consagra como un deber del Estado el fomento y fiscalización de las Cooperativas de Producción y Consumo, para tales fines se crearán las instituciones que sean necesarias.

Artículo 95 acápite d): Se reconoce el papel importante del cooperativismo en la integración de las colectividades indígenas y campesinas.

1947: Ley No. 57 de 11 de noviembre de 1947, por la cual se aprueba el Código de Trabajo. Los Artículos 309 al 316 del Título XIX, Capítulo III se refiere a las Cooperativas, asignadas al Ministerio de Trabajo y Previsión Social la responsabilidad de registrar, legalizar y autorizar el funcionamiento de las organizaciones cooperativas en el país. Se señala la obligación del Ejecutivo de expedir la reglamentación correspondiente.

1956: Decreto Ley No. 143 de 1956; por el cual se autoriza la inscripción de las sociedades cooperativas en el Registro Público. (Gaceta Oficial N°. 13,173 de 15 de febrero de 1957).

1961: Resolución No. 69 del Consejo Nacional de Cooperativas expedida el 29 de diciembre de 1961, por la que se otorga Personería Jurídica a la Federación de Cooperativas de Ahorro y Crédito (FEDPA, R.L.), primera asociación cooperativa de segundo grado (Federación) de Panamá.

1966: La Cooperativa El Educador Santeño fue registrada legalmente el 30 de mayo, Escritura Pública No. 175 expedida por el notario público del circuito de Los Santos, inscrita en el Tomo 1, Folio 522, Asiento 156 y autorizada mediante resolución No. 140 del Consejo Nacional de Cooperativas.

1972: Constitución Política de la República aprobada por la Asamblea Nacional de Representantes de Corregimientos, que en el Título XI, Artículo 247, mantiene vigente y reafirma el deber fundamental del Estado en el fomento y fiscalización de las cooperativas, y señala que para tales efectos se crearán las instituciones necesarias para su desarrollo y el régimen especial para su organización, funcionamiento, reconocimiento e inscripción.

1979: Decreto Ley No. 61 del 1 de septiembre de 1979 y el Decreto Ley No. 36 de 27 de septiembre de 1979, por los cuales se toman medidas tributarias, se reforma parcialmente el Código Fiscal y se exceptúan a las Cooperativas del requisito de Corredor de Aduanas.

1980: Ley 24 de 21 de julio de 1980 aprobada por el Consejo Nacional de Legislación, por la cual se crea el Instituto Panameño Autónomo Cooperativo (IPACOO), como una institución autónoma encargada de la política cooperativa del Estado. (Gaceta Oficial No. 19,121 del lunes 28 de julio de 1980).

2001: Decreto Ejecutivo No. 137 de 5 de noviembre de 2001, por el cual se Reglamenta la Ley No. 17 del 1° de mayo de 1997, sobre el Régimen Especial de Cooperativas. El cual deroga el Decreto Ejecutivo No. 39 del 22 de octubre de 1998.

2002: Decreto Ejecutivo No. 33 de 6 de mayo de 2002, por el cual se modifica y adiciona el Decreto Ejecutivo No. 137 de 5 de noviembre de 2001 que reglamenta la Ley No. 17 del 1° de mayo de 1997, sobre el Régimen Especial de Cooperativas.

Decreto Ejecutivo No. 102 de 26 de septiembre de 2002, por el cual se modifican, adicionan y derogan Artículos del Decreto Ejecutivo No. 137 de 5 de noviembre de 2001 que reglamenta la Ley No. 17 del 1° de mayo de 1997, sobre el Régimen Especial de Cooperativas y se subroga parte del Decreto Ejecutivo No. 33 de 6 de mayo de 2002.

2003: Resolución J.D./No.9/2003 mediante la cual se adopta el Reglamento de Procedimiento del Registro de Cooperativas del

IPACCOOP, conforme lo ordena la Ley 17 del 1° de mayo de 1997, en su Artículo 19.

2008: Resolución J.D./No.2/2007 mediante la cual se adopta el Reglamento de Procedimiento de las Comisiones Liquidadoras (Gaceta Oficial No. 25,963).

Esta investigación se realiza atendiendo a la necesidad de un sector económico de la República de Panamá que requiere financiamiento inmediato por motivos de iliquidez y que cuenta con cuentas por cobrar o facturas recuperables a corto plazo, este tipo de negocio beneficiará a La Cooperativa El Educador Santeño, R. L., ya que permitirá a La Cooperativa mejorar su rentabilidad a través de la colocación de efectivo a corto plazo y a las empresas que utilicen el mismo a través de la inyección de efectivo a bajo costo que le permitirá hacer frente a sus gastos inmediatos.

Ante lo expresado en los párrafos anteriores se propone el presente proyecto de investigación denominado **Implementación y Comercialización de Factoring como servicio financiero en La Cooperativa El Educador Santeño, R. L.**, ya que contribuirá al desarrollo económico de diferentes empresas, identificando los clientes potenciales y la rentabilidad del mismo para La Cooperativa.

1.4 Justificación e Importancia

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar un plan de negocios para que La Cooperativa El Educador Santeño, R. L., incluya en su portafolio de negocios el producto de Factoring.

Dado que El **Factoring** es un instrumento de gestión financiera diseñado para la movilización del **crédito comercial**, que permite convertir en efectivo los

saldos deudores de "Clientes", originados por las ventas de productos o servicios de una empresa, le permitirá a La Cooperativa El Educador Santeño, R. L. incursionar en un tipo de negocio que la mayoría de las cooperativas del área no realiza por lo que tiene un mercado para ofertarlo que se considera amplio y por ende está en el momento indicado para iniciar la implementación y comercialización del mismo entre sus clientes actuales y potenciales.

La investigación propuesta sugiere un proyecto innovador de alcance significativo para La Cooperativa y su entorno, ya que El Factoring es un instrumento que permite a sus Clientes y Potenciales lo siguiente:

- **La forma más rápida de conseguir financiamiento:** Solucionar sobregiros en cuenta corriente, protestos o reclamos, pagos a trabajadores, pagos de otras cuentas, etc.
- **Financiamiento más flexible de un crédito:** El Factoring se acomoda a las necesidades del cliente en cuanto a la oportunidad, plazo y monto, situación que es menos flexible en un financiamiento bancario, donde los productos son estándar.
- **Generalmente no se requieren garantías:** Los bancos usualmente otorgan créditos amparados en alguna garantía (hipotecas, depósitos a plazo, etc.).
- **Ayuda a liberar otras fuentes de financiamiento:** Algunos importadores necesitan abrir nuevas cartas de crédito para hacer sus compras en el exterior y la línea asignada por el banco está copada.
- **No constituye deuda en el sistema financiero:** El Factoring no es un crédito. Bajo este mismo marco tenemos el leasing, que tampoco es un

crédito. Por lo tanto, no aparecen reflejados en la deuda emitida por la superintendencia de bancos e instituciones financiera (SBIF).

- **Mejora los índices financieros (ratios) de la empresa:** Dado que no es un crédito, disminuye el endeudamiento (si se pagan compromisos), aumenta la rotación de las cuentas por cobrar o bien disminuye los días calle de las Cuentas por Cobrar, mejora el flujo de caja, entre otras cosas.
- **Costo de oportunidad:** Hay veces que el costo de la operación de Factoring es menor al descuento conseguido por el cliente ante un pago al contado (compra de mercaderías, pago proveedores y acreedores).
- **Disminuye costos de cobranza:** muchas empresas disminuyen sus costos al externalizar la cobranza (administración de cartera de cheques, letras, facturas, pagarés, etc.)

La incursión de La Cooperativa El Educador Santeño, R. L. en el negocio del Factoring, proporcionará a sus Clientes y Potenciales la posibilidad de obtener una relación contractual en la cual el CLIENTE (o cedente) transfiere al FACTOR (Factoring) a cambio de una remuneración (o créditos comerciales) con el objeto de obtener liquidez anticipada para su capital de trabajo, de manera rápida y efectiva, ya que en la actualidad ninguna empresa cooperativa brinda este producto y los bancos que lo ofrecen cuentan con políticas muy cerradas que no le permiten a los clientes y potenciales adquirir el mismo, por lo que este servicio se espera que proporcione un sinnúmero de ventajas que justifican la realización de este proyecto de implementación y comercialización de El Factoring en la región. Entre los puntos más importantes en que nos hemos basado para realizar esta investigación podemos mencionar:

- Ninguna cooperativa de la región de Azuero ofrece este servicio, las entidades financieras que lo brindan tienen a sus clientes seleccionados, siendo bastante difícil adquirirlo, debido a los requisitos solicitados, dejando así una gran cuota de mercado sin oferta.
- Dar respuesta en cuanto a inyección de capital a las empresas que mantienen altos montos en el rubro.
- En Azuero existe una gran cantidad de proyectos gubernamentales con órdenes de proceder, algunos ejecutándose y otros proyectados, lo que indica que se tendría una fuerte demanda en proyectos gubernamentales. Estos proyectos a su vez, hacen sub contrataciones y los pagos son de 3 a 6 meses, por lo que estas empresas harían uso de este servicio financiero.
- Con la implementación de El Factoring en La Cooperativa El Educador Santeño, R. L., podrá administrar mucho mejor sus niveles de liquidez, gracias a las características de este producto que es una manera de inversión rápida y recuperación inmediata.
- Con esta propuesta La Cooperativa El Educador Santeño, R. L., podrá expandir su portafolio financiero, con un producto innovador en las cooperativas, cumpliendo así con su Política de Calidad, dentro de la cual se establece la innovación y el mejoramiento continuo.

1.5 Reseña Histórica de La Cooperativa

La Cooperativa de Servicios Integrales El Educador Santeño tuvo sus inicios por los años sesenta, cuando la situación socioeconómica de los educadores de la región se tornaba muy difícil, pues los salarios eran muy bajos y las necesidades apremiantes, por lo que el profesor Norman Tulio Villarreal

(Supervisor de zona en aquella época), conjuntamente con un grupo de maestros y maestras deciden transformar ese panorama social y de estrechez económica, en una fuente de ayuda mutua, esfuerzo compartido y responsabilidad plena a través de una Cooperativa.

Es importante destacar que quienes iniciaron esta gestión, demostraron ser un grupo sólido, perseverante, unido, de grandes proyecciones y con actitud positiva lo que los motivo a realizar visitas a las reuniones de los centros de colaboración, con el objetivo de fortalecer la membresía de la incipiente cooperativa, que hoy tiene cerca de diez mil afiliados entre asociados y terceros.

Acciones como estas, jamás podrán pasar al olvido, por el contrario siempre quedarán grabadas en las memorias de COOESAN, R.L.

La Cooperativa el Educador Santeño, R.L. realiza su primera asamblea constitutiva el 15 de octubre de 1965. Inicia su faena como empresa cooperativa de ahorro y crédito con 49 asociados y 100 dólares de capital.

Su primera sede en Macaracas, en la residencia de la maestra Benilda Ulloa, quien fue la primera Gerente; allí funcionó por tres años. La cuota de inscripción era de B/.1.00 y la aportación voluntaria.

Fue registrada legalmente el 30 de mayo de 1966, Escritura Pública No. 175, expedida por el Notario Público del Circuito de Los Santos, inscrita en el Tomo 1, Folio 522, Asiento 156 y autorizada mediante Resolución No. 140 del Consejo Nacional de Cooperativas.

El 17 de marzo de 2011, El Instituto Panameño Autónomo Cooperativo, mediante Resolución No. 2- 2010, resuelve declarar legal el cambio de tipo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito El Educador Santeño R. L., como Cooperativa

de Servicios Integrales El Educador Santeño R. L., cuyas siglas son COOESAN, R. L. Desde entonces, La Cooperativa, ha realizado diferentes estudios de factibilidad de posibles negocios que aumenten la rentabilidad de la empresa.

La Casa Matriz de La Cooperativa El Educador Santeño, R. L. se encuentra ubicada en el Paseo Carlos L. López a la entrada de la ciudad de Las Tablas en un edificio construido con el esfuerzo de todos sus asociados y que hoy día constituye el orgullo de la gran familia COOESAN, R. L.

En abril de 2006 se da apertura a la primera sucursal ubicada en Albrook Mall, ciudad de Panamá.

En julio de 2007 se da apertura a la segunda sucursal ubicada en Plaza Doña Sara, ciudad de Chitré.

1.6 Objetivos

1.6.1 General

Incrementar el portafolio de servicios de La Cooperativa El Educador Santeño, R. L., incorporando El Factoring como una opción de financiamiento rápida y a corto plazo, reduciendo el riesgo de carecer de liquidez a sus clientes y aumentando la rentabilidad del negocio.

1.6.2 Específicos.

- Describir el concepto y metodología de El Factoring.
- Determinar los instrumentos y conceptos legales, tanto interna como externamente, que se necesitan para poder ofrecer este servicio en La Cooperativa El Educador Santeño, R. L.
- Señalar las ventajas que obtendría La Cooperativa El Educador

Santeño, R. L., y por ende sus clientes con la incorporación de El Factoring como un servicio financiero más.

- Ampliar la capacidad de financiamiento de los clientes y proporcionar liquidez inmediata financiando el importe de las facturas.
- Aumentar el capital de trabajo de los clientes y obtener una proyección socioeconómica en el país.
- Ser una alternativa en el mercado que ofrezca este servicio a diferentes estamentos, a través de políticas conservadoras y acorde con las empresas que pueden aspirar al mismo.

1.7 Delimitaciones

El estudio será elaborado teniendo como marco las regulaciones legales, tanto internas como externas que se dan en las cooperativas y en el servicio de Factoring.

La delimitación del espacio será las empresas o entidades financieras de la provincia de Los Santos, que han incursionado en este tipo de negocio.

La Cooperativa de Servicios Integrales El Educador Santeño, R. L. puede mejorar su cartera de servicios y su proyección a la comunidad con el apoyo, a través de la compra de facturas y financiamiento de Ampymes.

1.7.1 Alcance de la Investigación

El alcance de una investigación nos indica el resultado de lo que se obtendrá a partir de ella y condiciona el método que se seguirá para obtener

dichos resultados, por lo que es muy importante identificar acertadamente dicho alcance antes de empezar a desarrollar la investigación.

El alcance de nuestro proyecto es incluir dentro del portafolio de la Cooperativa de Servicios Integrales El Educador Santeño el servicio de Factoring.

Como explica Hernández, Fernández & Baptista (2010), cuando se habla sobre el alcance de una investigación no se debe pensar en una tipología, ya que más que una clasificación, lo único que indica dicho alcance es el resultado que se espera obtener del estudio (**ver Tabla 1**). Según estos autores, de una investigación se pueden obtener cuatro tipos de resultados:

- Estudio exploratorio: información general respecto a un fenómeno o problema poco conocido, incluyendo la identificación de posibles variables a estudiar en un futuro.
- Estudio descriptivo: información detallada respecto un fenómeno o problema para describir sus dimensiones (variables) con precisión.
- Estudio correlacional: información respecto a la relación actual entre dos o más variables, que permita predecir su comportamiento futuro.
- Estudio explicativo: causas de los eventos, sucesos o fenómenos estudiados, explicando las condiciones en las que se manifiesta.

Tomando como marco de referencia lo escrito anteriormente y que dicha investigación es exploratoria, nuestra investigación toma en cuenta las pequeñas y medianas empresas que trabajan con facturas, así como también las Cooperativas dentro de la Provincia de Los Santos, haciendo referencia al servicio de Factoring que la Cooperativa puede ofrecer.

Tabla 1

Alcance de una Investigación: Una Comparación

	Exploratoria	Descriptiva	Correlacional	Explicativa
Propósito	Examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes	Describir un fenómeno: especificar propiedades, características y rasgos importantes	Identificar relación o grado de asociación que existe entre dos o más variables en un contexto	Explicar las causas de relación entre variables (eventos, sucesos o fenómenos)
Utilidad	Familiarizarse sobre fenómenos nuevos o relativamente desconocidos. Establecer prioridades para estudios futuros	Mostrar con precisión las dimensiones de un fenómeno.	Predecir el valor de una variable a partir del valor de otra relacionada. Explicar un fenómeno, aunque de manera parcial	Explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta.
Método	Flexibles. Al final identifican conceptos o variables promisorias a estudiar en otra investigación	Identificar el fenómeno y los objetos/sujetos involucrados; definir las variables a medir; recolectar datos para medir las variables; concluir el proceso	Identificar variables; establecer hipótesis; medir cada variable; analizar la vinculación entre variables; probar o no las hipótesis	Describir y relacionar múltiples variables; explicar por qué se relacionan dichas variables
Relación con otros estudios	Prepara el terreno para otros estudios (descriptivo, correlacional o explicativo)	Son la base para investigaciones correlacionales	Proporciona la base para llevar a cabo estudios explicativos	Genera un sentido de entendimiento sobre un fenómeno
Amplitud de investigación	Amplia y dispersa	Focalizada a las variables	Focalizada a las variables	Diversas variables (más estructurado)
Meta del investigador	Investigar un problema poco estudiado o desde una perspectiva innovadora	Describir fenómenos, situaciones, contextos y/o eventos	Asociar variables que permita predecir	Determinar la causa de los fenómenos
Riesgo implicado	Alto	Bajo	Obtener relaciones falsas	
Rasgos del investigador	Gran paciencia, serenidad y receptividad	Precisión, ser observador	Análisis	Análisis, ser crítico

Fuente: Internet.

Alcance de una Investigación: Una Comparación

<http://pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com/2013/03/definiendo-el-alcance-de-una.html>. Consulta 2014, junio.

Tiene como marco de referencia el margen de la opinión doctrinal sobre el contrato de Factoring, la Resolución SBS N0 1021-98 (Reglamento de Factoring, descuento y empresas de Factoring).

Además buscamos hacer un análisis de las facilidades para acceder a este tipo de contrato y mostrar la utilidad que tendrá dentro de las pequeñas y medianas empresas y el rendimiento económico que logrará la Cooperativa.

Es importante resaltar que tomaremos en cuenta todas las opciones de financiamiento que actualmente existen para las empresas.

1.7.2 Limitaciones de la Investigación

Este ítem está referido a los aspectos que, de alguna manera afectan la realización del estudio. Se debe tener en cuenta todas las limitaciones que se pueden presentar en el desarrollo de la investigación, teniendo en cuenta hasta el final de la investigación.

Nuestra investigación ya ha sido justificada, por lo que este punto es de relevancia, ya que es necesario plantear cuales han sido las limitaciones encontradas, es notorio mencionar que no todos los estudios tienen las mismas limitaciones, cada investigación es diferente y particular.

Dentro de nuestra investigación hacemos mención de algunas limitaciones que tuvimos en el periodo de estudio de campo que realizamos:

- Tiempo disponible: ya que nuestras funciones y compromisos que tenemos dentro de la institución, no nos permitían tomar el tiempo necesario para investigar detalladamente aspectos relevantes del Factoring fuera de la empresa, a otras instituciones financieras.

- Población y muestras: Escoger al principio de la investigación cual sería nuestra muestra o población se nos dificultó un poco, ya que por carecer de tiempo no podíamos tomar muestras grandes para hacer más exhaustiva las encuestas.
- Las limitaciones de los recursos: en este ámbito nos referimos a los recursos financieros propios o básicos para la realización del estudio de investigación, ya que al inicio el presupuesto proyectado era bastante bajo, pero al transcurrir las investigaciones los costos se fueron incrementando.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Doctrina Cooperativa

Una doctrina es un conjunto de ideas, principios y valores ético personales que regulan el comportamiento de los individuos dentro de una organización o sociedad. (2015, 02, 08). HISTORIA, FILOSOFIA, DOCTRINA, PRINCIPIOS, VALORES Y FINES DEL COOPERATIVISMO. (<http://www.incoop.gov.py/v2/wp-content/uploads/2015/02/Doctrina-Cooperativa.pdf>)

El cooperativismo como doctrina es el conjunto de principios, valores y normas que regulan y orientan el comportamiento y las actividades de los individuos dentro de una organización cooperativa.

La doctrina cooperativa se basa en tres grandes conceptos:

- **La Igualdad** reconoce que todos los seres humanos por ser iguales, tienen los mismos derechos y obligaciones así como también iguales oportunidades, superándose las diferencias de nivel cultural, económico, social, racial, etc.

Para el cooperativismo, la persona humana es el elemento principal de la organización cooperativa, por lo tanto siendo una sola especie, desde el punto de vista biológico considera que existe una total igualdad entre todos los seres humanos.

- **La Libertad:** Para la Doctrina Cooperativa, todos los hombres son libres y por lo tanto dueños de decidir por sí mismos.

Esto significa que cada uno puede actuar y participar libre y voluntariamente en aquello que crea conveniente, sin mediar coacción, sin discriminación social, política o religiosa.

- **La Solidaridad:** El Cooperativismo es una acción solidaria, es decir compromiso recíproco, ayuda mutua entre los hombres y mujeres para que en conjunto se puedan alcanzar objetivos comunes que beneficien a todos los miembros del grupo.

De nada vale la Igualdad y la Libertad, si no somos capaces de actuar en grupo.

2.2 La Razón de Ser de La Cooperativa

La Cooperativa fundamentalmente es una Empresa, cuyo esfuerzo está orientado en primera instancia a brindar a sus asociados el mejor servicio para satisfacer sus necesidades económicas y sus aspiraciones sociales; así mismo por ser parte importante del conjunto económico social, la Empresa Cooperativa y el sector que esta integra, está comprometida a contribuir con el desarrollo socioeconómico del país, a fortalecer la democracia y a cumplir con la justicia social.

"Una Cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales, comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controladas". (2015, 01, 20).
NAES - ¿Qué es una cooperativa? - Definición, valores. [www. Inaes .gob .ar/es /articulo.asp?id=39](http://www.Inaes.gob.ar/es/articulo.asp?id=39).

Las dos características de **propiedad y control democrático** son las que las diferencia de otros tipos de organizaciones como las empresas controladas por el capital o por el gobierno. Cada cooperativa es una empresa, en el sentido que es una entidad organizada que funciona en el mercado, por lo tanto debe esforzarse para servir a sus miembros eficiente y eficazmente.

Las Cooperativas se basan en los valores de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad. Siguiendo la tradición de sus fundadores, los miembros de las cooperativas creen en los valores éticos de honestidad, transparencia, responsabilidad social y preocupación por los demás.

Los principios de las cooperativas son:

- **Membresía abierta y voluntaria:** Las Cooperativas son organizaciones voluntarias abiertas para todas aquellas personas dispuestas a utilizar sus servicios y a aceptar las responsabilidades que conlleva la membresía sin discriminación de género, raza, clase social, posición política o religioso.
- **Control democrático de los miembros:** Las Cooperativas son organizaciones democráticas, controladas por sus miembros quienes participan activamente en la definición de las políticas y en la toma de decisiones. Los hombres y mujeres elegidos para representar a su cooperativa responden ante los miembros.

En las Cooperativas de base los miembros tienen igual derecho de voto (un miembro, un voto), mientras que en las cooperativas de otros niveles también se organizan con procedimientos democráticos.

- **Participación económica de los miembros:** Los miembros contribuyen de manera equitativa y controlan de manera democrática el capital de la cooperativa. Por lo menos una parte de ese capital es propiedad común de la cooperativa.

Usualmente reciben una compensación limitada, si es que la hay, sobre el capital suscrito como condición de membresía. Los miembros asignan excedentes para cualquiera de los siguientes propósitos: el desarrollo de

la cooperativa mediante la posible creación de reservas, de la cual al menos una parte debe ser indivisible, los beneficios para los miembros en proporción con sus transacciones con la Cooperativa; y el apoyo a otras actividades según lo apruebe la membresía.

- **Autonomía e independencia:** Las Cooperativas son organizaciones autónomas de ayuda mutua, controladas por sus miembros. Si entran en acuerdos con otras organizaciones (incluyendo gobiernos) o tienen capital de fuentes externas, lo realizan en términos que aseguren el control democrático por parte de sus miembros y mantengan la autonomía de la Cooperativa.
- **Educación, entrenamiento e información:** Las Cooperativas brindan educación y entrenamiento a sus miembros, a sus dirigentes electos, gerentes y empleados, de tal forma que contribuyan eficazmente al desarrollo de sus cooperativas.

Las Cooperativas informan al público en general, particularmente a jóvenes y creadores de opinión, acerca de la naturaleza y beneficios del cooperativismo.

- **Cooperación entre Cooperativas:** Las Cooperativas sirven a sus miembros más eficazmente y fortalecen el movimiento cooperativo. Trabajando de manera conjunta por medio de estructuras locales, nacionales, regionales e internacionales.
- **Compromiso con la comunidad:** La Cooperativa trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus miembros.

Toda entidad cooperativa nace y se origina con el propósito de satisfacer necesidades y es así que existen diversos tipos de cooperativas, como necesidades a satisfacer.

Los fines para los cuales fue creada la Cooperativa son determinados en su estatuto, que está sujeto a las leyes y demás disposiciones pertinentes, con el propósito de procurar el mejoramiento de las condiciones económicas, sociales, culturales y morales de los asociados.

2.2.1 Misión

Ser una Cooperativa líder y de proyección socioeconómica con la mejor oferta de productos y servicios financieros a los clientes; alcanzando estándares de calidad más elevados para los asociados.

2.2.2 Visión

Fortalecer nuestra posición de liderazgo en el mercado nacional, fundamentada en el crecimiento y desarrollo óptimo para la solución efectiva de las necesidades socioeconómicas de los asociados.

2.2.3 Política de Calidad

En COOESAN, R. L., nos dedicamos a la prestación de servicios financieros e integrales de la más alta calidad, buscando la completa satisfacción del cliente, mediante la oferta de productos que rebasen sus expectativas, logrando la excelencia basada en los requisitos de la Norma ISO 9001 y en los valores, normas y principios cooperativos. El equipo de trabajo se esfuerza por el cumplimiento de los objetivos de calidad, mediante la mejora continua, en todos los procesos de la organización.

2.2.4 Objetivos de la Cooperativa

- Formar a nuestros colaboradores y dirigentes en lo relacionado con el servicio al cliente.
- Obtener en este periodo una puntuación igual o superior al 90% de satisfacción de nuestros clientes.
- Diseñar e implementar anualmente un servicio financiero, que contribuya a elevar la calidad de vida de los asociados.
- Normar dentro del contexto de la ley y el estatuto, para asegurar una adecuada reglamentación de los servicios y el funcionamiento interno de la Cooperativa.
- Promover el mejoramiento o beneficio económico, social, intelectual y moral de los asociados.
- Difundir la doctrina, principios y fundamentos del cooperativismo para que los asociados apliquen fórmulas cooperativas, tendientes a satisfacer sus necesidades económicas y sociales.
- Ofrecer a los asociados los servicios de tipo bancario y asesoramiento en el área financiera.
- Brindar a los asociados un sistema confiable, eficiente y competitivo en la captación de sus ahorros, orientándolos hacia el fortalecimiento financiero de la Cooperativa.

- Planificar las operaciones empresariales de la cooperativa a nivel de las personas involucradas dentro de la estructura administrativa.

2.3 Concepto del Factoring

La palabra Factoring, viene de la doctrina económica norteamericana, ha hecho su ingreso al mundo jurídico en forma intacta, debido a la dificultad de encontrar un término que brinde un significado claro y, a la vez, describa con la debida precisión esta operación financiera.

Existen otros nombres para sustituir al de Factoring: factoraje, como sinónimo de factoría o de la actividad desarrollada por el factor o como lugar donde éste realiza sus operaciones; affacturage, como traducción al francés del término Factoring; facturación, atendiendo a los documentos que se ceden en esta operación; factorización, que presenta la ventaja de su adaptación al español, pero parte del doble sentido del término factor; gestión de créditos, etc.

Las definiciones se pueden dividir en: económicas y normativas.

Entre las económicas podemos encontrar las siguientes:

“El Factoring es el contrato mediante el cual, una empresa especializada, denominada “factor”, presta servicios, de colaboración (de asistencia técnica y financiera) a otra empresa, comercial o industrial, obligándose la primera, mediante un precio en el que se computa el costo (lato sensu) de prestación de servicios, a adquirir una determinada masa de créditos que tuviere la otra por su actividad empresarial en relación a terceros, y durante un lapso determinado”. (2011, 05, 15). Contrato de Factoring Teoría – Documentos – Lancan. <http://www.buenastareas.com/ensayos/Contrato-De-Factoring-Teoria/2163440.html>.

Entre las definiciones legales podemos encontrar las siguientes:

“Existen leyes internacionales que consideran al Factoring como un instrumento financiero de los bancos y lo conceptúa como un “complejo de operaciones”, que consiste en “otorgar anticipos sobre créditos provenientes de ventas, adquiridos, asumir sus riesgos, gestionar su cobro y prestar asistencia técnica y administrativa”. (2009, 08, 09). Contratos Bancarios - MARIO a. BONFANTI - Scribd. <https://es.scribd.com/doc/.../Contratos-Bancarios-MARIO-a-BONFANTI>.

2.4 Partes que Intervienen en la Operatoria del Factoring

Dentro de la operación de Factoring podemos distinguir tres partes:

- **CLIENTE:** Persona natural o jurídica que firma un contrato de Factoring con una sociedad especializada y que ejecuta los actos señalados en el contrato.
- **FACTOR:** Institución que adquiere las facturas a las empresas (sus clientes) en el momento de su emisión, con todas las obligaciones y servicios que esto implica.
- **DEUDOR:** Persona natural o jurídica que compra los productos o servicios del cliente y, por lo tanto, es responsable de pagar las cuentas transferidas al Factor.

Estos tres actores llevan a lo que es el Contrato. El Contrato es un acuerdo mediante el cual el cliente transfiere al Factor los créditos comerciales contra sus compradores, encargándose (el Factor) de efectuar el cobro, garantizándolos tanto frente a la morosidad como a los fallidos.

En un contrato de Factoring intervienen:

- **El Proveedor:** Puede o debe ceder al factor créditos, nacido de contratos de venta de mercaderías, celebrados entre el proveedor y sus clientes, con exclusión de aquellos que versan sobre las mercaderías compradas a título principal para su uso personal, familiar o doméstico.
- **El Cesionario:** Debe hacerse cargo de dos de las siguientes funciones: el financiamiento del proveedor, particularmente el préstamo o pago anticipado, para llevar las cuotas relativas a los créditos, la cobranza de los mismos, la protección contra el incumplimiento de los deudores, y la cesión de los créditos que debe notificarse a los deudores.

“El Factoring es un contrato de colaboración, de larga duración, mediante el cual una de las partes, el factoreado, se obliga a efectuar una cesión global de créditos futuros que posee contra los clientes de su empresa sometida a la condición suspensiva de la aproximación del factor, este por su parte, se obliga a aceptarlos conforme a criterios objetivos, a dar un crédito por el monto de ellos una vez aceptados, y a prestar servicios de cobranza y asesoramiento”. (1998, 12, 16). *Libro - Estudio Jurídico Belgrano | Salta*. www.ejuridicosalta.com/files/libro7.pdf

El Factoring es un contrato complejo, donde concurren elementos de la cesión, del mutuo, de la colocación de servicios y de la garantía.

En síntesis, el Factoring, es un contrato en virtud del cual una de las partes, la empresa factora, se obliga a adquirir la totalidad o parte de los créditos provenientes de la actividad empresarial de la otra parte, la empresa factorada, a asumir el riesgo de insolvencia de los terceros deudores, pero reservándose el derecho de seleccionar esos créditos, y a prestarle asistencia técnica y

financiera a ésta; en contraprestación, la empresa factorada se obliga a abonar una comisión en forma proporcional al financiamiento recibido.

De estas definiciones podemos obtener algunos de los elementos subjetivos y objetivos que tipifican el contrato de Factoring. En primer lugar, individualiza los sujetos intervinientes en la operación: De un lado, la empresa de Factoring, que tiene por objeto la intermediación financiera o específicamente este tipo de negocios y del otro, la empresa o persona factorada, dedicada a la actividad productiva o comercial.

El objetivo del negocio no es cualquier tipo de crédito, sino los provenientes única y exclusivamente de su actividad empresarial. Según esto, la factorada está obligada a transferir a la empresa factora, sea por endoso o cualquier otra forma que permita la transferencia en propiedad, parte o todas las facturas por cobrar que tenga, ya sea de un proyecto específico con el gobierno a la venta a una empresa de prestigio. Estos créditos pueden ser letras, facturas conformadas, facturas simples y cualquier otro título valor representativo de deuda.

2.5 Diagrama de Factoring

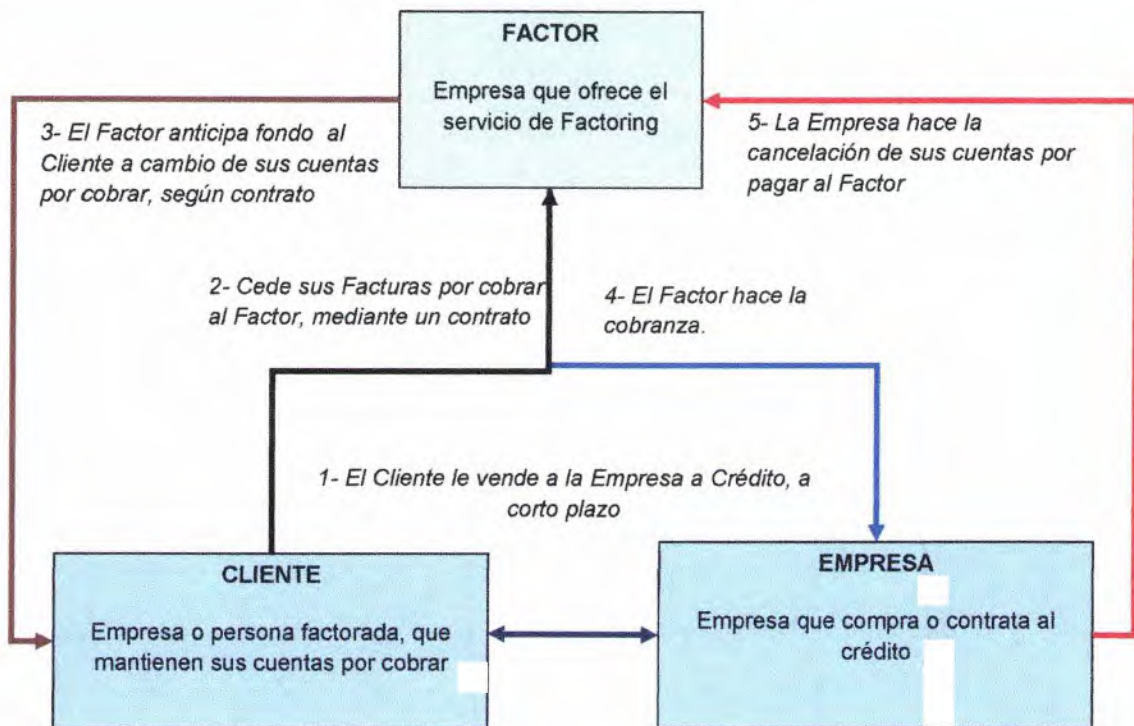
El Factoring es una alternativa que permite disponer anticipadamente de las cuentas por cobrar. Mediante el contrato de factoraje, la empresa de factoraje financiero, pacta con el cliente en adquirir derechos de crédito que éste tenga a su favor por un precio determinado, en moneda nacional o extranjera, independientemente de la fecha y la forma en que se pague. El cliente no recibirá el importe total de los documentos cedidos, toda vez que la empresa de factoraje cobrará un porcentaje por la prestación del servicio.

Esta operación de cesión no se contabiliza como deuda, sin embargo si representa una responsabilidad en el caso que los deudores no paguen a su

vencimiento. Esta herramienta le permite facilitar y aumentar el proceso de venta de la empresa a través del otorgamiento de mayores plazos a sus clientes.

Presentamos la representación gráfica y relacional que tienen los elementos que forman parte del proceso de Factoring, en donde la empresa cancela las facturas o cuentas por cobrar del Factor, para que este obtenga solvencia financiera y la empresa obtenga ganancias cuando recupere los montos de las facturas.

Diagrama No. 1
El Proceso de Factoring



Fuente: Inédita – Empírica.

2.6 Características de Factoring

El Factoring como sistema de financiamiento puede adquirir diversos matices, según convenio de las partes involucradas; dependerá del tiempo en que se hará la factorización, cantidades involucradas, giro de las empresas, tipo de clientes y otros. Es por esto, que las características de este tipo de financiamiento no resultan comunes a todas las operaciones.

A continuación se destacan las más relevantes:

- Los convenios de venta de cartera se enmarcan dentro de un contrato entre factor y cliente.
- El Factoring es esencialmente un contrato de cesión de facturas, por lo que éstas constituyen la prueba de la existencia de la deuda.
- Existen diversas modalidades de Factoring, dependiendo de quién asuma el riesgo del crédito, y de otras circunstancias limitantes.
- El Factor cobra una comisión por las facturas a cobrar, la cual se expresa en un importe total de las facturas cedidas por el cliente a la sociedad de Factoring.
- El Factor reserva un porcentaje sobre el total de las cuentas por cobrar factorizadas, con el objeto de cubrir posibles disputas entre el cliente y sus deudores, con relación a bienes dañados o que devuelve el deudor al cliente, por lo cual dicha cantidad se paga al cliente sólo cuando el factor cobra la deuda.

- Existe por parte del factor la posibilidad de negarse a comprar las cuentas que considere demasiado riesgosas.

2.7 Tipos de Factoring.

Hay algunas empresas que no les interesa tener que pagar comisión por el riesgo de crédito a los compradores. Una razón de ello es que los deudores de la empresa pueden ser clientes de primera fila, con lo que es innecesario para ella acogerse a la cobertura de riesgo de insolvencia o morosidad.

En esta modalidad, el factor adelanta a la empresa entre un 70 a 90% de las deudas, recibiendo el remanente en el momento que paga el deudor. El factor se hace cargo de la gestión de la cartera de ventas y cobro de las deudas, pero la empresa usuaria es responsable de los fallidos.

Entre los tipos de Factoring podemos mencionar:

- ❖ **Factoring sin recurso:** En esta modalidad existe relación continua entre el cliente y el factor, en la que éste último va comprando, de una forma sistemática, todos los créditos comerciales que su cliente genera en la venta de sus productos o en la prestación de sus servicios a su clientela.

El factor asume la responsabilidad por las deudas comerciales de su cliente.

La cobertura del riesgo de crédito se relaciona al 100%, sobre los compradores de la empresa que previamente han sido analizados y clasificados por el factor. El total de los servicios incluye, además de las gestiones de la cartera de clientes, la gestión de las cobranzas.

Algunas consecuencias que produce esta modalidad de Factoring en la empresa vendedora son los siguientes:

- Prescinde de su departamento administrativo de gestión y control de créditos y cobros.
- Subcontrata implícitamente, la elaboración de una parte importante de su contabilidad.
- Subcontrata la gestión de un departamento de riegos.
- Se cubre frente al riesgo de insolvencia de sus compradores.
- Incrementa su capacidad crediticia.
- Mejora el rendimiento y solvencia financiera de su empresa.

❖ **Según el servicio prestado:** En este punto podemos distinguir dos clases, el Factoring Tradicional (Old Line Factoring) y el Factoring Moderno (New Style Factoring). En el primero de los servicios ofrecidos por el factor, son básicamente la gestión de cobros, la garantía de cobro y la contabilidad de las ventas; en el segundo caso, la operatoria se caracteriza por una oferta más amplia de los servicios de la gestión de ventas, como podría ser un mayor desarrollo de las prestaciones de índole financiera.

❖ **Según el ámbito geográfico:** Dependiendo del lugar de residencia de las distintas partes que intervienen en la realización de una operación de Factoring, se habla de Factoring Nacional, en el cual las partes que intervienen cliente, factor y los deudores residen en el mismo país y de Factoring Internacional o de Exportación; aquí el cliente y deudores no residen en el mismo país. En principio el factor presta los mismos servicios que el Factoring Nacional, sin embargo, la operatoria es más compleja, ya que exige la intervención de una empresa extranjera que

actuará como corresponsal de factor nacional en el país de residencia de los titulares cuyos créditos han sido objeto de sesión.

- ❖ **Según el financiamiento:** El anticipo de fondos, es la forma en que se pone de manifiesto en el contrato de Factoring, la función de financiamiento que el factor pueda proporcionar a sus clientes. Cuando este anticipo existe, hablamos de Factoring con anticipo, en el cual el cliente tiene opción, desde el momento de la cesación, a recibir el pago de los créditos con anterioridad a su vencimiento, a cambio de unos intereses, que variarán en función de la cuantía de los créditos, del plazo y de la solvencia de los deudores. Este también funciona cuando el cliente apenas ha obtenido la orden de proceder en casos de contratos.

Si tal anticipo no existe, hablamos de Factoring sin anticipo. En este supuesto el factor se ocupa de la gestión del cobro de su cliente, como mandatario en su propio nombre, entregándole los fondos al vencimiento de los mismos.

El financiamiento, se plantea como servicio en función de las necesidades de tesorería del cliente, aunque tiene como límite máximo el importe de los créditos cedidos, el establecido en el contrato.

2.8 Establecimiento de la Tarifa del Factoring

Se ha definido al Factoring, como un financiamiento para el cliente del factor, y a la vez, como un servicio, el cual es válido dentro del entorno legal en el que están involucradas las partes. Estos tres aspectos dan origen a tres tipos de costos de Factoring, así el ser un mecanismo de financiamiento, implica la existencia de una tasa de interés; el ser un servicio implica, una

comisión del que presta el servicio, y el actuar dentro de un entorno legal implica la existencia de gastos legales.

❖ **Comisión del Factoring:** Este es el gasto que cobra el factor para cubrir los servicios de administración, seguros de protección y del riesgo del crédito. Los siguientes aspectos son relevantes al determinar la comisión:

- Número de clientes o compradores
- Número de facturas involucradas
- Rotación de ventas
- Comisión cobrada por otras empresas competidoras
- Infraestructura y costos de administración.

❖ **Tasa de interés:** Por ser un negocio que constituye financiamiento para el empresario o cliente del factor, existe un costo análogo al financiamiento de las fuentes alternativas, el que es equivalente al tiempo de uso de este. Como referencia, la tasa de interés es normalmente superior al crédito bancario y se aplica sobre el total de facturas vendidas.

❖ **Gastos legales:** Son cargos fijos, por cada operación que se derivan de la legalización de las operaciones.

2.9 Ventajas e Inconvenientes de un Contrato Factoring

Las ventajas son:

- Representa una fuente de financiamiento flexible. Cuando un cliente (empresa) aumentan y necesita más financiamiento se genera

automáticamente de sus facturas, esto hace que la Cooperativa mantenga ingresos constantes por manejos.

- Las facturas proporcionan una forma de garantía para el Factoring, y esto estaría pactado en el contrato.
- Las empresas que utilizan este servicio, reducen los costos de operación, al ceder las cuentas por cobrar a la cooperativa.
- Es un proceso corto.
- Proporciona liquidez a los clientes, lo que les permite obtener, de sus proveedores, descuentos por pronto pago y ser más dinámicos en sus negocios.
- Ofrece a las empresas dinero de inmediato para compras de oportunidad, y la cooperativa aumenta su cartera activa.
- En caso del Factoring Internacional, se incrementan las exportaciones al ofrecer una forma de pago más competitiva.
- La Cooperativa va a tener su retorno en corto tiempo del dinero dado en Factoring, y facilitará una planeación más efectiva.
- La Cooperativa tendrá con el Factoring, un servicio que le generará alto porcentaje de interés y manejos.

Los inconvenientes:

- Proporciona dinero de manera anticipada lo cual los deja sin protección en procesos inflacionarios.
- La poca aceptabilidad de los clientes a este sistema.
- Este método de financiamiento es inconveniente y costoso cuando las facturas son numerosas y relativamente pequeñas en su cuantía, incrementa los costos administrativos necesarios.
- Se considera la factorización con su signo de debilidad financiera que puede efectuar los negocios futuros, porque la empresa está usando como garantía un activo altamente líquido, esto puede disminuir las posibilidades de la cooperativa a seguir haciendo negocios con éstas empresas.
- El Factor (La Cooperativa), sólo comprará las cuentas por cobrar que quiera, por lo que la selección dependerá de la calidad de las mismas, y será determinado por las personas encargadas de los análisis de Factoring.
- La Cooperativa debe reforzar el departamento de cobros.
- Un mal análisis hace que la cooperativa se vea afectada, por el no cobro a tiempo de esta transacción.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Metodología

Metodología de la investigación es un conjunto de procesos metódicos, sistemáticos, objetivos, medibles, que se utilizan para realizar determinada investigación, que consiste en la solución de un determinado problema, que a su vez, y como producto de esta investigación metodológica, es explicado o descrito.

El Proceso de investigación comienza cuando un Investigador se plantea una pregunta que debe ser respondida y no conoce la respuesta. Entonces deberá planificar una investigación.

Nuestra investigación es de tipo exploratoria y descriptiva porque expresa las características de un servicio, la manera en que se realiza su implementación y comercialización entre los asociados y potenciales de La Cooperativa El Educador Santeño, R. L.

En esta investigación nos apoyamos en los antecedentes históricos del servicio, ya que necesitamos datos escritos, que nos ayudarán a ampliar nuestros conocimientos para llevar a cabo la investigación.

Para realizar esta investigación nos basamos en trabajos realizados sobre el tema anteriormente, también se recolecta información a través de la utilización de encuestas y entrevistas, ya que estos instrumentos representan un alto grado de confiabilidad para conocer la aceptación o no de un determinado producto dentro de una empresa.

Para diseñar las encuestas y entrevistas, llevamos a cabo una revisión de literatura y nos apoyamos en el libro de Metodología de la Investigación, cuyo autor es Hernández Sampieri, que nos sugiere, que dicho instrumento para recolectar datos debe tener una breve introducción, en la que se especifica el

propósito de la investigación, se le da a conocer al encuestado la importancia de su participación en dicha encuesta, se le explica con claridad las instrucciones para llenar el cuestionario, se le agradece al inicio y al final de la actividad, entre otros aspectos.

Por otro lado, consideramos formular preguntas abiertas, cerradas y de control, a través de generación de ítems. Dichas preguntas deberán tener las siguientes características:

- Claras, precisas y comprensibles para los sujetos encuestados.
- Deben ser lo más breve posible, porque las preguntas largas suelen resultar tediosas.
- Lo que se pregunta no debe incomodar a los encuestados.

También realizamos una revisión en Internet para extraer cuestionarios previamente confeccionados, y apoyarnos en dichos instrumentos de recolección de datos.

Es conveniente conocer los resultados que ha tenido este producto en otras empresas y la manera en que La Cooperativa El Educador Santeño, R. L. ha comercializado los productos existentes y como han evolucionado los mismos. Mediante el método histórico se analiza la trayectoria concreta de la teoría, su condicionamiento a los diferentes períodos de la historia o como ha ido evolucionando o creciendo La Cooperativa y los resultados que ha tenido el producto Factoring a través del tiempo.

3.2 La Hipótesis de Investigación

“Se entiende por hipótesis a la propuesta de justificación ante determinado fenómeno, elemento o proceso que tome lugar en cualquier ámbito de la existencia (es decir, tanto natural como social). La hipótesis es una de las partes más importantes del proceso de análisis y estudio científico ya que es a través suyo cuando la teoría comienza a tomar forma, aun si la hipótesis es refutada y anulada. La hipótesis es lo que permite al ser humano dar inicio al proceso de pensamiento mediante el cual se obtendrá cierto tipo de conocimiento”. (2013, 01, 01). DEFINICIÓN DE HIPÓTESIS. ([http:// www.definicionabc.com/ciencia/hipotesis.php#ixzz3WqRFUbbZ](http://www.definicionabc.com/ciencia/hipotesis.php#ixzz3WqRFUbbZ)).

Las hipótesis nos indican lo que estamos buscando o tratando de probar y pueden definirse como explicaciones tentativas del fenómeno investigado formuladas a manera de proposiciones.

Las hipótesis no necesariamente son verdaderas; pueden o no serlo, pueden o no comprobarse con hechos. Son explicaciones tentativas, no los hechos en sí. El investigador al formularlas no puede asegurar que vayan a comprobarse. Una hipótesis es diferente de una afirmación de hecho.

Dentro de la investigación científica, las hipótesis son proposiciones tentativas acerca de las relaciones entre dos o más variables y se apoyan en conocimientos organizados y sistematizados.

Las hipótesis pueden ser más o menos generales o precisas, e involucrar dos o más variables, pero en cualquier caso son sólo proposiciones sujetas a comprobación empírica, a verificación en la realidad.

Para realizar esta Investigación se trabajará sobre la hipótesis de que un producto puede aumentar la rentabilidad de la Cooperativa y que su comercialización ayudará a conseguirlo.

Hipótesis de Trabajo.

“La hipótesis de trabajo puede definirse como una “conjetura plausible”; esto significa que, frente a una pregunta, la hipótesis de trabajo es la respuesta más satisfactoria que se pueda proponer, habida cuenta de los vacíos detectados y del estado del conocimiento. La hipótesis es “de trabajo” porque sólo ofrece una respuesta provisional; hay que esperar los resultados de la investigación del trabajo para saber si la hipótesis es o no válida”. (2003, 07, 23). DEFINICIÓN DE HIPÓTESIS DE TRABAJO. http://www.urosario.edu.co/urosario_files/08/08408a73-0010-47b8-8b67-7c2790793b74.pdf.

“Las hipótesis nulas son proposiciones acerca de la relación entre variables que sirven para refutar o negar lo que afirma la hipótesis de investigación”. (2007, 12, 08). DEFINICIÓN DE HIPÓTESIS NULA. <http://www.tecnicas-de-estudio.org/investigacion/investigacion32.htm>

La hipótesis de trabajo será representada con la abreviatura H_1 , de resultar nula se representará con la abreviatura H_0 .

H_1 : Con la implementación de El Factoring, COOESAN, R. L., aumentará su Cartera Activa y tendrá una rotación más efectiva de sus activos circulantes, logrando así obtener mayor utilidad.

H_0 : Con la implementación de El Factoring, COOESAN, R. L., no aumentará su Cartera Activa y tendrá una rotación más efectiva de sus activos circulantes, obteniendo mayor utilidad.

3.3 Definición de Variables

“Una variable es un elemento de una fórmula, proposición o algoritmo, que puede ser sustituido o puede adquirir un valor cualquiera dentro de su universo. Los valores de una variable pueden definirse dentro de un rango o estar limitados por condiciones de pertenencia. Puede hablarse de distintos tipos de variable: las **variables dependientes**, que son aquellas que dependen del valor que asuman otros fenómenos o variables; las **variables independientes**, cuyos cambios en los valores determinan cambios en los valores de otra; **variables cualitativas**, que expresan distintas cualidades, características o modalidades”. (2003, 09, 01), LAS VARIABLES: DEFINICIÓN CON EJEMPLO, <http://www.monografias.com/trabajos64/variables-definicion-ejemplo/variables-definicion-ejemplo.shtml#ixzz3WqbQwuqF>.

3.3.1 Variable Independiente: (Factoring).

a. Definición Conceptual.

Es un instrumento de financiamiento a corto plazo, destinado a todo tipo de empresas, que paralelamente al servicio de carácter financiero desarrolla otros de gestión, administración y garantía por la insolvencia de los deudores de los créditos cedidos.

b. Definición Operacional.

Operación de cesión del crédito a cobrar por la empresa a favor de una entidad financiera. Los créditos que son parte de cesión, están instrumentados en operaciones corrientes de la empresa, normalmente del flujo de venta de sus productos o servicios a terceros. En el caso de ventas a plazo, se genera un crédito a favor de la empresa apoyado en la operación comercial que es susceptible de ser transferido a un tercero.

3.3.2 Variable Dependiente: (Cartera Activa, Activos Circulantes).

a. Definición Conceptual.

Se elabora sintetizando el fenómeno desde una teoría particular. Es una visión teórica del fenómeno. (2003, 09, 01), LAS VARIABLES: DEFINICIÓN CON EJEMPLO, <http://www.Monografias.com/trabajos64/variables-definicion-ejemplo/variables-definicion-ejemplo2.shtml#xdefinic#ixzz3WqcOq27P>.

- **Cartera Activa:** Es una modalidad de la gestión discrecional e individualizada de carteras que tiene la peculiaridad de que las inversiones se realizarán en renta variable.
- **Activos Circulantes:** Son los derechos, bienes materiales o créditos que están destinados a la operación mercantil o procedente de ésta, que se tienen en operación de modo más o menos continuo y que, como operaciones normales de una negociación pueden venderse, transformarse, convertirse en efectivo, darse en pago de cualquier clase de gastos u obligaciones.

b. Definición Operacional.

Las definiciones operacionales son particularmente útiles en mecánica cuántica, física estadística o relatividad. Se hace una definición operacional de una cantidad refiriendo el proceso específico por el que se obtiene su medición. (2003, 09, 01), LAS VARIABLES: DEFINICIÓN CON EJEMPLO, <http://www.monografias.com/trabajos64/variables-definicion-ejemplo/variables-definicion-ejemplo2.shtml#xdefinic#ixzz3WqcW5Cq9>.

- **Cartera Activa:** No sigue parámetros clásicos de gestión, sino que trata de maximizar la rentabilidad, mediante una adecuada selección y rotación de valores.

- **Activos Circulantes:** Es la parte líquida del activo que se tiene disponible para invertir de forma inmediata.

3.4 Los Sujetos

Los sujetos de la investigación son todos aquellos supuestos que pueden acceder al servicio que se pretende implementar en la Cooperativa.

Los sujetos serán, en el orden que se mencionan, determinados los dos primeros y determinables los terceros:

- **Factor:** En adelante la Cooperativa, quien prestará el servicio de Factoring.
- **Usuario:** Empresa o comerciante que contrata los servicios del Factor.
- **Clientes o deudores:** Persona natural o jurídica que por adquirir mercancías o servicios del usuario se obliga a pagarlas a corto plazo.
- **Clientes actuales:** Son aquellos (personas, empresas u organizaciones), que le hacen compras a la empresa de forma periódica o que lo hicieron en una fecha reciente. Este tipo de clientes es el que genera el volumen de ventas actual, por tanto, es la fuente de los ingresos que percibe la empresa en la actualidad y es la que le permite tener una determinada participación en el mercado.
- **Clientes potenciales:** Son aquellos (personas, empresas u organizaciones), que no le realizan compras a la empresa en la actualidad, pero que son visualizados como posibles clientes en el futuro, porque tienen la disposición necesaria, el poder de compra y la autoridad para comprar. Este tipo de clientes es el que podría dar lugar a un

determinado volumen de ventas en el futuro (a corto, mediano o largo plazo) y por tanto, se les puede considerar como la fuente de ingresos futuros.

La población total se ha dividido en dos grupos que a continuación detallamos:

- **Grupo experimental:** La población que recibirá tratamiento son los asociados, terceros y clientes potenciales (empresas públicas o privadas con personería jurídica), que trabajen con cuentas por cobrar, facturas y que puedan hacer uso de este servicio.
- **Grupo control:** La población que no recibirá tratamiento son los asociados y terceros que no reúnen los requisitos o que no trabajan con cuentas por cobrar facturas.

3.4.1 Población

Una población está determinada por sus características definitorias. Por lo tanto, el conjunto de elementos que posea esta característica se denomina población o universo. Población es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las unidades de población poseen una característica común, que se estudia y da origen a los datos de la investigación.

3.4.2 Muestra

Es un conjunto de unidades o una porción del total, que representa la conducta del universo en su conjunto. Una muestra, en un sentido amplio, no es más que eso, una parte del todo que se llama universo o población y que sirve para representarlo. Para este estudio tomaremos en cuenta el sector de asociados, terceros y clientes potenciales, que podrán hacer uso del Factoring

una vez la Cooperativa preste este servicio, a este grupo de individuos le llamaremos muestra.

La muestra descansa en el principio de que las partes representan al todo y, por tal, refleja las características que definen la población de la que fue extraída, lo cual indica que es representativa. Por lo tanto, la validez de la generalización depende de la validez y tamaño de la muestra.

3.5 El Objeto

Serán las cuentas facturadas por cobrar, documentos que no serán títulos de crédito, aunque eventualmente podrán existir como garantías colaterales a favor del Factor.

3.6 Instrumentos para la Recolección de Datos

- **Encuestas:** Las encuestas son una fuente importante de conocimiento científico básico. Las encuestas pueden realizarse de diferentes maneras, por correo, a través de entrevistas telefónicas o en persona son las más comunes. Las encuestas pueden ser abiertas o cerradas.

En las encuestas se evaluará el nivel de conocimiento que poseen los trabajadores y directivos de la Cooperativa acerca del servicio Factoring, a través de preguntas específicas. También se aplicarán encuestas a asociados, terceros y clientes potenciales (empresas públicas o privadas con personería jurídica), que trabajen con cuentas por cobrar, facturas y que puedan hacer uso de este servicio.

- **Entrevistas:** Las entrevistas se utilizan para recabar información en forma verbal, a través de preguntas prediseñadas. Quienes responden pueden ser gerentes, empleados, directivos, clientes o potenciales, los

cuales son usuarios actuales del sistema existente, usuarios potenciales del sistema propuesto o aquellos que proporcionarán datos o serán afectados por la aplicación de la misma. Entrevistaremos al personal en forma individual o en grupos, cuando sea necesario.

- **Equipos tecnológicos:** Word, Excel para tabular la información recopilada y presentar los informes.

Los instrumentos que se utilizan serán aplicados a los empleados, directivos, clientes y potenciales de la Cooperativa El Educador Santeño, R. L. que forman parte del grupo experimental.

3.6.1 Validación del Instrumento

La validación es el grado en el que un instrumento mide la variable que se busca medir. Todo instrumento de recolección de datos debe resumir dos requisitos esenciales: validez y confiabilidad.

Con la validez se determina la revisión de la presentación del contenido, el contraste de los indicadores con los ítems (preguntas) que miden las variables correspondientes. Se estima la validez como el hecho de que una prueba sea de tal manera concebida, elaborada y aplicada y que mida lo que se propone medir.

El segundo, se refiere al hecho de lo que se mide actualmente, es lo que se quiere medir. Se estima la confiabilidad de un instrumento de medición cuando permite determinar que el mismo, mide lo que se quiere medir, y aplicado varias veces, indique el mismo resultado.

Para validar el instrumento a utilizar en nuestra investigación realizamos una revisión bibliográfica al igual que fuentes de monografías, tesis

por internet, entrevistas cortas, sencillas, pero concisas del conocimiento del Factoring, que logrará determinar las posibles preguntas del instrumento que vamos a utilizar, siendo esta la encuesta, diseñando un cuestionario. Este será validado y aplicado a 25 personas entre directivos, empresarios, jerárquicos y administrativos.

La ventaja principal del cuestionario radica en la gran economía de tiempo porque no contamos con el tiempo suficiente para hacer otro tipo de validación, ya que las encuestas las podemos dejar en las empresas a encuestar o colocar varias encuestas en un lapso de tiempo, puesto que no tiene que darse de forma individual.

El propósito de la encuesta es recopilar la información requerida sobre el grado de conocimiento del Factoring y qué tan dispuesto están estas instituciones o empresas a hacer uso de este servicio.

3.6.2 Validación del Contenido de los Ítems

Un ítem o pregunta puede corresponder a un indicador o a varios indicadores. Del mismo modo, pueden formularse varios ítems / preguntas para cada indicador. Lo importante es que los ítems formulados recojan la información necesaria para conocer el objeto de estudio y lograr el objetivo propuesto en la investigación. Los ítems deben formularse en forma clara y concisa, sin ambigüedades.

En caso de cuestionarios se puede elegir entre preguntas abiertas o cerradas. Un ejercicio para probar el ítem es que uno mismo responda a la pregunta y analizar si la respuesta recoge la información que se necesita. Al formular las preguntas se debe evitar insinuar la respuesta que nos gustaría oír o evitar dirigir la respuesta a nuestros intereses.

Nuestra encuesta se caracteriza por ser formal y estructurada, contando con una sección primeramente preliminar de carácter informativo e instructivo, ya que al inicio de la encuesta por la primera sección se describe ampliamente el propósito de la encuesta, se hace mención de una definición clara y concisa de lo que es el Factoring, y señalamos claramente las ventajas y desventajas que se dan con este servicio.

Se transcriben las recomendaciones que han de seguir los encuestados para que los datos suministrados sean objetivos y veraces, con anticipación mostramos nuestro agradecimiento por su participación.

Hacemos mención de que los ítems de las encuestas del estudio, se redactaron y organizaron por nuestra parte basadas en todas las recopilaciones de datos recabados con las fuentes mencionadas anteriormente, con el fin de recopilar datos válidos y confiables.

Nuestra encuesta tiene 15 (quince) preguntas de las cuales, 14 (catorce) preguntas son cerradas y una abierta, ya que nuestro interés es saber qué tanto conocen los encuestados, del Factoring y si sienten interés en utilizar este tipo de servicio.

Las preguntas de la una a la tres, están basadas en qué tanto crédito manejan dichas empresas. Las preguntas cuatro y cinco se basan en recabar la información de cuanta morosidad manejan o tienen en la actualidad de créditos mal otorgados. Con las preguntas seis y siete queremos conocer cuál es el riesgo de otorgamiento de crédito con que cuentan ellos y como lo tienen calificados. Las preguntas de la ocho a la catorce nos concretamos en saber qué tan satisfecho se sienten con este servicio o nuevo producto, al igual conocer porque para ellos podría ser importante tener más de este servicio. La pregunta número quince la realizamos abierta, con el fin de recolectar

comentarios, sugerencias, lluvia de ideas que formarán parte de la implementación del Factoring.

3.7 Diseño de la Investigación

Nuestra investigación tiene como objetivo principal, seleccionar cuidadosamente una propuesta de investigación, que le permita a la empresa mejorar sus actividades para cumplir con estas expectativas, buscando crear un sistemas de entrada de ingresos a la Cooperativa, pero que también contribuirá a que nuestros asociados y terceros tengan, una opción de crédito más rápida, a intereses más bajos y en conclusión, buscar la satisfacción de cada uno de ellos.

El método seguido en la elaboración de esta propuesta consiste en la revisión de diversos artículos de investigación especializados en el tema, la consulta de la producción documental de algunos de los autores más reconocidos y posteriormente el análisis y discusión colectiva con base a nuestra experiencia propia, ya que el diario vivir dentro de ella nos hace comprender la necesidad de hacer esta propuesta.

Para el logro de que nuestro diseño de investigación logre las expectativas esperadas o los objetivos plasmados, es necesario que aclaremos los puntos que son de relevancia en la investigación y propuesta que se hará posteriormente a la empresa:

- Aclarar el tema de investigación.
- Definir el planteamiento del problema.
- Formulación y sistematización del problema de investigación.
- Definir los objetivos de la investigación.
- Presentación de la justificación del diseño de la investigación.
- Realizar la revisión de literatura.

- Presentar las hipótesis.
- Presentación de los aspectos metodológicos.

Perspectivas.

Las perspectivas en la empresa son de importancia, ya que lo que se busca con ello es realizar una evaluación de la organización a futuro, y a través de esta investigación proponer cuáles serán las:

- Ventajas y desventajas de realizar la investigación propuesta.
- Pronóstico de situación futura de la organización.

Por tal razón nuestro proyecto está basado en la investigación no experimental, ya que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, es una investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

“La investigación no experimental o *expost-facto* es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones”. (Kerlinger, 1979, p. 116).

De hecho, no hay condiciones o estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad.

En conclusión se puede definir que la investigación no experimental es una investigación sistemática y empírica, en la que las variables independientes no se manipulan porque ya han sucedido. Las inferencias sobre las relaciones entre

variables se realizan sin intervención o influencia directa y dichas relaciones se observan tal y como se han dado en su contexto natural.

En el presente proyecto utilizaremos dos tipos de investigación, ya que en este caso, el Factoring o descuento de facturas abarca una investigación exploratoria y descriptiva.

Será exploratoria, debido a que no se conoce de la existencia de una gran cantidad de datos estadísticos sobre el tema, por tanto el objetivo del trabajo ha sido poco investigado, en el entorno al mercado.

Esta investigación es descriptiva porque recolecta una serie de datos sobre eventos, situaciones o hechos que permiten analizar la frecuencia con que ocurren y el efecto de los mismos en la situación económica de las empresas y la posición de las Cooperativas.

3.7.1 Diseños Transeccionales Exploratorios

El propósito de este tipo de investigación es comenzar a conocer una comunidad, un contexto, un evento, una situación, una variable o un conjunto de variables. Se trata de una exploración inicial en un momento específico, por lo general se aplica a problemas de investigación nuevos o pocos conocidos, y se constituyen en preámbulo de los otros diseños (experimentales y no experimentales).

El objetivo de utilizar este tipo de investigación es recabar información para reconocer, ubicar y definir los problemas a investigar, fundamentar hipótesis, recoger ideas o sugerencias que permitan afinar la metodología, depurar estrategias, etc., para formular con mayor exactitud el esquema de investigación definitivo.

3.7.2 Diseños Transeccionales Descriptivos

El propósito de este tipo de investigación sobre los diseños transeccionales descriptivos, tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables. El procedimiento consiste en medir en un grupo de personas u objetos una o generalmente más variables y proporcionar su descripción. Son, por lo tanto, estudios puramente descriptivos que cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas.

Recaba información para conocer las relaciones y aspectos de los fenómenos que son objeto de estudio

Por lo tanto se busca alcanzar un panorama más preciso de la magnitud del problema o situación, jerarquizar los problemas, derivar elementos de juicio para estructurar políticas, conocer las variables que se asocian y señalar los lineamientos para la prueba de hipótesis.

Su objetivo central de investigar está en proveer un buen registro de los tipos de hechos que tienen lugar dentro de esa realidad y que la definen o caracterizan sistemáticamente. Para esto, se seleccionan una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así describir lo que se investiga.

3.8 Adecuaciones de Procesos Internos

El Factoring, es el servicio que se concede a los asociados, terceras personas o empresas, los cuales presentan factura por cobrar, de alguna Institución Pública o alguna Empresa Privada de reconocimiento a nivel nacional, cuyo destino económico está claramente definida en actividades productivas, comercialización de bienes y servicios, los cuales generan una rentabilidad. Su finalidad es la de proveer de capital de operaciones y capital fijo

para asociados y terceras personas que realizan actividades en los diferentes sectores de la economía, tales como:

- Industriales
- Agrícolas
- Comerciales
- Pecuarios

El Factoring se realiza por medio de una Solicitud (ver anexo N°1) por lo general es solicitado por personas que cuentan con un número de Registro Comercial o con Empresas con Personería Jurídica, que mantienen registros contables que permite evaluar su evolución económica o hacen declaraciones de impuestos o empresas de tipo agropecuarias y se aplica la Cesión de Facturas (ver anexo N° 2).

La Cooperativa El Educador Santeño, R. L., debe optimizar los procesos de tramitación de créditos, ya que el Factoring es un servicio que se caracteriza por la rapidez de la tramitación, por lo que el analista de Factoring, debe estar preparado para disminuir el tiempo de respuesta, cosa que no se da con los créditos tradicionales.

En cuanto a los sistemas informáticos, estos se deben adecuar para que realice el proceso requerido para la negociación e imprima la documentación necesaria para el otorgamiento de Factoring.

La reglamentación que posee La Cooperativa también deberá ser adecuada, al final de este capítulo se detalla los manuales y reglamentos.

3.9 Descripción de Proceso de Análisis Económico al Cliente

Esta es una operación de crédito complementada con asistencia técnica, para asociados o empresas y clientes de La Cooperativa, que realizan actividades comerciales, agroindustriales, artesanales y de servicio, para que puedan obtener liquidez y poder seguir efectuando transacciones comerciales sin la necesidad de buscar financiamientos.

A la operación de Factoring se le aplicará las siguientes disposiciones:

- **Monto:** Las operaciones de Factoring tendrán un monto máximo según la tabla establecida por la Junta de Directores. En casos excepcionales y con justificación comprobada, el Comité de Crédito podrá excederse de los límites establecidos, pero para ello se requiere la autorización de la Junta de Directores, siempre y cuando las fuentes de repago garanticen el retorno del capital. Se le podrán sumar a la cantidad máxima el porcentaje de gasto de trámite. Además, se le descontará el costo del seguro de protección del crédito.
- **Requisitos para la tramitación:**
 - **Persona Natural:**
 - Dos copias de cédula.
 - Estados financieros auditados o declaración de renta de los dos últimos años.
 - Una copia del recibo de servicio público.
 - Tener buenas referencias de APC, activas y canceladas.
 - Haber cancelado el 100% del Factoring anterior.
 - Demostrar que tiene experiencia y posee conocimiento de la actividad económica desarrollada y contar con asistencia técnica necesaria.

- Cumplir con los criterios de elegibilidad y condiciones que se establecen bajo el contrato del Factoring.
 - Presentar las facturas por cobrar y cesión (ver Anexo N° 3) autenticadas por la empresa deudora.
 - Presentar fianza si el proyecto así lo requiere
- **Persona Jurídica**
- Copia de cédula del representante legal.
 - Copia de la personería jurídica.
 - Acta donde se autoriza realizar la actividad comercial con la Cooperativa. (ver Anexo N° 4)
 - Estados financieros auditados o declaración de renta de los dos últimos años.
 - Presentar buenas referencias.
 - Haber cancelado el 100% del Factoring anterior.
 - Aceptar las inspecciones, al proyecto, por los técnicos y directivos de La Cooperativa e informar personalmente sobre el desarrollo del mismo.
 - Comprometerse a seguir las recomendaciones técnicas y financieras que le brinde La Cooperativa.
 - Cumplir con los criterios de elegibilidad y condiciones que se establecen bajo el contrato del Factoring.
 - Presentar las facturas por cobrar autenticadas por la empresa deudora.
 - Presentar fianza si el proyecto así lo requiere.
- **Garantía:** Todas las operaciones de Factoring que se realicen en La Cooperativa, deberán estar respaldadas por la documentación y las facturas que permitan evaluar el nivel de exposición del riesgo y le

facilite a La Cooperativa la recuperación del capital prestado más los intereses generados.

Las operaciones de Factoring que se realicen en La Cooperativa, se le exigirá una o más de las siguientes garantías, dependiendo del historial crediticio del solicitante:

- **Traspaso de facturas (cuentas por cobrar):** La persona o las empresas deben presentar las facturas originales donde establezca las condiciones de pago, la fecha de vencimientos y así la persona encargada del análisis podrá establecer la cantidad a prestar según el análisis de riesgo.
- **Otras garantías:** En caso de que las empresas quieran obtener el 100% del valor de las cuentas por cobrar, deberán presentar otras garantías que cubran el porcentaje restante del monto a financiar, estas pueden ser prendaías y bienes inmuebles.
- **Ahorros:** Las personas o empresas clientes de La Cooperativa que formalicen una operación de Factoring, están en la obligación de depositar en una cuenta de ahorro el 5% del total de la transacción, hasta la cancelación de la operación de crédito.
- **Plazo:** Las operaciones de Factoring que formalice La Cooperativa tendrán un plazo no mayor al vencimiento de las facturas y podrá ser extendido si es una Institución gubernamental.
- **Amortización:** Las operaciones de Factoring que concede La Cooperativa a sus clientes se amortizarán al vencimiento del plazo o al momento que la empresa emita el pago de la factura; si el cliente quiere

realizar los pagos antes de la fecha por otros medios una vez cancele se le liberará sus cuentas por cobrar.

- **Tasa de interés y otros cargos:** Los clientes, pagarán un interés sobre el monto de la transacción original y otros cargos según tabla establecida por la Junta de Directores. Estos cargos serán para cubrir el gasto de manejo, relacionados con los gastos administrativos de trámite y de riesgo de crédito sobre el monto solicitado al momento de formalizar el Contrato de Factoring.
- **Toma de decisión:** La toma de decisión en la concesión de las operaciones de Factoring, estará sujeta a la verificación por parte del analista el cual definirá el tipo de empresa o persona, su estabilidad en el negocio y su capacidad de generar de forma sostenida y continua los recursos para el surgimiento del negocio. Además de los conceptos señalados en el párrafo anterior, se debe tomar en cuenta el entorno económico y sus perspectivas futuras, la calidad, el valor y disponibilidad de algún bien que nos pueda servir como fuente de repago. La toma de decisión sobre los Factoring, estará a cargo de:
 - **La Gerencia:** Tomará la decisión, cuando el monto no supere los B/. 20.000.00 y la empresa ya ha mantenido alguna otra transacción de este tipo. La Gerencia remite la solicitud al Comité de Crédito, trasladando el expediente completo a dicho órgano, para la ratificación del Factoring
 - **El Comité de Crédito:** Tomará la decisión, cuando sea la primera transacción del cliente o cuando el monto supere los B/. 20.000.00.

- **Desembolso:** El desembolso del Factoring aprobado podrá realizarse en una sola partida o por etapas, según las características del proyecto, condiciones del contrato y la disponibilidad de fondo de La Cooperativa.
- **Parámetros de Financiamiento Sugeridos :**
 - Monto mínimo: B/. 2,000.00
 - Monto Máximo: B/. 100,000.00
 - Interés: 2% mensual sobre la transacción original.
 - Manejo: 1.00 % del valor de la factura a negociar.
 - Retención: 20% del valor de la factura
 - Tiempo: Hasta 180 meses si el pago es con el gobierno, 90 días si es empresa privada.

3.10 Ventajas del Factoring para COOESAN, R. L.

- El Factoring por sus características es considerado un activo circulante.
- En provincias centrales se están manejando muchas inversiones en proyectos gubernamentales.
- El efectivo utilizado en Factoring, mantiene un alto nivel de rotación.
- Un manejo adecuado del Factoring es una pieza fundamental para el incremento de la cartera activa.
- Con una buena cartera de Factoring se garantiza una utilidad a final de periodo.

- El Factoring es un producto financiero que genera un alto ingreso por manejo e intereses.
- La Cooperativa mantiene el personal para hacerle frente a este nuevo producto.
- En el área los bancos que manejan Factoring, centralizan las operaciones en la casa matriz, por lo general todas en Panamá, lo que hace que la respuestas no sean tan rápidas.
- Ninguna cooperativa de la región maneja este producto, por lo que puede convertirse en una ventaja competitiva para COOESAN.
- Existen en el área de Azuero empresas privadas que se manejan con créditos a 90 días, lo que hace que los proveedores se queden sin liquidez y busquen alternativas de financiamientos.

3.11 Modelo de Contrato de Factoring

El contrato de Factoring es calificado por la doctrina científica como un contrato atípico, mixto y complejo, llamado a cubrir diversas finalidades económicas y jurídicas del empresario por una sociedad especializada que se integra por diversas funciones, aun cuando alguna de ellas no venga especialmente pactada, y que se residencian: en la función de gestión, por la cual la entidad de Factoring se encarga de todas las actividades empresariales que conlleva la función de gestionar el cobro de los créditos cedidos por el empresario, liberando a éste de la carga de medios materiales, y humanos que debería arbitrar en orden a obtener el abono de los mismos; la función de garantía, que en este supuesto la entidad de Factoring asume, además, el riesgo

de insolvencia del deudor cedido, adoptando una finalidad de carácter aseguratorio; y la función de financiamiento, que suele ser la más frecuente, en ella la sociedad de Factoring anticipa al empresario el importe de los créditos transmitidos, permitiendo la obtención de una liquidez inmediata, que se configura como un anticipo de parte del nominal de cada crédito cedido, aparte de la recepción por la sociedad de Factoring de un interés en la suya.

Entre las principales características que posee un contrato de Factoring se pueden enumerar los siguientes:

- **Principal:** Tiene esta característica por contar con autonomía e independencia propias, es decir, no depende ni está subordinado a ningún otro contrato, donde puede existir por sí solo.
- **Obligacional:** Porque su celebración sólo genera obligaciones, careciendo de efectos reales.
- **Oneroso:** Porque impone prestaciones para cada una de las partes que éstas ejecutan una a cambio de la otra (ventaja por desventaja), es decir, es opuesto al gratuito.
- **De prestaciones recíprocas (bilateral):** De este contrato nacen obligaciones para las dos partes contratantes.
- **Conmutativo:** Ya que las prestaciones son determinadas y ciertas, entonces las partes pueden prever sus resultados.
- **Formal:** Toda vez que aquí no basta el solo acuerdo entre las partes para consumir la celebración el contrato de Factoring, sino que, este contrato

se perfecciona por escrito y con las indicaciones precisadas por las leyes y los intereses de las partes.

- **De tracto sucesivo:** Puesto que su ejecución se prolonga en el tiempo y no se consuma en un solo momento.
- **Complejo:** Puede contener una diversidad de prestaciones (servicios), que el factor brinda al factorado. Estos servicios se dividen en tres grupos que son: **a)** Los servicios administrativos entre los que resaltan los de investigación de la clientela y la contabilidad de las transacciones. **b)** El servicio de garantía, consistente en que el factor asume el riesgo de la insolvencia de los deudores se trata de una garantía de cobro. **c)** El servicio de financiamiento, consistente en el pago anticipado que el factor hace al cliente factorado.
- **De adhesión:** Esta es una característica muy frecuente en el contrato de Factoring. Es comúnmente considerado un contrato de adhesión, debido a que en la gran mayoría de los casos el cliente se limita a aceptar las condiciones del factor sin poder discutir las, ni modificarlas ni objetar las ya establecidas, ni proponer las suyas. Es decir, el cliente simplemente lo toma o lo deja.
- **Comercial o mercantil y de empresa:** Porque el factor debe necesariamente ser una entidad financiera (banco o empresa de Factoring, debidamente autorizada) y el cliente será una empresa comercial, industrial o prestadora de servicios.
- **De colaboración:** El factor asiste a la empresa, prestándole servicios como el control de los créditos, la investigación de clientes, la contabilidad

de las acreencias, marketing, etc., y sobre todo la cobranza judicial y extrajudicial (gestión de cobros), de los créditos vencidos, morosos, etc.

CAPÍTULO IV
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS
DE RESULTADOS

4.1 Diseño de la Propuesta

Partiendo de la premisa de que en la actualidad toda entidad financiera debe estar dónde, cómo y cuándo el cliente lo necesita, realizamos un estudio para la Implementación y Comercialización del Factoring en el Portafolio de Productos de la Cooperativa El Educador Santeño, R. L.

Se aplicaron encuestas a asociados y potenciales, se realizaron entrevistas a los ejecutivos y directivos, se realizó una búsqueda en la WEB, para ver los resultados que han tenido las empresas del área que han tomado la decisión de implementar este servicio y de los clientes potenciales y nuevos que la Cooperativa pueda obtener.

4.1.1 Análisis FODA

El análisis FODA, es una de las metodologías más comunes de análisis estratégico para evaluar el potencial que ofrece un servicio a una empresa y el mercado que se puede obtener a través de la implementación del mismo.

El propósito fundamental de este análisis es proporcionar un panorama completo a la Cooperativa de qué es lo que está ocurriendo en el entorno de la organización, si la empresa tiene los recursos necesarios para actuar ante las oportunidades y desafíos que ofrece el entorno y si existe un mercado estable para el nuevo servicio de Factoring.

Es importante señalar que el análisis FODA, se realiza en función de la implementación del Factoring en la Cooperativa, sus afectaciones en el entorno y las fortalezas que representa brindar un nuevo servicio a sus clientes y potenciales, que le permite a la Cooperativa, obtener utilidades en corto tiempo, con el mínimo de riesgos, buscando siempre una proyección de índole socioeconómica en la región.

Tabla No. 2
Análisis FODA de COOESAN, R. L.

Fortalezas	Debilidades
• La Cooperativa cuenta con herramientas tecnológicas adecuadas. • Personal capacitado y con ganas de aprender el manejo de nuevos servicios. • Una estructura organizacional apropiada.	• No conocen el funcionamiento del servicio.
Oportunidades	Amenazas
• Son pocas las entidades financieras del área que brindan este servicio. • Existen muchas pymes del sector mobiliario y agroindustrial que pueden acceder a este servicio.	• Poca aceptación del nuevo servicio entre los clientes potenciales y actuales

Fuente: Inédito

4.1.2 Desarrollo de la Propuesta Implementando el Marketing Mix

El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos, desarrollada comúnmente para analizar cuatro variables básicas de su actividad: producto, precio, distribución y promoción.

El objetivo de aplicar este análisis es conocer la situación de la Cooperativa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento para la implementación del servicio Factoring.

Esta estrategia es también conocida como las "4Ps", dado que en su origen anglosajón se conoce como: price (precio), product (producto), place (distribución) y promotion (promoción).

- **Precio**

En esta variable se establece la información sobre el precio del servicio al que la empresa lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos. La Cooperativa debe establecer una tasa de interés competitiva en el mercado, ya que en la actualidad la competencia lo tiene establecido en un rango de: Un banco cobra una tasa mensual de entre 1% y 1.5%; una financiera puede llegar a cobrar 2%, 3% o más; con plazos que oscilan entre 90 y 120 días para el retorno de la inversión.

- **Producto**

Esta variable engloba tanto el producto en sí que satisface una determinada necesidad, como todos aquellos elementos/servicios suplementarios a ese producto en sí. Estos elementos pueden ser: embalaje, atención al cliente, garantía, etc. La Cooperativa deberá capacitar a su personal, ya que según los resultados de las encuestas

aplicadas y las entrevistas realizadas se detectó que el personal desconoce cómo se debe manejar el servicio de Factoring. También deben explicarle a los asociados y terceros las bondades y los beneficios que pueden obtener al utilizar el nuevo servicio.

- **Distribución**

En esta variable se analizan los canales que atraviesan el producto o servicio desde que se crea hasta que llega a las manos del consumidor o cliente. Para tener un mejor detalle de cómo se realiza el proceso para el otorgamiento del servicio ver el anexo No 5.

- **Promoción**

La promoción del producto o servicio analiza todos los esfuerzos que la empresa realiza para dar a conocer el producto y aumentar sus ventas en el público, por ejemplo: la publicidad, las relaciones públicas, la localización del producto, etc.

La Cooperativa de Servicios Integrales El Educador Santeño, R. L., dará a conocer el servicio utilizando todos los canales existentes y que en la actualidad son usados para la publicidad como son:

- Programas Radiales.
- Publicidad Televisiva.
- Publicidad Radial.
- Página WEB.
- Redes Sociales.
- Boletines Informativos.
- Afiches.
- Revistas.

4.2 Presentación de Cuadros, Gráficas y Análisis de Resultados

Tabla No.3
Plan para recolectar datos

OBJETIVO IMPLEMENTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL FACTORING EN EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DE LA COOPERATIVA EL EDUCADOR SANTEÑO, R. L.	
PLAN	
FUENTE DE DATOS: Asociados de COOESAN R.L.	TIPO DE DATOS: Respuestas estadísticas
LOCALIZACIÓN: Ámbito Social de la Cooperativa	TIEMPO DE MEDICIÓN: Del 25 de marzo al 20 de abril de 2015
MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS: Entrevista personal, utilizando encuestas	VARIABLES: Cartera Activa, Activos Circulantes.
DEFINICIONES OPERACIONALES: Encuesta sobre la aceptación del nuevo servicio	MUESTRA: Tamaño: 25 asociados
RECURSOS DISPONIBLES: Económicos suficientes; Tiempo: Un mes	

Fuente: Inédita

La población en estudio para llevar a cabo la investigación propuesta, son los asociados potenciales de COOESAN R.L, que están dentro del rubro como comerciantes, empresas del entorno como Grupo Moreno y Carnes de Coclé.

Por lo tanto, nuestra muestra será tomada de la siguiente manera: COOESAN R.L, cuenta con alrededor de 100 (cien) asociados potenciales de esta cantidad tomaremos 15 (quince) asociados, de Grupo Moreno 5 (cinco) y de Carnes de Coclé 5 (cinco), sumando 25 (veinticinco) personas, que les estaremos aplicando la encuesta; la mayor parte de la aplicación de esta

encuesta será en la Cooperativa, aprovechando la oportunidad de la visita que ellos hacen regularmente a la empresa.

Con las dos empresas conversamos con sus representantes o administradores que nos permitieran ir a sus locales, ya que la muestra es relativamente pequeña se puede hacer en un solo día y no estaremos interviniendo mucho tiempo en sus labores.

Luego de calcular el tamaño de la muestra y hacer la selección de la misma, procedemos a elegir el método de recolección de datos. Dicho método seleccionado para llevar a cabo esta investigación es la encuesta.

Como mencionamos, el objetivo es la **Implementación y Comercialización del Factoring en el Portafolio de Productos de la Cooperativa.**

La variable que se desea medir es el manejo de su cartera activa y activos circulantes en donde a través de las gráficas y comentarios que se realicen podremos conocer la aceptación del nuevo servicio que se desea implementar.

Para diseñar el cuestionario, llevamos a cabo una revisión de internet, tesis, entrevistas con preguntas concisas y respuestas cortas algunos asociados que nos visitan y revisiones bibliográficas en donde nos apoyamos en el libro de metodología de la investigación, cuyo autor es Hernández Sampieri, que nos sugiere, que dicho instrumento para recolectar datos debe tener una breve introducción, en la que se especifica el propósito de la investigación, se le da a conocer al encuestado la importancia de su participación en dicha encuesta, se le explica con claridad las instrucciones para llenar la encuesta, se le agradece al inicio y al final de la actividad. Entre otros aspectos.

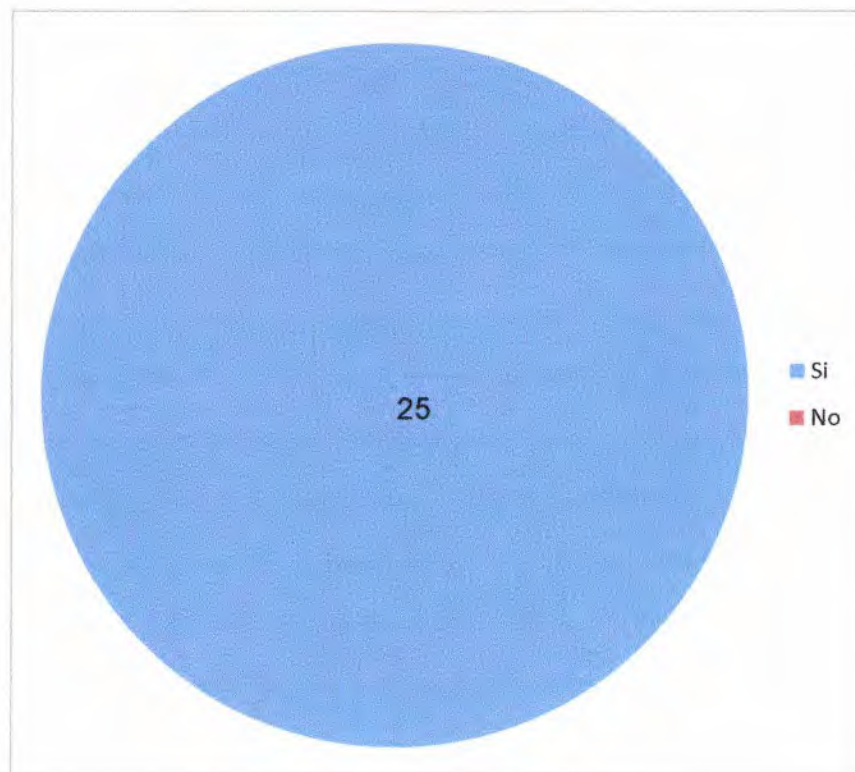
Los resultados fueron los siguientes:

Gráfica No. 1
Ventas a Crédito

1. ¿Su empresa realiza ventas a crédito?

De las 25 personas encuestadas, contestaron todos que sí venden al crédito. Por lo que se convierten en clientes potenciales para la Cooperativa del servicio Factoring.

Nº Encuestas	Sí	No
25	25	0

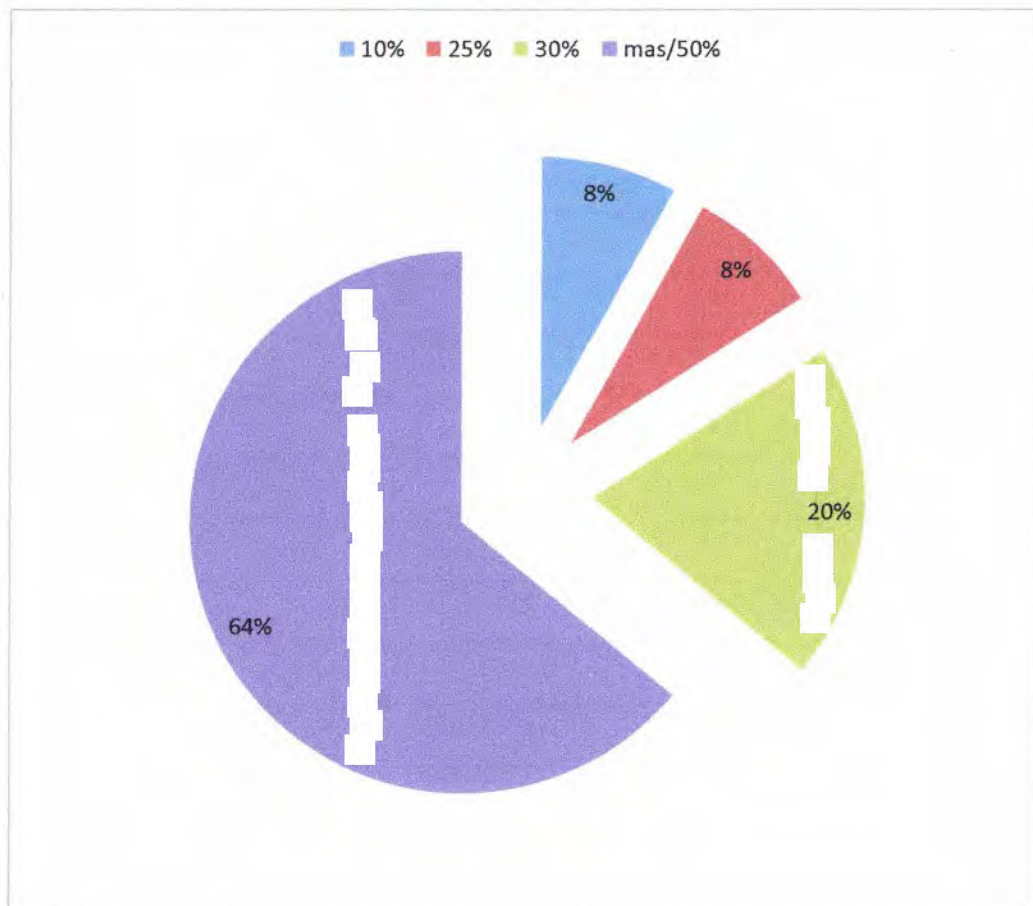


Gráfica No. 2
Porcentaje de Ventas.

1. ¿Qué porcentaje de sus ventas mensuales son a crédito?

De los 25 encuestados, se concluye que dos venden a crédito a un 10% dentro del 25% hay 2; dentro del 30% 5 están en este porcentaje, concluimos que las empresas manejan muchas facturas a crédito, ya que 16 están dentro de más de 50%.

10%	25%	30%	mas/50%
2	5	2	16

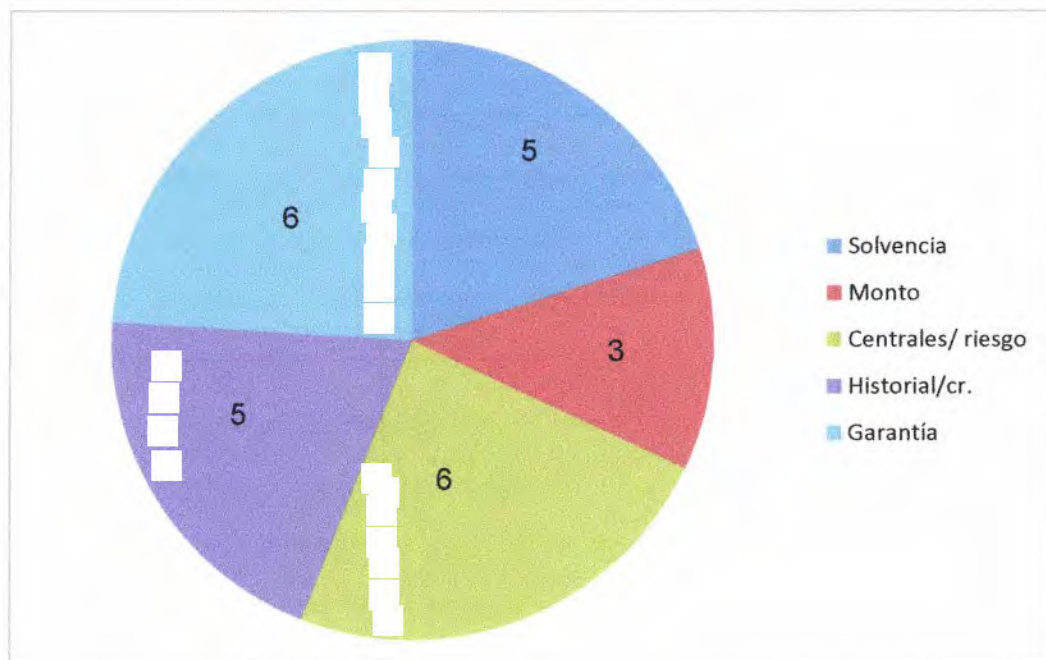


Gráfica No. 3
Otorgamiento de Créditos

3. ¿Qué criterios tiene en consideración su empresa al evaluar el otorgamiento de créditos?

En esta pregunta 5 toman en cuenta la solvencia; 3 el monto; 6 centrales de riesgo; 5 consideran el historial de crédito y 6 toman en cuenta la garantía que tenga el cliente.

Solvencia	Monto	Centrales de riesgo	Historial de crédito	Garantía
5	3	6	5	6

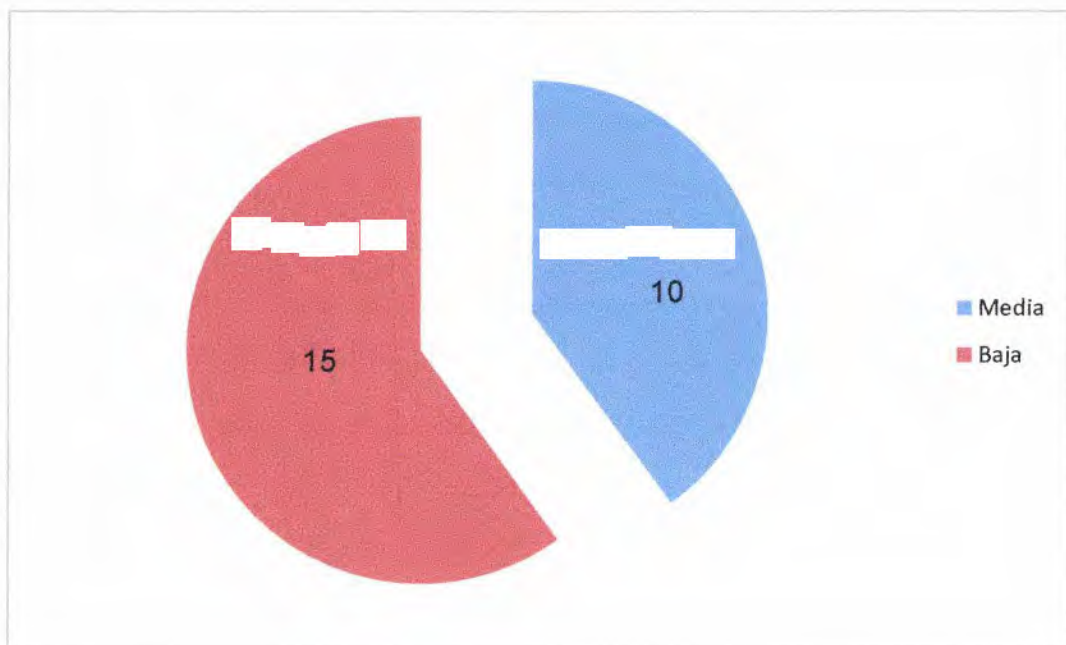


Gráfica No. 4
Recuperación de Cuentas por Cobrar

4. ¿Cuál es la frecuencia de la recuperación de las cuentas por cobrar a sus clientes?

En cuanto a la referencia de las recuperaciones de las cuentas por cobrar el porcentaje más alto está en baja, lo que quiere decir que la recuperación de esos créditos es lenta de acuerdo a los criterios generales que se establecen para el servicio Factoring que es de 90 a 120 días.

Alta	Media	Baja
0	10	15

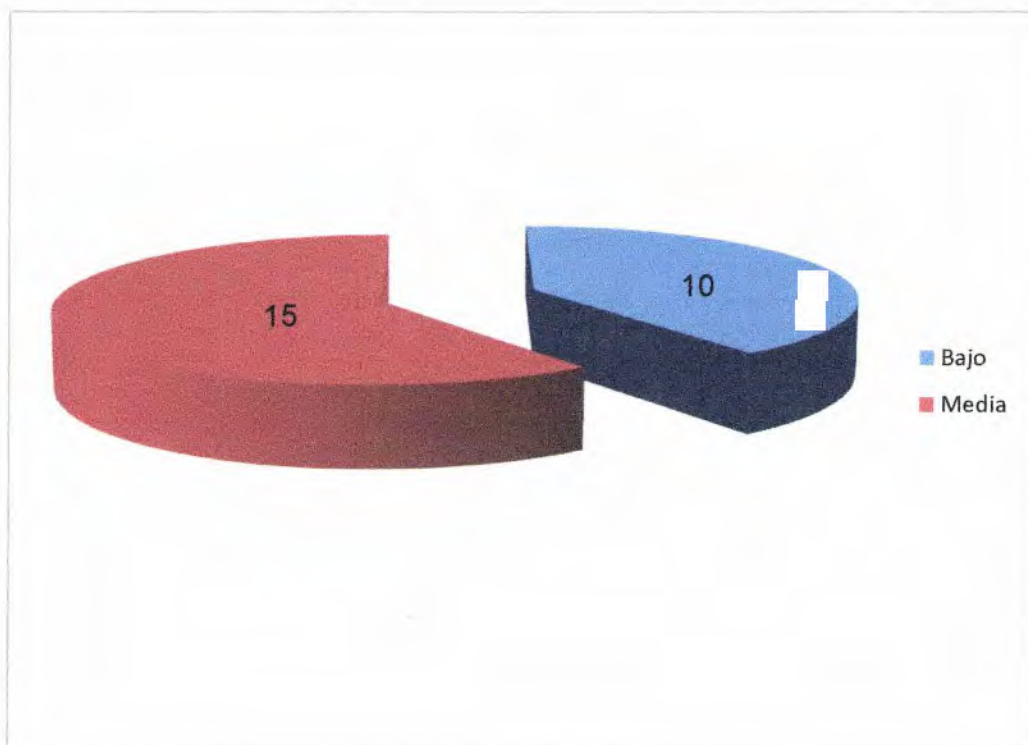


Gráfica No. 5
Nivel de Morosidad.

5. ¿Cuál es el nivel de morosidad que ha tenido su empresa en el período o en el año?

Referente al nivel de morosidad de la empresa el cuadro muestra que el 60% es mediana, mientras el 40% es baja, con lo cual se sustenta que el nivel de morosidad de la empresa fue media porque la recuperación de las cuentas es lenta.

Alta	Media	Baja
0	15	10

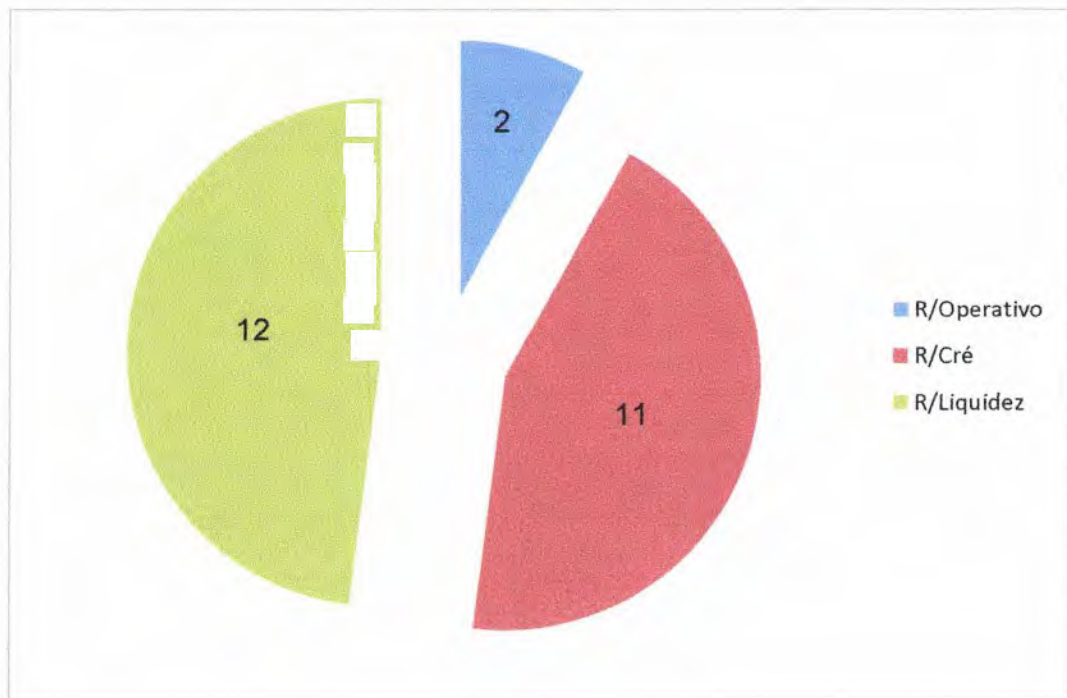


Gráfica No. 6
Riesgo Financiero.

6. ¿A qué tipo de riesgo financiero se enfrenta su empresa?

Con respecto a qué tipo de riesgo se enfrenta, el cliente o la empresa, el 8% dice Operativo, el 44% al riesgo crédito y el 48% dice que es al riesgo de liquidez que se enfrentan.

R/Operativo	R/Crédito	R/Liquidez
2	11	12

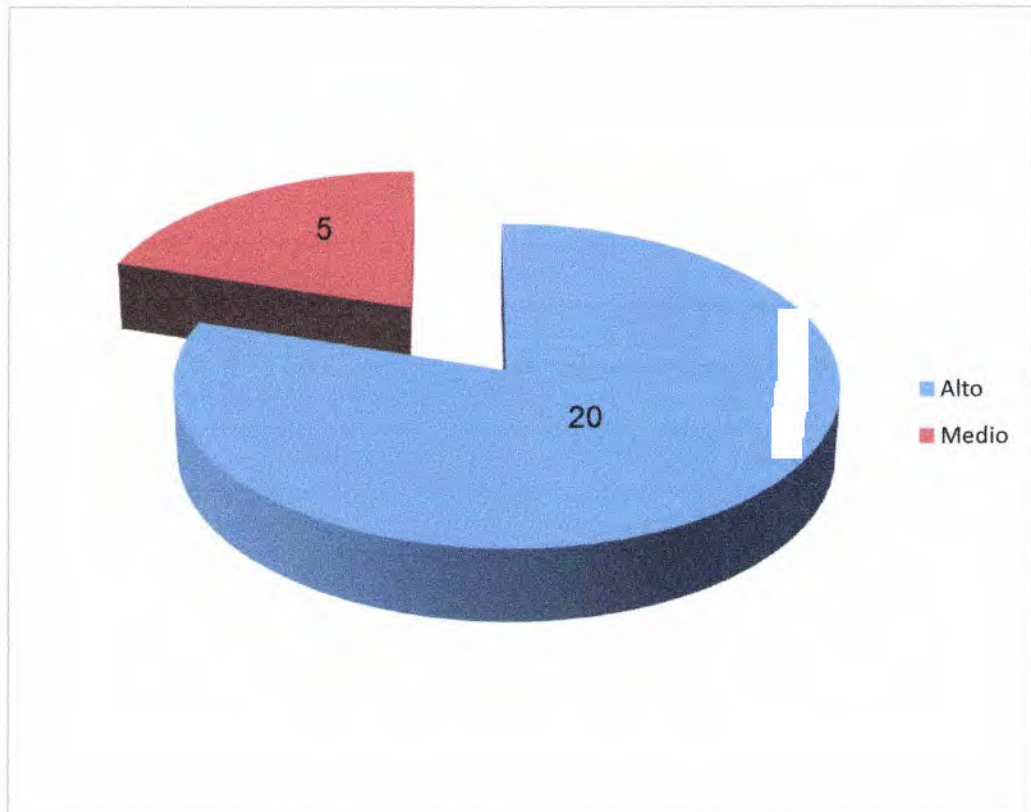


Gráfica No. 7
Porcentaje de Riesgo Financiero.

7. ¿Cómo califica el riesgo financiero en su empresa?

Sobre la calificación del riesgo financiero, el 80% lo califica como muy alto y un 20% como medio, da como opinión que se tiene problemas con las cobranzas de sus facturas.

Alto	Medio	Bajo
20	5	0

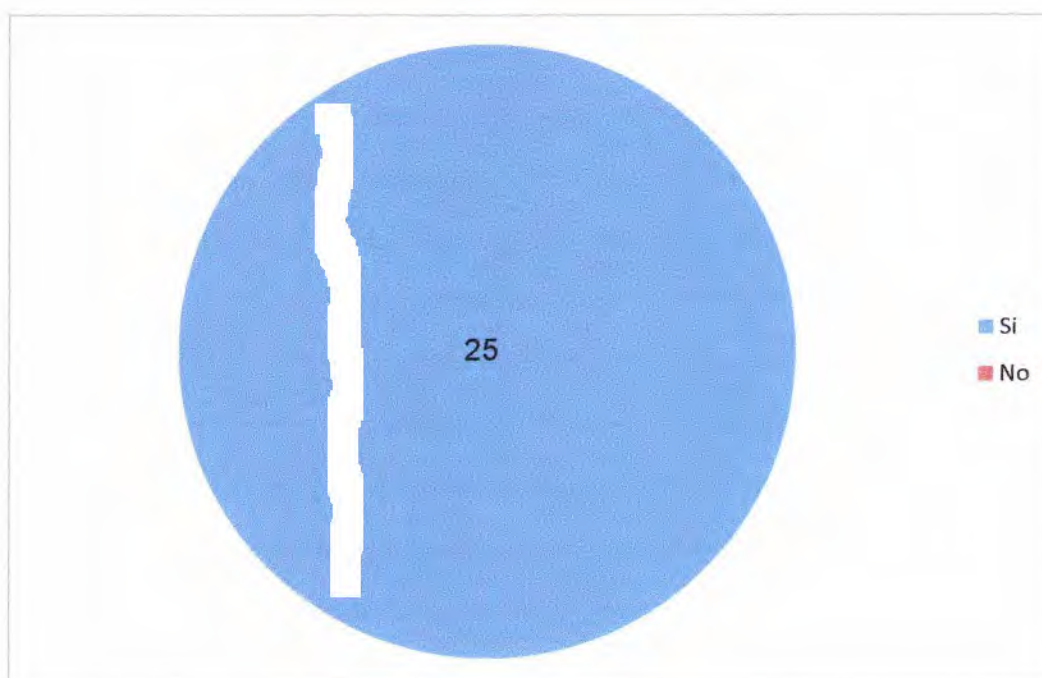


Gráfica No. 8
Compra de Facturas.

8. Le gustaría contar con un servicio que comprara sus facturas

Los 25 encuestados les gustaría contar con un servicio que les comprara sus facturas, buscando reducir las morosidades que se reflejaron en gráficas anteriores.

Si	No
25	0

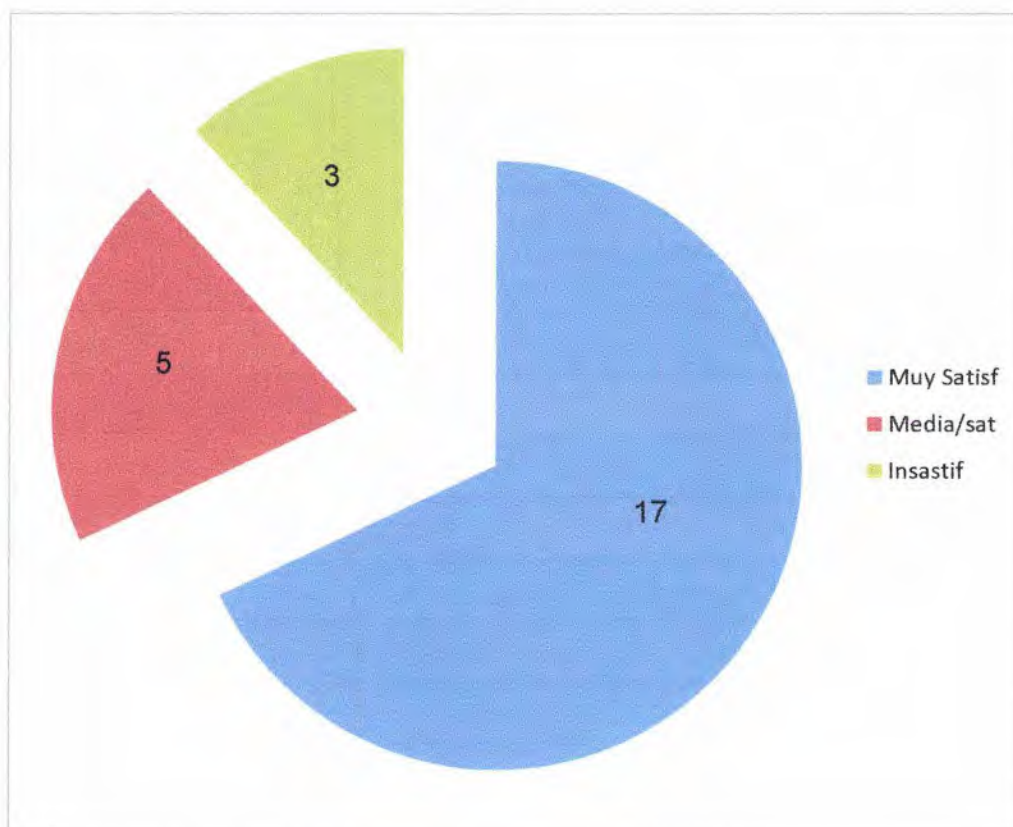


Gráfica No. 9
Satisfacción con el Servicio.

9. ¿Cuál sería su grado de satisfacción con este servicio?

Referente a esta pregunta el 68% está muy satisfecho; el 20% medianamente satisfecho y el 12% insatisfecho, nos indica que la mayoría se sentiría complacido con este servicio.

Muy Satisfactorio	Media/satisfacción	Insatisfecho
17	5	3

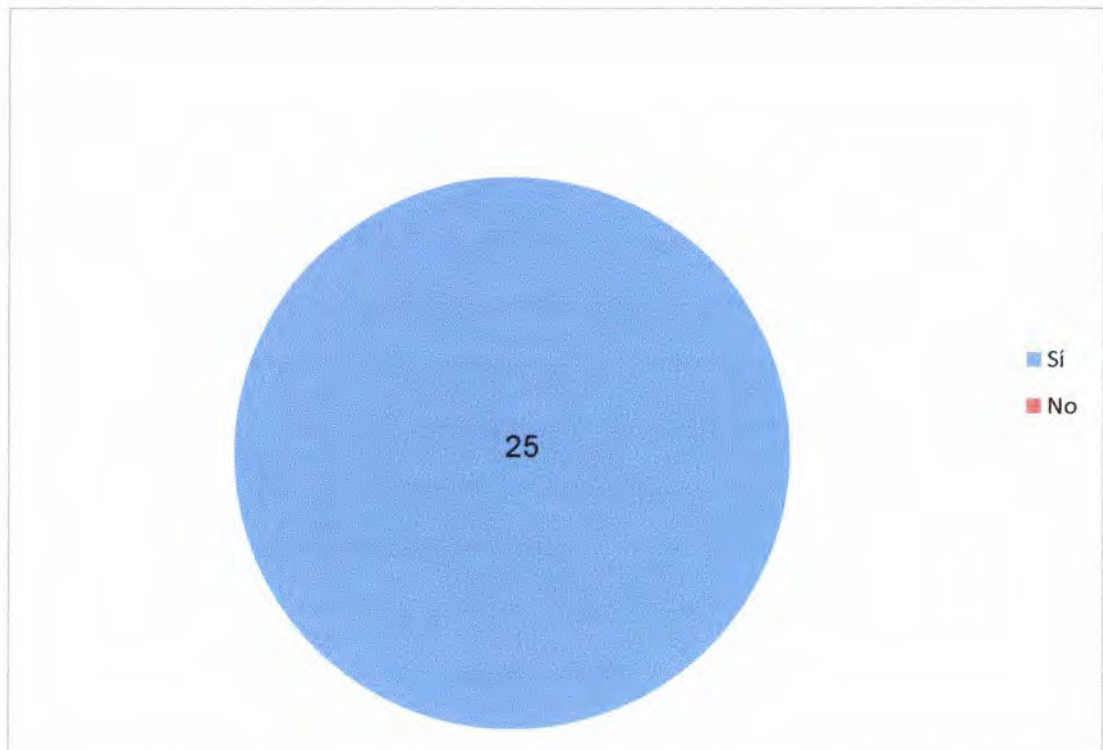


Gráfica No. 10
Prestación del Servicio.

10. Le gustaría que su Cooperativa o empresa prestara este tipo de servicio.

El 100% de los encuestados están de acuerdo en que les agradaría que su empresa tuviese acceso a este servicio.

Sí	No
25	0

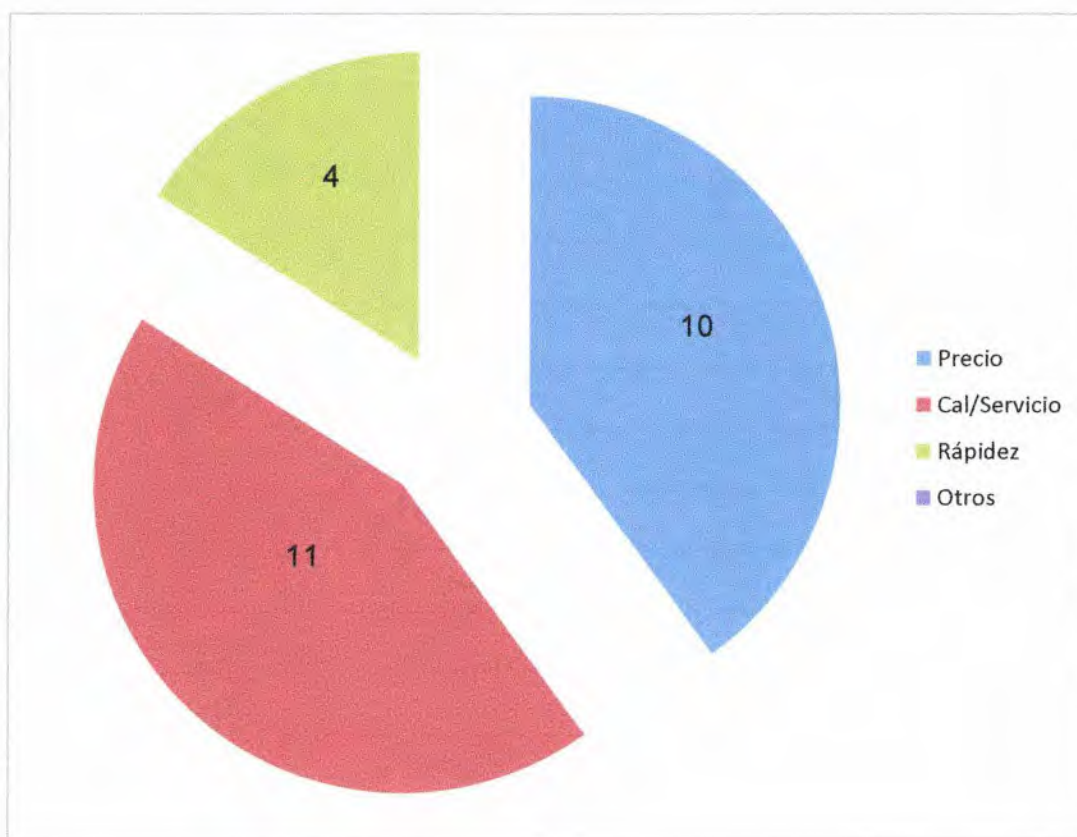


Gráfica No. 11
Aspectos Valorados.

11. ¿Qué aspectos de esta herramienta usted valora?

En esta pregunta el 40% considera el precio; el 44% la calidad de servicio y el 16% la rapidez, teniendo 0% otros.

Precio	Cal/Servicio	Rapidez	Otros
10	11	4	0

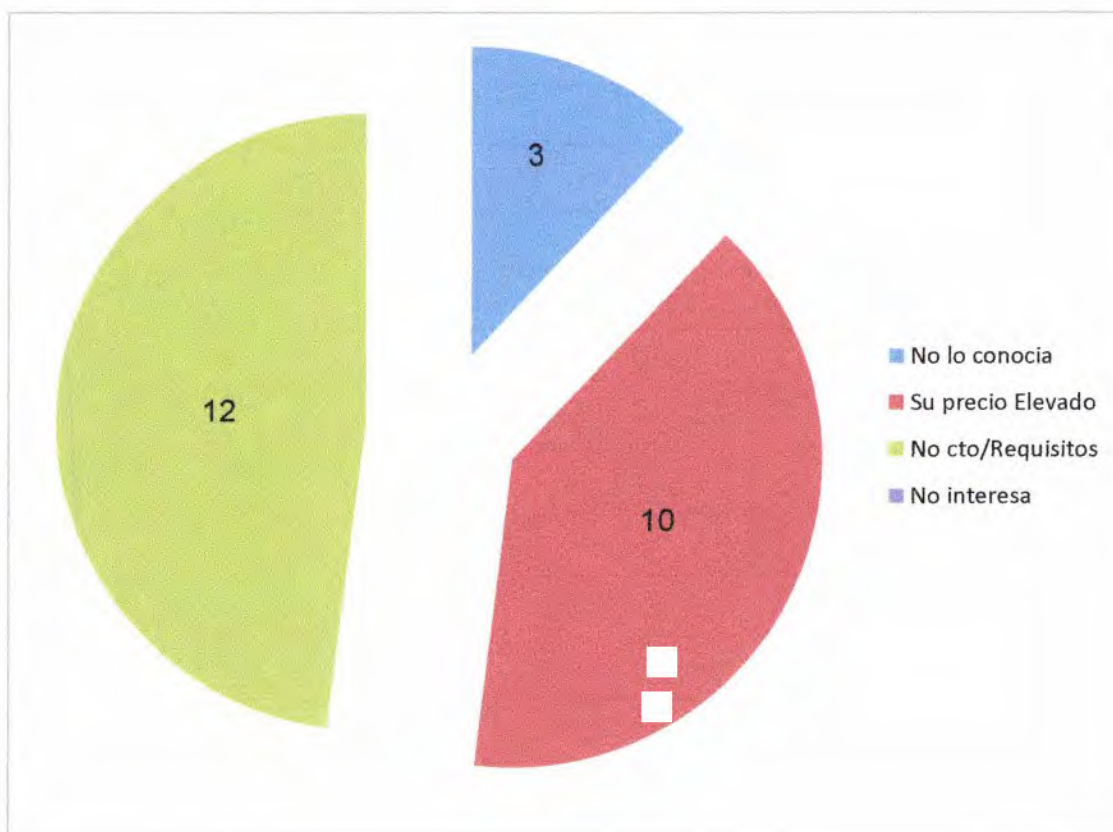


Gráfica No. 12
Aspectos por los que no usan Factoring.

12. ¿Por qué usted no ha usado Factoring?

Referente a esta pregunta de los 25 encuestados, 3 dicen no conocerlo: 10 consideran que su precio es elevado; 12 que no cuentan con los requisitos para entrar y 0 en no le interesaría usarlo, pensamos que con esta pregunta las empresas si están interesados en el Factoring.

No lo conocía	Su precio Elevado	No cuento con Requisitos	No interesa
3	10	12	0

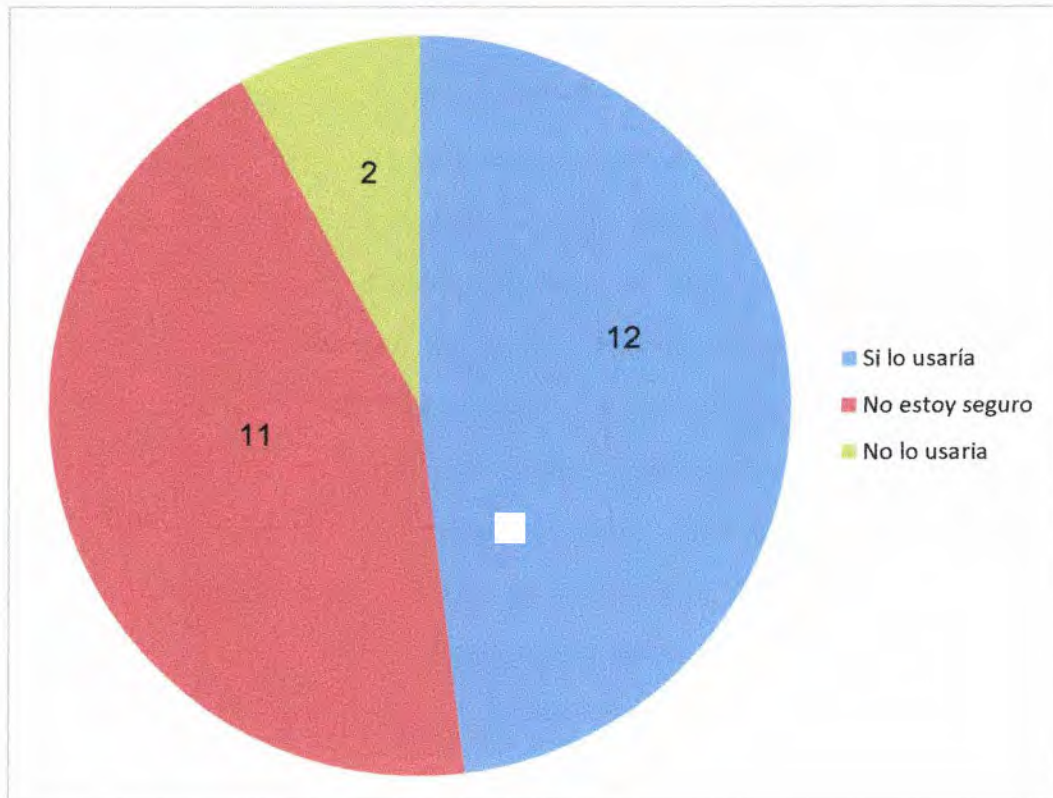


Gráfica No. 13
Usaría la Herramienta.

13. Luego de informarse acerca de las ventajas y desventajas del Factoring, ¿a usted le gustaría usar esta herramienta?

En esta pregunta tenemos que el 48% si estaría dispuesto a usar esta herramienta el 44% no se siente seguro, pero lo puede estar considerando y el 8% dice que no lo usaría.

Si lo usaría	No estoy seguro	No lo usaría
12	11	2

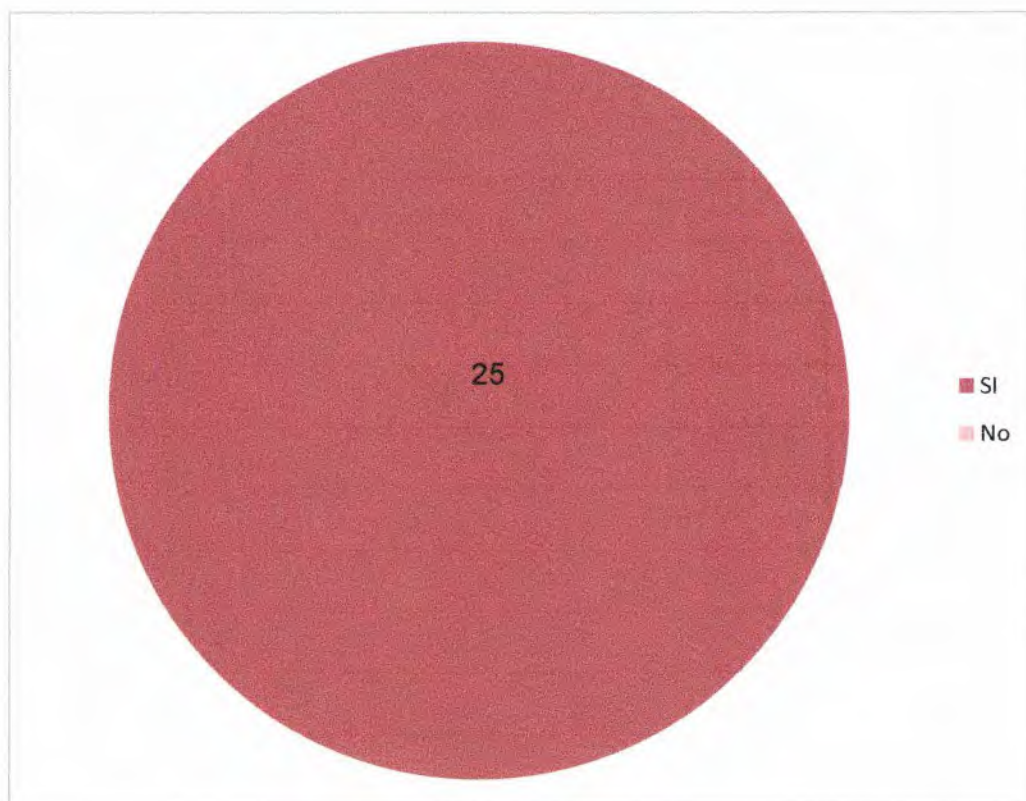


Gráfica No. 14
Conocer Factoring.

14. Le gustaría conocer más sobre el Factoring

El 100% de los encuestados les gustaría conocer más sobre este servicio.

Si	No
25	0



15. ¿Qué ideas, sugerencias o recomendaciones, podría aportarnos para este nuevo servicio?.

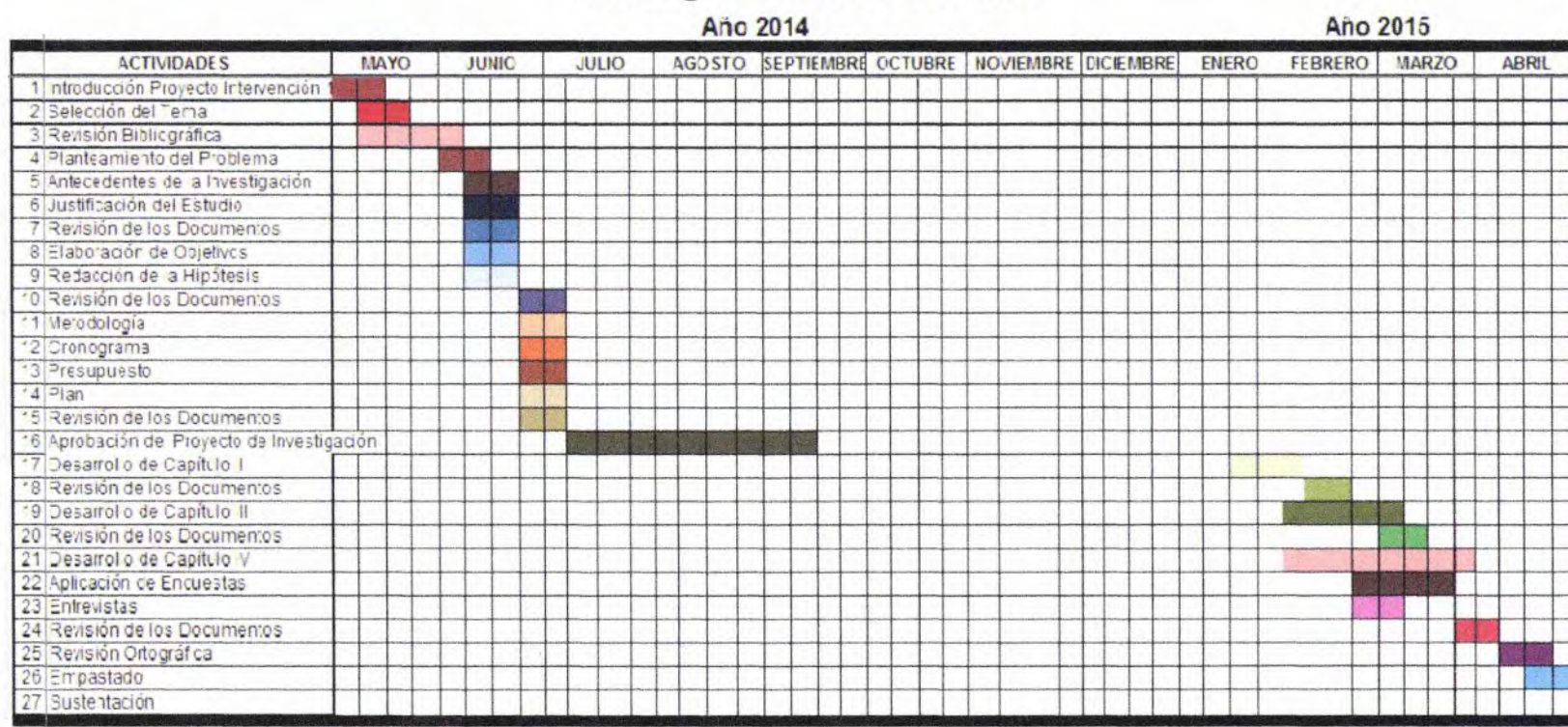
Referente a esta pregunta se hizo abierta, con el fin de hacer partícipe a todos los encuestados, con la idea que se sienta parte de esta investigación.

La mayoría de sugerencias, recomendaciones e ideas es que empecemos a implementarla trabajar en ella podría ser una solución a bajar las morosidades existentes entre las empresas.

4.3 Cronograma de Actividades

El cronograma de Actividades es una representación gráfica y ordenada con el detalle de las tareas que debemos realizar en un tiempo estimado. Cronograma de actividades viene a ser el resumen de todos los pasos que se ha de seguir en el proceso de la investigación. Se incluyen todas las actividades que se han realizado en la primera etapa de la investigación.

Cronograma de Actividades



4.4 Recursos Requeridos en el Desarrollo de la Investigación

Todo proyecto requiere para su realización una serie de recursos. Los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto generalmente se clasifican en cuatro tipos:

- **Humanos:** Para poner en marcha cualquier tipo de proyecto hay que disponer de personas adecuadas y capacitadas para realizar las actividades y tareas previstas.
- **Físicos:** Los recursos físicos tradicionalmente comprenden varios ítems como terrenos, edificios, maquinaria, equipos, infraestructura, bibliografía, documentación, medios de transporte, etc.
- **Técnicos:** En caso de que el proyecto contemple este tipo de componente, es necesario establecer las alternativas técnicas elegidas y las tecnologías a utilizar. Cuando un proyecto contempla la adopción de innovaciones tecnológicas, es bueno tener presente, que muy probablemente, la adopción de la innovación no se va a producir en un su totalidad.
- **Financieros:** Los recursos financieros hacen referencia al presupuesto necesario para la operación del proyecto. Sabemos que cualquier acción tiene un costo que es asumido por todas las partes comprometidas en su puesta en marcha. Los recursos no necesariamente tienen que provenir de entidades especializadas en financiar proyectos. Aunque dependiendo de las especificaciones, estos recursos externos pueden ser indispensables, los aportes principales provienen de los grupos de apoyo de influencia local y de las mismas comunidades participantes. El costo de oportunidad del tiempo de los productores que asisten a las reuniones y talleres, el costo de movilización de los promotores de desarrollo, el

tiempo dedicado a las labores específicas del proyecto por los mismos promotores locales, el uso del sitio en donde se hacen las reuniones, el costo de uso de la tierra en las fincas de los productores para el montaje de parcelas demostrativas, son algunos ejemplo de los recursos financieros aportados por los dueños del proyecto.

4.4.1 Presupuesto de Gastos por Etapas del Proyecto

Los recursos utilizados para esta etapa son sufragados por las integrantes del grupo. No existe financiamiento externo.

Descripción	Cantidad	C/U	SUBTOTAL
Transporte			
Chitré-Las Tablas	60	1.25	75.00
Las Tablas-Chitré	60	1.25	75.00
Guararé-Las Tablas	60	0.50	30.00
Las Tablas-Guararé	60	0.50	30.00
Alimentación			
Desayuno	10	3.50	35.00
Almuerzo	10	4.00	40.00
Cena	10	2.00	20.00
Materiales			
Papel Bond (Resma)	3	4.60	13.80
Bolígrafos	2	0.50	1.00
Memoria USB	1	8.00	8.00
CD	3	1.00	3.00
Papel de tesis	1	8.00	8.00
Empastado	3	12.00	36.00
Cartapacios	3	0.35	1.05
Servicios			
Internet (horas)	40	1.00	40.00
Impresión (Página a color)	60	0.60	36.00
Impresión (Página Blanco y Negro)	120	0.40	48.00
Revisión de Documentos	1	15.00	15.00
Encuadernación	1	2.50	2.50
Imprevistos	1	50.00	50.00
Total			567.35

4.5 Implementación del Plan Estratégico para Resolver el Problema

La necesidad de mejorar los servicios, reducir errores y defectos y mejorar la productividad, han sido siempre objetivos esenciales de las empresas enfocados a crear una ventaja competitiva en los mercados, logrando alcanzar los estándares de calidad establecidos por los clientes. Entre más negocios compiten en servicio, el éxito en estos mercados demanda ciclos de introducción de los servicios cada vez más breves y una respuesta más rápida a los clientes. Para lograr esto, la Cooperativa debe ser capaz de identificar para lo que es hoy (fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas), y lo que desea ser mañana (visión); además debe conocer qué es realmente lo que el cliente desea recibir (calidad esperada) para diseñar, finalmente, el camino estratégico que le permitirá llegar a la meta que es la implementación exitosa del servicio Factoring.

Conocer al cliente, es realmente, la ventaja competitiva de las empresas. La voz del cliente es la principal herramienta con que cuentan las organizaciones, hoy día, para la planeación estratégica, el diseño de nuevos servicios, mejora de la calidad, entre otros. Por consiguiente, un programa de servicio al cliente debe brindar en todo momento satisfacción, debe tener la flexibilidad y visión necesaria para cumplir con las expectativas siempre crecientes de los clientes.

4.5.1 Pasos para Comercializar el Servicio Factoring

Partiendo de la necesidad sentida de que en la actualidad hay un mercado por capturar con respecto al servicio de Factoring, hay varios pasos claves para comercializar con eficacia un Servicio:

- **Investigar el servicio:** El primer paso en la comercialización de un producto es la investigación. Investigamos la utilidad, fortalezas y debilidades de implementar el servicio de Factoring en la Cooperativa. Una de las primeras preguntas a responder es dónde y cómo el

servicio se utiliza y si llena un vacío en el mercado. Con los datos sobre el servicio y el conocimiento de sus fortalezas es fácil dirigir y publicitar la misma.

- **Apuntar a la audiencia, cliente o consumidor:** La investigación determinó los posibles clientes para el nuevo servicio que implementará la Cooperativa. Además se incorpora dentro de los ya existentes las pymes que son un sector que necesita el apoyo económico de los sectores más fuertes; permitiendo a la Cooperativa brindar un servicio que genera rentabilidad y proyección social.
- **La distribución del producto o servicio:** Es un paso importante en el proceso de comercialización. Sin distribución selectiva el servicio fracasaría. Es muy importante tener claro el mercado meta que deseamos captar y al cual va dirigido el servicio Factoring, ya que de este depende que la inversión que se realice para poner en marcha el proyecto sea recuperada.
- **Precio del producto o servicio:** Establecer un costo adecuado para el servicio es muy importante, ya que éste es el punto más fuerte para hacerlo competitivo.
- **Publicidad:** La publicidad es uno de los pasos más importantes en la comercialización. Algunos factores que la Cooperativa debe considerar son el tipo de publicidad, su diseño y los colores. El tipo de promoción debe adaptarse al servicio y a los clientes potenciales.

La comercialización de un servicio es un proceso complejo que implica muchas etapas y en donde lo más importante es posesionarlo en la mente del posible consumidor. Se requiere investigación y

publicidad. Nuestra investigación será la base sobre la que otros aspectos de la comercialización tales como precios, distribución y orientación de los consumidores serán tomados en cuenta. Una estrategia de marketing efectiva puede llevar al éxito las ventas y la confianza empresarial.

4.5.2 Identificación de Clientes

El primer elemento de gestión de la calidad en la empresa es la identificación de las necesidades del cliente.

En la actual cadena de distribución de los bienes y servicios producidos aparecen diversos tipos de clientes:

- La empresa compradora, sería el caso de una empresa que fabrica motores eléctricos para un cliente que instala ascensores.
- Las sucursales, intermediarios y los consumidores finales. Una empresa que ofrece servicios financieros debe innovar constantemente los mismos y posesionarse en el mercado a través de sus sucursales, puntos de ventas, promotores y estar lo más cerca del cliente final.

El cliente es el centro de la actividad de la empresa y es el patrón que da lugar al beneficio empresarial y se deberán tener en cuenta sus características.

Los clientes o potenciales clientes, de los servicios de la empresa, tienen una serie de características que es necesario tener en cuenta sin hacer juicios de valor sobre ellas. Estas características hacen del cliente un ser

bastante imprevisible, si bien no debemos olvidar que la razón de ser de la empresa es satisfacer sus necesidades.

El **perfil de un cliente** puede describirse así:

- Normalmente no expresa sus deseos, salvo cuando no está satisfecho.
- No es fiel y se dirige siempre al mejor postor.
- No siempre sabe lo que quiere, pero adquiere lo que le gusta.
- Es exigente y está dispuesto a cambiar al mínimo fallo.
- Se considera único y quiere ser tratado diferente a los demás.
- Cuando no se siente satisfecho lo proclama y perjudica a la empresa.

Los tipos de necesidades del cliente corresponden a tres expectativas de calidad:

- **La Calidad Requerida.** Corresponde a los atributos indispensables que el cliente pide al expresar sus necesidades, por lo tanto la empresa conoce todos sus términos para satisfacerlas.
- **La Calidad Esperada.** Se refiere a aquellos atributos del bien que complementan los atributos indispensables no siempre explícitos, pero que el cliente desea y que suelen tener un fuerte componente subjetivo. Se denominan expectativas.
- **La Calidad Potencial.** Son las posibles características del bien que desconoce el cliente, pero que, si se las ofrecemos, valora positivamente.

Para mejorar en la prestación de calidad a los clientes es necesario conocer permanentemente su grado de satisfacción respecto a la calidad requerida y esperada.

Además será necesario investigar los elementos que constituyen la calidad potencial, a fin de ampliar la oferta de los servicios con nuevos atributos, que la hagan más adaptada a las necesidades de los clientes.

Para medir el grado de satisfacción de los clientes con respecto a la calidad requerida o esperada, podemos establecer dos métodos: medir objetivamente el grado de cumplimiento de las especificaciones que corresponden a la calidad requerida, o bien preguntar a los clientes, aunque no siempre coinciden los resultados de ambas medidas.

Este conocimiento tiene una doble finalidad:

- Conocer sus necesidades expresadas o no expresadas, para adaptar permanentemente la oferta de los bienes y servicios.
- Conocer la importancia que el cliente da a cada atributo del servicio, el grado de satisfacción de los clientes y su calidad percibida.

Los empleados por su contacto con los clientes y por su conocimiento de los servicios pueden tener una visión más amplia de la calidad de la empresa y contribuir a la mejora continua. Otras formas de obtener información acerca de la calidad y la satisfacción obtenida, a través de servicio son: las encuestas mediante cuestionarios para conocer la importancia y el grado de satisfacción por parte de los clientes, las entrevistas individuales o de grupo que permiten investigar con mayor creatividad, aunque el costo sea más elevado, los reclamos

de los clientes permiten establecer un sistema de recolección de información para realizar un análisis posterior.

CONCLUSIONES

Una vez concluida nuestra investigación llegamos a las siguientes conclusiones:

- El Factoring es un convenio bilateral, mediante el cual una persona denominada Factor, compra las facturas comerciales, exigibles a la vista o a corto plazo, de una persona denominada El Cliente, que por lo general es un proveedor de bienes y servicios; comprometiéndose a negociar por él sus créditos, otorgar servicios de administración y contabilidad, y ejercer las gestiones de cobro, recibiendo como contraprestación una remuneración en dinero.
- El Factor es una sociedad especializada de financiamiento, en donde concurren pequeños y medianos empresarios, con la idea primordial de obtener un pago inmediato en efectivo por sus créditos, a corto plazo, que le permita mejorar el flujo de caja de su negocio.
- En este proyecto se presentó de una forma clara el concepto de Factoring, y las ventajas que tiene la cooperativa si decide entrar en esta unidad de negocio.
- Hemos desarrollado el proceso interno, necesario para incursionar en este nuevo e innovador servicio. Se están dando las recomendaciones de lo que hay que hacer, mejorar e incorporar.
- Las ventajas son muchas, aunque hay que señalar que existen riesgos, los cuales hay que mitigar con políticas adecuadas.

- El contrato de Factoring es un contrato complejo y de objeto único. Es un producto de la ingeniería práctica que se ha gestado y desarrollado del sistema crediticio tradicional con el objeto de atender, de una manera más flexible y eficaz, las necesidades financieras de las empresas.
- El Factoring en esta región es algo que no se está ofertando en gran cantidad, por lo que COOESAN, siendo pioneros, tendría una ventaja competitiva.

RECOMENDACIONES

Una vez terminado nuestro desarrollo de investigación sobre El Factoring, consideramos relevante hacer las siguientes recomendaciones:

- Revisar la propuesta planteada, ya que la misma constituye una alternativa viable como otro servicio financiero que COOESAN, puede ofrecer.
- COOESAN, debe contar con un sistema de análisis comercial, que minimice el riesgo de la compra de cartera. La agilidad requerida es fundamental en las relaciones cliente - comprador, pues las demoras en la aprobación pueden costarle al cliente una disminución o cancelación de ciertas operaciones.
- Hay que efectuar una campaña de divulgación a la comunidad en general y especialmente a los empresarios, sobre cuáles son las ventajas que ofrece el Factoring en el crecimiento de sus empresas y los ahorros monetarios de tiempo y personal que obtendría al utilizarlo.
- Ir modificando los Manuales y elaborando el Reglamento de Factoring, basado en los puntos detallados en este trabajo.
- Promover cursos de capacitación y especialización en Factoring a los que estarían involucrados en este nuevo proceso.
- COOESAN, deberá estar alerta a la posible regulación que pueda tener este negocio, ya que en la actualidad no existe una ley sobre la fiscalización del mismo. Los bancos que se dedican a esta actividad son supervisados por la Superintendencia de Bancos, pero no tienen parámetros bien definidos, las instituciones exclusivas de Factoring son monitoreadas por el MICI, pero

están en la misma situación. En este caso, estarían supervisadas por el IPACOOOP, pero al igual que las anteriores no hay parámetros claros.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS.

Brealey, Richard A., Myers, Stewart C. y Marcus, Alan J. (2005). **Fundamento de las Finanzas Corporativas**, Ciudad: México, Edit Mac Graw Hill, 764 Pág.

Hernández Sampieri, R. (1998). **Metodología de la Investigación**, Ciudad: México, Edit McGraw Gill, 501 Pág.

Koontz, Harold y WEHRICH, Heinz. (2004). **Administración una Perspectiva Global**, Ciudad: México, Edit Mac Graw Hill, 12ª Ed, 736 Pág.

Mercado, Salvador. (1994). **¿Cómo Hacer una Tesis?**, Ciudad: México, Edit Limusa, 2ª Ed, 287 Pág.

Parada D., J. Rigoberto. (1995). **Instrumento de Financiamiento e Inversión, Factoring, Leasing, Securitización y ADR**, Ciudad: Santiago, Chile, Edit Conosur, 220 Pág.

Weston, J. F. y Brigham, E. (1994). **Fundamento de Administración Financiera**, Ciudad: México, Edit Mac Graw Hill, 1ra. Ed, 1148 Pág.

DOCUMENTOS OFICIALES.

Asamblea Legislativa, **Ley 17 1ª Ed del 1 de mayo de 1997**, Panamá, 36 Pág.

García Cruces, José Antonio. (2007). **El Contrato de Factoring**.

Junta de Directores. (2010). **Memoria de XLIII Asamblea Anual, VIII por Delegados**, 59 Pág.

Junta de Directores. (2009). **Memoria de XLII Asamblea Anual, VII por Delegados**, 61 Pág.

Junta de Directores. (2007). **Manual de Crédito**, Cooperativa El Educador Santeño, R. L., 120 Pág.

Junta de Directores. (2002). **Manual de Procedimiento**, Cooperativa El Educador Santeño, R. L., 162 Pág.

INTERNET.

Caracterología del Factoring.

<http://www.abogados.com.ar/caracterologia-del-factoring-financiero/951>.

Consulta 2014, junio.

Ministerio de Comercio e Industria.

<http://www.mici.gob.pa>. Consulta 2014, junio.

¿Qué es el Factoring?

<http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-el-factoring>.

Consulta 2014, junio.

¿Qué es el Factoring?

<http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=3000000000000063&idCategoria=9>. Consulta 2014, junio.

Superintendencia de Bancos de Panamá. Artículos de Interés.

http://www.superbancos.gob.pa/es/Articulos_de_Interes. Consulta 2014, junio.

ANEXOS

Anexo No. 1

**COOPERATIVA EL EDUCADOR SANTEÑO, R. L.
(COOESAN, R. L.)**

Nº:

Solicitud de Factoring

Monto:

ASPECTOS GENERALES.

Nombre de la Empresa:

Teléfono: Fax: Apdo. Postal:

Ubicación
Provincia Distrito Corregimiento Calle, Barrio

ACTIVIDAD ECONÓMICA

Industria ☐ Comercio ☐ Servicio ☐ Construcción ☐ Otros ☐

INFORMACIÓN LEGAL

Representante Legal: Cédula:

Dirección Postal: Teléfono:

Dirección Particular:

Fecha de Inicio de Operaciones:

DATOS DE INSCRIPCIÓN

D.V. Ficha: Rollo: Imagen:

CONSTITUCIÓN

Escritura Nº: Fecha: Notaria:

Accionistas	Participación	Cargos

INFORMACIÓN FINANCIERA

Auditada: Sí ☐ No ☐

Firma auditora:

	Periodo Actual	Periodo Anterior
Ventas Mensuales Promedio:		
Utilidad Mensual Promedio:		
Activo Total:		

DETALLE DE LOS PASIVOS

Acreedor	Monto

DETALLE DE ACTIVOS

Bienes	Valor

REFERENCIAS BANCARIAS

Banco	Tipo Crédito	Monto

REFERENCIAS COMERCIALES

Proveedor	Encargado	Teléfono

Por este medio autorizo a expresamente a **COOESAN, R. L.**, a efectos de que pueda recopilar, transmitir, suministrar y consultar información correspondiente al historial de crédito de la empresa o a mi persona, existente en la base de datos de la APC, o en cualquier otra agencia de información

Firma del Representante Legal	Nº de Cedula

Firma del Analista de Factoring:	
Comentario:	
Firma de la Gerencia:	
Comentario:	
Para uso del Comité de Crédito	
Aprobado: ☐	Rechazado: ☐
Aplazado: ☐	
Presidente	Secretario
Tesorero	
Fecha:	

Anexo No. 2

COOPERATIVA EL EDUCADOR SANTEÑO, R. L.

CESIÓN DE FACTURA

Señores

Ciudad

Distinguidos Señores:

Sirva la presente para enviarle un cordial saludo y a la vez notificarle, que por convenio y recibido, hemos vendido, cedido endosado y traspasado a nuestro favor por ventas efectuadas a su compañía de mercancía o servicios a su entera satisfacción.

Detalle del Crédito:

Factura N°	Fecha	Monto en B/.

Los cheques que serán emitidos para saldar las cuentas detalladas con anterioridad, deberán ser confeccionados a nombre de **COOESAN, R. L.**

Por ser **COOESAN, R. L.**, el nuevo acreedor de la cuenta se requerirá autorización expresa de ellos para lo pertinente en cuanto a las cuentas detalladas.

Sin otro particular por el momento se despide de Ustedes,

Atentamente,

Nombre de la Compañía

Firma de Representante Legal

Acepto la cesión de la cuenta detallada:

Nombre

Firma

Sello

Anexo No. 3

Las Tablas, *de 20*

Señores

Ministerio de Economía y Finanzas

E. S. D

Quien suscribe, _____, (varón / mujer), panameño (a), con cédula de identidad personal número: _____ actuando en nombre propio o en representación de _____ (sociedad detalle de la inscripción en el Registro Público: ficha, rollo e imagen), les notifico que la presente **CESIÓN DE CRÉDITO TOTAL IRREVOCABLE**, de la Gestión de Cobro Número _____, de fecha _____ por un monto de _____ B/. _____ registrada en el Ministerio _____.

Esta cesión de crédito la hacemos a favor de **Cooperativa de A/C el Educador Santeño, R. L. (COOESAN, R. L.)**, sociedad detalle de la inscripción en el Registro Público: ficha, rollo e imagen), siendo representada por el Sr. _____, (varón / mujer), panameño (a), con cédula de identidad personal número: _____, de modo que los pagos correspondiente sean emitidos a nombre de **COOESAN R. L.**

La suma de _____ B/. _____ será acreditada a obligación que mantenemos pendiente de cancelación con **COOESAN, R. L.**

La presente cesión se hace con el consentimiento y forma de aceptación de **COOESAN, R. L.**

Las Tablas _____ de _____ de 20__

Cedente

C.I.P. _____

Cesionario

C.I.P. _____

El pago de la cesión se hará efectivo cuando el MEF y la Contraloría así lo ordenen.

Aprobado _____ Ministerio Economía y Finanzas.

Notificado a la Contraloría: Fecha _____ Responsable _____

Sellos MEF

Sello Contraloría

Anexo No. 4

ACTA DE REUNIÓN DE LA JUNTA DIRECTIVA DE LA SOCIEDAD

El día ____ de _____ de 20__, siendo las _____ de la _____, tuvo lugar una reunión de la Asamblea de accionista de _____ Sociedad Anónima, constituida de acuerdo con las leyes de la República de Panamá e inscrita en la Ficha _____, Rollo _____, Imagen _____, Sección de persona Mercantil del Registro Público, en sus oficinas ubicadas en la ciudad de Panamá, República de Panamá.

La reunión está presidida por el Presidente y Secretario titulares de la Sociedad.

Abriendo el Acto el Presidente informó que dicha reunión tenía por Objetivo:

- 1- Autorizar al Presidente y Representante Legal de la Sociedad, _____, para que ceda, endose y traspase cuentas por cobrar a favor de COOESAN, R. L., y garantice como estime necesario hasta por la suma de _____ B/._____.
- 2- Facultar al Sr. (a): _____, para que en su calidad de _____, de la sociedad, firme todos los documentos públicos y privados que sean necesarios para el perfeccionamiento de esta transacción.

Resuelve:

- 1- Autorizar al Presidente y Representante Legal de la Sociedad, _____, para que ceda, endose y traspase cuentas por cobrar a favor de COOESAN, R. L., y garantice como estime necesario hasta por la suma de _____ B/._____.
- 2- Autorizar al Sr. (a): _____, para que en su calidad de _____, de la sociedad,

firmé todos los documentos públicos y privados que sean necesarios para el perfeccionamiento de esta transacción.

No habiendo otro asunto que tratar, se dio por terminada la reunión a las _____ del _____.

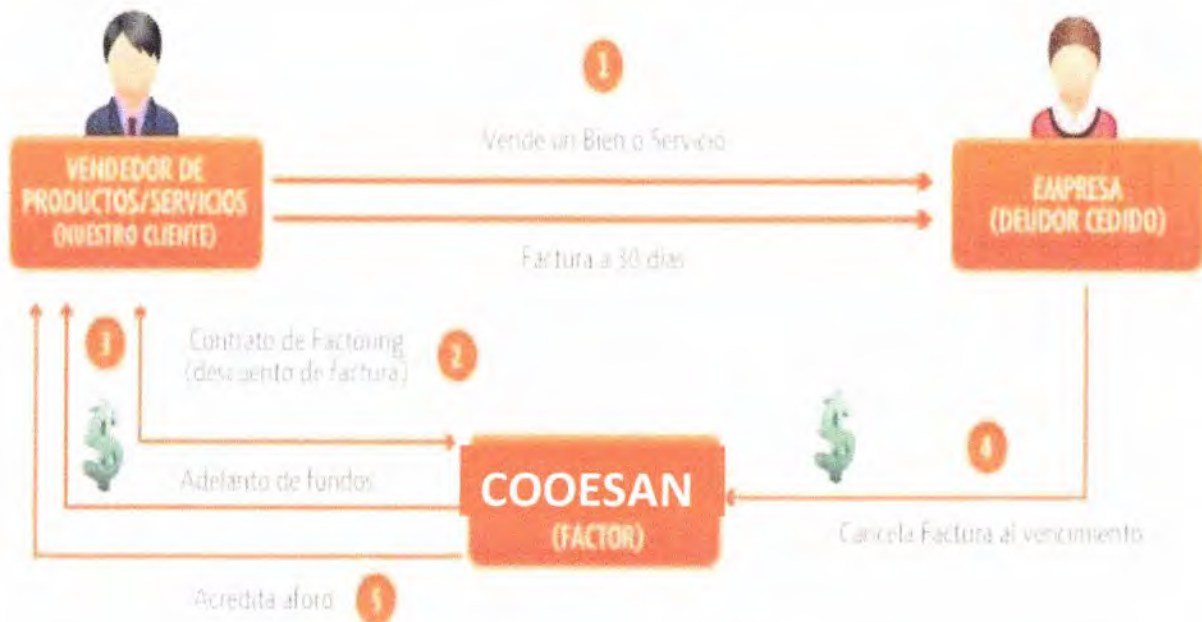
Presidente
Cédula

Secretario
Cédula

Anexo No. 5

Distribución de Factoring

El **Factoring** es la mejor herramienta financiera para activar el ciclo económico de la Empresa, la cual le permite a nuestros clientes empresas vender a plazo y cobrar el contado. Además optimiza la administración de la cartera de deudores generada por la política de ventas de la Empresa.



Anexo No. 6

Ejemplo CONTRATO DE FACTORING

Conste por el presente documento, el contrato de Factoring con financiamiento y sin recurso, que se celebra entre los suscritos a saber, por un lado **Nombre del cliente o empresa, Varón/Mujer, panameño**, mayor de edad, **estado civil** en actual vigencia y portador de la cédula de identidad personal No. [REDACTED] con domicilio en [REDACTED] quien en adelante se llamará "**EL FACTOR**" y LA COOPERATIVA DE SERVICIOS INTEGRALES EL EDUCADOR SANTEÑO, R.L. (COOESAN), persona jurídica constituida mediante Escritura Pública No. 175 de 3 de mayo de 1966, de la Notaría del Circuito de Los Santos, en su inicio inscrita al Tomo 1, Folio 522, Asiento 156, Sección de Cooperativas del Registro Público y actualizada al Tomo 281 en el Registro de Cooperativas del IPACOO; autorizada en su funcionamiento por el Consejo Nacional de Cooperativas mediante Resolución No.140 del 30 de mayo de 1966 y con domicilio en el Paseo Carlos L. López, Corregimiento de Las Tablas, Distrito de Las Tablas, Provincia de Los Santos, debidamente representada por **Nombre del Presidente**, mujer/hombre, panameña, mayor de edad, soltera en actual vigencia, portadora de la cédula de identidad personal No. [REDACTED], con domicilio en [REDACTED] actuando en nombre y representación en calidad de Presidente y Representante Legal, quien en adelante se llamará "**LA COOPERATIVA**" convienen celebrar el presente contrato en atención a las siguientes cláusulas:

ANTECEDENTES:

CLÁUSULA PRIMERA: EL FACTOR es una persona jurídica de derecho privado, constituida bajo el régimen de la sociedad anónima abierta, autorizada por [REDACTED]

para organizarse y funcionar como empresa en el sistema financiero y, como tal, se encuentra facultada a efectuar las operaciones y servicios propios de tales empresas según la ley de la materia. En tal sentido, EL FACTOR realiza habitualmente, entre otras actividades, operaciones de Factoring.

CLÁUSULA SEGUNDA: EL FACTORADO es una persona jurídica de derecho privado, constituida bajo el régimen de la sociedad con responsabilidad limitada, que tiene como objeto social dedicarse a brindar servicios de ahorro y créditos a sus asociados.

En ese sentido, por el desarrollo de su actividad comercial, EL FACTORADO es titular de facturas por cobrar, las mismas que en documento adjunto son especificadas en cuanto al monto de las acreencias, los sujetos obligados o deudores, fiadores, avales y la fecha de vencimiento de las mismas.

Debido a la urgente necesidad de mejorar su flujo de caja, EL FACTORADO ha decidido transferir la titularidad de los créditos descritos en el párrafo anterior a una empresa del sistema financiero a través de una operación de Factoring, buscando con ello obtener liquidez inmediata. Con igual propósito, EL FACTORADO ha decidido ceder las facturas por cobrar que posteriormente adquiera de sus clientes en el desarrollo de su negocio, siempre que hayan recibido la autorización previa de la empresa que conceda el financiamiento.

OBJETO DEL CONTRATO:

CLÁUSULA TERCERA: Por el presente contrato, EL FACTORADO se obliga a transferir en forma exclusiva la titularidad de los créditos descritos en la cláusula segunda en favor de EL FACTOR; por lo que en contraprestación, EL FACTOR se obliga a pagar el monto del financiamiento descrito en la cláusula séptima, en el lugar y forma convenida.

CARACTERES DEL CONTRATO:

CLÁUSULA CUARTA: Queda expresamente establecido que EL FACTOR asumirá el riesgo de la cobranza por la totalidad de los créditos cedidos conformantes de la cartera cedida, desde la fecha de vencimiento de estos, sin que se haya cancelado la deuda. En ese sentido, EL FACTORADO no responderá por la falta de pago o la insolvencia del deudor o deudores cedidos.

Por otro lado, EL FACTOR se obliga a prestar en favor de EL FACTORADO los servicios descritos en la cláusula décimo séptima, por lo que, en contraprestación, EL FACTORADO se obliga a pagar el monto de la retribución descrita en la cláusula novena.

CLÁUSULA QUINTA: En cuanto al tratamiento que recibirán los créditos conformantes de la cartera que se transfiere mediante este contrato, las partes convienen lo siguiente:

- a. Los créditos consistentes en las facturas por cobrar descritas en el documento adjunto al presente contrato serán cedidas a EL FACTOR sin mediar condición alguna.
- b. Los créditos consistentes en las facturas por cobrar que EL FACTORADO adquiera de sus clientes a partir de la fecha de suscripción del presente contrato hasta su fecha de vencimiento, serán adquiridos por EL FACTOR

siempre y cuando este haya comunicado a EL FACTORADO su intención de adquirir dichos créditos.

PLAZO DEL CONTRATO:

CLÁUSULA SEXTA: El presente contrato tendrá una duración de meses, los que se comienzan a contar a partir de la fecha de suscripción del presente documento.

DEL FINANCIAMIENTO Y LAS COMISIONES:

CLÁUSULA SÉPTIMA: EL FACTOR se obliga a abonar a nombre de EL FACTORADO en la cuenta corriente prevista en la cláusula undécima, la suma ascendente a B/. , , la misma que representa el importe correspondiente a la cartera cedida descrita en el literal a) de la cláusula quinta, menos el porcentaje de comisión previsto en la cláusula octava. Dicho pago deberá efectuarse dentro de los días de la suscripción del presente documento.

En cuanto a los créditos descritos en el literal b) de la cláusula quinta, EL FACTOR se obliga a abonar el importe de estos dentro de los días de aceptados estos, menos el porcentaje de comisión correspondiente.

CLÁUSULA OCTAVA: Las partes convienen expresamente que EL FACTOR percibirá una comisión ascendente a B/. , la misma que es equivalente al % del importe total de los créditos cedidos descritos en el literal a) de la cláusula quinta, la cual deberá debitarse en la cuenta corriente mencionada en la cláusula anterior. Dicho porcentaje de comisión será el mismo en el caso de los créditos en el literal b) de la cláusula quinta.

CLÁUSULA NOVENA: EL FACTORADO se obliga a pagar en contraprestación por los servicios adicionales descritos en la cláusula décimo séptima, un monto ascendente a B/. , el mismo que deberá debitarse de la cuenta corriente descrita en la cláusula undécima.

OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LAS PARTES:

CLÁUSULA DÉCIMA: EL FACTORADO se obliga, en el término de días de celebrado el presente contrato, a transferir en forma exclusiva la titularidad de los créditos descritos en la cláusula segunda a favor de EL FACTOR.

Dicha transferencia deberá realizarse mediante endoso a nombre de EL FACTOR. Asimismo, deberá adjuntarse la siguiente documentación:

- a. Duplicado de las facturas donde se hallen previstas las condiciones generales de las transacciones realizadas.
- b. Comprobantes de la entrega de las mercaderías por parte de EL FACTORADO al deudor.
- c. Los documentos comerciales que se hayan suscrito con relación a dicha operación.
- d. Las planillas de datos sobre la solvencia del deudor, donde deberán constar todos los datos relativos a la garantía y solvencia de aquel.
- e. Asimismo, deberá acompañar toda promesa de venta, convención, contrato u otra documentación que haya suscrito con el cliente y que se refiera al crédito cedido.

CLÁUSULA UNDÉCIMA: EL FACTOR procederá a la apertura a nombre de EL FACTORADO de una cuenta corriente donde se abonará el importe de los créditos cedidos menos el porcentaje de comisión referido en la cláusula octava. Asimismo, en dicha cuenta corriente se debitará la retribución por los servicios adicionales descritos en la cláusula novena y décimo séptima.

CLÁUSULA DUODÉCIMA: EL FACTORADO deberá solicitar que los deudores emitan los documentos comerciales a que dan lugar los créditos cedidos, estableciendo como domicilio de pago de los mismos el domicilio social de EL FACTOR señalado en la parte introductoria. En caso de que estos sean librados a la orden de EL FACTORADO, este procederá a remitir los mismos previo endoso "sin garantía" a EL FACTOR.

CLÁUSULA DÉCIMO TERCERA: En todas las facturas en las que se asienten operaciones cuyos créditos sean adquiridos por EL FACTOR, EL FACTORADO procederá a insertar la siguiente inscripción:

"El pago de la presente para considerarse válido, debe ser efectuado a
, con domicilio en la calle N° , de la ciudad de .

CLÁUSULA DÉCIMO CUARTA: EL FACTORADO deberá notificar al deudor la cesión realizada sobre su crédito. La notificación mencionada deberá realizarla dentro de los días de cedido el crédito y en igual plazo deberá remitir a EL FACTOR los comprobantes de la misma.

CLÁUSULA DÉCIMO QUINTA: EL FACTORADO no asume, conforme a la cláusula cuarta, los riesgos de la cobranza del crédito cedido, pero sí responde ante EL FACTOR por la legitimidad y extensión del crédito.

CLÁUSULA DÉCIMO SEXTA: EL FACTORADO, a fin de realizar el cobro de los créditos, deberá colaborar con EL FACTOR en lo siguiente:

- a. Suministrar toda la información que posea sobre el deudor y sobre la operación crediticia.
- b. Sus referencias comerciales y la documentación que ambos intercambien, permitiéndole sacar copia certificada de la misma.
- c. Además, EL FACTORADO debe tomar intervención en todo proceso judicial o administrativo a requerimiento de EL FACTOR, a fin de facilitar el cobro del crédito y otorgar o endosar toda la documentación referida al mismo.

CLÁUSULA DÉCIMO SÉTIMA: EL FACTOR se compromete a prestar a EL FACTORADO la ayuda técnica, tanto material o humana necesaria, para realizar la administración del negocio de EL FACTORADO.

Estos servicios adicionales son:

- a. La realización de estudios de mercado para una mejor colocación de los productos de EL FACTORADO.
- b. La realización de estudios de costos de EL FACTORADO.
- c. La realización de la contabilidad de EL FACTORADO.
- d. La asistencia jurídica para celebrar los contratos y lograr el cobro de los créditos.

CLÁUSULA RESOLUTORIA EXPRESA:

CLÁUSULA DÉCIMO OCTAVA: El incumplimiento de la obligación asumida por el FACTORADO en la cláusula décima, décimo tercera, décimo cuarta y décimo sexta constituirán causal de resolución del presente contrato, al amparo del artículo 1430 del Código Civil. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando EL FACTOR comunique, por carta notarial, a EL FACTORADO que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA ARBITRAL:

CLÁUSULA DÉCIMO NOVENA: Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a arbitraje, mediante un Tribunal Arbitral integrado por tres expertos en la materia, uno de ellos designado de común acuerdo por las partes, quien lo presidirá, y los otros designados por cada uno de ellos.

Si en el plazo de días de producida la controversia no se acuerda el nombramiento del presidente del Tribunal Arbitral, este deberá ser designado por el Centro de Arbitraje Nacional y Extranjero de la Cámara de Comercio de Lima, cuyas reglas serán aplicables al arbitraje.

El laudo del Tribunal Arbitral será definitivo e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad.

DOMICILIO:

CLÁUSULA VIGÉSIMA: Para todos los fines de esta contratación, se considerarán válidas todas las comunicaciones, intimaciones y notificaciones que se hiciesen llegar a los domicilios señalados por las partes al inicio de este contrato.

CLÁUSULA VIGÉSIMO PRIMERA: Las partes podrán solicitar que este documento se eleve a escritura pública, en cuyo caso su costo correrá por cuenta del peticionario.

En señal de conformidad, las partes suscriben este documento en la ciudad de , a los días del mes de de 20

EL FACTOR

EL FACTORADO

Anexo No. 7

FORMULARIO DE ENCUESTA

La Cooperativa El Educador Santeño, R. L., interesada en conocer su opinión acerca del servicio “**Factoring**” le solicita llenar esta encuesta, la información que nos proporcionen será de valiosa ayuda, ya que nos permitirá conocer la valoración que se le dará al nuevo servicio, que le permitirá a la Cooperativa, crear otra ruta de acceso para brindar Crédito más seguro y rentable.

El Factoring es la operación mediante la cual el Factor (Cooperativa) adquiere, a título oneroso, de una persona natural o jurídica, denominada Cliente, instrumentos de contenido crediticio (facturas, cheques, letras, pagares u otros), prestando en algunos casos servicios adicionales a cambio de una retribución. El Factor asume por el riesgo crediticio de los deudores, estos a su vez obtienen liquidez inmediata.

Ventajas:

- Mejora el flujo de caja al transformar las ventas a crédito en ventas al contado.
- Efectúa el servicio de la cobranza de las cuentas por cobrar, lo que disminuye la carga de trabajo administrativo.
- Mejora los índices financieros de la empresa mediante la venta de cuentas por cobrar y pago de pasivos.

Desventajas:

- El costo es mayor que el de otras alternativas de financiamiento.
- Pérdida del vínculo cliente – vendedor, ya que la empresa de Factoring es la que se hace cargo de la cobranza.

Indicaciones: Marcar con una “X” la respuesta de su elección, en preguntas con respuestas de múltiples opciones pueden ser marcadas más de una opción. En las preguntas que necesiten de su opinión responda con sus palabras.

De antemano muchas gracias por su ayuda.

1. ¿Su empresa realiza ventas a crédito?

☐ Sí

☐ No (finalizar la encuesta).

2. ¿Qué porcentaje de sus ventas mensuales son a crédito?

☐ 10%

☐ 25%

- ☐ 30%
- ☐ Más del 50%

3. ¿Qué criterios tiene en consideración su empresa al evaluar el otorgamiento de créditos?

- ☐ Solvencia
- ☐ Monto
- ☐ Centrales de riesgo
- ☐ Historial crediticio
- ☐ Garantías

4. ¿Cuál es la frecuencia de la recuperación de las cuentas por cobrar a sus clientes?

- ☐ Media
- ☐ Baja

5. ¿Cuál es el nivel de morosidad que ha tenido su empresa en el período o en el año?

- ☐ Bajo
- ☐ Medio

6. ¿A qué tipo de riesgo financiero se enfrenta su empresa?

- ☐ Riesgo operativo
- ☐ Riesgo de crédito
- ☐ Riesgo de liquidez

7. ¿Cómo califica, el riesgo financiero en su empresa?

- ☐ Alto
- ☐ Medio

8. Le gustaría contar con un servicio que comprara sus facturas

- ☐ Sí
- ☐ No (finaliza su encuesta)

9. ¿Cuál sería su grado de satisfacción con este servicio?

- ☐ Muy satisfecho
- ☐ Medianamente satisfecho
- ☐ Insatisfecho

10. Le gustaría que su cooperativa o empresa prestara este tipo de servicio

- ☐ Sí
- ☐ No (finaliza la encuesta)

11. ¿Qué aspectos de esta herramienta usted valora?

- ☐ Precio
- ☐ Calidad del servicio (gestión de cobro)
- ☐ Rapidez
- ☐ Otras especificar: _____

12. ¿Por qué usted no ha usado Factoring?

- ☐ No lo conocía
- ☐ Su precio es muy elevado
- ☐ No cuenta con los requisitos
- ☐ No le interesa usarlo

13. Luego de informarse acerca de las ventajas y desventajas del Factoring, ¿a usted le gustaría usar esta herramienta?

- ☐ Sí lo usaría
- ☐ No está seguro de usarlo o necesita más información
- ☐ No lo usaría

14. Le gustaría conocer más sobre el Factoring

- ☐ Sí
- ☐ No

15. Que ideas, sugerencias o recomendaciones, podría aportarnos para este nuevo servicio

"MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN"