

Nuevo significado del estudio de mercado en ocasión del contrato de factoraje

New meaning of market research on the occasion of the factoring contract

Yoandis Sánchez Suárez^{1*} <https://orcid.org/0000-0002-0268-953X>

¹ Universidad de Granma, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Departamento de Derecho, Bayamo, Cuba.

* Autor para la correspondencia: ysanchezs@udg.co.cu

RESUMEN

Alcanzar el desempeño empresarial óptimo precisa de un estudio de mercado sobre la competencia, los clientes y el contexto, por lo que el objetivo del presente artículo es exponer los referentes teóricos relevantes sobre el estudio de mercado, desde la perspectiva del contrato de factoraje. La investigación es de tipo cualitativa, con enfoque jurídico del tema, aunque igual incursiona en su dimensión económica, apoyada en la revisión de documentos, cuyos resultados revelan que el estudio de mercado en ocasión del factoraje deviene en obligación, dirigida a indagar en la realidad financiera del sujeto deudor, aparte de favorecer otras prestaciones. Se concluye que el estudio de mercado adquiere un resignificado en el factoraje, siendo de utilidad el método *credit scoring* para evaluar los riesgos de impagos de deudas.

Palabras clave: crédito, solvencia, financiamiento, negocios, empresa.

ABSTRACT

Achieving optimal business performance requires market research on the competition, clients and the context, being the objective of the present article to present the relevant theoretical references on market research from the perspective of the factoring contract. The research is of a qualitative type, with a legal approach to the subject, although it also ventures into its economic dimension, based on the review of documents, the results of which reveal that the market research on the occasion of factoring becomes an obligation aimed at inquiring into the financial reality of the debtor, in addition to favoring other services. It's concluded that the market research acquires a new meaning in factoring, being useful the credit scoring method to evaluate the risks of non-payment of debts.

Keywords: *credit, solvency, financing, business, enterprise.*

Clasificación JEL: K00

Fecha de recepción: 16/05/2022

Fecha de aprobación: 10/05/2023

INTRODUCCIÓN

En su actuar, empresas y empresarios se enfrentan a disímiles retos, sean de orden comercial, productivo o de servicios. Les es imprescindible garantizar el debido financiamiento para alcanzar con su desempeño el necesario lucro, de modo que dichos sujetos mercantiles tienen ante sí la opción de acudir a entidades de intermediación financiera con las que formalizan un contrato de factoraje, acuerdo abordado en el ámbito doctrinal, aunque menos difundido.

Dicho contrato se caracteriza, en sentido amplio, por la cesión de créditos del cliente al factor, todos o en parte, presentes o futuros, estos últimos determinables; la retribución al factor por la gestión de cobro, el anticipo o no al cliente del importe de las facturas y demás documentos contentivos de los créditos; la asunción del riesgo de insolvencia del deudor, unido a que el factor contabiliza los créditos, promueve acciones legales ante impagos, realiza estudios de mercado, selecciona nuevos clientes o asesora la contratación, según se pacte (Calleja, 2017; Camacho, 2012; Nugent, 2021; Ortega, 2018).

Así concurren, en condición de partes, el cliente y el factor. El primero, persona natural o jurídica con la denominación indistinta de factorado, cedente o proveedor; mientras que el factor, cesionario o empresa de factoraje, se trata de una entidad financiera *per se*, bancaria o no (Malikhatun, 2017; Sabuncu, 2017). En cambio, el deudor figura como un tercero en vínculo colateral, sobre quien acciona el factor para cobrar los adeudos (Uribe, 2015).

La asunción del riesgo de insolvencia del deudor cedido es criterio clave para configurar el acuerdo de factoraje con o sin recurso, excluyente uno del otro. En la modalidad con recurso, *pro solvendo* o con regreso, se ceden créditos para cobro, saldos que luego el factor liquida al cliente, quien a su vez responde por la solvencia del deudor cedido (Calleja, 2017; Camacho, 2012). Mientras que en el factoraje sin recurso, *pro soluto* o sin regreso, el factor deviene en titular de los créditos, anticipa al cliente su importe con un descuento y asume la insolvencia del deudor (Calleja, 2017; Nugent, 2021; Ortega, 2018).

Como se aprecia, sobresale la obligación de financiamiento en complemento con el control contable de créditos insatisfechos; sin embargo, la realización de estudios de mercado por el factor es una prestación menos recurrida, que adquiere un resignificado en el factoraje, según se sostiene en el presente artículo. En consecuencia, se traza el objetivo de exponer los referentes teóricos relevantes sobre el estudio de mercado desde la perspectiva del contrato de factoraje.

METODOLOGÍA

Consiste en una investigación de alcance cualitativo que, desde un enfoque jurídico del estudio de mercado en condiciones de contrato de factoraje, igual incursiona en su dimensión económica mediante categorías como crédito, débito, empresa, negocios, entre otras, dada la interrelación de ambas ciencias. Asimismo, el estudio se sustenta en la revisión de materiales bibliográficos pertinentes en estas dos perspectivas, sobre todo artículos publicados en revistas científicas indexadas en bases de datos de reconocimiento internacional.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Un acuerdo de factoraje tiene su centro de acción en el mercado, espacio físico y virtual donde transcurren relaciones productivas y de servicios entre competidores y clientes. Alcanzar la competitividad también depende de pronosticar el mercado desde su estudio, ligando la entidad con su clientela.

El estudio o investigación de mercado, términos que el autor del presente artículo tiene por equivalentes ante su similitud de propósitos, se basa en «la sistematicidad, en la objetividad, en la información y en el proceso de toma de decisiones» (Pérez, Moreno y Padrón, 2018, p. 369); una «herramienta muy importante en la toma de decisiones por parte de la gerencia. (...) tener un mejor panorama en cuanto a los riesgos y beneficios que existen en el mercado» (Mendoza y Véliz, 2018, p. 69).

Se recurre cada vez más a estudios de mercado ante la competencia en aumento, de espacios de mercado que se extienden, del desarrollo tecnológico, de la inestabilidad económica global, de los riesgos derivados de estrategias comerciales erróneas y de otras situaciones cotidianas. Tener presentes esas realidades, bien se explore el mercado con recursos propios o se opte por contratarlo, permite al empresariado anticiparse a escenarios futuros, como pueden ser la introducción de un nuevo producto o servicio (Mendoza y Véliz, 2018, p. 70) y las mejoras en infraestructura, por solo señalar dos actividades puntuales.

Es preciso que el estudio de mercado comprenda a los sujetos competidores, los clientes y el entorno, visto en la influencia de sucesos sociales, económicos o de otra índole sobre un contexto dado. Al menos se debe dirigir a los ámbitos técnico, económico y financiero, en pos de determinar los productos y servicios en oferta, sus costos y los beneficios monetarios, esto último, de importancia capital para el contrato de factoraje, pues devela elementos fácticos sobre la solvencia del deudor.

Expuestos los apuntes generales sobre el estudio de mercado, se impone dirigir la mirada hacia sus particularidades como obligación dentro del contrato de factoraje, a realizarse por el factor en favor de su cliente. Resulta una prestación de singular utilidad, sobre todo en la modalidad con recurso, habida cuenta la responsabilidad del cliente ante el riesgo de insolvencia del deudor cedido, sujeto sobre el cual se indaga en definitiva.

El estudio se dirige a constatar el grado de solvencia del deudor y en función de esto se le asigna una línea de riesgo (Larrosa, 2001). Cabe traer a colación el caso de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), que se enfrentan a múltiples vicisitudes en la gestión sistemática de sus cuentas por cobrar; sin embargo, a través del factoraje se les provee el capital requerido, sin necesidad de la dependencia tradicional del crédito bancario.

El esquema de financiamiento antes señalado es efectivo en la medida en que el factor inquiera en la realidad de cada deudor de su cliente; dígase, recursos monetarios para honrar las deudas, saldos pendientes de cobro a su favor y productos o servicios listos para colocar en el mercado, por solo aludir a tres situaciones, cuyos resultados derivan en calificar a los clientes de solventes o insolventes, permitiendo pronosticar si el último estado es transitorio o duradero; en otras palabras, una «radiografía» financiera.

Cumplir esta obligación comporta para el factor acometer el estudio de la capacidad crediticia del deudor eventual del cliente (Uribe, 2015), el monitoreo de las operaciones hechas por los deudores de su cliente, incluidos los procedimientos de facturación y las consiguientes cuentas por cobrar, para prever su desembolso a tiempo (Malikhatun, 2017).

En consecuencia, el autor del presente artículo pondera la pertinencia del método *credit scoring*, o calificación del crédito, para el estudio de mercado desde la perspectiva del contrato de factoraje, como herramienta para evaluar los riesgos crediticios de las cuentas por cobrar, soportado en variables cuantitativas financieras que responden a la liquidez, actividad, rentabilidad y el endeudamiento.

Sin dudas se trata de indicadores lo suficientemente reveladores en términos numéricos. Con la liquidez se mide la capacidad de pago a corto plazo y, en la actividad, la prontitud del retorno neto del dinero invertido. Mientras que la rentabilidad refleja la efectividad en la administración de los gastos en procura de alcanzar utilidades, en tanto el endeudamiento conlleva al análisis de la participación de los acreedores

en su financiación (Leal, Aranguiz y Gallegos, 2018; Pedraza, 2021; Pereira y Varón, 2018; Rodríguez, Becerra y Cardona, 2017).

En esencia, a través de este método se busca que el factor identifique el riesgo de impago del deudor de su cliente, de modo que se anticipe a la probabilidad de que ello ocurra, máxime cuando pueden concurrir ciertas circunstancias, como el hecho de que el deudor posea la condición de empresario individual (hombre de negocios), o se trate de clientes sin historial crediticio por su reciente incursión en el mercado. A propósito del método, con el estudio de mercado el factor percibe directamente y de modo reiterado en el tiempo, elementos de facto, de cuya expresión cuantitativa se pueden apreciar riesgos de impago del deudor cedido, el retraso en su desembolso, sobre todo a causa de iliquidez y, por consiguiente, que se inicien procesos concursales de quiebra o suspensión de pagos ante el probable estado de insolvencia patrimonial.

Si se tiene en cuenta que la cuestión financiera hace la diferencia en el estudio de mercado en ocasión del contrato de factoraje, entonces el factor se encarga de explorar a profundidad el entorno del deudor de su cliente, acorde a datos preliminares a él trasladados, que se complementa con informaciones de relevancia, entre las que cabe destacar la documentación contable que recopila el propio ente o sujeto sobre la relación entre los ingresos y costos resultantes de su actividad mercantil en un ejercicio económico dado, en razón de las variables de liquidez, actividad, rentabilidad y endeudamiento ya referidas.

Igual consideración merece la estadística divulgada oficialmente en la web a través de reportes anuales de empresas, sectores de la economía y países, sean de emisión propia o por organismos, como ocurre con los bancos nacionales, que junto a otras fuentes de información de libre acceso revelan la aptitud del sujeto en estudio para sus compromisos crediticios. También las redes sociales proveen información, «se erigen como el espacio idóneo para observar, para investigar el mercado, para conocer las inquietudes de los usuarios» (Feijóo y Guerrero, 2018, p. 22).

De igual forma, no se debe soslayar la valía que poseen los datos del registro mercantil para el estudio de mercado dentro del factoraje, que si bien ahí se asientan actos jurídicos de empresas y empresarios, de tales diligencias se colige una trascendencia económica, de modo que el factor, atendiendo al carácter público de la información que archiva esta institución estatal, puede constatar el estado de los balances financieros anuales del deudor, si se encuentra en un procedimiento concursal por insolvencia patrimonial, si transita por una fase de extinción, entre otras circunstancias.

El referido estudio favorece en el orden externo el dominio del mercado, considerando los contextos geográfico y virtual, los competidores, cuestiones financieras como el costo de productos y servicios, los beneficios obtenidos, el valor de las acciones, entre otras; y en el plano jurídico contribuye al

perfeccionamiento de las relaciones contractuales, aparte de resultar útil a otras prestaciones del acuerdo de factoraje, según se aborda más adelante.

A consecuencia del nuevo escenario mundial, caracterizado principalmente por grandes brechas económicas, la agudización de las tensiones geopolíticas y los efectos de la pandemia por la covid-19, es de esperar que disminuya sobremanera la oferta de bienes y servicios en el mercado, en tanto se elevan las probabilidades de endeudamiento en cadena, frente a lo cual es de singular valía el apoyo financiero mediante pactos de factoraje, principalmente para las MIPYME (Pérez y Delgado, 2020).

La información resultante del estudio de mercado, con su análisis posterior, máxime de carácter financiero, favorecerá la asunción de dos obligaciones por el factor en estrecho vínculo, si así es pactado: seleccionarle al cliente sus futuros contratantes y asesorarle su proceso de contratación, siempre en procura de mejoras de la gestión comercial, que complementan de manera indirecta la responsabilidad de financiamiento por parte del factor.

En lo concerniente a seleccionar nuevos contratantes del cliente, devenidos en sus deudores, se deja por sentado que el alcance legal de la gestión del factor es proponerlos entre un grupo de empresas y empresarios, no contratarlos, acto jurídico último para el que sí tiene capacidad legal el cliente porque de lo contrario se desborda el marco del factoraje y surgen conflictos de intereses desde que se haga representar por el factor en un contrato de comisión, agencia, corretaje y otros de similar naturaleza jurídica, diametralmente opuestos al factoraje.

A lo anterior añádase que la selección misma del contratante debe conducir a la aceptación por el cliente de la propuesta del factor sobre quiénes pasan a engrosar su cartera, según sus intereses comerciales; sin embargo, puede rechazarse esto, lo cual es menos probable si se tiene presente el carácter profesional de la gestión que realiza el factor. En el mercado del factoraje se pugna por contratar sujetos del segmento de ventas de productos cotidianos ante el riesgo en la cobertura financiera de empresas constructoras, de la electrónica y el automovilísticas (Stroeva, Sukhorukova, Tsvyrko e Ivashchenko, 2015).

El estudio de mercado resulta de valía para el factor, en la obligación de asesorar la contratación de su cliente, prestación que comprende a los sujetos ya contratados y a los nuevos seleccionados. Por supuesto, la asesoría contractual no se alcanza en un instante, es toda una concatenación de diligencias bilaterales factor-cliente, si bien es fundamental partir de antecedentes esenciales.

Para eso es preciso que el factor domine datos, al menos de carácter mercantil, financiero y legal del deudor de su cliente, tomándose como referencia un periodo dado, como puede ser un ejercicio económico anual. De índole mercantil es la información sobre todo de ventas, servicios, calidad, clientela, facturación y utilidades; en el orden financiero debe abarcarse el estado de los cobros y pagos

a clientes y proveedores por ese orden, mientras que en el ámbito jurídico es primordial conocer acerca de los contratos que se formalizan.

De ser incluido en cláusula, también el factor puede acompañar (no representar) al cliente en la concertación de acuerdos, sugiriendo qué hacer en las vertientes legal y económica, para que por sí mismo adopte decisiones pertinentes en las etapas de negociación preliminar y de formalización definitiva. Sin dudas, una función importante está a cargo de los equipos de empleados que el factor designa para asistir al cliente en ambas áreas decisivas de la empresa.

De igual manera, si así se requiriera, la actuación del factor puede extenderse a las sucesivas modificaciones a introducir al texto del contrato, lo cual es posible porque posee los elementos de juicio necesarios acerca del desempeño empresarial de su cliente. Por ende, la expresión acabada de la asesoría solicitada está en la reformulación de las proformas de los contratos que el cliente propone a sujetos interesados, previo examen del sistema de cláusulas, trasladándole sus criterios técnico-jurídicos.

En términos generales, el estudio de mercado propio del contrato de factoraje, además de disminuir la dependencia tradicional del crédito bancario ya señalada, ayuda al cliente a obtener liquidez inmediata para reaprovisionar su actividad económica, optimizar su flujo de caja, liberarse de la cobranza de sus cuentas y, por consiguiente, fortalece su relación con proveedores, con lo cual mejora sus indicadores de gestión y crece sostenidamente.

CONCLUSIONES

Se aprecia en el contrato de factoraje un carácter sui generis por la intermediación financiera y la presencia misma de partes con ciertos rasgos, además de la necesaria concurrencia de un tercer sujeto en vínculo colateral, el deudor cedido, alrededor del cual se realiza el estudio de mercado ante el riesgo latente de entrar en un estado de insolvencia y, por tanto, de afrontar dificultades en la asunción de pagos; de ahí la expresión jurídica y económica del fenómeno objeto de la presente investigación.

Si bien se alude al estudio de mercado en términos generales, comprendiendo a sujetos competidores, clientes y el entorno físico-virtual, para anticiparse a eventos económicos, en cambio adquiere un nuevo significado cuando tiene lugar en ocasión del contrato de factoraje, pues deviene en una obligación que recae sobre la situación financiera del deudor cedido.

Resulta de particular utilidad efectuar el estudio de mercado desde el método *credit scoring*, o calificación del crédito, basado en indicadores cuantitativos que responden a la liquidez, la actividad, la rentabilidad y el endeudamiento, en tanto coadyuva a preservarse del riesgo de impago, considerando el

desempeño económico del deudor. De igual manera no se puede obviar, como valor añadido, que el acertado estudio de mercado en condiciones de factoraje favorece la asunción por el factor de obligaciones concernientes a la selección de nuevos contratantes y a la asesoría contractual.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Calleja, D. (2017). *El contrato de factoring y la prenda de créditos futuros en sede concursal* [Tesis de maestría, Universidad Jaume I]. Repositorio U.JI. <http://repositori.uji.es/xmlui/handle/10234/167848>
- Camacho, M. E. (2012). Relieves prácticos de la prevalencia de una determinada causa en el *factoring*. *Revista E-Mercatoria*, 11(1), 332-369. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/emerca/article/view/3207/2853>
- Feijoo, B. y Guerrero, J. J. (2018). La investigación de mercados en redes sociales: conoce a tu consumidor por lo que publica en Facebook y Twitter. Análisis de caso de ADT Security Services en Chile. *Revista Vivat Academia*, (144), 19-35. <https://www.redalyc.org/journal/5257/525762351002/525762351002.pdf>
- Larrosa, M. (2001). *Contratos mercantiles modernos. El contrato de arrendamiento financiero en el Derecho salvadoreño*. Consejo Nacional de la Judicatura-Escuela de Capacitación Judicial.
- Leal, A. L.; Aranguiz, M.A. y Gallegos, J. (2018). Análisis de riesgo crediticio, propuesta del modelo credit scoring. *Revista Investigación y Reflexión*, 26(1), 181-207. <https://doi.org/10.18359/rfce.2666>
- Malikhatun, S. (2017). The model of factoring agreement to develop small medium enterprises in Indonesia. En E. Dobrescu (Ed.), *Recent ideas on economics, finance and business* (pp. 30-38). European Center for Science Education and Research.
- Mendoza, J. y Véliz, M. (2018). Impacto que genera la investigación de mercados en la toma de decisiones por la gerencia. *Revista ECA Sinergia*, 9(2), 68-79. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6726419>
- Nugent, M. (2021). La cesión de créditos en el sistema financiero. *Revista Lex*, (28), 15-40. <http://dx.doi.org/10.21503/lex.v19i28.2310>
- Ortega, P. (2018). *El factoring como instrumento de financiación de las empresas* [Tesis de maestría, Universidad Internacional de La Rioja]. <https://reunir.unir.net/handle/123456789/6641>

- Pedraza, M. A. (2021). *Modelo de credit scoring para evaluación crediticia de mipymes* (conferencia). 41 Jornadas Nacionales de Administración Financiera, Salta, Argentina. https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/sadaf/xli_jornadas/modelo-de-credit-scoring-para-evaluacion-crediticia-de-mipymes.pdf
- Pereira, J. C. y Varón, D. C. (2018). *Modelo de credit scoring alternativa para el análisis de crédito de empresas PYME de Bogotá* [Tesis de maestría, Colegio de Estudios Superiores de Administración]. Biblioteca Digital CESA. <https://repository.cesa.edu.co/handle/10726/1888>
- Pérez, G. y Delgado, J.A. (2020). *Crédito y factoraje: Una propuesta para dar liquidez a las Pyme*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Pérez, S.; Moreno, F. R. y Padrón, T. (2018). La innovación tecnológica y la investigación de mercado en el sistema empresarial cubano. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(1), 367-373. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v10n1/2218-3620-rus-10-01-367.pdf>
- Rodríguez, D. E.; Becerra, J. A., y Cardona, D. (2017). Modelos y metodologías de credit score para personas naturales: una revisión literaria. *Revista CEA*, 3(5), 13-28. <https://revistas.itm.edu.co/index.php/revista-cea/article/view/645>
- Sabuncu, B. (2017). Recognition of the factoring contracts within the scope of Turkey Accounting Standards with regard to the buyer and seller. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 6(1), 30-46. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v6i1.631>
- Stroeva, O.; Sukhorukova, N.; Tsvyrko, A. y Ivashchenko, T. (2015). Development of Factoring Marketing in Russia. *European Research Studies*, 18(3), 51-62. https://www.ersj.eu/repec/ers/papers/15_3_p5.pdf
- Uribe, H. (2015). El contrato de *factoring*: apuntes y comentarios. *Revista Criterios*, 8(2), 19-70. <https://doi.org/10.21500/20115733.2203>

Conflictos de intereses

El autor declara que no existen conflictos de intereses relacionados con el contenido de este artículo.