

PAPER DE CAPACITACION

ARRAYÁN FACTORING S.A.

Materia: Conceptos básicos del Factoring
Desarrollado por: Franco Cisternas Viertel

DEFINICION

El factoring es un contrato mediante el cual una empresa traspasa sus cuentas por cobrar, como facturas, cheques y letras, a cambio de obtener de forma inmediata el dinero que contienen esas cuentas por cobrar.

El factoring es una alternativa de financiamiento que se orienta de preferencia a pequeñas y medianas empresas y consiste en un contrato mediante el cual una empresa traspasa sus cuentas por cobrar y/o el servicio de cobranza futura de los créditos y facturas existentes a su favor y a cambio obtiene de manera inmediata el dinero a que esas operaciones se refiere, aunque con un descuento.

Por ejemplo, si la Empresa XYX ha hecho una venta y por ello tiene una factura para ser cancelada a 60 días por un valor de 1 millón de pesos, mediante el contrato respectivo se la entrega a Arrayán Factoring, la que le entrega de inmediato un monto de dinero equivalente al 95-98% de la factura descontando la diferencia de precio (tasa de interés), gastos y comisiones. Cuando se cumpla el plazo de 60 días ARRAYAN cobrará la factura original al deudor quien le pagará directamente y no a la Empresa XYX que le dio la factura, y obtendrá el monto total. El diferencial se denomina excedente y corresponde a una cuenta de resguardo, la que velará por cubrir posibles costos por moras en el pago de parte del deudor.

El Factoring además se ha visto reforzado por la Ley 19.983 promulgada en abril de 2005 (modificada y complementada por la ley 20.323), que le da herramientas al factoring para su operación, al delimitar de manera más clara las obligaciones que tienen quienes dan y reciben una factura de venta y a quienes como las empresas de factoring, trabajan como intermediarios de éstas.

El uso obligatorio de la factura electrónica desde 2014 y la última modificación a la ley de facturas, le otorga merito ejecutivo al documento a partir del día 8 desde su emisión, siempre y cuando no sea reclamada, objetada o rechazada por el deudor en dicho plazo, por medio del portal del Servicio de Impuestos Internos. Desde el día 9, el documento se entiende irrevocablemente aceptado, motivo por el cual el pagador se obliga a cancelar la factura a todo evento (excepto ante insolvencia financiera del pagador).

PARTES QUE INTERVIENEN

1. *Cliente (Cedente)*: Empresa que realiza ventas a plazo de sus productos o servicios, para luego ceder estas cuentas por cobrar a un cesionario o más conocido como factoring; por lo tanto es quien realiza la cesión de los créditos contenidos en las cuentas por cobrar.
2. *Factoring (Cesionario o Factor)*: Es quien financia la operación de cesión de créditos y quien además se hará cargo de la cobranza de las cuentas por cobrar del cedente hacia el deudor.

3. *Pagador (Deudor)*: Empresa o persona que compra los bienes o servicios del cliente, y es el deudor de los documentos transferidos a la empresa de Factoring.

BENEFICIOS Y VENTAJAS DEL FACTORING

1. **Anticipo de las cuentas por cobrar como facturas; Liquidez inmediata; Optimiza los flujos, transformando las ventas a crédito en ventas al contado.**

Mejora la liquidez de las empresas al operar sus cuentas por cobrar a plazo. Lo anterior, significa que se transforma en dinero, los documentos que están a plazo. Ello le permite a las empresas trabajar más tranquilas contando con la caja que requiere el negocio.

Le da la posibilidad de otorgar más plazo a sus clientes, siendo esto una potente herramienta comercial al momento de vender sus productos o servicios (hoy todos buscan más plazo para pagar), marcando de esta forma la diferencia entre una empresa y su competencia.

El anticipar las cuentas por cobrar permite realizar compras al contado accediendo a los beneficios que éste tipo de pago ofrece en el mercado, sobre todo descuentos por pronto pago.

2. **No representa endeudamiento en el sistema financiero y por lo tanto libera las líneas de crédito bancarias.**

Las operaciones de factoring no constituyen deuda financiera, es decir, no afecta las operaciones de crédito con los bancos de las empresas.

El factoring, además de una excelente herramienta de financiamiento, es también una opción cada día más usada para los efectos de cobranza. En efecto, además del financiamiento, las empresas obtienen el servicio de custodia de los documentos (ej, cheques y letras evitando un posible robo de los mismos), y la cobranza de los mismos.

3. **Apoyo a gestión de cobranza**

Las empresas delegan la cobranza de las facturas en una empresa especializada en la gestión de cobranza comercial permitiéndole “externalizar” esa importante función liberando a la empresa tiempo, para destinarlo al aumento de sus ventas.

Lo anterior crea un círculo virtuoso en relación a la “**Baja los costos de la empresa**”, ya que permite bajar los costos internos, debido a que ésta no pierde tiempo ni dinero cobrando las facturas que se le adeudan, toda la labor la realiza el factoring.

Todos los grandes canales de distribución (ej. D&S, Jumbo) aceptan que sus proveedores operen con factoring.

4. Apoyo administrativo

Entrega apoyo administrativo dando información relativa a las cuentas por cobrar, es decir el cliente podrá saber en tiempo real si algún deudor esta con problemas de flujo y como consecuencia tomar medidas para bajar la exposición y sus ventas y así evitar un riesgo de no cobro mayor.

TIPOS DE FACTORING

Factoring tradicional

Corresponde a operaciones de factoring con verificación, notificación al deudor y cobranza directa desde el factoring hacia el deudor. Normalmente el cliente no deja cheque en garantía de su empresa, a no ser de que riesgo considere necesario para fortalecer la operación.

Factoring Financiero

Corresponde a operaciones de factoring sin verificación ni notificación, además con cobranza delegada en el cliente. Estas operaciones pueden ser perfeccionadas al contar con el cuadruplicado de la factura para hacer el cobro a nombre del cliente. Estas operaciones siempre se acompañan con cheque en garantía del cliente y/o los socios de la empresa.

Historia de la Industria en Chile

La industria de factoring nace el año 1986 formalmente en Chile, con la constitución de la primera sociedad del giro, financiera Financo. La segunda compañía se integra 4 años más tarde, INCO FACTOR S.A., empresa que hoy representa Incofin SA. En el año 1994, se visualiza una mayor profundización del mercado con el ingreso de nuevos actores como Finersa (en la actualidad Rabobank ex HNS), Santander Factoring, Factoring Security y Bi Factoring (Hoy Tanner y ex Factorline).

A partir del año 2014, el mercado muestra un crecimiento constante en términos de número de participantes como también de clientes. Hoy en día, se estima que existen más de 100 empresas de factoring a lo largo de Chile con más de 45.000 clientes activos.

En consecuencia, se trata de una industria altamente competitiva, con colocaciones a diciembre de 2017 estimadas en torno a los de \$2.900.000 millones (Factoring agrupados a esa fecha en Achef \$2.200.000; Factoring agrupados en Empresas de factoring de Chile AG \$300.000; Otros \$300.000); lo que hace suponer un volumen de operaciones anual en torno a los \$9.000.000 millones.

Tomando el punto de las asociaciones, se identifican 2 agrupaciones:

- Asociación Chilena de Factoring (ACHEF): Reúne a 10 empresas competidoras (Bice, Tanner, Consorcio, Security, Scotiabank, Finameris, Eurocapital, Incofin, Banco Internacional y Primus Capital). Hasta hace un tiempo, esta asociación congregaba solo factoring bancarios y aquellos que alguna vez dependieron de bancos, como Tanner e Incofin, sin embargo la coyuntura hizo que empresas como BCI y Santander salieran de la asociación, principalmente por el riesgo de colusión que podía significar el envío de información a la asociación.

- Empresas de Factoring de Chile AG: Reúne 22 empresas (Avanza, Banfactoring, Baninter, BHV Capitales, Coval, Crecer, Euroamerica, e Capital, Factoring y Finanzas, Logros, Mercantil, Factoriza, Factor Plus, Latam Factors, Liquidez, Orsan, Omega, Penta Financiero, Proyecta Capital, Progreso, SMB Factoring).

A este grupo de competidores, debemos agregar factoring bancarios como BCI (N° 1 de la industria en términos de colocaciones y número de clientes), Santander, Banco de Chile, BBVA, Itau-Corpbanca; además de factoring privados como Nuevo Capital, Interfactor, ACF Capital, Factotal, CBP Financia, Banpro, entre otros.

Colocaciones por actividad económica

Dentro de las colocaciones por actividad económica destaca a nivel industrial la concentración con el sector comercio, el que representa un 24% del total, seguido por construcción y manufactura con un 17 y 15% respectivamente

BREVE ANALISIS SECTOR INDUSTRIAL

Estamos en presencia de una industria fragmentada tanto a nivel regional como nacional. En la región metropolitana se identifican más de 80 competidores, con colocaciones entre MM\$1.000 y MM\$250.000. Bajo este escenario y a nivel industrial, el poder de negociación de los clientes puede ser entendido como medio alto, gracias a la gran cantidad de oferta presente, tanto en compañías relacionadas a la banca como también en el sector privado, lo que sumado a un costo de cambio medio bajo, incrementa el poder de negociación de los clientes.

La contra parte, es que la industria en su conjunto posee más de 40.000 clientes activos, con concentraciones de stock por cliente en relación al total de la colocación por cesionario menor al 3,5% en promedio, razón por la cual el número de clientes de importancia es bajo, haciendo caer su poder de negociación en terminas individuales; No se aprecian gremios de empresas que concentren poder de negociación con compañías de factoring.

En términos de integración vertical hacia adelante, se debe diferenciar el tipo de cliente; mientras en los corporativos (normalmente clientes de bancos), existe riesgo de integración hacia compañías privadas (Ejemplo Go Factoring, perteneciente al grupo Frutos del Maipo). Cabe destacar, que el 97% de los clientes corresponden a pequeñas y medianas empresas, por lo que en términos absolutos, el riesgo de integración es bajo, principalmente por los costos asociados de la puesta en marcha y por consiguiente requisito de capital, lo que reduce el poder de negociación de los clientes.

Podemos concluir, por lo tanto que el poder de negociación de los clientes es medio bajo, principalmente por el bajo peso relativo que representa cada cliente en la cartera global de cada una de las compañías, incrementado solo por el efecto oferta existente en el mercado (alta tasa de reemplazo y bajo costo de cambio para el cliente).

En relación a las barreras de entrada, se aprecia una alta barrera en relación a la concentración del requisito de capital, dada la nula exposición crediticia por parte de la banca en términos de apalancamiento inicial a potenciales nuevos entrantes, situación que ha sido atenuada por la introducción de fondos de inversión con un peso preponderante en el financiamiento de nuevos competidores; aun así, la barrera es alta en relación al requisito de capital, sin embargo consideramos como la principal barrera de entrada la curva de experiencia y aprendizaje asociada a la antigüedad de quienes compongan el equipo directivo y ejecutivo.

La generación de economías de escala es otra fuerte barrera identificada, dado que en la medida que las compañías aumentan su curva de experiencia y aprendizaje, comienzan a administrar un mayor número de clientes por ejecutivo, luego incrementan el monto de stock y por consiguiente los ingresos generados y el patrimonio de la compañía. Se aprecian por tanto economías de escala creciente en los competidores actuales, lo que permite optimizar las fuentes de financiamiento y generar mayor eficiencia en el costo de fondo (principal costo directo de en las compañías de factoring).

El reconocimiento de marca también aumenta las barreras, pero no se considera como determinante dentro del análisis, dado que la construcción marcaría está muy apalancada en los inicios de las compañías por el endorsement de los socios, lo que mejora el branding de corto plazo. Se aprecia aun así, un posicionamiento de las marcas líderes del sector pero que no es impedimento para la entrada de nuevos actores. Barrera baja.

No se aprecia diferenciación del producto base, ya que se percibe por el consumidor, como un instrumento más de financiamiento; si analizamos los servicios complementarios y principalmente de back office, vemos diferenciaciones asociadas al modelo de negocio de cada compañía. Tiempos de respuesta, horarios de recepción de operaciones, liberación de excedentes, gestión de cobranza y retiro de documentos, son los principales elementos valorizados por los clientes al momento de hablar de diferenciación.

El costo de cambio de los clientes es medio alto, principalmente por la “habituación” a la dinámica de la operatoria de cada compañía, así como también los precios asociados. Existe una reticencia media al cambio, principalmente a causa de miedos en el no cumplimiento de los acuerdos por parte del factoring. Es preciso señalar, que en promedio cada empresa pyme mantiene línea de factoring vigente en 3 compañías de factoring.

El acceso a los canales de distribución, es una barrera baja, principalmente por la tecnología que existe hoy en el mercado. Por el contrario, hoy el acceso a alta tecnología incrementa las barreras a causa de programas y software de inteligencia de negocios como cesión electrónica, e factoring, scoring por algoritmo de comportamiento, entre otros.

Por consiguiente las barreras de entrada identificadas son altas, lo que hace que el sector industrial presente alta atraktividad a la hora de invertir.

Si consideramos al factoring como un instrumento financiero destinado a otorgar liquidez y por consiguiente capital de trabajo a las empresas, se identifica a la banca tradicional con productos sustitutos al factoring. Créditos bullet, renovables, en cuotas, leaseback, warrant, ordering, entre otros son considerados sustitutos. A pesar de aquello, el costo de cambio para el cliente es alto considerando que todos los sustitutos constituyen deuda y por lo tanto incrementan la estructura de pasivos de las pymes; por el contrario, el factoring es la optimización de un activo inmovilizado llamado cuenta por cobrar. Por otra parte, la disponibilidad de líneas bancarias para el segmento de clientes más relevante de factoring, es limitada y no alcanza a generar encaje con el 100% de los requerimientos de capital de trabajo.

Podemos concluir por lo tanto, que la amenaza de los sustitutos es media baja.

El factoring es una industria que ha crecido en los últimos 5 años a tasas de 2 dígitos, con una penetración cada vez mayor sobre la Pyme. Este crecimiento ha generado una moderación en los niveles de rivalidad competitiva, lo que permite márgenes atractivos de rentabilidad para el sector.

Por otra parte, el nacimiento de nuevas empresas en los últimos 10 años, ha poblado de una mayor oferta a la industria, situación que si ha producido un aumento en la rivalidad. Nuevos modelos de negocios, como el crowdfunding (cumpro, becuil, facturado, redcapital), profundizan el ambiente competitivo del sector.

El costo fijo o de almacenamiento, se entiendo como el costo de oportunidad de tener los fondos inmovilizados en caja por más de 24 horas, lo que genera un aumento en la rivalidad y muchas veces guerra de precios que favorece al cliente; este punto genera un aumento en rivalidad competitiva.

Como se mencionó anteriormente, estamos en presencia de una industria fragmentada, con más de 80 competidores, con colocaciones por MM\$3.470.214, de las cuales un 66% corresponde a la industria bancaria y unos 34% a factoring privados (El porcentaje de privados aumenta a un 42% si se incluye a Factoring Security). Como consecuencia de ello, no existe equilibrio entre competidores, razón por la cual la rivalidad disminuye en este sentido a nivel industrial.