

192



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
CUAUTITLAN

2001

LA FUNCION CREDITICIA Y DE COBRANZA

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CONTADURIA
P R E S E N T A N :
GUILLERMO ULLOA OREA
JOSE MANUEL VILLAVERDE MONDRAGON

ASESOR: L.C. ALEJANDRO AMADOR ZAVALA

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEXICO

2001



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN
UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES

ASUNTO: VOTOS APROBATORIOS

EXAMENES PROFESIONALES

DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO
DIRECTOR DE LA FES CUAUTITLAN
P R E S E N T E

ATN: Q. Ma. del Carmen García Mijares
Jefe del Departamento de Exámenes
Profesionales de la FES Cuautitlán

Con base en el art. 28 del Reglamento General de Exámenes, nos permitimos comunicar a usted que revisamos la TESIS:

La Función Crediticia y de Cobranza

que presenta el pasante: José Manuel Villaverde Mondragón
con número de cuenta: 8509942-7 para obtener el título de
Licenciado en Contaduría

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO

ATENTAMENTE
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Méx. a 31 de enero del 2001.

PRESIDENTE L.C. Alejandro Amador Zavala

VOCAL C.P. Rafael Cano Razo

SECRETARIO L.C. Rolando Sánchez Peláez

PRIMER SUPLENTE L.C. Francisco Alcántara Salinas

SEGUNDO SUPLENTE L.C. Olga Antonio Luco



FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLAN
 UNIDAD DE LA ADMINISTRACION ESCOLAR
 DEPARTAMENTO DE EXAMENES PROFESIONALES

ASUNTO: VOTOS APROBATORIOS

REGISTRAR LA FES CUAUTITLAN
 ADOBE
 MEXICO

DR. JUAN ANTONIO MONTARAZ CRESPO
 DIRECTOR DE LA FES CUAUTITLAN
 PRESENTE

ATN: Q. Ma. del Carmen Garcia Mijares
 Jefe del Departamento de Exámenes
 Profesionales de la FES Cuautitlán

Con base en el art. 28 del Reglamento General de Exámenes, nos permitimos comunicar a usted que revisamos la TESIS:

La Función Crediticia y de Cobranza

que presenta el pasante: Guillermo Ulloa Orea
 con número de cuenta: 8603174-9 para obtener el título de
Licenciado en Contaduría

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO

ATENTAMENTE
 "POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Méx. a 31 de enero del 2001.

PRESIDENTE	<u>L.C. Alejandro Amador Zavala</u>	
VOCAL	<u>C.P. Rafael Cano Razo</u>	
SECRETARIO	<u>L.C. Rolando Sánchez Peláez</u>	
PRIMER SUPLENTE	<u>L.C. Francisco Alcántara Salinas</u>	
SEGUNDO SUPLENTE	<u>L.C. Olga Antonio Luco</u>	

DEDICATORIA

A MI ESPOSA

A MI HIJO

A MIS PADRES

A MIS HERMANOS

A MIS COMPAÑEROS

Y A TODOS AQUELLOS QUE YA NO ESTAN CON NOSOTROS

MANUEL

DEDICATORIA

A MI ESPOSA

A MI HIJA

A MIS PADRES

A MIS HERMANOS

A JUANITA

A TODOS MIS COMPAÑEROS

Y A TODOS AQUELLOS QUE YA NO ESTAN CON NOSOTROS

GUILLERMO

LA FUNCION CREDITICIA Y DE COBRANZA

INTRODUCCION

CAPITULO I

FINANZAS

- 1.1 Concepto
- 1.2 Evolución
- 1.3 La Función Financiera
- 1.4 Administración Financiera
- 1.5 El Ejecutivo Financiero
- 1.6 Areas de Acción y El Accionar Financiero

CAPITULO II

EL CREDITO

- 2.1 Concepto
- 2.2 Evaluación del Riesgo
- 2.3 Clases de Crédito
- 2.4 Fuentes de Información del Crédito
- 2.5 Fijación de Políticas

CAPITULO III

LA COBRANZA

- 3.1 Concepto
- 3.2 Objetivos
- 3.3 Análisis de la Antigüedad de Saldos
- 3.4 Análisis de la Rotación de la Cartera
- 3.5 Fijación de Políticas
- 3.6 Métodos de Cobranza Vencida

CAPITULO IV

ADMINISTRACION FINANCIERA DEL CREDITO

- 4.1 Concepto
- 4.2 Documentos como Garantía Colateral
- 4.3 Factoraje
- 4.4 Costo de Financiamiento de Cuentas por Cobrar
- 4.5 Integración de Políticas de Crédito y Cobranzas

CASO PRACTICO

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCION

En la actualidad, es de suma importancia que el personal que este a cargo del Departamento de Crédito y Cobranzas este preparado para la pronta recuperación de los activos de la Empresa, ya que en tiempos de crisis es mucho más sano una cobranza oportuna realizada por personal capacitado para dicho fin; que un financiamiento externo.

Por lo anterior será necesario presentar al ejecutivo de Crédito las herramientas que en la actualidad son necesarias para una pronta recuperación de los créditos otorgados, dando como resultado una cartera sana.

El presente trabajo esta diseñado para que el ejecutivo de Crédito tenga en sus manos una herramienta que le ayude a solventar los problemas que se le pueden presentar al llevar a cabo su función principal (la recuperación oportuna de los créditos), y así ser parte fundamental para el desarrollo de su empresa, ya que aquellas grande Empresas son las que tienen cuentas sanas que les permite generar mayores utilidades, tanto para los accionistas como para cualquier persona que tenga un trato directo con la misma (trabajadores, clientes, proveedores, etc.).

CAPITULO I: FINANZAS

1.1 CONCEPTO

A continuación se presentaran algunas definiciones de lo que varios autores señalan que son las finanzas:

"La función que tiene como objetivo maximizar el patrimonio de la empresa, mediante la relación de actividades de análisis, planeación y control financiera, la obtención optima de recursos monetarios".

García León Salvador

La micro, pequeña y mediana empresa.

En el diccionario de contabilidad, se define a las finanzas como: "Disciplina que proporciona los conocimientos básicos para determinar las necesidades monetarias de una empresa y su satisfacción".

Según Richard A. Atevenson en su obra: Fundamentos de Finanzas, las define por: "El medio para obtener fondos y los métodos para administrar y asignar estos fondos".

Las finanzas las describe Lawrence D. Schall en su obra: Administración Financiera como lo siguiente. "Son un cuerpo de hechos, principios y teorías, relacionadas con la búsqueda de prestamos y la utilización del dinero por individuos, negocios y gobierno".

El IMPC las define como: "Las finanzas en la empresa, constituyen la actividad por la cual el administrador prevé, Planea, organiza, Interpreta, Dirige y Controla la inversión y la Obtención de recursos materiales".

La palabra finanzas viene del Francés "FINANCES", y esta de la palabra latina "FINATO", que proviene de la raíz "FINIS" que significa acabar o poner termino mediante paga. En su origen, financiar es pagar y su sentido se ha extendido a la manera de obtener dinero y a su empleo.

A nuestro punto de vista, podemos decir que las finanzas son el análisis, la planeación y el control, para la correcta obtención y aplicación de los recursos que cualquier entidad requiere, así mismo nos permiten tomar las decisiones correctas, con el propósito de obtener el máximo rendimiento sobre la inversión. Lo anterior es aplicable tanto en el sector privado como en el público.

1.2 EVOLUCION DE LAS FINANZAS

Las finanzas aparecen, desde que el hombre empieza a realizar las actividades de comercio en este caso desde que aparece el trueque, ya que este permite el intercambio de mercancías entre dos o más individuos, los cuales ponían condiciones a sus mercancías para poder realizarlo, esto es ellos mismos decidían cuantas piezas valía una de sus piezas de intercambio. Con esto podemos decir que las finanzas aparecen por primera vez, ya que estos mismos hombres deciden cuantas piezas deben de poner en el mercado para satisfacer sus propias necesidades.

Las finanzas se ven mas claramente en la década del feudalismo, la cual se caracteriza porque el señor feudal que es el dueño de grandes extensiones de tierra, determina a sus súbditos cuanta mercancía se le debe entregar por permitirseles trabajarlas, desde ahí aparece la planeación y el control sobre la inversión del señor feudal.

Posteriormente el desarrollo financiero se empieza con el incremento del comercio y la demanda por prestamos comerciales a corto plazo y métodos para negociar en moneda extranjera, lo cual comienza en Europa occidental durante el siglo XII. En este periodo surgen contratos de deuda a largo plazo de varias clases (Hipotecas de raíz y bonos), que algunos gobiernos emiten en ciudades independientes de Italia, Alemania y Holanda, desarrollándose mercados secundarios para ello.

Durante este periodo se vio también desarrollado la aparición de Bancos patrocinados por el Gobierno estableciéndose el Banco de Inglaterra en 1654. La naturaleza limitada de las instituciones financieras y la falta de grandes corporaciones privadas, es lo que distingue a este periodo de la época moderna.

Con la Revolución Industrial, aparecen las relaciones de producción capitalista, las cuales se caracterizan por la utilización de maquinarias y procedimientos adecuados para la producción en masa, sin dejar fuera los mecanismos de control. La industrialización se extiende por todo el país y el problema más importante al que se enfrentan los negocios, es a la obtención de capital para la ampliación de sus operaciones, dando con esto una gran evolución a las finanzas.

Los mercados financieros eran relativamente primitivos, ya que las transferencias de fondos de los ahorradores individuales hacia los negocios eran mucho más difíciles. Las finanzas se ocupaban principalmente hasta 1920, de aspectos legales como son: las fusiones, consolidaciones, formaciones de nuevas empresas, de los diversos tipos de valores que se emitan las mismas, con esto, los administradores financieros se responsabilizaban de la obtención de fondos. Durante 1930 con la depresión del decenio, ocurrieron cambios radicales, hubo una década de catástrofes financieras y con ello la preocupación financiera de la estructura del capital, ya que los fracasos empresariales que ocurrieron en este periodo hicieron que las finanzas se concentraran en la banca rota y en la reorganización en la liquidez corporativa y en las disposiciones gubernamentales de los mercados de valores.

Con los disturbios mundiales durante el Siglo XX y a principios de la Segunda Guerra Mundial (1939), nace la inquietud de aprovechar al máximo los recursos de las empresas y evitar su desperdicio, surgiendo con esto la necesidad de desarrollo del área de Finanzas como tal, la cual se encamina a la maximización de los recursos a través de las funciones financieras.

1.3 LA FUNCION FINANCIERA

La función financiera es la adecuada obtención de los recursos para maximizar el valor de la empresa y proporcionar beneficios a la sociedad. Es considerada como la responsabilidad del ejecutivo financiero, el cual escoge las decisiones financieras óptimas de entre las diversas alternativas que se den en cada caso.

La función financiera está concentrada en políticas de decisión y acciones ejecutivas, las cuales tienden a manifestar y optimizar el valor actual de la empresa, así como su contribución al medio socioeconómico en el que se desenvuelven, todo esto a través del adecuado equilibrio y riesgo y concentrándose en los siguientes elementos:

- I. **POLITICAS DE DECISION Y ACCIONES EJECUTIVAS.**- Fijando objetivos, métodos, y estableciendo normas que dirijan y orienten la acción en materia financiera.

- II. **MAXIMIZAR EL VALOR ACTUAL DE LA EMPRESA.**- Enfocadas a la capacidad de generación de utilidades suficientes en el futuro (lejano y cercano).

- III. **CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOCIO-ECONOMICO DEL PAIS.**- Esta contribución se logra desarrollando su nivel de vida, su capacidad de compra y su potencial de mercado del cliente, es decir, creciendo la empresa eficientemente podrá permitir que sus empleados y el medio ambiente en que se desarrolla tengan el mismo crecimiento.

- IV. **EQUILIBRIO ENTRE RENTABILIDAD Y RIESGO.**- Esto es a mayor financiamiento con pasivos, mayor rentabilidad del capital propio, manteniendo el equilibrio entre el financiamiento del pasivo y el capital propio, para no perder estabilidad y con ello obtener una rentabilidad óptima con relación al riesgo de financiamiento.

La función financiera puede dividirse en tres áreas de decisión o decisiones financieras, las cuales se encuentran localizadas en todas y cada una de las áreas funcionales de la empresa, y son:

DECISIONES DE INVERSION.- Las cuales nos permiten decidir donde invertir los fondos y en que proporción. Estas decisiones involucran la renunciación de los recursos cuando un activo deja de ser rentable. Por lo tanto las decisiones de inversión determinan el monto total de los activos de la empresa.

DECISIONES DE FINANCIAMIENTO.- Estas decisiones nos ayudan a elegir de donde obtener los fondos y en que proporción, consistiendo en determinar la optima combinación de fuentes de financiamiento que contribuya a maximizar el valor de la empresa. Por lo tanto, las decisiones de financiamiento determinaran los montos de los pasivos y el capital de la empresa.

DECISIONES DE POLITICAS DE DIVIDENDOS.- Las cuales determinan como habrá de remunerar a los accionistas de la empresa. Las decisiones de los dividendos, comprenden la proyección de los porcentajes de utilidad que se pagan a los accionistas como dividendos en efectivo o en acciones, así como de la estabilidad de los dividendos a través del tiempo y el rescate de las acciones

1.4 LA ADMINISTRACION FINANCIERA

La administración financiera es para el ejecutivo financiero la maximización del patrimonio de los accionistas de la empresa, a través de la correcta consecución, manejo y aplicación de los recursos financieros que requiere la entidad, es decir, conseguir dinero de una manera inteligente (menor costo y restricciones), manejar adecuadamente dichos recursos, destinándolos a los activos de la empresa más rentables, para obtener mayor beneficio de ellos.

Una combinación optima de los tres tipos de decisiones permite elevar al máximo el valor de las empresas a sus accionistas, acreedores en general e inversionistas interesados en ella, además que esto constituye la función principal de la administración financiera.

Para lo anterior, el hombre de negocios requiere de información financiera oportuna, confiable y accesible y en forma cuantitativa para que le ayude a fortalecer su juicio o decisión sobre los asuntos de la organización, los cuales son:

- a) Coordinar actividades.
- b) Captar, medir, planear y controlar las operaciones diarias.
- c) Estudiar las fases del negocio.
- d) Contar con sistemas de información.

Con esto se define a la información financiera como el conjunto de documentos, elementos y situaciones que se requieren para poder realizar de la mejor manera las operaciones de una entidad, sea cual sea esta.

La principal fuente de información de que disponen los ejecutivos financieros, para llevar a cabo su labor, son los Estados Financieros los cuales son documentos contables que se formulan con el objeto de suministrar información periódica a los propietarios, administradores, acreedores y público en general de la situación y desarrollo financiero a que ha llegado la empresa, como consecuencia de sus operaciones realizadas. Es por lo anterior que gran parte de la información que se analiza para la toma de decisiones, emana de los Estados Financieros, de ahí que sea esencial para el ejecutivo financiero comprender el potencial y las deficiencias que emanan de esa información.

La información financiera le interesa básicamente a un grupo de personas que son:

- | | |
|-----------------------|---|
| Internas o Directas | <ul style="list-style-type: none">a) Dueños y accionistasb) Ejecutivos y funcionariosc) Obreros y empleados |
| Externas o Indirectas | <ul style="list-style-type: none">d) Proveedores y acreedores en generale) Inversionistasf) Instituciones bancariasg) Dependencias gubernamentales |

A estos grupos les interesa fundamentalmente información respecto a:

- a) **Dueños y accionistas:** La rentabilidad (productividad) de su inversión, como ha sido aplicada, si sobra o falta, cuanto tiene la empresa y los resultados que se obtienen en cada periodo.
- b) **Ejecutivos y funcionarios:** Si las políticas administrativas han sido adecuadas, si los planes y presupuestos fueron desarrollados de acuerdo a lo previsto o poder determinar las fallas en la estructura financiera para corregirlas y controlar su desarrollo y sobre la base de esto poder tomar decisiones adecuadas a la entidad.
- c) **Obreros y Empleados:** Les interesa conocer los resultados a que ha llegado la empresa, con la finalidad de participar en las utilidades que por ley le corresponden.
- d) **Proveedores y acreedores en general:** Como información base para el otorgamiento, aumento o suspensión de líneas de crédito, así como para la ampliación o reducción de los plazos de pago.
- e) **Inversionistas:** Proporcionándoles elementos de juicio que les permitan considerar invertir o no en las empresas.
- f) **Instituciones bancarias:** Para otorgar o no a la empresa créditos, financiamientos, así como otros servicios que ellas prestan.
- g) **Dependencias gubernamentales:** Para vigilar el pago de los impuestos, derechos y obligaciones, así como para fines de datos estadísticos.

1.5 EL EJECUTIVO FINANCIERO

El ejecutivo financiero o administrador financiero, es el encargado de ejecutar y controlar que las tres funciones financieras tengan la combinación óptima para que se logre la maximización del valor de las empresas.

Por lo tanto la meta del administrador financiero consiste en planear, obtener y usar los fondos para maximizar el valor de la organización. Existen varias tareas involucradas para estas actividades. Primero, durante la planeación y preparación de pronósticos, interactúa con los ejecutivos que dirigen las actividades generales de planeación estratégica.

Segundo, esta relacionado con las decisiones de inversión y de financiamiento y con sus interacciones, ayudando a elaborar las decisiones específicas que se deban tomar, y a elegir las fuentes y formas alternativas de fondos para financiar dichas inversiones. Las variables de decisión incluyen fondos internos y externos, fondos provenientes de deudas, fondos aportados por los propietarios y financiamientos a largo plazo.

Tercero, interactúa con otros administradores funcionales para que la organización opere de manera eficiente. Todas las decisiones de negocios tienen implicaciones financieras.

Cuarto, vincula a la empresa con los mercados de dinero y capitales, ya que es de ellos donde se obtienen los fondos y donde se negocian los valores de la empresa.

Las responsabilidades básicas del administrador financiero se relacionan las decisiones sobre inversiones y con la forma en que estas son financiadas. Al desempeñar éstas funciones, su responsabilidad mantiene una relación directa con las decisiones fundamentales que afectan el valor de la empresa.

1.6 AREAS DE ACCION Y EL ACCIONAR FINANCIERO

Para poder llevar a cabo su función, el ejecutivo financiero debe conocer las áreas de acción de las finanzas las cuales son:

- 1) El análisis financiero
- 2) La planeación financiera
- 3) El control financiero
- 4) La toma de decisiones

1) El análisis financiero: Ya que los estados financieros muestran la situación y desarrollo financiero a que ha llegado una empresa como consecuencia de sus operaciones realizadas y que estas se realizan bajo la dirección de la administración, se concluye que los estados financieros son la expresión cuantitativa de los resultados obtenidos por la administración en su actuación. Es la habilidad y la visión del factor humano quien da curso y determina los resultados que se obtengan.

El análisis nos permite hacer una mención adecuada de los resultados obtenidos por la administración y tener una base apropiada para emitir una correcta opinión sobre las condiciones financieras de la empresa y sobre la eficiencia de la administración; así como el descubrimiento de hechos económicos referentes a la misma. Es por eso que el análisis de los estados financieros es un instrumento más para que el administrador financiero pueda satisfacer su innato deseo de llegar a ser siempre más eficiente.

2) La planeación financiera: Es una herramienta que aplica el administrador financiero para la evaluación proyectada, estimada o futura de una empresa; que reúne un conjunto de métodos, instrumentos y objetivos con el fin de establecer en la empresa los pronósticos, las metas económicas y financieras por alcanzar, tomando en cuenta los medios que se tienen y los que se requieren para lograrlos.

3) El control financiero: Es el proceso en el cual se miden los resultados que se van presentando dentro de la planeación financiera con relación a los métodos, instrumentos y objetivos establecidos, permitiendo el detectar errores o desviaciones existentes entre la planeación y la ejecución para que sean corregidos, y así asegurar la obtención de los resultados esperados por la empresa, los cuales están determinados por el administrador financiero.

4) La toma de decisiones: Todas las operaciones realizadas por una entidad, son repercusiones de una serie de decisiones, las cuales están basadas en información contable; la cual nos permite conocer que se hizo bien o mal y que se debe hacer, como fijar pronósticos, efectuar acciones correctivas, necesarias para asegurar el logro de los objetivos, y esto se realiza gracias a que los estados financieros al ser analizados por diversas técnicas, interpretados y evaluados, proporcionan al gerente financiero planes y proyectos que contemplan el aprovechamiento de los recursos de la entidad, a la vez que representan la alternativa más lógica, realista y conveniente para la toma de decisiones.

Además de que la información que proporcionan los estados financieros, aunada a la información de factores internos y externos que influyen en la situación financiera de la empresa, le permitirá al ejecutivo financiero tomar decisiones sobre las principales áreas de la entidad, como son:

- Mercadotecnia: Tomar decisiones sobre el incremento de precios, reducirlos o mantenerlos, fomentar la publicidad o propaganda, hacer investigación de mercado para saber si sus productos satisfacen las necesidades y gustos del consumidor.

- Producción: Permitiendo tomar decisiones sobre los niveles de inventarios, cantidad y calidad de los productos, mantenimiento de la maquinaria, cambios en las políticas de compras, implantación de cambios tecnológicos relacionados con la actividad del negocio y la disminución de los costos de producción.

- Recursos humanos: Sobre la capacitación necesaria de los obreros y empleados para un mejor desempeño en el trabajo, mejorar los incentivos para incrementar el rendimiento y eficiencia de los

obreros, prestar mayor atención a los accidentes de trabajo y reducir con ello el pago de indemnizaciones, etc.

- Finanzas: tomar decisiones respecto a:

A. El monto de las utilidades a retener con él propósito de reinversión

B. El total de financiamientos externos requeridos, así como el plazo de pago de ellos y su costo, así como observar los montos y la procedencia de los fondos generados internamente.

C. La liquidez que requiere la entidad para sus necesidades presentes y futuras y poder tomar decisiones sobre los recursos necesarios, para la compra de materia prima, el pago de los sueldos y salarios, inversiones en bienes permanentes.

Para que las recuperaciones financieras sean favorables a la entidad, se deberán coordinar los objetivos y políticas específicas de las áreas de mercadotecnia, producción, recursos humanos y finanzas, para el logro de los objetivos generales de la empresa.

CAPITULO II: EL CREDITO

2.1 CONCEPTO

La palabra crédito se deriva etimológicamente de la palabra latina "credo", la cual significa creo y a su vez, esta es el resultado de la combinación de otras dos que son "Crad" que en sánscrito quiere decir confianza y del latín "Do" que significa otorgar, o sea, que Crédito quiere decir otorgar confianza.

"Crédito es el permiso para usar el capital de otro"

John Stuart Mill
Economía Política

"Crédito es el poder para obtener bienes y servicios, por medio de la promesa de pago en una fecha determinada en el futuro"

Joseph Frenum Johnson
El Dinero y la Circulación

Richard P. Ettinger y David E. Gulieb, mencionan otras definiciones de Crédito:

- Es un derecho presente a pago futuro
- Es un medio de cambio que puede ser llamado "Dinero Futuro", y como tal, provee el elemento tiempo en las transacciones comerciales que hacen posible a un comprador satisfacer sus necesidades a pesar de su carencia de dinero para pagar en efectivo.
- Es una promesa de pago documentada que manifiesta una transacción formal de crédito.

Se puede definir el crédito como la confianza otorgada o recibida para obtener bienes y servicios, sin tener dinero en efectivo, a través de una promesa de pago en el futuro.

El Crédito es credibilidad. El cliente hace la promesa de pagar, y el comerciante cree en la promesa, permitiéndole que se lleve mercancía sin recibir algo tangible a cambio. Pero recibe algo intangible a cambio - la promesa de pago -.

Debido al crédito del cliente, a que se le puede creer esa promesa, tiene un valor real, un valor que se puede medir con precisión.

Una transacción de crédito, no es sino dar algo en función de una promesa de pago en el futuro.

El tiempo y el riesgo quedan implícitos cuando se habla de créditos. El tiempo porque cada operación se realiza a plazos. El riesgo porque, la apertura de cada cuenta de crédito, implica la posibilidad de convertirse en incobrable, esto si no se han tomado los debidos recaudos para que no sea así.

2.2 EVALUACION DEL RIESGO.

ELEMENTOS O BASES DEL CREDITO.

Para analizar los riesgos del crédito, el gerente de crédito debe observar un equilibrio conveniente entre las consideraciones morales y materiales de cada posible cliente, así mismo se deberá preguntar: ¿Pagará? (Esto comprende a la personalidad). Si la respuesta es satisfactoria, deberá preguntarse: ¿podrá pagar? (Esto comprende tanto la capacidad como el capital). Personalidad, capacidad, capital y condiciones, son términos que deben ser examinados por el gerente de crédito para llegar a determinar los riesgos del crédito.

PERSONALIDAD. La personalidad, que algunos llaman " carácter" y otros "conducta", en su aceptación general dicen Ettinger y Golieb significa la naturaleza íntima del individuo, puede ser buena, mala y algunas veces regular. En nuestro concepto, la personalidad constituye la principal consideración para determinar los riesgos del crédito; para nosotros significa responsabilidad moral, la absoluta honradez e integridad.

Francisco H. Mosti (** año, p.197) dice a este respecto que el carácter es "la voluntad que tiene el deudor de pagar el crédito que se le ha concedido "

El carácter es la más importante cualidad que debe tener un cliente para obtener un crédito, ya que significa el grado de honorabilidad e integridad para poder cumplir el compromiso de pago, no obstante exista cualquier situación difícil en su contra. Es la responsabilidad moral, la cual debe evaluarse a través de la conducta del individuo y su reputación comercial.

CAPACIDAD. Las normas más importantes para medir la capacidad individual para pagar son, la educación, el entrenamiento, la experiencia y la habilidad para aplicarlas a su máximo rendimiento para subsistir. La edad, la salud y responsabilidades personales, son normas secundarias, pero importantes.

La capacidad de pago se determinara por los logros que se va forjando un individuo, ya sea por ascensión de puestos de mayor responsabilidad en su trabajo, o si ha ido de buenos a mejores trabajos. La estabilidad en el empleo también se considera al evaluar la capacidad de pago.

La capacidad de un negocio, se determina por los atributos señalados anteriormente y la habilidad comercial del propietario o gerente.

Los atributos siguientes determinan la habilidad comercial:

1. Buena salud física y mental - energía y recursos suficientes, agresividad y astucia, temperamento y sentido común.

2. Mando e iniciativa - habilidad para organizar, manejar y dirigir los esfuerzos de los subordinados sin que haya resentimientos.

3. Competencia técnica - a través del conocimiento de los ramos particulares del negocio y sus operaciones, incluyendo las ventajas de las localidades y de la habilidad para aplicar este conocimiento a una empresa.

La habilidad comercial se revela por los historiales de una empresa, esto es si muestra desarrollo constante y utilidades, si aprovecha los descuentos, si paga al vencimiento, con esto el gerente de crédito debe dar por asentado el tener buena habilidad comercial.

CAPITAL. Cuando los prestamos son relativamente grandes, el capital es factor importante ya que en la mayoría de estos casos debe ofrecerse alguna garantía como condición de crédito.

En la evaluación de riesgos, el capital quedará limitado al dinero disponible a los acreedores a través del correspondiente proceso de ley.

CONDICIONES. Las condiciones extrañas fuera del control del acreedor o del solicitante, afectan el riesgo del crédito, ya que estas afectan a la capacidad y al capital. Estas dos deben de considerarse desde el punto de vista de probables condiciones desfavorables, ya que un serio agotamiento en el capital de un negocio pone en gran tensión la capacidad de un hombre de negocios.

En algunas industrias y localidades los elementos de temporada son de una condición vital. Cuando una cosecha esperada no se logra, puede debilitar los fondos de una comunidad entera. Un negocio que durante años ha gozado de las ventajas de un monopolio en una comunidad, puede perder mucho de su mercado si su territorio es invadido por un fuerte competidor.

El estudio de estas cuatro funciones es lo que se conoce como el análisis de riesgo, y es fundamental su conocimiento por parte del ejecutivo de crédito para poder tener beneficios en el otorgamiento del crédito.

2.3 CLASES DE CREDITO

El crédito puede clasificarse de diferentes maneras, pero a continuación se listan las clases de crédito de acuerdo con el tipo de transacción crediticia por la cual se establece. Sobre estas bases, el crédito se clasifica en:

1. Crédito al detallista.
2. Crédito de prestamos individuales.
3. Crédito mercantil.
4. Crédito comercial bancario.
5. Crédito industrial.
6. Crédito de inversiones.
7. Crédito del mercado abierto.
8. Crédito agrícola.
9. Crédito público.
10. Crédito de exportación.

1.- CREDITO AL DETALLISTA

El crédito al detallista cae dentro de dos principales categorías - Cuenta abierta y Crédito a plazos. El primero es considerado a menudo crédito por conveniencia: esto es el pago se hace mensual, generalmente dentro de los primeros diez días de cada mes, para todas las compras hechas antes del mes o durante un periodo de pago específico. El crédito a plazos- en este, el pago parcial se hace a

intervalos establecidos y puede ser en periodos de semanas o meses - por lo general se basa en la necesidad del usuario; por que este seria incapaz de hacer importantes compras sin él. Un servicio o interés por cobrar, o ambos; se agregan al costo inicial de las compras a plazos.

DESARROLLO DEL CREDITO AL DETALLISTA. El crédito es tan viejo como la historia que lo registra; es tan antiguo como la civilización misma. El crédito al detallista apareció en América con las primeras tiendas coloniales, donde el tendero daba crédito a los agricultores hasta que la próxima cosecha se levantaba. Este crédito ha sido importante en cada fase del desarrollo del comercio, hasta su escala presente en nuestra economía. Hoy en día el comprador urbano escucha constantemente ¿al contado o a crédito?. En todos excepto en unos cuantos ramos de ventas al menudeo, el crédito es activamente estimulado. Las tiendas departamentales compiten por el privilegio de abrir cuentas corrientes, porque estas hacen posible a la familia abrir cuentas para todas sus compras. Las tarjetas de crédito capacitan al consumidor para gastar en cualquier tipo de compra.

DEARROLLO DEL CREDITO AL DETALLISTA EN ABONOS El plan de abonos bajo el cual a un comerciante al menudeo se le paga por sus bienes en pagos parciales en periodos fijos, recientemente se ha desarrollado bastante en el comercio.

EFFECTOS DEL CREDITO AL DETALLISTA EN LOS NEGOCIOS. A través de la extensión del crédito al detallista, el comerciante aumenta el volumen de sus negocios, y si cobra sustancialmente todas sus cuentas, hará sus utilidades más grandes. El mercado para vender en abonos es prácticamente ilimitado.

El crédito al detallista es de suma importancia para el intermediario, la totalidad de los vendedores, los fabricantes y la banca, cada uno a lo largo de su propio canal de distribución y finanzas.

2.- CREDITO DE PRESTAMOS INDIVIDUALES

La expansión fenomenal de las ventas a crédito al menudeo no ha sido suficiente para mantener las necesidades siempre crecientes del consumidor. Casi todos a un tiempo, necesitan dinero de inmediato más allá de sus propios recursos.

DESARROLLO DEL CREDITO DE PRESTAMOS INDIVIDUALES. El crédito de prestamos individuales, está basado en la usura, ya que solo un porcentaje relativamente pequeño de la población, está en posibilidad de pedir dinero prestado a un banco a intereses de tipo comercial, y el crédito de prestamos individuales se ha desarrollado para sufragar las necesidades del otro 90%. Los bancos, hasta hace poco no hacían prestamos pequeños a los clientes; no podían prestar provechosamente pequeñas cantidades a tipos lícitos de intereses. Con esto los clientes quedaban a merced de los "usureros", quienes prestaban dinero a cantidades exorbitantes. Los "usureros" no han desaparecido, aunque recientes innovaciones en el crédito individual han hecho mucho por eliminar esa amenaza.

En la actualidad se cuenta con compañías de prestamos pequeños con licencia, las cuales están bajo las leyes estatales y otras agencias de prestamos en el campo del crédito individual se han desarrollado bajo ordenanzas especiales. Los tipos de intereses se rebajaron por diferentes leyes a un promedio del 3% por mes sobre pequeñas cantidades.

DESARROLLO DE LAS EMPRESAS DE PRESTAMO. La mayor parte de las agencias especializadas que desarrollaron el crédito individual para comerciar, fueron las compañías de prestamos individuales y para consumidores (anteriormente llamadas " compañías de prestamos pequeños"), bancos del Plan Morris, bancos industriales y compañías de prestamos industriales, uniones de crédito y departamentos de crédito individual en bancos comerciales. La compañía financiera de ventas, que sigue al banco comercial; es la más grande tenedora de crédito al consumidor, pero encierra la mayor parte de sus actividades, a financiar plazos indirectos, esto es no trata directamente con el consumidor.

3.- CREDITO MERCANTIL

El crédito mercantil es aquel que se usa para asegurar bienes, para reventa a cambio de una promesa de pago en un tiempo futuro específico. Los bienes involucrados pueden ser materias primas, productos parciales o totalmente acabados. Las personas que intervienen son comerciantes, distribuidores (intermediarios y mayoristas), maquiladores o fabricantes. El principal objetivo del crédito mercantil es el que se usa en el intercambio de bienes que están destinados para la reventa, con o sin proceso adicional del comprador. Este es el medio principal de cambio entre la producción y distribución de los bienes del consumidor hacia el punto de entrega al comerciante en pequeño.

El crédito mercantil no proporciona todo el crédito (o capital) necesario para conducir un negocio, cubre únicamente el costo básico de los artículos. Cada comerciante a lo largo de la línea de producción y distribución debe sostener el costo de su contribución a los artículos. Cada comerciante necesita capital para la mano de obra y gastos generales para completar su parte dentro del proceso de producción. Si el no tiene suficiente capital para solventar los gastos, debe pedir dinero prestado a una institución financiera, o encontrar inversionistas deseosos de pagar sus operaciones. La fábrica o el comerciante que compra primero del agricultor, generalmente no obtiene crédito de este último, y debe de estar preparado para financiar sus compras por otros medios.

La función principal del crédito mercantil es facilitar el intercambio de bienes del productor al consumidor. El crédito mercantil se requiere solamente para el tiempo prolongado que se lleva el comerciante para procesar y revender los artículos. Las condiciones del crédito mercantil dependen de las facilidades de la entrega y la reventa.

DESARROLLO DEL CREDITO MERCANTIL. El crédito mercantil es tan ciego como el comercio mismo. Una palabra del mercader honorable, en antiguos tiempos, era tan aceptable como el pago en dinero. Los príncipes mercaderes del Renacimiento, contaban sus riquezas en cuentas por cobrar, así como en oro. Las letras de cambio que llevaban inscritos los nombres de grandes mercaderes, eran usadas como moneda internacional en el incipiente comercio europeo.

El crédito mercantil fue la espina dorsal del comercio entre Inglaterra y América, durante los dos días coloniales. El crédito mercantil se ha desarrollado constantemente, y actualmente más de los nueve decimos de las ventas de fabricantes y comerciantes al mayoreo son a crédito.

EL CREDITO MERCANTIL EN LOS NEGOCIOS. La extensión del crédito mercantil, aumenta grandemente las posibilidades de venta de los abastecimientos. Los hombres de negocios, con un buen crédito establecido, pueden operar en parte con los recursos que proveen sus abastecedores. Algunos negociantes que no pueden satisfacer los estrictos requisitos del crédito bancario, pueden presentar un riesgo para el crédito mercantil por su insólita capacidad. Frecuentemente puede abusarse, y se abusa del crédito bancario.

Un vendedor que trata de forzar su volumen de ventas por una política crediticia demasiado liberal, pronto estará su capital de trabajo congelado, en cuentas vencidas y sus ganancias destruidas por cuentas incobrables. De manera semejante, muchos compradores podrían desarrollar un firme negocio sobre una modesta escala sobre extendida y fallar por su extensión de crédito demasiado liberal.

4.- CREDITO COMERCIAL BANCARIO

El banco comercial tiene dos funciones principales, recibir depósitos y adelantar fondos tomando como base pólizas, documentos negociables o de descuento (instrumentos de crédito).

Cuando un banco recibe depósitos, acepta la responsabilidad de garantizar esos fondos sin exponer a los depositantes a peligros de pérdidas. Al mismo tiempo, hace uso de estos depósitos para adquirir beneficios en su provecho.

La mayor parte de los préstamos que los Bancos realizan a negocios, son realizados a un año o menos. En ocasiones se realizan préstamos hasta de 5 años, y estos son utilizados por los negocios como capital de trabajo. Lo anterior se está realizando muy poco en la actualidad, ya que en

tiempos de necesidad, el banco sería incapaz de cumplir con sus propias obligaciones. Aun para prestamos a corto plazo, un comerciante debe medir los altos niveles de crédito puestos por los bancos; debe de dar la mejor garantía, o un estado financiero impecable, o cuentas por cobrar de sus clientes. De aquí que los comerciantes, ordinariamente, no puedan recurrir a los bancos para un crédito a plazo largo.

Las utilidades que obtienen los bancos sobre prestamos son comparativamente más pequeñas que las que obtienen las casa comerciales, por esto el banco debe estar más exhaustivo en sus investigaciones y más conservador al otorgar créditos.

5.- CREDITO INDUSTRIAL

El término "crédito industrial ", alguna vez utilizado para designar la venta de mercancías de una persona a otra, y para ventas a comisión, es aplicado actualmente para la compra de cuentas por cobrar como negocio.

El crédito industrial en su forma actual. comprende lo siguiente:

1. La compra inmediata de cuentas por cobrar, para hacerlas efectivas sobre la base de un contrato prolongado. Esta compra generalmente se realiza con un descuento considerable.
2. La aceptación de toda responsabilidad en cuanto a contabilización y cobro de las cuentas compradas.
3. La aceptación de cualquier pérdida que pueda surgir de las cuentas.

La ventaja principal del Crédito Industrial consiste, en que permite el rápido movimiento del capital necesario para el desarrollo del negocio. El cliente que tenga un crédito industrial, puede re invertir su capital en trabajo, tan rápido como la posibilidad de vender sus productos.

6.- CREDITO DE INVERSIONES.

El crédito de inversiones, es el que permite a las compañías, así como a los hombres de negocio, adquirir activos fijos, terrenos, edificios, maquinaria y otros equipos.

El dinero para estas adquisiciones, se obtiene de los bancos de comercio. Cuando los dueños de negocios, no cuentan con los fondos suficientes para nuevas adquisiciones, este, debe venir de inversionistas externos. Cuando se posee un negocio, la inversión que se hace en él, difícilmente se cataloga como inversión. Pero cuando anticipamos dinero al negocio a cambio de una promesa de reembolso a un tiempo futuro distante, hay una concesión de crédito, que es lo que se conoce como crédito de inversiones.

El crédito de inversiones, se realiza por medio de bonos negociables, pagares a largo plazo o por medio de estado hipotecarios reales.

7 - CREDITO DEL MERCADO ABIERTO

Cuando las firmas comerciales de gran reputación están necesitadas de capital de trabajo, puede ofrecer para venta general documentos incobrables, que por lo general corren de tres a seis meses. Las casas de documentos comerciales, algunas veces llamadas corredoras de documentos, actúan con este carácter entre las compañías que las emite y los bancos u otras instituciones financieras que las compre. Estas casas, puede comprar pagares directamente y revenderlos. Este método de realizar operaciones financieras se llama " crédito del mercado abierto".

Las principales fuentes del crédito del mercado abierto son los documentos de las compañías financieras de venta más sobresalientes.

8.- CREDITO AGRICOLA

El crédito agrícola es de dos tipos: a largo plazo, para financiar compras de tierra de labranza y efectuar mejoras; y el de corto plazo; para financiar la producción y compra venta de cosechas y ganado.

El primero, es una inversión crediticia; el segundo, una forma de préstamo bancario; pero el crédito agrícola es considerado como un tipo de crédito distinto porque sus efectos económicos difieren de los que ocasionan los créditos bancarios y de inversiones. A causa de su gran riesgo, el crédito agrícola resulta costoso, si se aprovecha absolutamente.

El sistema de crédito agrícola comprende de agencias comerciales y privadas, suple mentadas por instituciones del gobierno y por la supervisión del mismo sobre instituciones cooperativas. El sistema toma precauciones para la amortización de prestamos a largo plazo y una base presupuestal para prestamos a corto plazo. De acuerdo con el presupuesto, el agricultor hace arreglos para sus necesidades de crédito y obtiene el dinero que necesita. Lo reembolsa cuando su cosecha y ganado son vendidos. Paga interés solamente por el tiempo que mantiene el dinero consigo

9 - CREDITO PUBLICO

El crédito público o de gobierno, se refiere al del estado y los gobiernos locales. El gobierno adquiere bienes a crédito tal como lo hacen los comerciantes, pidiendo prestado y así poder evitar la inmediata imposición de contribuciones, con lo cual desarrollan el costo de emergencias nacionales y progreso sobre varias generaciones.

El crédito público, es una materia altamente especializada y requiere de un largo y cuidadoso estudio por quienes desean adquirir un conocimiento completo.

10.- CREDITO DE EXPORTACION

Los principios del crédito mercantil, son aplicables al de exportación aunque los procedimientos son necesariamente diferentes.

2.4 FUENTES DE INFORMACION DEL CREDITO

Para llevar a cabo la investigación del crédito, se toma en consideración que existen dos tipos de fuentes de información:

- Los informes del crédito directo, y
- Los informes de crédito indirectos.

La fuente de informes de crédito directos o internos, son aquellos que su origen están dentro de la propia empresa y los indirectos o externos, su origen está fuera de ella.

Los elementos que forman tanto a los créditos directos o internos son:

- El pedido y/o la solicitud de crédito
- La correspondencia y publicaciones técnicas confiables que se encuentren en los archivos de la empresa
- Los antecedentes que tengan en su poder el gerente de crédito y cobranzas, el vendedor que le toque atender al cliente, y el cobrador correspondiente.
- Los registros que se encuentren en poder del departamento legal.
- La vista o entrevista con el cliente o prospecto.

Los elementos que forman el crédito indirecto o externo son:

- Los bancos
- Los proveedores y clientes
- la competencia
- los familiares, amigos y conocidos del prospecto
- las agencias o personas dedicadas a la investigación de créditos
- la prensa diaria
- el registro público de la propiedad
- las cámaras de industria y de comercio, así como los centros empresariales
- el diario oficial de la federación
- el arrendador del local en donde se encuentra ubicado el cliente
- los abogados y auditores
- los avalúos que se llegaren a obtener
- los inversionistas
- el dictamen del contador público
- etc.

Es sabido que mientras mayor sea la información que se recabe con el propósito de otorgar crédito, más sólida será la decisión que se tome.

INFORMACIÓN QUE PUEDE OBTENERSE EN EL CASO DE LAS PERSONAS FÍSICAS.

- Nombre completo del cliente o prospecto, con sus dos apellidos
- Domicilio completo con la indicación de la calle, número, colonia, código postal, municipio, estado, teléfono, y entre que calles se encuentra, o bien alguna referencia que permita su rápida localización.
- Dirección de donde se recibe su correspondencia sino es la misma antes indicada.
- Edad del solicitante y estado civil.
- Nacionalidad

- Número de cartilla del servicio militar nacional
- Identificación oficial actual del solicitante
- Nombre de soltero del cónyuge
- Nombre de los hijos, edad de cada uno, y estado civil de los mismos
- Número de personas que dependen del solicitante
- Número de registro del R.F.C., número de afiliación del IMSS, o bien del SAR.
- Lugar donde trabaja, indicando dirección completa de la empresa y teléfono
- Puesto que desempeña
- Nombre del jefe inmediato
- Tiempo de trabajar en la empresa
- Sueldo que percibe
- Otros ingresos, tanto del solicitante como del cónyuge e hijos
- Dos, tres o más referencias,
- Etc.

A continuación se incluye un formato de Solicitud de Crédito referida a un elevado monto. De aquí podrá partirse para otras de menor cuantía.

Dirección de residencia		Teléfono
Ocupación	Duración	Teléfono

Nombre del patrón	Dirección del negocio
-------------------	-----------------------

Profesión u ocupación principal

Ubicación de los bienes raíces	Monto de la hipoteca
--------------------------------	----------------------

Cuenta casa <input type="checkbox"/> Departamento <input type="checkbox"/> Pensión <input type="checkbox"/>	Número de niños	
	en casa	empleados

Nombre del pariente más cercano y relaciones (no del esposo o la esposa)	Dirección
--	-----------

Referencias personales

Nombre del Banco	Cheques <input type="checkbox"/>	Sucursal
	Ahorros <input type="checkbox"/>	

Seguro de vida	Nombre de la compañía aseguradora	Ingreso aproximado \$
----------------	-----------------------------------	-----------------------

REFERENCIAS COMERCIALES

Clase de negocios	Clase de mercancía comprada	La cuenta actualmente está	
		abierta	pagada total

Nota en el reverso de esta solicitud cualquier saldo no pagado sobre cuentas a plazos y los pagos mensuales sobre ellas.

La información anterior tiene por objeto obtener crédito y está garantizada como verdadera. Estoy de acuerdo en pagar las cuentas al recibir la declaración u otra manera que expresamente convenga.

Fecha	Firma
-------	-------

Limite de crédito \$	Aprobado
----------------------	----------

Impreso en los E.U.A.
Forma NA 1

Cortesía de NRCA.

INFORMACION QUE PUEDE O DEBE OBTENERSE EN EL CASO DE EMPRESAS (PERSONAS FISICAS O MORALES):

Aun cuando ya es costumbre proporcionar a los proveedores la información requerida, son válidas las siguientes indicaciones hechas en el caso de personas físicas en cuanto a lo siguiente:

- Que exista proporcionalidad entre la solicitud de datos y el monto del crédito.
- Seccionar la información obtenida haciéndolo con la mayor discreción posible, evitando darle el cariz de un interrogatorio.

La información que se debe tomar en el caso de empresas, es la siguiente:

- La razón social de la empresa y/o nombre comercial de la misma. En caso de ser persona moral, el nombre del dueño con sus dos apellidos
- Su giro o actividad
- El nombre del representante legal
- Quienes integran el consejo de administración y quienes son los principales accionistas
- La fama pública del dueño o gerente general de la compañía
- La imagen del negocio, grado de prestigio en su localidad
- El tiempo que tiene de establecido
- El número de sus distintos registros ante las diversas autoridades
- El capital social, el suscrito y el pagado, así como la fecha del último aumento y el monto del mismo
- Los antecedentes legales
- Los datos que obran en el registro público de la propiedad
- Los seguros y fianzas que tengan para la protección de los activos
- Los bienes raíces que posea
- Inversiones que tengan en otros negocios
- Si forma parte de algún corporativo
- Situación de sus activos fijos. Grado de utilización del arrendamiento financiero

o Etc

Desde luego y al igual que en el caso de las personas físicas, se deberán tomar en cuenta las cuatro "ces".

La forma de solicitud de crédito referida a para una empresa, puede ser la misma que se muestra para las personas físicas.

INFORMACION A RECABAR DE PROVEEDORES DADOS COMO REFERENCIA:

Es información que se obtiene de los proveedores que los clientes señalan como referencia es la siguiente:

- Fecha de la última operación
- Monto del crédito más alto otorgado
- Monto del saldo
- Monto de la cantidad vencida
- Condiciones en que se otorgó el crédito
- Cumplimiento de sus pagos
- Días de crédito

Con relación a las referencias, será conveniente, solicitar información, no solamente de los terceros, sino que se deberán obtener datos de otras escogidas al azar, que pudieran haber tenido tratos de negocios con el solicitante y haber dejado buenos o malos antecedentes, que sirvan para completar el cuadro de la investigación.

QUIEN RECABA LA INFORMACIÓN.

Para cumplir con los propósitos de la investigación de crédito, la información deberá ser recabada por:

- El personal asignado a este propósito dentro del departamento de crédito y cobranzas de la empresa.
- La agencia investigadora de créditos e investigador privado
- El departamento de ventas de la empresa, pero en particular por el vendedor que atiende al cliente.

LAS AGENCIAS INVESTIGADORAS DE CREDITO.

Estas agencias, cumplen una función muy importante para la otorgación de crédito dentro de un margen muy elevado de seguridad. Pero es muy importante que quien vaya otorgar crédito, deberá procurarse de la mayor cantidad de información que fuere posible y no confiar únicamente en la información comprada.

LAS UNIONES DE COMERCIANTES PARA FINES DE CREDITO

El objetivo primordial de la Unión de Comerciantes para Fines de Crédito, es proporcionar información acerca de la solvencia de los clientes de las empresas asociadas. Operan con una gran eficiencia.

EL BURO DE CREDITO

Es una empresa de servicios orientada a integrar y proporcionar la información mas completa y confiable que ayude al Gerente de Crédito a determinar en forma oportuna, la solvencia moral de empresas y personas físicas.

Es una corporación formada por dos importantes empresas que están definidas como Sociedades de Información Crediticia (SIC).

La primera llamada Buró de Personas Físicas, inició operaciones en el año de 1996, posteriormente, en el año de 1998 arrancó el Buró de Personas Morales.

El Buró de Personas Físicas, nombrado fiscalmente como TRANS UNION DE MEXICO, S.A. SIC, fue la primera Sociedad de Información Crediticia en México autorizada por la Secretaria de Hacienda y Crédito Público, con el fin de proporcionar información del comportamiento crediticio de Personas Físicas. Tiene como socios a la Banca Comercial, a Trans Unión Co. y Fair Isaac Co.

El Buró de Personas Morales, cuyo nombre fiscal es DUN & BRADSTREET DE MEXICO, S.A. SIC, tiene como objetivo el proporcionar información sobre el comportamiento crediticio de Personas Morales y Físicas con Actividad Empresarial. Los socios de esta empresa son La Banca Comercial, Dun & Bradstreet Co. y Trans Unión Co.

Entidades regulatorias

Las entidades que regulan y auditan las operaciones del Buró son:

- Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- Banco de México
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores

Marco legal

El Buró de Crédito esta regido por el Artículo 33 (incisos a y b) de la Ley para Regular a las Agrupaciones Financieras y por las Reglas Generales para Regular a las Sociedades de Información Crediticia.

Quienes son sus clientes

Están dentro del Buró de Crédito todas aquellas entidades financieras y empresas que en forma habitual y profesional otorgan crédito, como son:

- Bancos
- Empresas comerciales
- Empresas de tarjetas de servicio
- Hipotecarias
- Inmobiliarias
- Empresas automotrices
- Empresas de comunicación
- Arrendadoras
- Uniones de crédito
- Afianzadoras
- Empresas de factoraje

Para ser cliente del buró de crédito se necesita:

- Otorgar crédito y / o financiamiento
- Obtener la autorización por escrito del sujeto solicitante del crédito
- Aportar y actualizar periódicamente el 100% de tu base de datos.

Las principales reglas de operación con que se rige el Buró de Crédito son dos:

- a) En buró de Crédito tanto los funcionarios como los empleados, tienen la obligación de mantener en secreto la información de los sujetos investigados
- b) Al proporcionar información sobre operaciones activas se debe guardar secreto respecto al nombre de las entidades acreedoras.

Cuales son sus productos

Los productos que ofrece el Buró de Crédito son:

- o Reporte de Crédito
- o Reporte de Crédito personas Físicas
- o Reporte de Crédito Personas Morales o Personas Físicas con actividad empresarial
- o Monitoreo de Cuentas
- o Análisis de segmentación de Cuentas
- o Hawk (Sistema de Prevención para Personas Físicas)
- o Sistema de Prevención para Personas Morales

Por todo lo anterior es de gran importancia que hoy en día tanto las empresas comerciales y las de servicios, se integren al Buró de Crédito, ya que pueden resolver en un tiempo mínimo todas y cada una de las solicitudes de crédito que se les presente, además que estas contarán con una información muy confiable para el otorgamiento de créditos sanos.

2.5 FIJACION DE POLITICAS.

Las políticas de crédito son las normas de conducta a las que deberá sujetarse el personal asignado al área de crédito de la empresa, para ser otorgado. Las políticas dicen como debe procederse de manera general y aun en algunos casos y situaciones particulares; por ello deben ser elaboradas por escrito y establecidas en todas las empresas.

Esto con el propósito de que su otorgamiento no quede al capricho del titular del Departamento de Crédito y Cobranza y de otros ejecutivos de la empresa.

- Uno de sus objetivos es para utilizarlos como elementos de consulta para los casos de duda, así como para verificar si se ha cumplido con todos los requisitos estipulados para el otorgamiento del crédito.

Cuando las políticas están por escrito, representan un gran valor, ya que esto sirve para entrenar personal de nuevo ingreso, ya que de lo contrario sino hay nada escrito sobre esta materia, el tiempo para que el personal de nuevo ingreso conozca la forma de operar del departamento de crédito y cobranza habrá de prolongarse.

- Otros de los objetivos del establecimiento de las políticas de crédito son los siguientes:

- Obtener a través de las ventas a crédito el máximo de utilidades posible
- Con las menores pérdidas posibles
- Con el costo más bajo posible en cada operación
- Al más bajo costo departamental

QUE FACTORES SE CONSIDERAN AL ELABORAR LAS POLITICAS DE CREDITO

Las políticas de crédito deben ser elaboradas al margen de lo que se hace en otros departamentos de la empresa, por lo que debemos tener presente lo siguiente al ser elaboradas:

Los objetivos que se pretende conseguir con su implantación.

Deberá haber una adecuada coordinación de las políticas con los demás departamentos de la empresa, a fin de que no existan contradicciones o lagunas que impidan su interrelación.

Que estén de acuerdo con las prácticas y costumbres de crédito que se siguen en su mismo ramo comercial o industrial, dentro de la región en que se desenvuelven.

Se deben tener presentes las peculiaridades del sistema de operación, ya que no es lo mismo una que vende solo al mayoreo a aquella que es detallista. Las situaciones varían de empresa en empresa.

Tener en cuenta el margen de utilidad con que opera la empresa, pero no de manera global sino por tipo de producto. En artículos en los que el margen de utilidad es reducido no les convendrá dar un plazo largo de pago, no así en aquellos cuyo margen sea elevado.

Hay que considerar la clase de deudor con que opera la empresa, debiéndose tener presente el proceder general de los deudores del lugar y de la región donde se encuentra establecida, ya que los hay donde, en general, son cumplidores y en otros donde es sabido que la cobranza es difícil, ya que acuden a marrullerías para no pagar a tiempo.

QUIEN ESTABLECE LAS POLÍTICAS DE CRÉDITO.

Las políticas deben ser establecidas por el director general de la empresa, aun cuando quien las elabore sea un comité nombrado para esto y en él participe el gerente de crédito.

En caso de no haber puestos intermedios entre el gerente de crédito y cobranzas y el director general, correspondería al primero formular el proyecto de las políticas y ponerlo a consideración de su superior.

" Cuando la política de crédito, dice Alexander Hamilton Institute Inc., proviene de un nivel tan alto, el departamento de ventas en particular, y todos los demás departamentos, se verán obligados

a cooperar. Una declaración de política de la jerarquía superior evita, desde un comienzo, los irritantes conflictos que a menudo surgen entre los departamentos de crédito y ventas".

No basta solamente lo anterior, sino que la dirección general de la empresa debe ser la primera que ponga la muestra, respetándolas y apoyando al gerente de crédito y cobranzas cuando en la empresa se violen sus propias disposiciones.

LA DIFUSIÓN.

Las políticas de crédito deben ser conocidas por el personal que mantiene relaciones con el departamento de crédito y cobranzas y por los terceros, clientes en particular. Pero este conocimiento debe estar restringido a lo que a cada cual le interesa, dado que hay aspectos en sus lineamientos que no resulta conveniente hacerlos del dominio público.

Las políticas deben de ser comunicadas de la siguiente manera:

- Al personal del propio departamento
- A los demás departamentos que se relacionen
- Departamentos de ventas
- Departamento de contabilidad
- Departamento de almacenes, de materiales o de abastecimientos.
- Departamento de embarques o tráfico
- A los clientes

SU IMPLANTACION.

Para una correcta y adecuada implantación de las políticas, es necesario precisar al personal del departamento de crédito dos aspectos fundamentales:

- Las tareas que cada uno debe cumplir, y
- Sus responsabilidades.

Esto es importante por que evita las interferencias que pudieran resultar al momento de ponerse en práctica. Además, deben aclararse todas las dudas, los mismo antes que después de su implantación, ya que es muy difícil en el papel resolver todas las situaciones que pudieran presentarse.

ESTRUCTURACION DE LAS POLITICAS

La estructuración de las políticas de crédito está fincada en tres aspectos:

1. El nivel del crédito
2. El puesto que ha sido facultado para autorizarlo en cada caso
3. Los requisitos que deben cubrirse para ser otorgado.

CAPITULO III: LA COBRANZA

3.1 CONCEPTO

Cobranza es el concepto de solicitar del deudor y recibir el pago respectivo. En el caso de una empresa que vende mercancía o proporciona servicios, por medio de la función de cobranza se solicita de los clientes el pago del precio convenido, con la intención de conseguir la pronta y total recuperación de todos los lados pendientes. Utilizando conceptos jurídicos, el objetivo funcional de la cobranza es el de poder lograr la terminación o el cumplimiento del contrato de compraventa o de suministros que se han celebrado entre las partes.

Dentro del área de las finanzas, en las empresas es de vital importancia la administración de las cuentas por cobrar, es por ello que es importante conocer su significado, A continuación se presentan algunos conceptos de diferentes autores:

" Las cuentas por cobrar no son más que créditos que se otorgan a los clientes al concederles un tiempo razonable para que paguen los artículos comprados"

Steven E. Bolten.

" Las cuentas por cobrar son el total de todo el crédito extendido por una empresa a sus clientes, por consiguiente esta cuenta de balance general representa cuentas no pagadas adeudadas a la empresa"

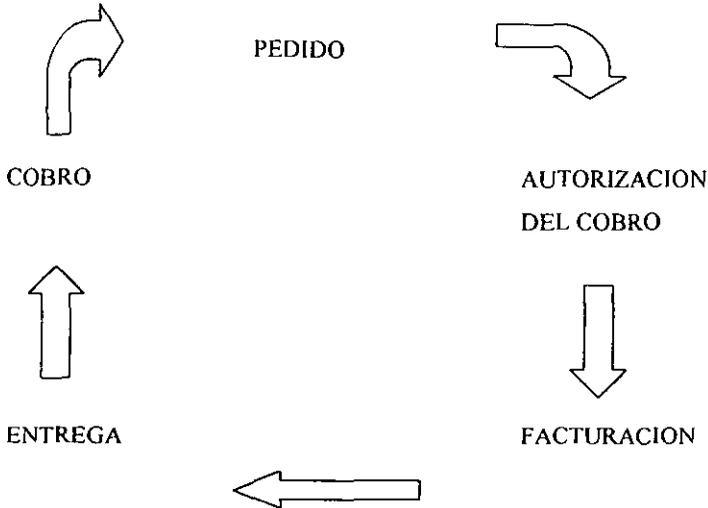
Lawrence D. Schall/ Charles W. Haley

" Cuando se venden bienes a crédito se dice que el vendedor extiende crédito comercial al comprador. El crédito comercial resulta de la creación de una partida de activos que se denomina cuentas por cobrar en los libros de la empresa."

F.J.Weston/E.F.Brigham

3.2 OBJETIVOS

El objetivo de la cobranza es cerrar el círculo de la venta, el cual se expresa de la siguiente manera:



Cerrar el círculo de la venta por cerrarlo no es el objetivo único de la cobranza, ya que es posible lograrlo siendo agresivo y amenazador. La cobranza debe ser hecha de tal manera que el cliente se sienta estimulado y por lo tanto satisfecho debido a la atención que recibió de todo el personal de la empresa, y lograr con esto que siga comprando los productos que necesita y mantener la relación comercial exitosa por muchos años.

El objetivo de la cobranza es recuperar el dinero de una venta realizada a crédito, obteniendo recursos propios para mantener las finanzas sanas dentro de la empresa.

La cobranza debe ser:

- **Adecuada**: para cobrar bien, es preciso considerar al deudor de acuerdo al cumplimiento en sus pagos y la importancia que tenga el mismo para la compañía.

- Oportuna: debido a las personas físicas y personas morales tienen compromisos financieros con otras empresas es muy importante que la cobranza se efectúe en el día y la hora señalamos, pues si se realiza después, pudiera el caso que no tuvieran recursos disponibles para cubrirlos.
- Completa: es responsabilidad del departamento de crédito y cobranzas recuperar en su totalidad la cartera, no dejando partidas de pequeño monto, que pueden ser porque el cliente lo hace internacionalmente con el objeto de que se olviden con el tiempo, o porque se auto aplican descuentos por pronto pago improcedentes y hacer con esto que dichas partidas sean sujetas a un ajuste, o bien sean canceladas.

3.3 ANALISIS DE ANTIGÜEDAD DE SALDOS

El análisis de antigüedad de saldos es una magnífica herramienta para mantener al día las cuentas y documentos por cobrar, pues pone al descubierto la situación de la cartera con toda claridad.

Si los días de venta en cartera reflejan el estado de ésta en conjunto, este análisis constituye un desglose de la misma por cada deudor.

El primer análisis lleva tiempo hacerlo, con mayor razón tratándose de empresas con numerosos clientes, por ello lo recomendable es aplicar la ley de Pareto o Regla 80 - 20 que dice que el 20 % de las cuentas por cobrar en número representan el 80% de las cuentas por cobrar en monto, por consiguiente, lo indicado a comenzar a realizar este análisis, excepto si la empresa opera en una computadora las cuentas y documentos por cobrar. Ejemplificando, si los clientes fueran mil, habría que trabajar con cuarenta diarios. Pero lo importante no es formular este análisis sino tomar acción de inmediato, ya que si se deja pasar el tiempo, los datos consignados en el análisis de la antigüedad de saldos, pueden verse modificados por pagos efectuados o por devoluciones de mercancías en el lapso comprendido entre su elaboración y la gestión de cobro, lo cual podría molestar a los deudores.

Una vez formulado el primer análisis, se facilitará la elaboración de los posteriores.

El análisis de antigüedad de saldos puede prepararse considerando los plazos siguientes: a 15 días, de 16 a 30 días, de 31 a 45 días, de 46 a 60 días y más de 60 días.

Desde luego que los periodos anteriormente señalados no son los únicos ya que pudieran ser menores o mayores, todo dependerá de las necesidades de la empresa.

3.4 ANALISIS DE LA ROTACION DE LA CARTERA

El análisis de las cuentas por cobrar, nos permiten determinar la calidad de las mismas. Para determinar la calidad de las cuentas por cobrar que se encuentran en los Estados Financieros, se pueden aplicar las siguientes pruebas:

1. ¿ Están las cuentas en proporción justa a las ventas? Para contestar a esto, debe considerar si el producto es vendido uniforme o eventualmente durante un año. Si es vendido en forma eventual la fecha del estado financiero es significativa. Si las cuentas parecen ser grandes, en desproporción, las probabilidades son que las cuentas dudosas están incluídas y que el crédito ha sido otorgado indistintamente. Esto es cierto, de manera especial, en el caso de minoristas.

2. ¿Hay probabilidades de que el cobro de cualquier parte de las cuentas por cobrar sea arriesgado por condiciones locales o regionales? Para contestar esta pregunta, el gerente de crédito debe estar familiarizado con las condiciones del negocio en diferentes partes del país y debe conocer dónde están ubicados los clientes con solicitudes de crédito.

El ejecutivo financiero puede exigir que las cuentas sean clasificadas según que estén rezagadas o no. Sin embargo, una prueba más definitiva de su calidad, puede hacerse computando el promedio

de antigüedad de las cuentas por cobrar de las cifras dadas en los estados financieros y comparando el resultado con las condiciones de venta que el solicitante de crédito ofrece a sus clientes.

PROMEDIO DE ANTIGÜEDAD DE LAS CUENTAS POR COBRAR.

El promedio de tiempo de las cuentas por cobrar, pendientes, puede ser estimado aplicando la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Cuentas por cobrar}}{\text{Ventas netas a crédito durante el año}} \times \text{días en el año} = \text{Promedio de cobranza en el periodo}$$

Es esencial para una estimación cuidadosa de la antigüedad de las cuentas por cobrar, hacer una separación de las ventas a crédito de las pagadas al contado.

Supongamos que las ventas netas durante el año llegan a \$ 1'383,866.00, y el monto de las cuentas por cobrar al finalizar el año es de \$ 129,665.00. Tenemos la siguiente ecuación:

$$\frac{\$ 129,665.00}{\$ 1'383,866.00} \times 360 = 33.73 \text{ días}$$

El promedio de tiempo de las cuentas por cobrar es 33.73 días. Si el promedio de tiempo del crédito extendido es de 30 días, encontramos que no muchas de las cuentas están vencidas. Este promedio podría ser una deformación, si algunas cuentas muy grandes o son descontadas o son pagadas en una forma muy lenta, o si muchos recientes envíos están fuera de proporción respecto al promedio.

Otro método de probar la calidad de las cuentas por cobrar es multiplicando el total de las ventas a crédito por la fracción de un año representada por el plazo normal de crédito. Así (nuevamente utilizando el ejemplo anterior), \$ 1'383,866.00 multiplicado por 1/12 nos da \$ 115,330.00. Las cuentas por cobrar pendientes son \$ 129,665.00. La diferencia \$ 14,335.00 es comparativamente pequeña e indica que la calidad de las cuentas por cobrar es buena. Si éstas han excedido grandemente a \$ 115,330.00, sacaremos en conclusión que muchas estaban vencidas. Por supuesto, condiciones temporales podrían causar una proporción más alta que la normalmente existente.

Cuando el promedio de tiempo de las cuentas excede grandemente el periodo normal de tiempo, se pueden aducir las razones siguientes:

1. La compañía ha sido demasiado liberal al extender crédito.
2. Su departamento de cobranza ha sido demasiado despreocupado para perseguir con ahinco a los clientes morosos.
3. La cobranza ha sido lenta por las condiciones de negocios generalmente anormales.

DIAS DE VENTA EN CARTERA.

La fórmula para determinar los "días de venta en cartera" o la "rotación de la cartera" es la siguiente:

$$\frac{\text{Cuentas por cobrar del mes}}{\text{Promedio diario de venta del mes}} = \text{Días de venta en cartera}$$

$$\frac{360 \text{ días}}{\text{Días de venta en cartera}} = \frac{\text{Promedio de días que tarda la empresa en cobrar las cuentas a los clientes}}{\text{Días de venta en cartera}}$$

El promedio diario de ventas se obtiene de la siguiente manera:

$$\frac{\text{Ventas netas del mes}}{30 \text{ días}} = \text{Promedio diario de ventas del mes}$$

Este es un termómetro global que nos indica cómo están las cuentas por cobrar. Sin embargo, dentro de este renglón deberán estar sólo aquellas que se refieran al mismo plazo de cobro, esto es, si la política de crédito de una empresa es de 30 días, no deberá incluirse alguna a la que se le otorgó un crédito a un plazo de 60 días. Asimismo, en el renglón de ventas netas del mes no deberá incluirse, por ejemplo, la venta de desperdicio o de algún activo fijo. Únicamente deberá referirse a las ventas a crédito. De no tomarse en cuenta estas precauciones habrá de distorsionar el resultado

Ejemplo

$$\begin{array}{l} \text{Cuentas por cobrar} \qquad \qquad \qquad \$ 4'000,000.00 \\ \qquad \qquad \qquad = \frac{\qquad \qquad \qquad}{\qquad \qquad \qquad} = 50 \text{ días de venta en cartera} \\ \\ \text{Promedio diario de ventas} \qquad \qquad \qquad \$ 80,000.00 \\ \qquad \qquad \qquad \frac{\qquad \qquad \qquad}{360 \text{ días}} \\ \qquad \qquad \qquad = 72 \text{ días en promedio que tardan en cobrarse las cuentas} \end{array}$$

50

Si la política de crédito es a 30 días, significa en este ejemplo, que la recuperación de las cuentas por cobrar está atrasada 43 días. Como normalmente se acepta un retraso estimado de un 50% en el tiempo de pago, que en este caso son 45 días, el plazo de crédito se ha excedido en 28 días.

3.5 FIJACION DE POLITICAS

Las politicas de cobranza deberán de tomar en consideración lo siguiente

Deberán fijarse las bases para el otorgamiento de los descuentos, rebajas y bonificaciones, así como el nivel del puesto autorizado para ellos.

Si los clientes deberán o no pagar sus bonos en las oficinas de la empresa, o si la recuperación de la cartera se hará a través de cobradores. Se deberán precisar en ellas que beneficios recibirán los clientes cumplidos en el primer caso, y a que sanción se verá sujetos si se atrasan en sus pagos.

Deberán establecerse el horario para recibir los pagos de los clientes en la caja.

Deberán establecer si la cobranza y el resultado de la misma tendrán que ser rendida por los cobradores diariamente o bien conque periodicidad se hará.

Deberá fijar la tasa normal y la moratoria de los intereses.

Si se aceptarán pagos parciales, " para abono en cuenta", o bien solo se recibirán pagos completos de facturas por parte de los clientes.

Deberá establecer si se elaboran estados de cuenta de los clientes, si se remitirán a todos ellos o bien, lo serán selectivamente y con periodicidad. Así mismo, si se presentarán indicando la antigüedad de saldos.

Si se aceptarán pagos de los clientes con cheques endosados de terceras personas y cuáles serían las excepciones del caso. Además señalarán quien o quienes estarán facultados para autorizarlos.

Para efectos de cobro por la via legal, deberán establecerse las bases que servirán para determinar bajo que condiciones se turnará una cuenta o documento por cobrara al abogado o al departamento legal.

Deberán precisar qué tipo de comprobante se entregará al cliente al terminar de pagar su adeudo, pudiendo ser un recibo provisional canjeable por el original de la factura y sus copias, el pagaré o la letra de cambio.

En relación con los cheques sin fondos recibidos de los clientes deberá indicarse si se deberá de cobrar el 20%, así como el o los cargos que hiciere el banco por este motivo.

En el caso de clientes foráneos se deberá indicar el conducto por el cual se les hará llegar la factura correspondiente al momento de liquidar todo su adeudo; los cheques que resulten sin fondos, así como los pagarés, las letras de cambio, y cualquier otra clase de comprobantes.

Se deberá precisar si los contra recibos los elaborará la empresa y, en su caso, el original y cuantas copias, o bien si los elaboran los clientes.

Deberá indicarse que los cheques, letras de cambios y pagarés, bajo ninguna circunstancia serán canjeables por contra recibos.

Deberá fijarse la periodicidad con que se depositará la cobranza en el banco, el número de copias con que se elaborará la ficha de depósito, y si habrá o no-rotación de los bancos y como será esta.

Para efectos de considerar una cuenta o documento por cobrar como incobrable, deberán fijarse las condiciones y requisitos para ello, además de lo señalado en las leyes fiscales.

Deberán fijar el grado de intervención del departamento de ventas y los vendedores, en la gestión de cobranza.

Deberá precisar si los cobradores están facultados o no para depositar los cheques y los efectivos cobrados en las cuentas bancarias de la empresa y de que manera habrá de hacerlo.

Si al documentarse una operación, ya fuere con letras de cambio o bien con pagarés, habrá de conservar la factura como garantía colateral hasta el pago total del adeudo.

En que circunstancias, con que requisitos y a que plazo máximo y condiciones se documentarán las operaciones, vista la incapacidad de los deudores de cubrir en breve tiempo el monto total de su adeudo.

Si al presentar la documentación a revisión se entregará el original de la factura o bien, una copia de la misma con la leyenda de " copia simple sin valor comercial" y solo hasta su pago total se entregará la misma.

Se deberá señalar el proceder en el caso de bienes recogidos o embargados a los clientes.

3.6 METODOS DE COBRANZA VENCIDA

CONFRONTACION

Pero en ocasiones se da usted cuenta de que, aun cuando sus últimas cartas fueron firmes e insistentes, no han producidos resultados. Entonces debe intensificar sus esfuerzos de cobranza hasta llegar a la confrontación. Después de que haya intentado, puede considerar que está a punto de forzar el asunto de la confrontación. Debe llegar a un encuentro personal, sea frente a frente o por teléfono.

Cualquiera de las dos es una arma pesada, aunque pueda no parecerlo. Recuerde que originalmente usted extendió crédito por que creyó que el cliente era una persona honrada y responsable, y que quizá tuvieron razón en eso. Pero ahora a pasado el tiempo, su cuenta está vencida, y el ha recibido o ignorado varios avisos de usted. Ya no es posible creer que existe algún error o mal entendido, o que ignora que su cuenta ha vencido. Lo sabe muy bien y, puesto que es una persona honorable, está muy confundido con eso. Es su turbación la que ha impedido contestar sus cartas.

Ahora usted opta por la confrontación y lo obligará a dar una respuesta. Su enfoque para este encuentro y la forma en que lo maneje deberán ser guiados por los mismos principios básicos que gobiernan todos los esfuerzos de la cobranza. El objetivo central es obtener su dinero en la forma más fácil y menos penosa que se pueda. El objetivo secundario es hacerlo sin perder al cliente, su buena voluntad y sus negocios futuros potenciales.

Deberá usted ser amistoso y flexible, pero firme. Debe ser cortés o persistente. Debe ser comprensivo, pero escéptico ante las evasivas, excusas o promesas. Si usted se enoja, debe contener su enojo.

En la confrontación tiene usted la ventaja en dos aspectos. Uno es la promesa, puesto que el encuentro tendrá lugar en un momento elegido por usted. El segundo es la ventaja moral derivada del hecho de que en realidad el cliente le debe a usted dinero. Esta ventaja moral y la desventaja de él producirán turbación en el cliente.

Como corresponde a una persona educada que lleva una ventaja sobre un adversario, debe usted acompañar su presión y su insistencia con cierta dosis de amabilidad. Usted es de criterio amplio, es razonable. Esta deseoso de escuchar las razones del cliente para su falta de pago (Es decir, hasta cierto punto, no tiene usted que permitirle que le llene los oídos con un recital interminable de penas y de mala suerte, en tanto los cargos unitarios por mensaje se acumulan en su cuenta de teléfono.) Usted entiende y es flexible. Por ejemplo, sino es posible que sea pagada de inmediato la cantidad total, está dispuesto a discutir un pago parcial o fijar un programa de pagos.

Llamamiento a la comprensión.

Incluso mientras usted le muestra simpatía a un deudor, le pide que corresponda. Le informa que sus márgenes de utilidad no son lo bastante altos para permitirle cargar esta cuenta durante muchos meses. Que de esperar hacer eso, hubiera tenido que elevar sus precios en una forma importante, y a él no le hubiera gustado que hiciera eso, ¿ o sí?. Le informa usted que le es desagradable tener

que hacer esta clase de llamada o petición, igual que a él le debe resultar desagradable escucharla. Pero él puede evitar esta situación molesta ahora o en el futuro, pagando a tiempo

Llamamiento al sentido de justicia.

Apele usted el sentido de equidad y justicia del cliente. Señale que le mostró fe y confianza cuando le extendió crédito. Está siendo injusto con usted: está recompensando su confianza causándole molestias y costándole dinero. Usted está administrando un negocio, no un banco, y no es justo de su parte que lo utilice a usted como banco. Y mientras trata este tema, usted está pagando intereses a su banco todos los días porque pidió prestado que el cliente le debe. No le agradaría a usted hacer eso, pero ciertamente comprenderá el cliente lo razonable de ello.

Otros clientes a los que les dio los mismos precios ya han pagado sus cuentas, y en realidad, no es justo que reciba un tratamiento que los otros no reciben

Llamamiento al orgullo.

Apele a su orgullo. Usted le había creído un ciudadano importante y próspero en la comunidad, pero si esta clase de cosas continúan tendrá una imagen muy distinta. Es conocida como una persona íntegra y de confianza, pero por el momento usted no cree que sea de su confianza.

Amenazas.

Así, usted apela a la comprensión, al sentido de equidad y de justicia, y al orgullo y a la vanidad del cliente. Estos son los llamamientos, las apelaciones. Después, usted podrá cambiar a otra área y sugerir que tendrá que hacer cosas que los lastimen. Este es un paso drástico. A medida que avanza, las dejará entre ver y las utilizará con mucha sutileza. Solo en las últimas etapas las llevará acabo abiertamente.

Quizá no debe utilizar las amenazas en las primeras etapas de su esfuerzo de cobranza en secuencia.

Le dice usted al cliente deudor que le repugnaria ver su imagen y su reputación dañada en la comunidad por no haberle pagado, Continúe diciendo que hay más en juego que su mera imagen. Su condición crediticia puede verse afectada. En realidad, quedará definitivamente afectada si esto continúa.

Dependiendo donde se encuentre usted en la secuencia de exigir, puede aludir a otras posibilidades más serias, tales como entrevistarse con su empleador, el pago adicional de un embargo, o el contratar con una agencia de cobranzas o presentar una demanda legal. Si usted llega al punto de tener que amenazar con este tipo de acciones drásticas, es probable que signifique que ya lo han dado de baja como cliente futuro y todo lo que desea es recuperar su dinero. Es muy difícil mantener buena voluntad y relaciones comerciales placenteras cuando ha tenido que mencionar cosas tales como el embargo en la discusión. Y es probable que no tenga que hacerlo en realidad - quizá el solo mencionarlo una vez sea suficiente para destruir la relación.

Haciendo que la Incomodidad del Cliente Trabaje para Usted.

Cuando se produce esta clase de confrontación, se enfrenta usted a alguien que está en desventaja, a alguien que se encuentra acorralado, situación que se da principalmente por la propia incomodidad del cliente. Tenga esto presente y trate en alguna forma de hacer que esta incomodidad actúe en su favor.

Por ejemplo, una de las técnicas más efectivas es ésta:

(1) Llame al cliente por la noche, cuando se encuentre este en su casa. En esta forma, es más probable que se ponga al teléfono de inmediato, sin tener que tratar con nadie más o dejar recado. Y es probable que esté más relajado y menos en guardia.

(2) Dígale brevemente el motivo de su llamada y mencione la cantidad que adeuda. Pero hágalo con brevedad. No le dé tiempo de reflexionar y de preparar una excusa.

(3) Luego haga una pausa - y no le diga nada en absoluto- por lo menos durante diez segundos.

A menos que su cliente tenga nervios de acero (y pocas personas los tienen), él llenará ese silencio con una catarata de palabras impulsivas y no preparadas. Y eso es bueno para usted, porque recibirá mayor información de una respuesta improvisada que de una respuesta cuidadosamente vigilada, bien preparada y ensayada, pero que también contribuye cuidadosamente a ocultar más bien que a revelar.

En mismo enfoque puede operar en una conversación frente a frente. En cualquiera de los casos debe usted prepararse y reprimir sus propios nervios para no romper el silencio embarazoso antes de que él lo haga.

Las respuestas que obtenga en esta conversación de confrontación caerán en patrones predecibles. Dependiendo del individuo, habrá varias combinaciones de negociaciones, excusas, historias de mala suerte y promesas - así como mentiras descaradas.

El cliente puede decir, "caramba, debe haber un enredo en alguna parte, estoy seguro de haber pagado hace dos semanas". Si obtiene esta clase de respuesta vaga, hay muchas probabilidades de que no haya pagado y él sabe muy bien que no lo hizo. Pero usted no le dirá que es un mentiroso o dudará de su sinceridad, esto solo servirá para disgustarlo y no haría nada para acelerar el cobro. Más bien, pídale en forma comedida pero con firmeza, que se sirva buscar en su talonario de cheques. Si está "demasiado ocupado por el momento para hacer eso" o "más tarde lo buscaré, y si no lo encuentro le envié otro cheque", entonces está bastante claro que nunca lo ha enviado.

Usted ha conseguido lo que quería, pero no se detenga ahí. No desea que él se zafe del anzuelo con tanta facilidad. Es esencial que presione pidiendo una fecha en particular sobre cuando recibirá su cheque. Después del tiempo y esfuerzo que ha dedicado usted a esto, incluyendo varias cartas o

avisos de cobranzas, no se dará por satisfecho con seguridades vagas, " Me ocuparé de eso tan pronto como pueda", o "Cuidaré ese asunto".

Obtenga un comportamiento definitivo.

Es importante tener un entendimiento explícito con el cliente respecto a la fecha exacta en que pondrá su cheque en el correo- lo ideal, por supuesto, es hoy. Si dice " Me pagan el jueves, le pagan el jueves, le enviaré el cheque el viernes", la respuesta de usted será, "Muy bien, esto significa que lo recibiremos en el correo del sábado o del lunes, de manera que anotaré aquí que busquemos su cheque el lunes". Se le aclara al cliente que, incluso si le permite un día adicional por posibles demoras del correo, usted le hablará nuevamente por teléfono el martes. Así, lo deja a corto plazo definitivo, y la virtual seguridad de que no le estará molestando otra vez inmediatamente después de esa fecha.

Este es el objetivo esencial de toda conversación de cobranza - cerciorarse de que pronto pague la cuenta -. No es una charla sin importancia entre amigos. No está usted interesado, intenciones o vagas promesas. Desea dirigir la conversación hacia una fecha en particular, y quiere estar seguro de que él entiende que está haciendo una anotación en su calendario.

Recuerde que la calidad de sus cuentas por cobrar se deteriora constantemente con el paso del tiempo. Mientras más se demore el pago, es menos probable que el cliente llegue a pagar. Por tanto es esencial que tenga usted un procedimiento sistemático y cronológico de vigilancia. Para sus deudores morosos. Constantemente debe estar tras ellos. Debe hacer contacto con ellos con regularidad y frecuencia, hasta que paguen.

Es importante que el cliente entienda que usted persistirá, que no lo pasará por alto, lo olvidará o lo perdonará. Una firme política de cobranza cobra el respeto de su cliente - quizá no su afecto pero si su respeto -. Usted desea agradecer a su clientela, pero si existe la opción entre agradecerle o que le pague, la elección es obvia.

Hay cierto tipo de individuo que nunca paga sus cuentas voluntariamente o a tiempo. Puede tener dinero en el banco y ser perfectamente capaz de pagar, pero debido a un desvío de su personalidad nunca paga sino hasta que se le presiona con fuerza, hasta que prácticamente se le exprime el pago. Esta es otra razón para establecer una política regular y persistente en esfuerzo de cobranza.

CAPITULO IV: ADMINISTRACION FINANCIERA DEL CREDITO

4.1 CONCEPTO

Se puede definir la administración financiera del crédito, como "la aplicación en conjunto de las tres áreas de decisión o decisiones financieras, las cuales nos permiten la fijación de objetivos para la correcta decisión del otorgamiento de los créditos que la empresa requiera, así como de los montos de los mismos. Todo esto encaminado a la maximización en la recuperación de los mismos".

4.2 DOCUMENTOS COMO GARANTÍA COLATERAL.

La garantía es en efecto, una seguridad de pago. No es necesaria para una transacción de crédito, pero es un instrumento para situaciones especiales. La garantía, cuando se requiere, respalda, o suple a un instrumento de crédito

Primeramente se listan las diferentes formas de títulos de crédito y su empleo, y luego las formas y empleo de la garantía.

Los títulos de crédito caen dentro de dos amplias clasificaciones: de aceptación general y de aceptación limitada. Dentro de los títulos universalmente aceptados están el dinero o moneda en circulación, bonos sobre valores de la reserva federal. Billetes de banco y certificados de plata, todos los cuales son promesas de pago.

Los títulos de crédito limitados pueden dividirse en: promesas de pago y ordenes de pago. Las principales promesas de pago son: cuentas corrientes o cuentas en libros (crédito en libros),

pagarés y bonos. Las principales ordenes de pago son cheques, aceptaciones comerciales, aceptaciones bancarias, giros, letras de cambio, libranzas y carteras de crédito.

PROMESAS DE PAGO

CUENTA CORRIENTE EN LIBROS. Es una memoria o apunte que hace el acreedor como parte de su procedimiento regular de contabilidad, ya que de cada venta a crédito, él hace una partida en el libro mayor, cargándolo a cuanta del monto del crédito extendido al cliente. La partida en libros, a menudo es la única evidencia escrita de una transacción comercial de crédito.

El crédito en libros se usa cuando el cliente compra un artículo en una tienda donde tiene "cuenta". La mayor de las cuentas que extienden crédito, exige al cliente que forme una "remisión" y le entregan una copia de la misma. El crédito en libros es utilizado ampliamente cuando un corredor, o un intermediario, o bien un comerciante al menudeo, compra a un fabricante o al mayorista y por último cuando el fabricante compra a un proveedor. Fabricante y mayorista no reciben más que un acuse de recibo al entregar los artículos.

PAGARE. Es una promesa escrita para cubrir incondicionalmente una suma determinada de dinero a solicitud y en fecha futura especificada. Es firmado por el girador- la persona que promete pagar- la persona a quien debe pagarse el documento es el tenedor.

Puede ser entregado por un comprador en pago de bienes, o girado por una persona a cambio de dinero o de crédito de cualquier individuo o banco. Son pagaderos a la orden de una persona en particular o al portador, son negociables; ya que puede ser transferidos por endoso o a la entrega.

BONOS. Son, generalmente emitidos por grandes corporaciones, para reunir fondos en la compra de edificios y equipo, o para reunir capital de trabajo. Son promesas de pago de una cierta suma de dinero en una fecha futura determinada, generalmente diez años o más después de la emisión del

bono. (Los pagarés rara vez se dan para periodos tan largos, ya que su empleo normal es para financiar temporalmente o para llevar un negocio a la cima en una época de compras para capital de trabajo transitorio.) Los bonos pueden ser negociables o no negociables, los primeros, son fácilmente transferibles mediante la entrega, mientras que los bonos no negociables, pueden ser transferidos mediante endoso, entrega y registro. Los bonos son usados a menudo como garantía para empréstitos.

ORDENES DE PAGO

CHEQUES Es una orden de pago escrita y girada contra un banco por un librador, solicitándole el pago de una suma determinada de dinero a la orden de alguna persona o sociedad nombrada en el cheque.

Es un título negociable y fácilmente transferible. Es una orden para que pague el banco, pero si éste rehúsa pagarlo porque quien lo expide no tiene suficientes fondos o por otras razones, el cheque se constituye en promesa directa de quien lo libra. El poseedor puede tener recursos contra el librador. Los endosantes de un cheque que no es pagado son también responsables por la cantidad estipulada en el mismo, precisamente como si ellos lo hubieran girado originalmente. Cada endosante subsiguiente puede recobrar su dinero de los endosantes anteriores y todos tienen recursos contra el librador.

ACEPTACIÓN COMERCIAL. Es un título de crédito librado por un vendedor dirigido a un cobrador de mercancías o bienes para pagar una cierta cantidad en un tiempo futuro determinado para cubrir la compra, La obligación a pagar es admitida por el comprador y por escrito en el documento, la aceptación establece que es librada por una transferencia específica de bienes. El vendedor es el librador y también al que se le paga y el comprador es el librado y el que acepta.

ACEPTACION BANCARIA. Este título es esencialmente el mismo formato de la aceptación comercial; la diferencia es que un banco, no el comprador, acepta la responsabilidad para pagar por o en favor del comprador de bienes. Los bancos, generalmente, realizan aceptaciones únicamente sobre las bases de una carta de crédito; y en algunas veces lo hacen así sobre las garantía de bienes de depósito. Las aceptaciones bancarias son importantes en el comercio internacional, pero no se emplean ampliamente en el comercio doméstico

GIRO BANCARIO. Un giro bancario es muy similar a un cheque. Un cheque es una orden girada por una persona contra un banco en el cual tiene fondos depositados; un giro bancario es una orden escrita de un banco a otro para pagar dinero a la persona designada en el giro a petición

LETRAS DE CAMBIO Y LIBRANZAS. Los términos "libranza" y "letra de cambio" se usan indistintamente, solo que el primero se emplea en transacciones internas o del país, y el segundo en transacciones exteriores. Una letra de cambio es un título girado por una persona ordenando a otra el pago de una cantidad de dinero determinada a una tercera persona, a la vista, o en un tiempo específico futuro. La persona que gira la letra (el librador) y aquella a quien se le va a pagar (el librado) pueden ser, y frecuentemente sucede, ser la misma persona esto es, una persona puede librar a su propia orden contra otra.

CARTAS COMERCIALES DE CREDITO. La importación y exportación de mercancías son financiadas, principalmente mediante cartas comerciales de crédito, las cuales son emitidas por algún banco, ya que cuando un comprador desea importar mercancía de un exportador, solicita a su banco una cierta cantidad de crédito para un exportador específico. El banco extenderá el crédito al importador, basándose en su reputación y conocimientos del negocio, pero puede requerir de él poner adecuada garantía.

GIRO POSTAL. Estos giros son muy similares al bancario, ya que el primero es girado de una oficina de correos a otra el segundo lo es de una sucursal a otra y se usa para facilitar la transferencia de fondos.

LA GARANTIA.

Son los títulos o documentos que evidencian la propiedad de mercancías, o productos manufacturados, o terminados, es la forma de garantía más frecuentemente usada para préstamos comerciales. Los más comunes son:

- a) Conocimientos de embarque.
- b) Recibos de almacén.
- c) Recibos de depósito.

a) Conocimientos de embarque. Estos aparecen cuando los bienes son entregados a cualquier tipo de transporte de carga para su envío, el transportador entrega un recibo llamado " conocimiento de embarque", en el cuál indica quien es la persona que envía y a quien han de entregarse los bienes remitidos, sirviendo como un recibo de estos, como un convenio para entregarlo y como evidencia documentada que confiere a los bienes descritos en el conocimiento de embarque

Este recibo es negociable o a la "orden", cuando se endosa apropiadamente y da al portador, el derecho de tomar posesión de las mercancías. Es además, un documento que cualquier banco puede aceptar como garantía si el comerciante asienta en el mismo que es fácilmente vendible y que no es perecedero.

En prestamos contra conocimiento de embarque, el prestatario llega a ser un factor menos importante cuando la formalidad del transportista está fuera de cualquier duda o si los bienes tienen en sí mismos todas las cualidades esenciales de una garantía favorable.

b) Recibos de almacén. Son los que expide un depositario por los bienes puestos bajo su custodia. El poseedor de un recibo toma título de propiedad de las mercancías como si estas hubieran sido enviadas a él mismo, así mismo es un título útil y conveniente para garantizar el pago de algún préstamo, especialmente cuando demuestra la posesión de mercancías vendibles, tales como algodón, lana, cueros, tabaco, queso y huevo. Este también puede ser emitido en forma negociable y no negociable. La forma negociable es requerida usualmente por los bancos como garantía para apoyar la cesión del préstamo contra los recibos de depósito.

La formalidad del almacenista y las mercancías son, así mismo, más importantes que el crédito establecido del prestatario en la transacción.

c) Recibos de depósito. Son títulos de financiamiento que capacitan al que pide prestado, para obtener la posesión de los bienes en depósito con el prestador, llamado fiador. El financiamiento de recibos de depósito es usado ampliamente bajo un convenio de " certificado de depósito", una técnica de financiamiento al por mayor desarrollada por compañías financieras de venta.

El recibo de depósito se usa para proteger al prestador cuando los bienes mantenidos bajo un recibo o conocimiento de embarque son liberados al que pide prestado, para permitirle su venta.

4.3 FACTORAJE

La Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares de Crédito (L.G.O.A.A.C), emitida por la Comisión Nacional Bancaria (C.N.B.), en el artículo 45-A, da la siguiente definición de factoraje:

"Es aquella actividad que mediante contrato que celebre la empresa de factoraje financiero con sus clientes (personas morales o físicas que realizan actividades empresariales), la empresa adquiere de los clientes derechos de crédito relacionados a proveedora de bienes, de servicios o de ambos, con recursos provenientes de las operaciones pasivas"

Las partes que intervienen en un contrato de factoraje son las siguientes:

Factor - Empresa que presta un servicio financiero por el cual adquiere derechos de crédito a cargo de terceros, anticipando al cedente un porcentaje de su valor

Cedente - Persona física o moral que como resultado de sus operaciones normales, genera derechos de cobro a su favor y los cede al factor para acelerar su liquidez financiera, obteniendo capital de trabajo.

Obligado- Adquiriente de bienes o servicios que se contrae una obligación factura de pago

Las empresas de factoraje se dedican a la compra de deudas (derechos de crédito), e implícitamente otorgan los servicios de custodia, administración y cobranza

Las cuentas por cobrar adquiridas por estas empresas, deben de mostrar evidencia de que fueron recibidas por parte de los compradores, y exhibirse de tal forma que se haga constar que surgieron de operaciones mercantiles transparentes.

El pago de estas cuentas se efectúa de forma anticipada por el factor a sus clientes, obteniendo una utilidad resultante entre el precio de compra y el monto o importe del cobro de los créditos.

El utilizar el factoraje financiero, permite a las empresas obtención de una liquidez inmediata, pero debe de tener en cuenta el costo financiero que esto representa por la comisión que cobra las empresas de factoraje.

Dentro del factoraje financiero, permite a las empresas la obtención de una liquidez inmediata, pero debe de tener en cuenta el costo financiero que esto representa por la comisión que cobran las empresas de factoraje

Dentro del factoraje se reconocen dos modalidades las cuales son:

Factoraje sin recursos.- En el cual el cedente queda libre de toda responsabilidad por el pago de los derechos de crédito transmitidos al factor. Con lo anterior, la empresa de factoraje absorbe el riesgo de la operación y exclusivamente recurre al cobro con los obligados de los documentos.

Factoraje con recursos.- En el cual el cedente se obliga solidariamente con el deudor, a responder del pago puntual y oportuno de los derechos de crédito transmitidos a la empresa de factoraje.

4.4 COSTO DE FINANCIAMIENTO DE CUENTAS POR COBRAR.

Las cantidades monetarias que los clientes le deben a una compañía por los bienes y servicios proporcionados o por el otorgamiento de crédito dentro del curso ordinario de los negocios es lo que se conoce como cuentas por cobrar o cuentas comerciales por cobrar.

El otorgamiento de un crédito conlleva costos y beneficios. Un costo puede ser las cuentas incobrables, que son las cuentas por cobrar que algunos clientes crediticios no pueden o no quieren pagar, y que los contadores se refieren a este costo como gasto por cuentas incobrables. Otro costo es el que se refiere a la administración y la cobranza de estas cuentas.

Un beneficio es el aumento en las ventas y utilidades que de otra manera se perdería si no se otorga crédito, esto es que muchos clientes potenciales no comprarían si no estuviera disponible el crédito.

El grado de no pago de las cuentas varía con frecuencia y depende de los riesgos crediticios que los administradores estén dispuestos a aceptar, así como de la industria que se trate.

El ofrecer un crédito implica costos tales como la administración del crédito y de las cuentas incobrables, por esto las compañías ofrecen crédito solo cuando las ganancias adicionales por ventas a crédito exceden tales costos.

La mención de las utilidades obtenidas por ventas a crédito se vuelve complicada porque algunos deudores no pueden o no quieren pagar sus deudas. Tales cuentas incobrables también se conocen como "deudas incobrables o cuentas deudoras".

Para la contabilización de estas cuentas, existen dos maneras básicas de hacerlo: el método de cancelación específica y el método de la estimación.

Método de cancelación específica.- Este método supone que todas las ventas son totalmente cobrables, hasta que se compruebe lo contrario, esto es cuando una cuenta de un cliente específico se identifica como incobrable se resta de las cuentas por cobrar y se reconoce un gasto por cuentas incobrables.

Método de estimación.- Que consiste de dos elementos básicos (1) una estimación de la cantidad de ventas que serán incobrables y (2) una contra cuenta que registra la estimación y que se deduce de las cuentas por cobrar. Por lo general, la contra cuenta se reconoce como estimación para cuentas incobrables o estimación para cuentas dudosas, reserva para cuentas dudosas, la cual mide la cantidad de cuentas por cobrar que se estima serán incobrables de clientes que aún no se han identificado.

Los métodos de estimación se basan en la experiencia histórica y suponen que el año actual es similar a los años anteriores en términos de circunstancias económicas (crecimiento contra recesión, niveles de las tasas de interés y demás), y en términos de la composición de la cartera de clientes, las estimaciones se revisan cuando cambian las condiciones.

4.5 INTEGRACIÓN DE POLÍTICAS DE CRÉDITO Y COBRANZA.

Las políticas de crédito fueron señaladas dentro del capítulo dos y las políticas de cobranza se señalaron dentro del capítulo tres, pero a continuación señalaremos algunos aspectos sobresalientes de ambos casos:

DE LAS POLITICAS DE CREDITO

Son elaboradas por un comité nombrado por el director general o de finanzas y están al margen de lo que se hace en otros departamentos de la empresa, en particular con el de ventas. Se dice que en particular con este departamento por lo siguiente:

- Son para obtener a través de las ventas a crédito el máximo de utilidades posible.
- Con las menores pérdidas posibles.
- Con el costo más bajo posible en cada operación
- Al más bajo costo departamental

Así mismo su difusión debe canalizarse a todo el personal que mantiene relación con el departamento de crédito y cobranzas y por los terceros (clientes en particular), pero esto debe de estar restringido a lo que a cada cual le interesa, dado que hay aspectos en sus lineamientos que no resulta hacerlos del dominio público

La estructura de las políticas de crédito tiene tres aspectos:

- El nivel de crédito
- El puesto que ha sido facultado para autorizarlo en cada caso
- Los requisitos que deben cubrirse para ser otorgado

DE LAS POLITICAS DE COBRANZA

Son las decisiones básicas que se toman para determinar y evaluar los procedimientos que debe seguir una empresa para poder cobrar a los vencimientos y sin ningún contratiempo todas y cada una de las cuentas que están a cargo de los clientes.

Dichas decisiones estarán basadas en las consideraciones que se listan dentro del capítulo tres inciso cinco.

CASO PRACTICO

La empresa Importaciones y Distribuciones Internacionales, S.A. DE C.V., empiezan operaciones a partir del 1 de noviembre de 1999. Siendo una empresa de nueva creación nos limitaremos a formar el departamento de crédito y cobranzas ya que es de suma importancia no crear malos hábitos en cuanto a la recuperación de los ingresos.

Para iniciar el presente trabajo, se desglosa todas y cada una de las operaciones que tengan relación con el departamento de crédito y cobranzas de la siguiente forma:

POLITICAS DE VENTA

En la empresa existen tres canales de distribución o venta

- MAYORISTAS
- AUTOSERVICIOS
- CENTROS DE CONSUMO

MAYORISTAS: Dentro de este rubro encontramos a todas las tiendas que surten vinos en potencia no contando las vinaterías pero sí las grandes tiendas de ultramarinos y vinos.

AUTOSERVICIOS: Aquí se catalogan todas las cadenas comerciales de prestigio, incluyendo tiendas de conveniencia (Oxxo, 7eleven, etc.).

CENTROS DE CONSUMO: Aquí se incluye lo que son bares, restaurantes, discotecas, cantinas, hoteles, centros nocturnos.

A continuación se muestra la lista de las condiciones de ventas detallada para cada uno de los canales de distribución.

CONDICIONES DE VENTA

FECHA: 01.03.00

LISTA DE PRECIOS: 2/00

ESTOS DESCUENTOS SON SOBRE VALOR PRODUCTO MAS I.E.S.P.S.

CANAL.	DESCTO BASE %	DESCTO CONF %	CRUCE DE ANDEN	PLAZO BASE DIAS	DESCTO PROM. %	PLAZO PROM. DIAS	DESCTO FINAN %	DESCTO TOTAL %	FORMA DE PAGO
SUB DISTRIBUIDOR	15	5	3	60	10	60		22	CHEQUE
D.H. (TROIQUILA)	15	5		21	1 EN 10		5%(P.A.)	19.25	CHEQUE
MAYORISTA AA TRADIC. G TRADIC. P. SUPER	15	5		21	10	60	5%(P.A.)	19.25	CHEQUE O DEPOSITO EN CTA.
MAYORISTA A TRADIC. G TRADIC. P. SUPER	15			21	10	60	5%(P.A.)	15	CHEQUE O DEPOSITO EN CTA.
MEDIO MAYORISTA TRADIC. G TRADIC. P. SUPER	15			21	10	60	5%(P.A.)	15	CHEQUE O DEPOSITO EN CTA.
AUTOSERVICIO HIPER SUPER	15		3	60	15	60		18	PAGARE O PAGO ELE.
TDA. TRADICIONAL G.	10			21	10	60	5%(P.A.)	10	CHEQUE
TDA. TRADICIONAL P.	10			0	10		5%(P.A.)	10	CHEQUE
C. CONSUMO HOTEL RESTAURANTE DISCOTECA C. NOCTURNO CANTINA	10			21	10		5%(P.A.)	10	CHEQUE O DEPOSITO EN CUENTA
PARTICULARES	10			0			5%(P.A.)	10	EFFECTIVO
EMPLEADOS	15			0			5%(P.A.)	15	CONTADO

DESCUENTO BASE DESCUENTO EN FUNCION DE LA CLASIFICACION DEL CLIENTE
 DESCUENTO CONFIDENCIAL SOLO LO OTORGA LA DIRECCION
 DESCUENTO PROMOCIONAL SOLO LO OTORGA LA DIRECCION
 PLAZO PROMOCIONAL SOLO LO OTORGA LA DIRECCION
 P.A. PAGO ANTICIPADO

Como se puede observar, en dicha lista se encuentran enmarcadas muy claramente todas y cada una de las políticas de venta, incluyendo la forma de pago para cada uno de los canales de venta.

Una vez que están claras las políticas de venta, pasaremos a revisar lo que son:

POLITICAS DE CREDITO Y COBRANZA

A continuación se presentara un bosquejo de la forma en que están integradas dichas políticas:

1. CONTROL CARTERA

- Políticas

2. CREDITO

2.1 Investigación y Autorización

- Evaluación para otorgamientos de créditos clave A
- Evaluación para otorgamiento de créditos claves B, C y D
- Autorización de crédito

2.2 Aumentos y disminuciones de crédito

- Aumentos generales
- Aumentos particulares
- Disminuciones de crédito
- Cambio de condiciones de crédito

2.3 Control de crédito para facturación

- Control a priori
- Control a Posteriori

3. COBRANZA

3.1 Políticas

3.2 Descuentos financieros

3.3 Cheques devueltos

3.4 Notas de crédito

3.5 Notas de cargo

3.6 Facturas vencidas

3.7 Cobranza legal

3.8 Baja de clientes

3.9 Ajustes

1. CONTROL CARTERA

La cartera de deudores comerciales a partir del inicio de operaciones, es una cartera sana por lo que no tenemos cartera en legal. En dicha cartera se pueden aplicar los siguientes movimientos.

- Facturación (Venta)
- Pagos
- Notas de crédito por devolución / cancelación
- Notas de crédito en valor (Para descuentos financieros)
- Notas de cargo por cheque devuelto
- Aplicación de cargo / crédito
- Ajustes de saldos de cargo / crédito

Políticas

- Vigilar que todo el proceso de venta, desde el levantamiento del pedido hasta su cobranza total, se realice de manera adecuada y a tiempo.
- Supervisar permanentemente la Cartera de manera global, consultando el reporte de Cobranza emitido por el sistema mecanizado, evaluando los documentos existentes a la fecha de emisión, en cuanto a su importe y antigüedad.
- Vigilar el Control Diario del Avance de la Cobranza, a través del sistema mecanizado.
- Investigar y aclarar las causas de diferencias y atrasos en pagos.
- Dar seguimiento a la evolución de la Cartera Comercial con relación a las previsiones de cobranza.

- Practicar un arqueo mensual de los documentos físicos cobrables, fiscal y contablemente válidos, a los encargados de Crédito y Cobranza responsables de su gestión contra los registros asentados en el informe de adeudos.
- Practicar una vez al mes, arqueos sorpresivos de los documentos de cobranza en poder de vendedores.
- Vigilar y analizar las notas de crédito en valor y los ajustes realizados por los especialistas de Crédito y Cobranzas durante el día.
- Elaborar el Informe de Labor Diaria de Cobranza (ver anexo 1) y entregarlo al Jefe de Crédito y Cobranzas.
- Cumplir con las fechas establecidas en el calendario operativo, en lo que se refiere al cierre de cobranza.
- Conciliar mensualmente el saldo de Cartera Comercial contra los registros contables
- Apoyar a la Unidad de Contabilidad para las conciliaciones bancarias con la información y/o documentación requerida.
- Revisar, actualizar, emitir y autorizar el Cuadro de Condiciones Comerciales y Financieras, el cual será distribuido a las Jefaturas de Ventas y Grupos de Marketing.
- Definir y establecer los procedimientos de Crédito y Cobranza según se requiera, cumpliendo con las políticas de control interno, para lo cual deberán intervenir las Unidades de Organización y Sistemas y Auditoría Interna.

2. CREDITO

2.1 Investigación y autorización

- Seguir los lineamientos establecidos para el otorgamiento de crédito, responsabilidades, trámites y niveles de autorización

- Autorizar los créditos, teniendo como base las políticas autorizadas por la Dirección General, así como dando cumplimiento a lo siguiente:

- Comerciantes que cuenten con más de un año de establecidos y que hayan entregado los documentos y referencias necesarias según lo estipulado en el "Informe del Cliente"; deberán realizar un mínimo de tres pedidos de contado y demostrar que es capaces de cubrir, en un determinado momento, el monto total del crédito solicitado (demostrar solvencia económica o posesión de bienes inmuebles).
- Comerciantes instalados con menos de un año comprobado, no tendrán la opción de comprar a crédito, hasta haber transcurrido 6 meses de venta de contado: cumplido este plazo, se evaluará la relación mantenida en cuanto a su solvencia económica y moral, y se practicará una evaluación para el otorgamiento del crédito.

- Asignar al cliente la condición de crédito y pago que se negocie con él, de acuerdo a la necesidad y situación del mercado, así como la evaluación de crédito, la clasificación asignada y las líneas de producto que desplace

Evaluación para el otorgamiento de créditos clave A

- Enviar el Informe del Cliente debidamente complementado al Jefe de Crédito y Cobranzas.

- Revisar que el Informe del Cliente cuente con todos los datos y autorizaciones del área de ventas.
- Comprobar los datos directamente con el cliente (vía telefónica) y solicitar referencias tanto a otros proveedores como al banco con el que éste opera
- Evaluar la situación crediticia del cliente con base en los datos verificados, y en su caso, aceptar o recomendar por escrito una modificación al crédito solicitado.

Evaluación para el otorgamiento de créditos claves B, C y D

- Recabar el Informe del Cliente debidamente complementado y firmado, junto con los documentos requeridos y enviarlo al Jefe de Crédito y Cobranzas.
- Efectuar el análisis de crédito, con base en los documentos recibidos. Cabe indicar que cualquier documento faltante detendrá el proceso de asignación del crédito.
- Solicitar a una agencia especializada externa, la investigación de crédito respectiva, proporcionando la información dada por el cliente (dirección, referencias comerciales y bancarias, números de cuentas bancarias y crédito solicitado).
- Con base en el dictamen de la agencia, aceptar o recomendar por escrito una modificación al crédito solicitado.

Autorización de Crédito

- Recabar el Vo.Bo. del Gerente de Ventas, Dirección General y Gerencia de Crédito y Cobranzas.

- Enviar al departamento de Crédito y Cobranzas el Informe del Cliente debidamente autorizado, para su alta o actualización en el maestro de clientes
- Mantener un expediente por cliente, donde se registre su historial

2.2 Aumentos y Disminuciones de Crédito

Los aumentos o disminuciones de crédito podrán ser de acuerdo a lo siguiente:

Aumentos generales

- Determinar el porcentaje de incremento general para todos los clientes comerciales de condición CR o DR (crédito o depósito crédito respectivamente), cuando por alguna razón del proceso inflacionario se haya generado un incremento en el precio de los productos de la compañía.
- Proponer dicho porcentaje a la Dirección General quien revisara la propuesta y en su caso, autorizara el incremento correspondiente.
- Actualizar el Maestro de Clientes, indicando la fecha a partir de la cual entra en vigor dicho aumento.
- Indicar los casos en que es conveniente mantener al cliente en el nivel de crédito actual o menor.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Aumentos particulares

- Los aumentos otorgados a una firma o razón social, serán intransferibles, ya sea por cambio de firma, cambio de dueño, venta o traspaso. Las excepciones a grandes cadenas se realizarán con base en la autorización de la Dirección General.
- Efectuar un estudio del comportamiento de compras del cliente, basado en su historial (importe, frecuencia y análisis de compra, pagos oportunos, adeudos vencidos cheques devueltos, etc.), con el fin de definir la viabilidad del aumento.
- Tramitar la autorización con los ejecutivos correspondientes y registrar el aumento en el Maestro de Clientes.

Disminución de crédito

- Proponer la reducción de crédito tomando como base la situación económica del cliente, impunidad en pagos o cuando sus volúmenes de venta lo justifiquen.
- Elaborar el Informe del Cliente indicando el nivel de crédito que se considere conveniente.
- Tramitar la autorización del nuevo límite de crédito con el ejecutivo que corresponda y registrar el movimiento en el Maestro de Clientes.

Cambio de condiciones de crédito

- A un cliente sólo se le podrá cambiar la condición de crédito (CR o DR) a contado (CO o CE), según le convenga a éste último (temporalmente) o a la compañía (por mal manejo de su crédito).

Para los casos en que el cliente solicite cambiar su condición de venta contado a crédito, se le practicará un análisis de crédito, de acuerdo a lo señalado en el inciso 2 "crédito".

2.3 Control de Crédito para Facturación

Control a priori

El control de crédito a priori consiste en la retención automática de los pedidos de un cliente cuando existan desviaciones en cuanto al límite de crédito, documentos vencidos y/o cheques devueltos

- Entregar el personal de Crédito y Cobranzas el listado de control crédito que se emite en la captura diaria.
- Revisar y evaluar el listado con los pedidos rechazados por los problemas de crédito o pago, para recomendar su aceptación o rechazo, de acuerdo a los parámetros establecidos.
- Autorizar el surtimiento con factura completa vencida, solo cuando se cuente con una constancia de pago recibido por parte del vendedor o personal de crédito
- Autorizar el surtimiento de un nuevo pedido, cuando el monto vencido de una factura no sea superior al 10% de su importe total, en el entendido de que se hará efectivo el cobro y/o depuración de dicho saldo en un plazo no mayor a un período de visita al cliente (semanal, quincenal o mensual).
- Evaluar la conveniencia de surtir pedidos rechazados por saldos pendientes en cheque devuelto. Por concepto de indemnización y/o comisión bancaria.

- Rechazar los pedidos a nivel compañía cuando el rechazo sea por cheque devuelto que fue aplicado a facturas, a menos que sea autorizado por la Dirección General.

Control a Posteriori

Los clientes registrados bajo esta modalidad de control (clientes en cadena, grandes clientes con administración centralizada) no serán sujetos del rechazo automático de sus pedidos. El control se realizará en forma semanal, tomando en cuenta su comportamiento crediticio (facturas, saldos vencidos, cheques devueltos, etc.), con el fin de determinar, en caso necesario, la suspensión de ventas.

3. COBRANZA

Los clientes según su situación en cuanto a cobranza, se clasifican en:

- * Cliente Comercial: Paga con oportunidad sus adeudos.
- * Cliente Suspendido: Tiene atrasos en pagos y la cobranza aún esta a cargo del área de ventas
- * Cliente Dudoso: Debido a la negativa de pago por parte del cliente, la recuperación del adeudo está a cargo de la Unidad de Legal.

3.1 Políticas

Cada vendedor será responsable de su Cartera de Clientes, desde el momento en que la recibe, junto con el gerente de ventas.

- Entregar al cliente el catálogo de precios vigente cada vez que se den cambios en los precios de los productos de la empresa y aclarar cualquier duda al respecto antes de levantar el pedido, a fin de evita diferencias en pago

- Efectuar la cobranza de acuerdo a las formas de pago aceptadas por la empresa. Que son:

- a) Efectivo
- b) Depósito bancario
- c) Cheque
- d) Cheque certificado
- e) Transferencia bancaria

En todo caso, los pagos parciales deberán efectuarse en efectivo o cheque, apegándose a las políticas señaladas.

- Vigilar que los cheques recibidos / depositados para liquidación de adeudos comerciales, cubran los siguientes requisitos

- a) Cheques nominativos a nombre de Imp. Y Dist. Internacionales, S.A. de C.V. fechados en el día que son depositados o recibidos por quien efectúa la cobranza.
- b) No se aceptaran cheques posfechados, de acuerdo a la Ley de Títulos y operaciones de Crédito.
- c) El cheque deberá estar firmado y cruzado por el cliente, lo cual indica que sólo podrá depositarse en la cuanta del beneficiario (IDI).
- d) El responsable de la cobranza y / o depósito de los cheques, deberá anotar al reverso el No. De cuenta del cliente y el No De factura que liquida.

- Debido al sistema de entrega de mercancía por parte del transportista, revisar que este recabe en las facturas, los requisitos necesarios para su cobro, dichos datos son:

- a) Sello de recibo

b) Nombre y firma de la persona autorizada para recibir el pedido.

c) Fecha en que se recibió el pedido.

d) Número de folio

e) Otros requisitos definidos según sea el caso

- Contar con una guía donde se indiquen los días de revisión, pago y aclaraciones de los clientes principales.

- Llenar su relación de cobro y entregarla a Crédito y Cobranzas, para su atención

- Conciliar diariamente lo recibido en caja contra la cartera.

- Documentar la causa de la diferencia y en caso de ser imputable al cliente presentarle la reclamación debidamente documentada en un periodo no mayor a 30 días.

- En caso de diferencias imputables a la compañía, gestionar con las Unidades involucradas, la generación de la nota de crédito o cargo correspondiente, ya sea en especie (productos) o en valor.

- Verificar diariamente que las diferencias hayan sido correctamente aclaradas.

- Archivar todos los reportes de cobranza liquidados en caja.

- Actualizar diariamente la cartera, en función de los documentos físicos de pago y detectar posibles diferencias en pago al momento de aplicarlos en el sistema mecanizado.

- Conciliar el estado de cuenta del banco contra la Cuenta Mayor de Bancos.

- Conciliar mensualmente la Cuenta del Mayor de Deudores, contra la Cartera de Deudores.

3.2 Descuentos Financieros

- El tipo de descuento que se relaciona directamente con la función de Crédito y Cobranzas es el descuento financiero, el cual se otorga en función de la recuperación oportuna del dinero; el principal rubro de estos descuentos es el de pronto pago, que se otorga si el pago de la factura correspondiente se efectúa antes de su vencimiento.
- Vigilar los casos en que el vencimiento de la factura ocurra en un día no hábil, para que ésta sea pagada como máximo al día hábil siguiente y proceda el descuento por pronto pago.
- Durante las depuraciones del Informe de Adeudos, autorizar los descuentos por pronto pago rechazados por el sistema, que según investigaciones del área de Crédito y Cobranzas, las causas no sean imputables al cliente

3.3 Cheques Devueltos

- Recibir del banco los cheques presentados por los clientes para liquidación de sus adeudos y que por alguna razón han sido rechazados (fondos insuficientes, falta de continuidad en el endoso, etc.).
- Enviar al centro que cobra los cheques devueltos, anexándole el acuse de recibo correspondiente.
- Cargar a la cuenta del cliente, el importe del cheque devuelto por concepto de capital.
- Generar nota de cargo por concepto de comisión bancaria por devolución de cheque, el IVA correspondiente a la comisión, 15% por concepto de indemnización por cheque devuelto (de acuerdo a lo señalado por la LGTOC), así como el IVA correspondiente a la indemnización, con el fin de cumplir con las disposiciones legales y preservar los intereses de la empresa.

- Notificar de inmediato al vendedor que atiende la cuenta y/o al responsable de su cobranza, la existencia de los cargos por cheque devuelto, para que tramite la recuperación a la brevedad posible.

- Notificar a los clientes que tengan tres cheques devueltos en el transcurso de un año móvil, la cancelación de su crédito, teniendo como única forma de pago la condición contado efectivo (CE), en tanto ventas evalúe que puede ser sujeto de crédito nuevamente.

3.4 Notas de Crédito

- Elaborar las notas de crédito según la causa que les dio origen

a) Faltante de mercancía (cancelación): ocurre cuando se entrega al cliente algún producto en cantidad inferior a la facturada, siendo la diferencia imputable al almacén.

b) Rechazos: en estos casos el cliente rechaza total o parcialmente un pedido, siendo necesario elaborar la Nota de Crédito para cancelar la factura en la misma proporción.

c) Por devolución: esto se presenta:

- Cuando se recoge mercancía vencida o en mal estado
- Mercancía que el cliente no podrá desplazar
- Por instrucción de retiro.

La autorización de la Nota de crédito por devolución deberá basarse a la autorización por parte del gerente de ventas y/o de administración de ventas.

d) En valor: se aplica cuando se presenta alguna de las siguientes situaciones:

- Promociones no otorgadas en factura
- Diferencias en precio impropedente a favor del cliente
- Descuentos no otorgados en factura
- Condonación de intereses moratorios
- Condonación de cargos por cheque devuelto

Su elaboración se basará en la solicitud de la nota de crédito (ver anexo de solicitud), la cual deberá ser autorizada por la gerencia

3.5 Notas de Cargo

Elaborar las notas de cargo en valor y entregarlas al vendedor que atiende al cliente cuando se presente la situación de cheques devueltos

3.6 Facturas Vencidas

Se considera factura vencida a la que rebasa el plazo establecido para su pago. La recuperación del adeudo variará de acuerdo al tipo de control de crédito que tenga.

Es importante resaltar que para los saldos pendientes de cobro, se deberá investigar la razón o las razones que los originaron, ya sea diferencias en precio, en entrega, descuentos, promociones no incluidas en factura, etc.

Ciente Suspendido

- Modificar en el Maestro de Clientes las condiciones de venta a CS (cliente suspendido) para el cliente o cadena afectada, cuando no se haya obtenido respuesta de su parte después de las dos gestiones de cobro, o antes, si el Gerente de ventas lo considera conveniente.

Una vez efectuado el pago y si se considera necesario, determinar la fecha de reapertura de ventas, girando instrucciones necesarias tanto a la Unidad de Ventas involucrada, como al área de Crédito y Cobranzas, para cambiar la condición del cliente de CC (cliente comercial), y condición de venta CE (contado efectivo).

3.7 COBRANZA LEGAL

- Una vez que el Gerente de Ventas determina la incobrabilidad del adeudo por vía normal (en un plazo máximo de 60 días a partir del vencimiento), traspasar el adeudo a la Cartera de Dudosos, entregando a la Unidad de Cobranza Legal junto con la Orden de traspaso a Dudosos (ver anexo) todos los avisos de cobranza que le fueron hechos al cliente, los comentarios por parte del gerente de ventas, así como la factura y todos los documentos que pudieran facilitar el cobro.
- Elaborar un Informe del Cliente, con todos los datos que se requieren para cambiar el status a CD (cliente dudoso)
- Revisar que los documentos por enviar a la Unidad de Cobranza Legal estén completos, recabando a su entrega el acuse de recibo correspondiente.
- Controlar y tramitar por vía legal la recuperación de los adeudos traspasados a la cartera de dudosos.

- Notificar al Area de Ventas en su caso, la recuperación del 100% del adeudo y recomendar si es conveniente continuar manteniendo relaciones comerciales con el cliente
- Elaborar, si es el caso, la carta oficial de incobrabilidad y notificarlo, para la aplicación contable del castigo definitivo, y la baja posterior de la cuenta del cliente afectado
- Si el adeudo no cuenta con los elementos legales y fiscales para su cobro o para elaborar la carta de incobrabilidad, notificarlo para realizar el castigo definitivo contable no deducible.
- Tramitar con la Contraloría y la Dirección General, la autorización del ajuste del saldo y la baja del cliente con base en los documentos entregados por Cobranza Legal.

3.8 BAJA DE CLIENTES

- Dar de baja a un cliente, previa autorización de la Contraloría y la Dirección General, cuando por razones comerciales convenga dejar de trabajar con él, ya sea por cambio de giro, insolvencia moral o económica, desaparición del punto de venta, castigo definitivo o cualquier otro motivo comercial que lo amerite.
- En segunda instancia, se podrá solicitar la baja del cliente con base en el listado anual de cuentas de clientes sin movimiento, emitido por la Unidad de Administración de Ventas, previa investigación de las causas por las cuales no realice operaciones comerciales y cuyo saldo sea cero.

3.9 AJUSTES

- Depurar automáticamente las diferencias que cumplan con lo siguiente:
 - Ser menores al 1% del valor de la factura

- Que el importe sea menor al salario mínimo diario para el D.F.

- Obtener mensualmente del sistema mecanizado un reporte de diferencias, revisar las que sean mayores al límite señalado en el párrafo anterior, investigar las causas que las provocaron y no depurarlas hasta haberlas aclarado y sometido a la autorización del nivel que corresponda.

- Contabilizar el ajuste autorizado afectando la cuenta contable para "ajustes de cobro en ejercicio".

- Ajustar créditos improcedentes (descuentos por pronto pago) elaborando nota de cargo en valor con el mismo concepto del pronto pago en la cuenta contable "ajustes de cobro por descuento de pronto pago"

CONCLUSIONES

- Al funcionamiento óptimo del Departamento de Crédito y Cobranzas, no se le había dado la importancia que este merecía, solo hasta después de las crisis económicas que desde el año de 1976 nuestro país viene padeciendo. Es por lo anterior que en la actualidad los Gerentes Financieros o Directores de Finanzas le han puesto más atención, ya que los problemas al momento de controlar los créditos o de elaborar los cobros generan un mayor gasto que el de cualquier otro departamento de la empresa.
- En épocas en las cuales las empresas gozan de cierta estabilidad y bonanza, es común que se descuide el Departamento de Crédito y Cobranzas, esto es, que se otorguen créditos sin el debido cuidado en la investigación del cliente, por lo que al momento del cobro de los créditos muchos se tardarán en recuperar y algunos se turnarán como incobrables; por lo anterior se tendrá que poner mucha atención al Departamento de Crédito, ya que si se presentara una época de adversidad económica en el país no sería raro ver que muchas empresas se declararan en quiebra.
- Es por hoy necesario que el Departamento de Crédito y Cobranzas de cualquier empresa, cuente con una estructura sólida desde la fijación de sus políticas de crédito (no cesar en la óptima revisión de todos y cada uno de los documentos o requisitos necesarios para la otorgación del crédito), como el apego total a las políticas de cobranza, la cual nos permitirá obtener una recuperación total de todos los créditos otorgados, todo lo anterior se deberá cumplir sin descuidar la interrelación del Departamento de Crédito con el Departamento de ventas, ya que ambos son pieza fundamental para llevar a cabo el cierre del ciclo de venta y así ambos cumplan con sus objetivos propios los cuales se verán transformados en objetivos comunes, dando con esto una completa satisfacción en cuanto a servicio y comunicación con los clientes.
- La función Crediticia y de Cobranza, es muy importante para la obtención y aplicación de los recursos monetarios de una empresa; ya que si se evalúa de forma correcta el

riesgo que significa el otorgamiento de nuevos créditos, se puede tener un crecimiento en cuanto a los objetivos de ventas, pero siempre y cuando la cobranza de los créditos se haga de forma oportuna se verá también reflejado un crecimiento en la solvencia económica de la empresa, dando como resultado una entidad sana y sin problemas de financiamiento.

- Por todo lo anterior es necesario saber que la Función Financiera no puede estar separada de la Función Crediticia y de cobranza, esto porque, es responsabilidad del Administrador Financiero maximizar el valor de la Empresa y para esto es necesario la obtención de recursos a los menores costos y uno de ellos sería la recuperación óptima de todos y cada uno de los créditos otorgados por la compañía (ya que no hay dinero más barato que el propio), y de esta manera maneja de una forma eficaz el patrimonio de la compañía y así aplica estos recursos de la forma que mejor le convenga para el buen funcionamiento del negocio y de esta manera generar satisfacción tanto para sus clientes internos como para sus clientes externos

BIBLIOGRAFÍA

- Asociación Mexicana de Empresas de Factoraje A C
"Folleto Introducción al Factoraje"
(A.M.E.F.A.C) 1992
- C.P. y Lic. Jorge Santa María García
"Factoraje como apoyo financiero"
- C Van Horne, James
"Administración Financiera"
Editorial PHH
Decima Edición, México 1997
- D. E. Golieb, R.P. Ettinger
"Créditos y Cobranzas"
Editorial CECSA
XXII Reimpresión, México 1998
- Guajardo Cantú, Gerardo
"Contabilidad Financiera"
Editorial Mc Graw Hill
2a. Edición, México 1998

- Horgen + Sundem + Elliot
“Contabilidad Financiera”
 Editorial PHH
 Quinta Edición, México 1994

- Elizalde López, Arturo
“Metodología de la Investigación Contable”
 Editorial ECAFSA
 Segunda Edición, México 1998

- Macías Pineda, Roberto
“El Análisis de los Estados Financieros”
 Editorial ECAFSA
 Tercera Reimpresión, México 1997

- Molina Aznar, Victor E.
“Estrategias Para Otorgar Créditos Sanos”
 Grupo Editorial ISEF
 Segunda Reimpresión, México 1997

- Molina Aznar, Victor E.
“Estrategias de Cobranza en Epoca de Crisis”
 Grupo Editorial ISEF
 Segunda Reimpresión, México 1998

- W Seder, John
"Créditos y Cobranzas"
Cía. Editorial Continental, S.A. de C.V
Octava Reimpresión, México 1997