



Raimon Serrahima Formosa

Consultoría y Formación

Dirección financiera de la empresa

raimon.serrahima.com

www.serrahima.com

Profesor en:

BES laSalle

Business Engineering School

Universitat Ramon Llull

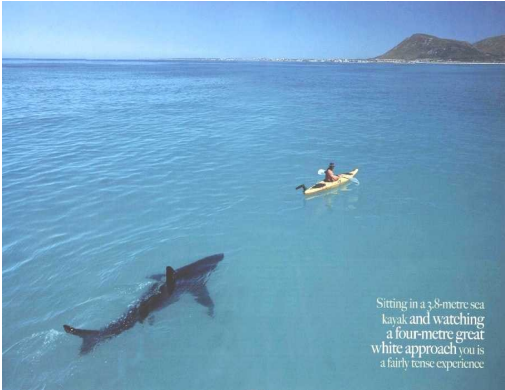
UOC Universitat Oberta de Catalunya

INSTITUTO INTERNACIONAL DE POSGRADO

Miembro de:

aeca ACCID

Asumiendo el riesgo de dar crédito a Clientes



En las Pymes resulta muy frecuente que no se analicen las posibles consecuencias de dar crédito a los clientes.

Sin embargo, es evidente que al dar facilidades de pago se están asumiendo **necesidades y riesgos**.

Dar crédito a un cliente significa invertir en él.

Obviamente, esta inversión supone una necesidad de financiación. Por tanto, antes de invertir en el cliente deberíamos preguntarnos tanto si tenemos la capacidad financiera necesaria como si podemos soportar el coste correspondiente.

Para reducir riesgos tales como no cobrar el crédito dado, es necesario:

- Determinar la capacidad financiera del cliente.
- Cuantificar el riesgo que estamos dispuestos a asumir.
- Controlar en todo momento que no se supera dicho riesgo.
- etc.

Todo ello requiere **planificar y estructurar** un sistema que permita a la empresa determinar el riesgo que puede asumir en sus relaciones comerciales con los clientes.

El primer paso será realizar un análisis detallado de la capacidad económico-financiera de la propia empresa.

Cada cliente deberá también someterse a un análisis de su capacidad económico-financiera. Una vez realizado el estudio puede establecerse una primera clasificación de éste en orden a la concesión de una u otra línea de crédito (plazos y cuantías).

La empresa debe fijar su propia política de concesión de créditos. Sin olvidar que no siempre podrá imponer su criterio por lo que hay que dotar al sistema de una cierta flexibilidad. ¡Pero **flexibilidad no es sinónimo de descontrol!**

Raimon Serrahima Formosa
raimon.serrahima.com

Dirección financiera de la empresa www.serrahima.com



Licencia Creative Commons: Reconocimiento - NoComercial - CompartirIgual (by-nc-sa): Debe reconocerse la autoría. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.



Raimon Serrahima Formosa

Consultoría y Formación

Dirección financiera de la empresa

raimon.serrahima.com

www.serrahima.com

Profesor en:

BES laSalle

Business Engineering School

Universitat Ramon Llull

UOC Universitat Oberta de Catalunya

INSTITUTO INTERNACIONAL DE POSGRADO

Miembro de:

aeca ACCID

Para su fijación deben observarse tanto los condicionantes externos como los internos.

Así, por ejemplo, el hecho de operar en un mercado en expansión o en recesión condicionará nuestra política.

Otros condicionantes serán las costumbres de plazos del sector. No es lo mismo operar en un sector en el que habitualmente se cobra al contado o incluso anticipadamente (compras por internet) que en aquél cuyo plazo medio de cobro/pago es de 90 días.

El poder de la empresa para fijar los precios (monopolios), su propia capacidad financiera (capacidad de absorción de impagados), el coste financiero y coste de oportunidad, las repercusiones sobre el rendimiento empresarial, las repercusiones sobre la estructura productiva (que hace necesario un departamento de gestión de cobros) serán condicionantes de orden interno que la empresa debe también evaluar en la fijación de su política de créditos.

Saludos

Raimon

Última revisión: 19 de ago de 2011.

Raimon Serrahima Formosa
raimon.serrahima.com

Dirección financiera de la empresa www.serrahima.com



Licencia Creative Commons: Reconocimiento - NoComercial - CompartirIgual (by-nc-sa): Debe reconocerse la autoría. No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.