

Crédito y Cobranza

Si preguntáramos a los empresarios qué elegirían: vender sus productos al riguroso contado o a crédito, quizás ellos responderían: “siempre que los presupuestos de ventas no se perjudiquen, desearíamos las ventas de riguroso contado, ya que el pago es inmediato; aunado a esto, los gastos derivados del manejo de crédito se eliminarían”. Por lo tanto, las compañías preferirían vender solamente al contado.

Ahora bien, entonces ¿por qué el crédito? el principal motivo por el que las mayoría de las compañías ofrecen las ventas a crédito es porque su competencia también lo hace. Piensa, ¿qué harías si se te diera la oportunidad de adquirir el mismo bien al mismo monto a dos compañías distintas, pero una te pide el pago en el momento de la compra, mientras que la otra te ofrece pagar el producto un mes después sin ningún costo agregado. ¿A quién le comprarías? Las compañías también prefieren retardar sus pagos, fundamentalmente cuando no existen costos añadidos por la tardanza.

Por todo lo anterior, la administración efectiva del crédito es muy valiosa porque un monto de crédito desmedido es muy costoso en relación con la inversión en cuentas por cobrar y su mantenimiento, mientras que uno demasiado chico puede provocar la pérdida de ventas rentables. Mantener cuentas por cobrar tiene costos directos e indirectos, pero también un incentivo importante, el cual es que el otorgamiento del crédito aumentará las utilidades, pudiendo aumentar la riqueza de los accionistas, de tal forma que es muy importante que el administrador financiero comprenda cómo puede administrar de una manera eficiente y eficaz las actividades de crédito de la empresa.

Una vez que se comentó la importancia de la correcta administración del crédito, es necesario definir qué es una política de crédito, siendo esta un conjunto de decisiones que engloba las normas de crédito de una organización, los términos de crédito, la metodología empleada para cobrar y los procedimientos que se usan para supervisar el crédito.

Las variables controlables principales que afectan a la demanda de los productos de una entidad son los precios de venta, la calidad de los productos, la publicidad y la política de crédito de la empresa; esta incluye los factores que enunciaremos a continuación:

Las normas de crédito se refieren a la solidez y a la calidad crediticia que el cliente debe tener para acceder a que le autoricen un crédito.

La política de crédito de la compañía es detectar qué clientes califican según los lineamientos de crédito y el límite de este.

Crédito y Cobranza

También hay que tener en cuenta la probabilidad de que un cliente liquide lentamente o tal vez no lo haga y cree una pérdida debido a una cuenta incobrable.

Referencia:

Scott B. Eugene B. (2000). Fundamentos de Administración Financiera (12ª Edición). México. Mc. Graw Hill.