

3.-LA FUNCION DE CREDITO Y COBRANZA

3.1. Definición, clasificación y objetivos dentro de la Empresa

Por crédito se entiende lo que John Stuart Mill en su libro *Economía Política* sostiene: como el permiso para usar el capital de otro. Joseph French Jonson, en su obra *Dinero y la Circulación*, al crédito lo llama el poder para obtener bienes o servicios por medio de la promesa de pago....en una fecha determinada en el futuro, ambos autores citados por Ettinger, R.P. (2000).

La idea general establece que el crédito es un derecho presente, a pago futuro. Esta definición al igual que las anteriores, solo tocan el aspecto del uso del dinero; para tener una idea del crédito como entidad es recomendable atender a su origen latino: *creditum* que significa confianza.

La palabra crédito fue aceptada en el lenguaje durante el siglo XVI, estableciendo como común denominador, el valor confianza. Crédito sin confianza es incongruente, inconcebible. En negocios, el crédito es la confianza que se da o toma a cambio de dinero, bienes o servicios.

El crédito puede también ser definido en términos de sus funciones. Como medio de cambio puede ser llamado dinero

futuro. Como tal, provee del 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.

Actualmente en negocios, hay tres usos diferentes de la palabra crédito. Puede significar una *transacción a crédito, crédito establecido o instrumento de crédito.*

Actualmente en negocios, los términos usuales como "comprando a crédito" o "extendiendo crédito", implican una transacción a crédito, o el cambio de un valor presente, por una promesa de pago en un tiempo especificado en el futuro. En una transacción a crédito, el comprador o deudor demuestra su poder o influencia para obtener el permiso del vendedor o acreedor para usar su capital. Consumada la transacción, se crea el derecho del vendedor a recibir el pago en el futuro y la obligación del comprador de pagar en el tiempo designado. La obligación de pagar es, a la vez, moral y legal; las leyes de todo estado previenen la acción legal en contra del deudor moroso.

En su segunda significado, crédito es sinónimo de crédito establecido. Aquí, crédito significa la aceptación de la promesa de pagar, emitida por el comprador, o la buena voluntad

del vendedor para creer en la promesa del comprador. La frase su crédito es bueno, significa que la persona puede ser relevada de pagar porque su palabra es buena y su capacidad para pagar es digna de confianza. Una persona o sociedad tienen, acerca de su personalidad y honorabilidad, la "reputación de solvencia y probidad que les dan derecho a ser creídas", (Diccionario Universal Oxford) Ettinger R.P. (2000 p.27)

En su tercera significado, crédito representa un instrumento de crédito, que consiste en una promesa de pago documentada que manifiesta una transacción formal de crédito. Los cheques, los pagarés y las aceptaciones mercantiles, son instrumentos comunes de crédito.

Tiempo y riesgo quedan implícitos en todo crédito. La pérdida de la confianza ocurre con frecuencia; la reputación es, cuando mucho, una apreciación de la personalidad y, con el tiempo, queda sujeta a cambios. El deudor de mayor confianza es, a menudo, sujeto a presiones que devalúan su promesa de pago.

La amplia aceptabilidad del crédito como un medio de cambio ha generado la idea de considerar que el crédito es sinónimo de riqueza. Esto es falso. La mera extensión del crédito no crea capital, simplemente transfiere los medios de producción de una

persona a otra. "Una vez otorgado el crédito, no más riqueza, no más capital ni más existencia de bienes. No obstante, el uso del crédito conduce a un incremento de la riqueza al quedar los agentes productivos de un país en poder de aquellas personas que son más competentes para utilizarlos", Jonson Joseph French, Money and Currency. Boston , Mass. 1921 Ettinger R.P. (2000 p.3).

Como un agente de producción y como un medio de cambio, el crédito juega un papel esencial en nuestra economía. Hace más productivo al capital, acelera el movimiento de los bienes del productor al consumidor y aumenta el volumen de los bienes producidos y vendidos.

Alguna persona que disponga de capital y no tenga interés de invertirlo en alguno negocio, puede depositarlo en alguna institución financiera que junto a otros son combinados para hacer grandes cantidades de capital, mismas que la institución colocará entre fabricantes y comerciantes en calidad de préstamos, quienes lo emplean para que genere recursos económicos y liquidez. Así, el crédito hace más productivo el capital.

Como ventajas del crédito se señalan:

Ventajas del crédito

- Conveniencia, pues facilita el uso y traslado de cantidades de dinero aun en grandes distancias.
- Eleva el nivel de los negocios y proporciona credibilidad y respeto al empresario, inspirando confianza entre su afines y público en general.
- Los exportadores de bienes realizan todas sus ventas a crédito y muchos mayoristas acostumbran concederlo ampliamente para facilitar e incrementar sus ventas.
- En el medio económico mexicano, es necesario manejar el crédito comercial y bancario para incrementar el desarrollo económico e industrial del país, dado que bien se sabe que aumenta las ventas y éstas, a su vez, generan mayores utilidades.
- La concesión de crédito a empresas industriales permite a éstas desarrollarse con más rapidez y seguridad.

Importancia
del crédito
al interior
de la
empresa

- Reconoce la realidad del mercado.
Las Instituciones financieras no siempre están capacitadas para otorgar el crédito que los clientes necesitan; si embargo, alguien deberá apoyarlos.
- El crédito reconoce la importancia de dar a los clientes lo que desean o lo que necesitan; requieren de crédito para comprar sus producto.
- El crédito mejora su empresa. A través de él, se puede incrementar las ventas, obtener utilidades más altas por unidad y por margen, y tener una cartera de clientes más amplia, entre otras ventajas. Este rango de beneficios no está disponible desde otra área de su negocio.

Aunque el dinero es mejor aceptado, el crédito se emplea más en las operaciones comerciales e industriales, por lo que es imposible negar el hecho concreto de que el crédito ocupa un lugar importante en la economía.

El crédito, atendiendo al tipo de transacción crediticia para la cual se establece, se divide en las siguientes categorías:

- Crédito al detallista
- Crédito de préstamos individuales
- Crédito comercial
- Crédito comercial bancario
- Crédito industrial
- Crédito de inversiones
- Crédito de mercado abierto
- Crédito agrícola
- Crédito público
- Crédito de exportación

Lo más relevante para una empresa son las operaciones donde intervienen la venta de bienes y servicios que aquellas que se representen préstamo de dinero, por lo tanto, haremos mayor énfasis en las dedicadas al crédito al menudeo y al comercial.

El crédito al detallista, el más antiguo, ha sido importante en cada fase del desarrollo del comercio hasta nuestra economía actual, quien no ha oído alguna vez ¿ Al contado o a cuenta?, en casi todas las ramas de ventas al menudeo es activamente estimulado, los planes de cuentas corrientes en las tiendas departamentales hacen posible cubrir varias necesidades familiares de ropa, calzado entre otros bienes y servicios; distinguiendo hoy en día el uso de la tarjeta de crédito nacional e internacional, llegándose a pensar que el dinero llegará a ser innecesario como medio de cambio.

A través de la extensión de este tipo de crédito, los comerciantes aumentan el volumen de sus negocios y realizando la cobranza requerida generan utilidades. Además es de extrema importancia para el intermediario, vendedores, fabricantes e incluso la banca, cada uno a través del canal de distribución y financiero.

Las principales categorías de préstamo de dinero, para ser restituido, generalmente en abonos, son: cuentas abiertas mensuales y cuentas a plazos. El crédito individual a plazos se desarrolló hace poco, relativamente, para satisfacer pequeñas necesidades de préstamos de emergencia. Compañías financieras, departamento de préstamos individuales de bancos

comerciales y asociaciones de crédito, son las fuentes principales de crédito individual.

La función principal del *crédito comercial*, que nació con el comercio, es facilitar el intercambio de bienes, como materias primas para manufactura, o de productos para su reventa; crédito se requiere solo por el tiempo justo que utilice el comerciante para procesar o revender los artículos, dicho plazo de vencimiento dependerá de las condiciones del mercado para su entrega y reventa; las personas que intervienen son: comerciantes, distribuidores (intermediarios y mayoristas), maquiladores y fabricantes.

El crédito comercial bancario comprende prestamos con o sin garantía, a corto plazo.

El término *crédito industrial* es usado en la actualidad para designar: la compra de cuentas por cobrar (por debajo de su costo) para hacerlas efectivas mediante un contrato, con responsabilidad total sobre la contabilidad, cobranza y cualquier pérdida que dichas cuentas pudieran ocasionar. Este tipo de crédito tiene como principal ventaja, que permite el movimiento eficiente del capital para el desarrollo del negocio, y reinvertirlo en trabajo tan rápido a como estima

vender sus artículos sin pasar por la cobranza típica de sus cuentas (30, 60 y 90 días).

El crédito de inversiones es donde un grupo de personas y empresas con excedentes de liquidez buscan donde colocarlo para que produzcan un ingreso superior al interés bancario o bien asumen riesgos con la certeza de que obtendrán mayores ganancias variando el riesgo en proporción directa de la probable ganancia, valiéndose de estos inversionistas externos, empresarios adquieran activos fijos, terrenos, edificios, maquinaria y otros equipos, generalmente es garantizado por bonos o pagarés a largo plazo. Es muy importante para el gerente de cualquier negocio progresista tener conocimiento cabal de estas formas y fuentes de crédito de inversiones a fin de que su negocio pueda invertir razonablemente sus fondos sobrantes o bien, en caso de necesitarlo, estar plenamente capacitado para obtener el beneficio de la inversión de fondos para su propio crecimiento.

En operaciones del mercado abierto, las instituciones financieras comercian en documentos ofrecidos por grandes negocios establecidos y prestigiados, a través de casas corredoras que actúan como intermediarias entre la compañía que

emite los documentos y el banco u otra institución financiera que los adquiere para la venta general.

El crédito agrícola consiste en préstamos a los agricultores a corto, para financiar la producción y compraventa de cosechas y ganado; o largo plazo, para financiar compra de tierras y efectuar mejoras, así como, pie de cría, es decir todo lo que se considere una inversión agrícola.

El crédito público dirige operaciones financieras del gobierno nacional, estatal o local; al igual que los comerciantes el gobierno adquiere bienes a crédito.

Crédito de exportación, el crédito ha jugado un importante papel en el desarrollo del comercio exterior, aunque los riesgos (paridad de la moneda, variabilidad del mercado, factores de tiempo y distancia) que conlleva parecen mayores en transacciones a crédito exterior que en el interior, las pérdidas suelen ser menores, la mayoría de las transacciones de crédito exterior son manejadas sobre condiciones de cartas de crédito, la cual es un instrumento de pago, mediante el cual un banco emisor asume el compromiso escrito por cuenta y orden de una persona física o moral (comprador) a favor de un tercero (vendedor) de pagar una suma de dinero o de aceptar letras de cambio a favor del vendedor, ya sea en sus cajas o a través de

otro banco (banco notificador/confirmador), con la presentación de documentos relativos a la venta de mercancías o prestaciones de servicios, los cuales deben cumplir estricta y literalmente con los términos y condiciones estipuladas en la carta de crédito, Bancomext.com (octubre 2003).

Para consolidar el éxito de una compañía en materia de crédito y cobranza es fundamental tener un pleno conocimiento del propósito y empleo de cada título de crédito, que constituyen la herramienta básica para el eficiente trabajo crediticio. Un título de crédito es la evidencia de una deuda, la cual puede ser o no asegurada por una garantía.

Cada rama del crédito tiene sus propios y especiales títulos de crédito, pero todos ellos tienen las siguientes características: Futuro, relaciones deudor-acrededor y riesgo. Los títulos de crédito generalmente son negociables; son promesas de pago u órdenes de pago. Los cheques, aceptaciones comerciales, giros bancarios, letra de cambio, cartas comerciales de crédito y giros postales/telegráficos son órdenes de pago.

La garantía es una promesa para asegurar el pago de una obligación. Los tipos de garantía más importantes son:

1. Documentos de posesión de mercancías o productos manufacturados (conocimientos de embarque, entrada de almacén, recibos de depósito)
2. Acciones y bonos
3. Derechos sobre propiedad personal o real -hipotecas-
4. Consignaciones de cuentas por cobrar.

3.2. Relación con el área de comercialización

El crédito es usado como un medio de cambio y como un agente de producción. Da flexibilidad a la oferta y la demanda, hace más productivo el capital, acelera la producción y la distribución, aumenta el volumen de los negocios, facilita la transferencia de dinero y sirve para elevar el nivel de manejo de los negocios.

En virtud del gran poder del crédito y los importantes beneficios acumulados por su aplicación, no es sorprendente que el 90% de las ventas realizadas por fabricantes y mayoristas son ventas a crédito. Este porcentaje no se aplica uniformemente en toda clase de negocios. Los exportadores en varias líneas venden totalmente a crédito. Los mayoristas en determinados ramos realizan dos tercios de sus ventas, o menos, a crédito. Hay una considerable variación en la política

crediticia dentro de líneas particulares; algunas se refieren a aquellas que pueden venderse únicamente en efectivo o otras parcialmente a crédito.

En tanto que el crédito no es tan predominante en ventas al por menor como lo es en las de mayoreo, el volumen de crédito del consumidor muestra que el crédito ejerce una muy significativa influencia sobre economía nacional.

Para obtener muchas utilidades en grandes ventas, la mayor parte de los negocios deben depender de ventas a crédito. La amplitud de las utilidades de ventas a crédito depende grandemente de cómo el gerente de crédito evalúe los riesgos que el crédito exige. Un gerente de crédito debe considerar, basándose en la política de la compañía, para tal efecto, la solvencia tanto moral como económica del candidato a crédito.

La generalidad del crédito comercial aumenta grandemente las posibilidades de ventas de los proveedores. Los hombres de negocios, con un crédito establecido o línea de crédito autorizada, pueden operar en parte con los recursos que proveen de ellos. Algunos negociantes que no pueden satisfacer los estrictos requisitos del crédito bancario constituyen riesgos para el crédito comercial por su insostenible capacidad. Los negocios temporales pueden basar su firme expansión en su época

de venta, sobre crédito comercial. Los negocios financieramente fuertes con una línea de crédito autorizada están capacitados para ganarse, con provecho, algunos clientes que no son sujetos de crédito bancario. De esta manera, se amplían las ventajas de contar con una línea de crédito bancario autorizada.

Frecuentemente se abusa, del crédito bancario. Un vendedor que trata de forzar su volumen de ventas por una política crediticia liberal, pronto encuentra su capital de trabajo congelado en cuentas vencidas y sus ganancias destruidas por cuentas incobrables. De manera semejante, muchos compradores podrían emprender un firme negocio en base a crédito sobrevaluado y fracasar por usarlo y extenderlo de manera demasiado liberal. Como hemos visto, la firme expansión del crédito comercial facilita la distribución de bienes de su punto de origen al comerciante al menudeo. El canal de distribución va del proveedor de materias primas al consumidor, con muchas agencias de por medio. Un crédito bancario en cualquier parte de a lo largo del canal de distribución, tendrá el efecto de expandir la capacidad de otorgar crédito comercial en ese punto y a lo largo de la línea en ambas direcciones.

El descuento en efectivo usualmente disponible al comerciante al menudeo si paga sus cuentas antes de que se vengan, es más

grande que el interés cargado por los bancos sobre préstamos comerciales. Cuando un comerciante al menudeo asegura un préstamo para sacar ventaja de los descuentos de los comerciantes al mayoreo, éstos están capacitados para extender crédito comercial a otros compradores a pagar en efectivo a sus proveedores. Estos proveedores que están más cerca de la fuente de origen en el canal de distribución, pueden abstenerse de crédito bancario para ellos mismos, o bien extender más amplio crédito comercial a otros compradores y así sucesivamente. Todas las intermediarios a lo largo del canal son así afectadas por un préstamo bancario para la agencia más próxima al consumidor.

Supongamos que se hace un préstamo bancario a un proveedor de materias primas, capacitándolo para vender sobre condiciones de crédito. La ventaja de ese crédito bancario se pasa entonces a través del canal de distribución mediante extensión adicional de crédito mercantil para cada agencia sucesiva. El proveedor, el fabricante y los comerciantes al mayoreo y al menudeo, todos obtienen provecho del préstamo del banco al proveedor de material primas.

Por todo lo anterior, el que piense: *La función de crédito y cobranza no es realmente tan importante como las ventas,*

prefiero enfocarme a cuestiones positivas.. está en un error, por lo siguiente:

- Ventas significa salida del producto
- Cobranza significa entrada de dinero
- Flujo de Efectivo y no rotación del producto, debería ser su objetivo

De hecho un programa sólido de crédito y cobranzas facilita las ventas:

Crédito. Bastantes compañías no pueden o no quieren pagar en efectivo por los productos que compran. *NO HAY CREDITO NO HAY VENTAS*

Cobranza. Si no cobra sus cuentas a crédito, no podrá ofrecer crédito. Si no ofrece crédito no podrá vender.

3.3. Impactos financieros

Un estudio de la historia de las actividades de los negocios muestra que éstos nunca permanecen estáticos. Periodos de prosperidad alternan con periodos de receso o depresión. Esto es conocido como el ciclo de los negocios.

Tan pronto como un negocio se recupera de una decadencia, las compañías invierten en plantas, maquinaria y otros capitales fijos en espera de tomar la totalidad de las acciones al incrementarse el mercado. Precios y utilidades se elevan con el

aumento de la demanda. El más grande empleo produce aun más grandes demandas. Cada uno tiene confianza y voluntad de conceder crédito, y éste se extiende rápidamente. Tan pronto las acciones y bonos adquieran mayor valor, nuevos préstamos son negociados sobre esa seguridad. Se requiere el total empleo de mano de obra y capital para surtir la demanda. Eventual o repentinamente, la demanda se nivela o es inferior a la producción. Cuando baja, los comerciantes y mayoristas, así como los fabricantes, quedan atrapados con inventarios de precios elevados que no pueden vender. El mundo de los negocios se precipita a cobrar cuentas y documentos por pagar. Los bancos atraen el dinero en efectivo, cobran sus préstamos.

Al comienzo de un receso, los gerentes de crédito tradicionalmente son pesimistas y rechazan conceder crédito. Esta actitud tiende a reducir las ventas y las actividades de los negocios, la cual es retardada por la cautela de los hombres de negocios para comprar. Cuando el receso alcanza su punto más bajo, los gerentes de crédito intentan estimular la recuperación por una política crediticia más liberal. Durante las primeras etapas de un cambio en los negocios, si la confianza de los gerentes de crédito en la capacidad de pago de

sus clientes en el futuro los impulsa a ser demasiado generosos, se da un impulso a la sobreexpansión.

El crédito mejora la empresa. Mediante el, se pueden incrementar ventas, obtener mas altas utilidades por unidad y por margen, y tener una cartera de clientes mas amplia, entre otras ventajas. Este rango tan extenso de beneficios no estará disponible desde otra área de su negocio.

Como hemos visto, los clientes desean el crédito. A continuación se mencionan las razones del porque otorgárselos:

- o Por proporcionar servicio al cliente,
- o Para ganar ventas,
- o Para incrementar utilidades sobre el margen o excedente,
- o Para alcanzar una gama mas extensa de cliente,
- o Para obtener precios mas altos,
- o Para conseguir lealtad a los clientes,
- o Para competir,
- o Para imagen positiva de la compañía

Es obvio, entonces, que los programas de crédito deberán ocupar un lugar en la empresa: el primer lugar, porque son esto lo que pueden generar grandes utilidades que se reflejaran en su estado de resultados.

Pero a pesar de todas las ventajas de otorgar crédito es muy importante ser muy cuidadosos al hacerlo. NO tenemos capacidad para afrontar incobrables.

Es aquí cuando el elemento riesgo hace su aparición. Si solamente tuviéramos clientes con el 100% de garantía de pago, perderíamos una considerable cantidad de clientes y ganancias.

La clave del éxito en crédito es determinar hasta en que nivel de riesgo las utilidades son rebasadas por los gastos. Ante esta situación hay que tener conciencia de que: Cobrar dinero cuesta dinero (además de tiempo y esfuerzo, etc.) no gastemos más por menos.

Otro elemento importante es la sobre inversión en cuentas y documentos por cobrar a Clientes, y es muy probable que suceda si se sigue una política liberal en la concesión de crédito, o bien, la cobranza a sido deficiente, siendo sus causas y provocando los siguientes efectos:

Causas:

- a. Ventas a crédito en exceso
- b. Actuación fraudulentas de los funcionarios
- c. Competencia del mercado
- d. Políticas deficientes en materia de cobranzas, etc.

Efectos:

- a. Aumento en los gastos de cobranza
- b. Aumento de las cuentas incobrables
- c. Disminución de utilidades, etc.

Recomendaciones:

- a. Hacer un estudio tendiente a mejorar la política y métodos de cobranza
- b. Documentar las cuentas por cobrar y tratar de descontar en Instituciones de crédito
- c. Si existe desestabilidad económica, procurar fondos a las empresas, con nuevas aportaciones de socios, créditos a largo plazo, etc.

En el medio económico mexicano, es necesario manejar el crédito comercial y bancario para incrementar el desarrollo económico e industrial del país, dado que bien se sabe que aumenta las ventas y éstas, a su vez, generan mayores utilidades, por lo tanto, la concesión de crédito a empresas industriales permite a éstas desarrollarse con más rapidez y seguridad.

De todo lo anterior expuesto surgen una serie de preguntas que todo empresario-ejecutivo de crédito deberá realizarse antes de tomar cualquier decisión:

Que es más ventajoso ¿trabajar con recursos propios o ajenos?
Al menos en teoría lo ideal es que toda empresa que inicia operaciones lo haga con aportación inicial de capital de los socios que corresponde al valor de las acciones, pero si dicha aportación no cubre el plan de negocios hay que recurrir al financiamiento; quedando la opción de que si un socio tiene capital disponible lo invierta en lugar de tomar alguna clase de financiamiento externo.

Es una práctica común hoy en día, incluso para las empresas que tienen mucho capital, hacer sus planes de negocios desde el principio considerando préstamos aprovechando el apoyo de fondos especiales para cada actividad económica, esto obedece al que no dejar de ser un riesgo la inversión dado las condiciones económicas del mercado tan vulnerables que afectan indudablemente las inversiones; otro aspecto importante por lo que conviene utilizar recursos ajenos son los fiscales, puesto que, los préstamos generan intereses que son deducibles y nos generan un ahorro fiscal, mientras que el capital social genera dividendos no deducibles.

Cuales son los riesgos de la utilización de un crédito constante?

Si el apoyo financiero ha sido otorgado en base a estudio de crédito y tomando en consideración una capacidad de pago real donde la empresa pueda liquidarlos sin dificultad el riesgo se minimiza.

3.4. Importancia en el servicio al Cliente

El crédito reconoce la importancia de dar a los clientes lo que desean o que necesitan; en este caso, necesitan crédito para comprarle sus productos.

Entre algunas de las razones más importantes para utilizar un crédito se encuentran las siguientes:

1. Por conveniencia.- Pagar en efectivo es molesto. Es más fácil pagar una cuenta a un mes que pagar en efectivo cada vez que se necesita comprar algo.
2. Falta de liquidez.- Es un argumento simple: la mayoría de los consumidores prefieren pagar mediante el crédito que posponer o cancelar sus compras.
3. No hay otro crédito disponible.- Es decir: nadie me prestará dinero para comprar producto, así que, si quiere vender, tendrá que otorgarme crédito.
4. Mantener acreedores cautivos.- Muchos clientes compran a crédito porque esto les da cierta garantía de retener a sus vendedores. Ellos creen que el crédito implica un mayor

compromiso de parte del vendedor, mejor servicio, inmediata solución a los problemas y otras ventajas.

5. Por expansión.- Las empresas en crecimiento con frecuencia padecen problemas de flujo de efectivo. El crédito que usted les otorgue puede ayudarlos a cruzar el puente que existe entre las cuentas por cobrar y el dinero en efectivo.

6. Verificación/documentación.- Las compras en efectivo son definitivamente difíciles de documentar; por el contrario, los registros de cuentas por pagar reflejan los datos importantes de una operación: quién (quien hizo el pedido del producto), qué (lo que nos compraron), cuándo (la fecha de la compra), dónde (lugar donde se entregó), porque (el detalle del total en "X" cantidad de dinero) y cómo (cómo se pagó la cuenta: si se pagó la suma total, en pagos, sin descuento o si se pagaron intereses).

7. Ego.- Ofrecer crédito es una forma en que el vendedor demuestra la confianza en un cliente. *El dinero habla, pero el crédito grita.*

Obviamente, los clientes consideran el crédito como un negocio serio, y los vendedores inteligentes también. Después de todo, están juntos en este negocio.