



Curso Online de **La Gestión del Crédito a Clientes** *(Credit Management)*

*Técnicas y herramientas para la gestión del crédito comercial y la
prevención de impagos.*




Iniciativas Empresariales
| estrategias de formación



MANAGER
BUSINESS
SCHOOL

Tel. 900 670 400 - attcliente@iniciativasempresariales.com
www.iniciativasempresariales.com

BARCELONA - BILBAO - MADRID - SEVILLA - VALENCIA - ZARAGOZA

La Gestión del Crédito a Clientes (*Credit Management*)

Presentación

La rentabilidad de todo tipo de negocio depende en gran medida del tiempo que se tarda en cobrar de los clientes. El objetivo que tiene que tener toda empresa es acelerar al máximo el proceso de cobro y reducir los gastos financieros que requieren los recursos invertidos en las cuentas de clientes.

Descuidar el control del crédito otorgado a los clientes y el cobro de las ventas puede llevar a problemas de tesorería; en los casos más graves, las compañías pueden acabar en una situación de insolvencia o incluso cesar en sus actividades empresariales.

Este objetivo se hace imperativo en una situación como la actual de mayor rigor de las entidades financieras para otorgar créditos y subida de los tipos de interés. En este contexto, es fundamental que el mayor número de personal implicado (comercial, finanzas, administración, etc.) conozca las técnicas y métodos de análisis y gestión de crédito a clientes, y de control y reducción de impagados.

En este curso se tratarán, desde un punto de vista muy operativo y práctico, las técnicas y herramientas para determinar el crédito comercial así como las técnicas para conseguir acelerar el cobro, conseguir el incremento del *cash flow* diario y reducir los impagados y el endeudamiento con entidades bancarias.

La Educación On-line

Con más de 25 años de experiencia en la formación de directivos y profesionales, Iniciativas Empresariales y la Manager Business School presentan sus cursos e-learning. Diseñados por profesionales en activo, expertos en las materias impartidas, son cursos de corta duración y eminentemente prácticos, orientados a ofrecer herramientas de análisis y ejecución de aplicación inmediata en el puesto de trabajo.

Los cursos e-learning de Iniciativas Empresariales le permitirán:

1

La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado.

2

Interactuar con otros estudiantes enriqueciendo la diversidad de visiones y opiniones y su aplicación en situaciones reales.

3

Aumentar sus capacidades y competencias en el puesto de trabajo en base al estudio de los casos reales planteados en este curso.

4

Trabajar con más y diversos recursos que ofrece el entorno on-line.

La Gestión del Crédito a Clientes (*Credit Management*)

Método de Enseñanza

El curso se realiza online a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo su contenido (manual de estudio, material complementario, ejercicios de aprendizaje, bibliografía...) pudiendo descargárselo para que pueda servirle posteriormente como un efectivo manual de consulta. En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible. Ponemos además a su disposición un tutor que le apoyará y dará seguimiento durante el curso, así como un consultor especializado que atenderá y resolverá todas las consultas que pueda tener sobre el material docente.

Podrá también descargarse la APP Moodle Mobile (disponible gratuitamente en Google Play para Android y la Apple Store para iOS) que le permitirá acceder a la plataforma desde cualquier dispositivo móvil y realizar el curso desde cualquier lugar y en cualquier momento.

El curso incluye:



Contenido y Duración del Curso

El curso tiene una duración de **60 horas** distribuidas en 5 módulos de formación práctica.

El material didáctico consta de:

Manual de Estudio

Los 5 módulos contienen el temario que forma parte del curso y que ha sido elaborado por profesionales expertos en la materia.

Material Complementario

Cada uno de los módulos contiene material complementario que ayudará al alumno en la comprensión de los temas tratados. Encontrará también ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

La Gestión del Crédito a Clientes (*Credit Management*)

Este curso le permitirá saber y conocer:

- Cómo analizar la base de clientes y calcular el riesgo comercial y financiero de cada uno de ellos.
- Cómo vender a crédito y evitar riesgos de impago y morosidad.
- Cómo mejorar la rentabilidad de las ventas y el *cash flow* mediante el análisis y la gestión del crédito a clientes.
- Qué técnicas existen para aumentar la liquidez acelerando los procesos de cobro, evitar el endeudamiento, reducir el riesgo comercial y prevenir la morosidad.
- Cómo conciliar los objetivos comerciales con los financieros en términos de cobro.
- De qué métodos disponemos para determinar el crédito necesario y el límite de crédito para cada cliente.
- Cómo establecer el límite de crédito a un cliente nuevo.
- Cómo negociar las condiciones de ventas y facturación para mejorar el Periodo Medio de Cobro.
- Cómo analizar y prever las consecuencias de los días fijos de pago establecidos por los clientes.
- Cuándo usar los descuentos por pronto pago.
- Los métodos existentes para hacer un seguimiento eficaz de las cuentas a cobrar de clientes.
- Qué mecanismos de prevención y alerta podemos implantar para detectar posibles impagos.
- Cuáles son las claves del cobro de impagados.
- Cuándo es aconsejable externalizar la gestión de cobros.
- Cuáles son los parámetros para reconocer operaciones comerciales de alto riesgo.

“ Reduzca el riesgo comercial, optimice el cobro y aprenda a prevenir y gestionar la morosidad ”

Dirigido a:

Directores Financieros, Jefes de Tesorería, Responsables de Administración, Jefes de Contabilidad, *Controllers*, Directores Comerciales y de Ventas y, en general, a cualquier directivo o responsable implicado en la gestión del crédito a clientes y el cobro de facturas.

La Gestión del Crédito a Clientes (*Credit Management*)

Contenido del Curso

MÓDULO 1. El crédito Interempresarial y el *Credit Management*

10 horas

El crédito interempresarial o comercial es la venta de bienes o servicios mediante un acuerdo entre proveedor y cliente de aplazar el pago del intercambio comercial a una fecha determinada en el futuro. Significa para el cliente poder obtener bienes y servicios de forma inmediata a cambio de haber contraído la obligación de pagarlos en una fecha posterior a la de la transacción comercial. En este primer módulo del curso conoceremos las ventajas que reporta a compradores y vendedores, así como la utilidad del *Credit Management* para proteger a las empresas de las consecuencias económicas de los impagos.

1.1. Qué es el Crédito Interempresarial:

- 1.1.1. Introducción al concepto de Crédito Interempresarial.
- 1.1.2. Las razones del Crédito Interempresarial.
- 1.1.3. Las ventajas del crédito comercial para los compradores.
- 1.1.4. Las ventajas que el crédito comercial reporta a los proveedores.
- 1.1.5. La importancia macroeconómica y microeconómica del Crédito Interempresarial.

1.2. Los riesgos de la concesión de créditos a los clientes:

- 1.2.1. Introducción a los riesgos de la concesión de créditos a los clientes.
- 1.2.2. Principios esenciales de la concesión del crédito comercial.
- 1.2.3. Las contingencias del crédito comercial.

1.3. El crédito a clientes como inversión en el activo circulante:

- 1.3.1. El crédito comercial en el balance.
- 1.3.2. La gestión del crédito comercial.
- 1.3.3. Los principios de gestión del crédito de clientes.
- 1.3.4. Los costes que engendra el Crédito Interempresarial.
- 1.3.5. Qué implica la concesión de créditos a clientes.
- 1.3.6. La actitud de las empresas frente al crédito.

1.4. El *Credit Management* como disciplina para el control del riesgo de clientes:

- 1.4.1. Los tres pilares del *Credit Management*.
- 1.4.2. Las seis fases esenciales de la gestión integral del crédito de clientes.
- 1.4.3. La misión del *Credit Management*.
- 1.4.4. El departamento de créditos: funciones y composición.
- 1.4.5. En qué consiste una estructura de *Credit Management*.

La Gestión del Crédito a Clientes (*Credit Management*)

MÓDULO 2. La problemática global de la morosidad en Europa y la legislación para combatirla

9 horas

Uno de los grandes problemas a los que se enfrentan las empresas españolas es la dificultad permanente de lograr cobrar de forma adecuada de sus clientes y conseguir un flujo de cobros que les permita funcionar sin tensiones de liquidez ni sufrir pérdidas por la morosidad o insolvencia de sus deudores.

Este módulo analiza la situación de la morosidad en Europa y España y a través de él conoceremos qué es la Directiva Europea Antimorosidad y entenderemos los objetivos de la legislación contra la morosidad.

2.1. La problemática de la morosidad en las operaciones comerciales:

2.1.1. Los problemas de cobro y los plazos de pago en las empresas españolas.

2.1.2. La morosidad y los retrasos en los pagos como grave problema para la supervivencia de las empresas.

2.1.3. Los condicionantes de la morosidad.

2.2. La legislación europea y española contra la morosidad:

2.2.1. La Directiva 2000/35/CE de lucha contra la morosidad.

2.2.2. La Ley 3/2004 de lucha contra la morosidad en operaciones comerciales.

2.2.3. La Nueva Ley 15/2010, de 5 de Julio, contra la morosidad.

MÓDULO 3. La gestión integral de los riesgos de crédito de clientes

25 horas

Cualquier modalidad de pago que no sea al contado supone la aparición de un riesgo de crédito, es decir, existe la contingencia del cumplimiento de la obligación de pagos por parte del cliente. En este módulo aprenderemos, los distintos procedimientos del Credit Management para aminorar el riesgo de crédito de las operaciones comerciales a través de medidas de gestión o la utilización de empresas de servicios.

3.1. Los riesgos empresariales:

3.1.1. Introducción al concepto de riesgos empresariales.

3.1.2. El aseguramiento de los riesgos.

3.1.3. Los diferentes tipos de riesgo empresarial.

3.1.4. Los riesgos en el activo de las empresas.

3.2. La gestión de riesgos del crédito comercial:

3.2.1. Los riesgos derivados de las ventas a crédito.

3.2.2. La prevención del riesgo de crédito comercial.

La Gestión del Crédito a Clientes (*Credit Management*)

- 3.2.3. Los determinantes básicos del riesgo del crédito comercial.
- 3.2.4. Principios fundamentales de la gestión del riesgo comercial.
- 3.2.5. El factor tiempo en el riesgo de crédito comercial.
- 3.2.6. El riesgo de desfase en el cobro.
- 3.2.7. Los riesgos del crédito comercial derivados del incremento de las cuentas de clientes.
- 3.2.8. La tipología de riesgos financieros derivados del crédito comercial: los riesgos primarios y secundarios.
- 3.2.9. Los riesgos comerciales que puede provocar el *Credit Management*.
- 3.3. Las medidas del *Credit Management* para reducir el riesgo de impago:**
 - 3.3.1. Los tres tipos de medidas para aminorar el riesgo de impago en las operaciones comerciales.
 - 3.3.2. Los procedimientos internos de gestión preventiva del riesgo de crédito.
 - 3.3.3. Los servicios externos que se pueden utilizar para afianzar el riesgo o transmitirlo a terceros.
 - 3.3.4. Las condiciones adicionales que se pueden pactar con el cliente para garantizar el cobro.

MÓDULO 4. La fase de cobro en el ciclo de explotación y diferentes aspectos del periodo medio de cobro

9 horas

- 4.1. El Ciclo de Explotación y la influencia del Período de Cobro:**
 - 4.1.1. El ciclo de explotación según la actividad empresarial y los subperíodos que los componen.
 - 4.1.2. El Período Medio de Cobro como componente clave del ciclo de explotación.
 - 4.1.3. La influencia del Período Medio de Cobro en el Período Medio de Maduración Económica de las empresas.
- 4.2. El cálculo y optimización del Período Medio de Cobro:**
 - 4.2.1. El cálculo del Período Medio de Maduración Económica y de los diferentes subperíodos que forman el ciclo de maduración.
 - 4.2.2. Qué es el Período Medio de Maduración Financiera o Ciclo de Caja y cómo calcularlo.
 - 4.2.3. La importancia de optimizar el Ciclo de Caja para reducir las necesidades operativas de fondos.
- 4.3. Los beneficios financieros de una reducción del Período Medio de Cobro:**
 - 4.3.1. La mejora del Cash-Flow mediante la reducción del Período Medio de Cobros.
 - 4.3.2. La importancia de controlar el Período Medio de Cobro para disminuir las necesidades de financiación del activo circulante y del Fondo de Maniobra.
 - 4.3.3. Los efectos positivos sobre el capital circulante de reducir el Período Medio de Cobro.
 - 4.3.4. Las consecuencias para las finanzas operativas si se produce un alargamiento del Período Medio de Cobro.
 - 4.3.5. Los factores que influyen en la reducción del PMC y cómo implementarlos.

MÓDULO 5. Los efectos financieros del crédito comercial otorgado a clientes y de los impagados

7 horas

5.1. Los costes financieros de los aplazamientos de pago:

- 5.1.1. Los costes financieros de vender a crédito.
- 5.1.2. El efecto de la concesión de créditos a clientes en los beneficios de las empresas y en su liquidez.
- 5.1.3. El coste oculto para el proveedor a la hora de otorgar un crédito a un cliente.
- 5.1.4. Los costes de las operaciones comerciales con pago diferido.

5.2. Los costes provocados por la morosidad en los pagos de las operaciones comerciales:

- 5.2.1. Los costes y perjuicios económico – financieros que provoca la morosidad y los factores que influyen sobre el impacto de la morosidad en las empresas.
- 5.2.2. La cuantificación de los costes financieros de los retrasos en los pagos y otros gastos adicionales.
- 5.2.3. Los costes ocultos de la morosidad: el efecto de pérdida de valor del dinero provocado por la inflación, los costes de oportunidad y los gastos de gestión de cobro.
- 5.2.4. El cálculo diario del coste de los impagados y retrasos en el cobro de las facturas.

5.3. Las consecuencias económico financieras para el acreedor de las facturas incobrables:

- 5.3.1. Las consecuencias económicas para el acreedor de un crédito incobrable.
- 5.3.2. Las ventas necesarias para compensar un crédito incobrable en función al margen de beneficio obtenido en las operaciones comerciales.
- 5.3.3. Los diferentes planteamientos de realizar los cálculos de las ventas compensatorias.
- 5.3.4. Los otros perjuicios que causa la morosidad a las empresas.

La Gestión del Crédito a Clientes (*Credit Management*)

Autor

El contenido y las herramientas pedagógicas del curso han sido elaboradas por un equipo de especialistas dirigidos por:



Pere Brachfield

Graduado en Derecho y en Comunicación de las Organizaciones. Miembro asociado del Colegio de Economistas de Cataluña y profesor de Finanzas en EAE Business School, es CEO de Brachfield Credit & Risk Consultants colaborando además como docente en varias escuelas de negocios y Universidades.

Asesor en la lucha contra la morosidad de la pequeña y mediana empresa de Cataluña es también Director de estudios de la PMcM, Plataforma Multisectorial contra la Morosidad, un lobby empresarial cuyo objetivo fundamental es combatir la morosidad y reducir los plazos de pago en España.

El autor y el equipo de tutores estarán a disposición de los alumnos para resolver sus dudas y ayudarles en el seguimiento del curso y el logro de objetivos.

Titulación

Una vez finalizado el curso de forma satisfactoria, el alumno recibirá un diploma acreditando la realización del curso **LA GESTIÓN DEL CRÉDITO A CLIENTES (CREDIT MANAGEMENT)**.

