



# 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 en la empresa.*

**ARGENTINA**  
(54) 1159839543

**BOLÍVIA**  
(591) 22427186

**COLOMBIA**  
(57) 15085369

**CHILE**  
(56) 225708571

**COSTA RICA**  
(34) 932721366

**EL SALVADOR**  
(503) 21366505

**MÉXICO**  
(52) 5546319899

  
Iniciativas Empresariales  
*| estrategias de formación*

atcliente@iniciativasempresariales.edu.es  
america.iniciativasempresariales.com  
Sede Central: BARCELONA - MADRID



Llamada Whatsapp  
(34) 601615098



MANAGER  
BUSINESS  
SCHOOL

**PERÚ**  
(51) 17007907

**PANAMÁ**  
(507) 8338513

**PUERTO RICO**  
(1) 7879457491

**REP. DOMINICANA**  
(1) 8299566921

**URUGUAY**  
(34) 932721366

**VENEZUELA**  
(34) 932721366

**ESPAÑA**  
(34) 932721366

## 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 debe 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 Formación E-learning

Con más de 35 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.

Nuestros cursos e-learning dan respuesta a las necesidades formativas de la empresa permitiendo:

1 La posibilidad de *escoger* el momento y lugar más adecuado para su formación.

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 el curso.

4 *Trabajar* con los recursos que ofrece el entorno on-line.

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

### Objetivos del curso:

---

- Analizar nuestra base de clientes y calcular el riesgo comercial y financiero de cada uno de ellos.
- Saber cómo vender a crédito y evitar riesgos de impago y morosidad.
- Mejorar la rentabilidad de las ventas y el *cash flow* mediante el análisis y la gestión del crédito a clientes.
- Conocer las técnicas que existen para aumentar la liquidez acelerando los procesos de cobro, evitar el endeudamiento, reducir el riesgo comercial y prevenir la morosidad.
- Conciliar los objetivos comerciales con los financieros en términos de cobro.
- Identificar los métodos de los que disponemos para determinar el crédito necesario y el límite de crédito para cada cliente.
- Saber cómo establecer el límite de crédito a un cliente nuevo.
- Saber cómo negociar las condiciones de ventas y facturación para mejorar el Periodo Medio de Cobro.
- Analizar y prever las consecuencias de los días fijos de pago establecidos por lo clientes.
- Conocer los métodos existentes para hacer un seguimiento eficaz de las cuentas a cobrar de clientes.
- Conocer mecanismos de prevención y alerta que podemos implantar para detectar posibles impagados.
- Cuando es aconsejable externalizar la gestión de cobros.
- Descubrir 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.

## Estructura y Contenido del curso

El curso tiene una duración de 60 horas lectivas 100% online que se realizan a través de la plataforma e-learning de Iniciativas Empresariales que permite el acceso de forma rápida y fácil a todo el contenido:

### Manual de Estudio

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

### Material Complementario

En cada uno de los módulos que le ayudará en la comprensión de los temas tratados.

### Ejercicios de aprendizaje y pruebas de autoevaluación

para la comprobación práctica de los conocimientos adquiridos.

**Bibliografía y enlaces** de lectura recomendados para completar la formación.

## Metodología 100% E-learning



### Aula Virtual \*

Permite el acceso a los contenidos del curso desde cualquier dispositivo las 24 horas del día los 7 días de la semana.

En todos nuestros cursos es el alumno quien marca su ritmo de trabajo y estudio en función de sus necesidades y tiempo disponible.



### Soporte Docente Personalizado

El alumno tendrá acceso a nuestro equipo docente que le dará soporte a lo largo de todo el curso resolviendo todas las dudas, tanto a nivel de contenidos como cuestiones técnicas y de seguimiento que se le puedan plantear.



\* El alumno podrá 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.

## 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. Es importante conocer 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 impagados.

#### 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*.

## 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.

### 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.
- 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



### Pere Brachfield

Abogado. Miembro asociado del Colegio Oficial de Economistas de Catalunya. Graduado en Derecho y en Comunicación de las Organizaciones. Título de Postgrado en Experto en Gestión Extrajudicial de Cobro de Impagados. CEO de Brachfield Credit & Risk Consultants, especialistas en la gestión integral del riesgo de crédito.

Como escritor especializado en economía y empresa ha publicado 28 libros, además de contar con más de 2.500 artículos publicados en diferentes medios.

## Titulación

Una vez finalizado el curso el alumno recibirá el diploma que acreditará el haber superado de forma satisfactoria todas las pruebas propuestas en el mismo.

