

Pamplona, octubre 2009

DELTA CELEBRA CON AMEDNA UN DESAYUNO DE TRABAJO SOBRE "CÓMO GESTIONAR EL COBRO A CLIENTES"

“¿Qué debemos saber y hacer ante una situación generalizada de morosidad?, que no cunda el pánico... también hay liquidez en el mercado”. Con este lema comenzó el Desayuno de Trabajo que celebró Amedna, con la financiación del Servicio Navarro de Empleo, el pasado 21 de octubre. En esta jornada, en la que intervinieron Jesús Marco, responsable del departamento jurídico y Arancha Yuste, responsable del departamento económico fiscal, ambos de Delta Consultores, se trabajó fundamentalmente sobre cómo gestionar el cobro a clientes.

La sesión se dividió en tres partes. En primer lugar, se planteó la cuestión de la morosidad y sus principales causas, tras lo que Jesús Marco destacó: “Las operaciones comerciales se suelen dar bajo un sustrato de confianza, en tiempos de crisis aumenta la desconfianza del mercado y las líneas habituales de pago se vienen abajo”. Las causas de la morosidad se pueden dividir en tres, incluyendo la más tradicional que es el desacuerdo contractual, el moroso clásico que alarga la situación y, por último, el moroso por falta de solvencia que es el que se suele encontrar en concurso de acreedores, especialmente en la situación actual del mercado. “Esta distinción de morosidad es importante ya que a efectos procesales es necesario conocer de qué tipo se trata”, recordó Marco.

A continuación, la jornada se centró en la prevención de la morosidad, en la que se trabajó sobre la documentación de crédito para disminuir el riesgo de impagos, los aspectos formales de los créditos mercantiles y las garantías de crédito, entre otros temas. Arancha Yuste incidió en que el principal problema se sitúa en las pequeñas transacciones ya que suelen ser a través de contratos verbales difíciles de acreditar.

Por último, se analizaron los pasos a seguir para la gestión de impagados en las que se destacaron los siguientes pasos: documentar bien el crédito, reclamar cuanto antes el impago y realizar un seguimiento. “Dentro de la morosidad es necesario establecer una relación de honestidad y franqueza que lleve a exigir una prueba de buena voluntad por muy pequeña que sea”, apuntó Yuste, “si se decide iniciar otro tipo de medidas se recomienda llegar hasta el final para que el cliente sepa que se va en serio”.

La nueva situación que plantea el mercado a nivel internacional hace necesario que las empresas cambien su estrategia de cobros para que se abarque desde el departamento comercial como el iniciador del proceso de venta hasta el departamento de administración que realiza los cobros, “es necesario insertar en la política comercial de la empresa lo que viene después, el cobro, de esta manera todo el mundo conocerá mejor a los clientes y se podrán buscar soluciones conjuntas” concluyó Yuste.