

¿A qué cliente le doy crédito?

DEBE DESARROLLAR UN BUEN MECANISMO PARA SABER A QUÉ EMPRESAS LE PUEDE FINANCIAR SU MERCADERÍA. NO LO DEJE A LA INTUICIÓN.

¿Qué hace usted cuando un cliente nuevo le quiere comprar su mercadería pero le dice que solo le puede pagar en un mes? De acuerdo con Jhony Ostos, profesor de la Universidad ESÁN, se debe plantear por lo menos estas preguntas claves: ¿para qué el cliente necesita el financiamiento?, ¿qué cantidad necesita?, ¿tiene capacidad para pagarlo? Y si las respuestas no son convincentes, hay que preguntarle al cliente si hay alguna garantía.

“Hay que investigar cuánto tiempo tiene en el mercado y si tiene experiencia en el negocio”, dice Ostos.

Por otro lado, si su cliente es una empresa grande y le dice que le va a pagar en dos meses, se recomienda firmar un contrato y establecer en él penalizaciones por la demora en los pagos.

De acuerdo con Martín Serkovic, especialista en derecho comercial, lo fundamental es analizar al cliente y su capacidad de pago. “También hay que



ÓSCAR ROCA

PARA PROVEEDORES. Es necesario un historial de pago de cada cliente.

tomar en cuenta si vale la pena o no invertir tiempo y dinero investigando a un cliente por una venta única de S/.2.000”, dice.

Además, si la empresa tiene varios clientes, es recomendable manejar un software que le permita tener un registro detallado del comportamiento de todos sus clientes. Según Manuel Pérez, presidente de Apesoft, el CRM (Customer Relationship Management) permite guardar el historial y la información de los clientes. “Me ayuda a saber cómo se comportó el cliente, cuánto se demoró en pagar, cuántas veces se atrasó en los pagos y esta información me puede ayudar a evaluar mejor a mis clientes”, indica Pérez. ▲