

UIT-T

SECTOR DE NORMALIZACIÓN
DE LAS TELECOMUNICACIONES
DE LA UIT

D.195
Suplemento 1
(05/2013)

SERIE D: PRINCIPIOS GENERALES DE TARIFICACIÓN
Principios generales de tarificación – Telecomunicaciones
privilegiadas y de servicio

Plazo para la liquidación de cuentas de los
servicios de telecomunicación internacionales

**Suplemento 1: Directrices para la gestión
crediticia**

Recomendación UIT-T D.195 – Suplemento 1

RECOMENDACIONES UIT-T DE LA SERIE D
PRINCIPIOS GENERALES DE TARIFICACIÓN

TÉRMINOS Y DEFINICIONES	D.0
PRINCIPIOS GENERALES DE TARIFICACIÓN	
Arriendo de medios de telecomunicaciones de uso privado	D.1–D.9
Principios de tarificación aplicables a los servicios de comunicación de datos por redes públicas de datos especializadas	D.10–D.39
Tasación y contabilidad en el servicio público internacional de telegramas	D.40–D.44
Tasación y contabilidad en el servicio internacional de telemensajes	D.45–D.49
Principios aplicables a la infraestructura GII-Internet	D.50–D.59
Tasación y contabilidad en el servicio télex internacional	D.60–D.69
Tasación y contabilidad en el servicio internacional de facsímil	D.70–D.75
Tasación y contabilidad en el servicio videotex internacional	D.76–D.79
Tasación y contabilidad en el servicio internacional de telefotografía	D.80–D.89
Tasación y contabilidad en los servicios móviles	D.90–D.99
Tasación y contabilidad en el servicio telefónico internacional	D.100–D.159
Establecimiento e intercambio de las cuentas telefónicas y télex internacionales	D.160–D.179
Transmisiones internacionales radiofónicas y de televisión	D.180–D.184
Tasación y contabilidad en los servicios internacionales por satélite	D.185–D.189
Transmisión de información sobre cuentas mensuales internacionales de telecomunicaciones	D.190–D.191
Telecomunicaciones privilegiadas y de servicio	D.192–D.195
Liquidación de los saldos de las cuentas internacionales de telecomunicaciones	D.196–D.209
Tarificación y contabilidad en los servicios internacionales de telecomunicaciones por la RDSI	D.210–D.269
Tarificación y contabilidad en las redes de la próxima generación	D.270–D.279
Tarificación y contabilidad en las telecomunicaciones personales universales	D.280–D.284
Tarificación y contabilidad en los servicios soportados por la red inteligente	D.285–D.299
RECOMENDACIONES APLICABLES EN EL PLANO REGIONAL	
Recomendaciones aplicables en Europa y en la Cuenca Mediterránea	D.300–D.399
Recomendaciones aplicables en América Latina	D.400–D.499
Recomendaciones aplicables en Asia y Oceanía	D.500–D.599
Recomendaciones aplicables en la Región África	D.600–D.699

Para más información, véase la Lista de Recomendaciones del UIT-T.

Recomendación UIT-T D.195

Plazo para la liquidación de cuentas de los servicios de telecomunicación internacionales

Suplemento 1

Directrices para la gestión crediticia

Resumen

El Suplemento 1 a la Recomendación UIT-T D.195 tiene por objeto ayudar a los operadores de telecomunicaciones interesados a preparar directrices sobre gestión del crédito para mejorar la eficiencia en la gestión de cuentas deudoras y compartir información interna sobre las empresas que entrañan riesgo crediticio. El objetivo de estas directrices voluntarias es ayudar a los operadores a formular nuevas directrices sobre gestión crediticia (o actualizar las existentes) de acuerdo con sus necesidades y en consonancia con las políticas de gestión crediticia más recientes.

Historia

Edición	Recomendación	Aprobación	Comisión de Estudio
1.0	ITU-T D.195	2003-11-21	3
2.0	ITU-T D.195	2006-06-27	3
3.0	ITU-T D.195	2008-04-04	3
4.0	ITU-T D.195	2011-04-01	3
5.0	ITU-T D.195	2012-11-20	3
5.1	ITU-T D.195 Suppl. 1	2013-05-31	3
5.2	ITU-T D.195 Suppl. 2	2013-05-31	3
5.3	ITU-T D.195 Suppl. 3	2013-05-31	3

PREFACIO

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) es el organismo especializado de las Naciones Unidas en el campo de las telecomunicaciones y de las tecnologías de la información y la comunicación. El Sector de Normalización de las Telecomunicaciones de la UIT (UIT-T) es un órgano permanente de la UIT. Este órgano estudia los aspectos técnicos, de explotación y tarifarios y publica Recomendaciones sobre los mismos, con miras a la normalización de las telecomunicaciones en el plano mundial.

La Asamblea Mundial de Normalización de las Telecomunicaciones (AMNT), que se celebra cada cuatro años, establece los temas que han de estudiar las Comisiones de Estudio del UIT-T, que a su vez producen Recomendaciones sobre dichos temas.

La aprobación de Recomendaciones por los Miembros del UIT-T es el objeto del procedimiento establecido en la Resolución 1 de la AMNT.

En ciertos sectores de la tecnología de la información que corresponden a la esfera de competencia del UIT-T, se preparan las normas necesarias en colaboración con la ISO y la CEI.

NOTA

En esta publicación, la expresión "Administración" se utiliza para designar, en forma abreviada, tanto una administración de telecomunicaciones como una empresa de explotación reconocida de telecomunicaciones.

La observancia de esta publicación es voluntaria. Ahora bien, la publicación puede contener ciertas disposiciones obligatorias (para asegurar, por ejemplo, la aplicabilidad o la interoperabilidad), por lo que la observancia se consigue con el cumplimiento exacto y puntual de todas las disposiciones obligatorias. La obligatoriedad de un elemento preceptivo o requisito se expresa mediante las frases "tener que, haber de, hay que + infinitivo" o el verbo principal en tiempo futuro simple de mandato, en modo afirmativo o negativo. El hecho de que se utilice esta formulación no entraña que la observancia se imponga a ninguna de las partes.

PROPIEDAD INTELECTUAL

La UIT señala a la atención la posibilidad de que la utilización o aplicación de la presente publicación suponga el empleo de un derecho de propiedad intelectual reivindicado. La UIT no adopta ninguna posición en cuanto a la demostración, validez o aplicabilidad de los derechos de propiedad intelectual reivindicados, ya sea por los miembros de la UIT o por terceros ajenos al proceso de elaboración de publicaciones.

En la fecha de aprobación de la presente publicación, la UIT no ha recibido notificación de propiedad intelectual, protegida por patente, que puede ser necesaria para aplicar esta publicación. Sin embargo, debe señalarse a los usuarios que puede que esta información no se encuentre totalmente actualizada al respecto, por lo que se les insta encarecidamente a consultar la base de datos sobre patentes de la TSB en la dirección <http://www.itu.int/ITU-T/ipr/>.

© UIT 2013

Reservados todos los derechos. Ninguna parte de esta publicación puede reproducirse por ningún procedimiento sin previa autorización escrita por parte de la UIT.

ÍNDICE

	Página
1	Introducción..... 1
1.1	Objetivo y alcance 1
1.2	Ventajas de la normalización de directrices para la gestión crediticia..... 1
1.3	Qué es la gestión crediticia..... 1
1.4	Factores clave que rigen la gestión crediticia..... 1
1.5	Objetivos fundamentales de la gestión crediticia 1
1.6	Principios de la gestión crediticia..... 2
1.7	Principales actividades y responsabilidades..... 3
1.8	Objetivos del Departamento o la División 3
1.9	Objetivos cuantificables 3
2	Directrices para la gestión crediticia..... 4
2.1	Política crediticia 4
2.2	Lista de verificación de la política crediticia y de recaudación..... 4
2.3	Evaluación y verificación crediticias antes de la venta..... 5
2.4	Alcance de la evaluación crediticia 5
2.5	Normas de evaluación crediticia 5
2.6	Límites de crédito 7
2.7	Consideraciones relativas al establecimiento de límites de crédito..... 7
2.8	Establecimiento de límites crediticios (operadores bilaterales frente a operadores de concentración) 7
2.9	Dos opciones que tiene el proveedor de establecer su límite crediticio 8
2.10	Contenido del acuerdo principal..... 8
2.11	Control del límite de crédito..... 9
2.12	Técnicas de reducción del riesgo crediticio..... 9
2.13	Prácticas idóneas universales para la gestión de cuentas deudoras, créditos y de la recaudación 9
2.14	Prácticas idóneas para la gestión del riesgo crediticio (aspectos específicos)..... 10
2.15	Prácticas idóneas para la recaudación de deudas (aspectos específicos) 10
2.16	Otras consideraciones..... 12
2.17	Guía rápida sobre gestión crediticia 12

Recomendación UIT-T D.195

Plazo para la liquidación de cuentas de los servicios de telecomunicación internacionales

Suplemento 1

Directrices para la gestión crediticia

1 Introducción

1.1 Objetivo y alcance

El objetivo del presente documento es ayudar a los operadores de telecomunicaciones a elaborar directrices normalizadas para la gestión crediticia. La aplicación de estas directrices es voluntaria.

1.2 Ventajas de la normalización de directrices para la gestión crediticia

Las ventajas previstas de dichas directrices para los operadores de telecomunicaciones son las siguientes:

- ayudar a los operadores de telecomunicaciones a formular una serie de directrices (de no haberlas) conforme a sus necesidades o a examinar y actualizar su política vigente con arreglo a las políticas normalizadas de gestión crediticia más recientes;
- garantizar la gestión eficiente de cuentas deudoras;
- promover el intercambio de información interno sobre empresas de riesgo crediticio.

1.3 Qué es la gestión crediticia

La gestión crediticia abarca las actividades que emprende un proveedor (en este caso un operador de telecomunicaciones) para solicitar el pago de los servicios prestados a un cliente, incluidas la restricción, la suspensión o la interrupción del acceso al servicio, y los trámites para recuperar la deuda tras la interrupción. La gestión crediticia analiza la importancia de recaudar el dinero que se debe a la empresa sin dejar que venzan sus cuentas. Incluye la comunicación de las políticas de crédito, la verificación y aprobación de crédito y el mantenimiento del mismo.

1.4 Factores clave que rigen la gestión crediticia

Los activos de cuentas deudoras se encuentran entre las partidas contables más grandes y de mayor liquidez en la mayoría de las empresas. La gestión adecuada de la cartera de cuentas deudoras contribuye a acelerar el flujo de efectivo, a cubrir a las necesidades de efectivo de la empresa y a ampliar el capital de explotación. Las cuentas deudoras son esenciales para la situación económica general de la empresa.

1.5 Objetivos fundamentales de la gestión crediticia

Los objetivos fundamentales de la gestión crediticia son, entre otros, los siguientes:

- acelerar la entrada de efectivo o transformar las cuentas deudoras en efectivo, de manera oportuna;
- aumentar al máximo las ventas y los beneficios;
- supervisar, proteger y gestionar las inversiones de la empresa en cuentas deudoras;

- comunicar a la dirección el estado, la situación y las tendencias de las inversiones de la empresa en cuentas deudoras;
- reducir el riesgo financiero;
- minimizar las pérdidas por deudas irrecuperables.

1.6 Principios de la gestión crediticia

Los principios de la gestión de crédito se centran en cuatro (4) esferas:

a) Estimación

- Deben aprovecharse y utilizarse todas las fuentes de información crediticia disponibles para obtener una estimación adecuada del riesgo crediticio.
- Por lo que se refiere a las empresas, la concesión de créditos debe basarse en el valor neto y en la situación de la empresa, así como en su reputación en cuanto al pago de facturas. Por lo que respecta a los consumidores, en su carácter y capacidad de pago. En algunos casos, podría tomarse en consideración la posible recompensa e importancia estratégica del consumidor y servicio en cuestión.
- Toda la información sobre créditos recopilada y recibida debe permanecer estrictamente confidencial.

b) Observancia

- La concesión de créditos no es más que una etapa de la actividad crediticia; la recaudación es otra. La recaudación de cuentas debe comenzar inmediatamente después de expedir la factura, con el fin de que el cliente no tenga preguntas sobre la misma y pueda confirmar que la pagará a su debido tiempo, es decir, antes de su vencimiento. Asimismo, la actividad de recaudación permite identificar rápidamente cualquier problema relacionado con la factura para garantizar que el problema se valida eficientemente y que los créditos se perciban lo antes posible.
- El cometido y la responsabilidad de todos los departamentos de recaudación es la recuperación del dinero que se debe a la empresa.
- Se deben llevar y mantener al día un registro de recaudación, donde se consignen las fechas de envío de las facturas, de las llamadas efectuadas por los recaudadores y las fechas en que se efectuaron los pagos, así como las fechas de vencimiento y, en su caso, las de las medidas adoptadas.

c) Evaluación

- En virtud de los principios de buena gestión crediticia, los resultados deben evaluarse con respecto a las políticas y los procedimientos de la empresa.
- Los asientos deben revisarse y actualizarse periódicamente.

d) Control y protección

- Toda documentación contractual debe estipular las medidas de protección adecuadas para garantizar la aplicación de los controles adecuados al cliente en caso de incumplimiento del contrato.
- Deben gestionarse adecuadamente los datos principales del cliente con el fin de determinar la persona jurídica responsable de la deuda y garantizar que la documentación contractual consigne coherentemente a dicha persona.

1.7 Principales actividades y responsabilidades

- Revisar constantemente la documentación contractual para reducir los posibles riesgos.
- Asegurarse de que los datos principales del cliente sean exactos en todos los sistemas de la empresa y en los documentos contractuales.
- Examinar toda solicitud de condiciones especiales, por ejemplo, las de ampliación del pago.
- Examinar la política crediticia a tenor del clima macroeconómico, en particular la configuración de parámetros para la previsión de deudas incobrables.
- Procesar, mantener actualizada y aplicar la documentación sobre seguridad.
- Analizar y evaluar la solvencia de los clientes presentes y futuros.
- Desarrollar, examinar y actualizar las políticas de crédito y recaudación.
- Designar y definir las medidas generales para situaciones recurrentes con el fin de alcanzar los objetivos previstos.
- Formular una declaración general que sirva de orientación a los directivos a la hora de adoptar decisiones en materia de crédito.
- Crear y llevar al día un historial de crédito de cada cliente.
- Preparar informes de gestión (para los altos directivos y clientes internos en los departamentos de ventas, facturación y liquidación, contabilidad, operaciones, etc.).
- Gestionar las fuentes externas de información crediticia o los servicios de las agencias de información crediticia.
- Crear un sistema de gestión para la facturación y recaudación (que puede estar a cargo de unidades diferentes o independientes).

1.8 Objetivos del Departamento o la División

- Satisfacer los requisitos jurídicos.
- Satisfacer los requisitos de gestión.
- Satisfacer los requisitos de ventas.
- Satisfacer los requisitos de contabilidad.
- Satisfacer los requisitos de operaciones.
- Asesorar a la empresa sobre los riesgos macroeconómicos (por ejemplo, sobre los productos nuevos y existentes, el contexto económico del país, etc.).

1.9 Objetivos cuantificables

- Cuentas por cobrar o días de ventas por cobrar (DSO).
- Rendimiento de recaudación con respecto a los ingresos generados.
- Deudas incobrables.
- Deudas incobrables condonadas.
- Porcentajes de morosidad con respecto al total.
- Periodo de tiempo necesario para contactar clientes deudores anteriores.
- Exactitud en la facturación.

2 Directrices para la gestión crediticia

2.1 Política crediticia

La política crediticia consiste en un conjunto de procesos y procedimientos que abarcan todas las funciones y actividades relacionadas con el crédito de una empresa.

2.2 Lista de verificación de la política crediticia y de recaudación

Una política crediticia bien definida y exhaustiva comprende:

- Políticas crediticias:
 - procedimientos para llevar a cabo una verificación y evaluación crediticias de los clientes actuales y nuevos;
 - el establecimiento de líneas, límites o normas de crédito;
 - el establecimiento de condiciones crediticias o de venta (por ejemplo, periodo de crédito, riesgos máximos, política de descuentos, condiciones especiales, pagos tardíos, etc.);
 - una lista de verificación de los documentos necesarios para el proceso de evaluación crediticia;
 - métodos de recopilación de información crediticia (fuentes internas y externas);
 - plazos o tiempo total necesario para tomar una decisión o formular una recomendación sobre el crédito;
 - procedimiento para comunicar una decisión/recomendación a la dirección;
 - aprobación de créditos;
 - documentación crediticia necesaria para el mantenimiento de la base de datos de créditos.
- Políticas de recaudación:
 - políticas de recaudación para la gestión de cuentas deudoras anteriores;
 - políticas de recaudación de sumas controvertidas;
 - políticas de recaudación de cuentas morosas;
 - políticas de recaudación para la gestión de cuentas de alto riesgo, problemáticas o marginales;
 - planes de contingencia para la gestión de cuentas de "casos especiales" (clientes que atraviesan dificultades financieras, protección contra quiebra/suspensión de pagos y quiebras) o para la gestión de cuentas con dificultades.
- Intercambio de información y publicación de informes:
 - directrices para informar a la alta dirección (informes de situación y de supervisión, o de otra índole, etc.);
 - políticas de intercambio de información crediticia con otras unidades administrativas de la empresa (por medio de informes o reuniones).
- Seguridad:
 - validación de ventas y mantenimiento de la documentación sobre seguridad.

2.3 Evaluación y verificación crediticias antes de la venta

La evaluación crediticia comprende el proceso por el que un proveedor determina si puede prestarse un servicio a un cliente que lo solicita, los términos de la prestación de ese servicio, y las posibles restricciones del mismo. Se trata de un proceso que lleva a cabo un proveedor al examinar la situación de un cliente para evaluar su nivel de riesgo crediticio.

2.4 Alcance de la evaluación crediticia

- Historial de la empresa cliente (estructura jurídica, orgánica y financiera) y antecedentes de su director o de sus propietarios o gerentes.
- Situación financiera y resultados de explotación (extracto financiero y análisis de rendimientos).
- Perfil de riesgo y retribución, en particular la importancia estratégica de los servicios prestados.
- Ubicación de la empresa, especialmente en lo que respecta a su capacidad de recuperar deudas morosas (legislación y cultura locales).
- Otra información (por ejemplo, relaciones bancarias y comerciales, causas judiciales, registros internos, etc.).

2.5 Normas de evaluación crediticia

Si un cliente solicita la prestación de un servicio a un proveedor, éste deberá:

- llevar a cabo una verificación o evaluación crediticia para determinar si presta o no ese servicio al cliente; o
- prestar al cliente un servicio con gasto o utilización limitados a través de medidas que reduzcan efectivamente ese gasto.

Antes de proceder a la venta, pueden llevarse a cabo las siguientes actividades para evaluar la solvencia crediticia de un posible cliente:

Evaluación previa:

- puede consistir en obtener la siguiente información, en particular copia de documentos oficiales, a los efectos de analizar la solvencia de un posible cliente:
 - Información sobre la empresa:
 - dirección registrada;
 - dirección comercial;
 - dirección web;
 - descripción de la actividad comercial;
 - principales acreedores y referencias comerciales;
 - hoja informativa general (la más reciente);
 - acta de constitución;
 - certificado de asociación (para empresas subsidiarias);
 - licencias e información sobre propiedad;
 - estatutos sociales;
 - extractos financieros (informe de auditoría al final de los tres últimos años);
 - lista de los directores o socios y muestras de sus firmas;
 - lista de los accionistas y accionistas principales y sus firmas respectivas;
 - lista de afiliados;

- lista de los bancos internacionales del cliente;
- reglamento (opcional).
- Información pormenorizada de la propuesta comercial (requisitos de ventas):
 - propuesta oficial dirigida al proveedor (proyecto de acuerdo y/o contrato);
 - oferta de servicios;
 - previsiones de tráfico (para los tres años siguientes);
 - tarifas;
 - liquidación y/o condiciones de pago;
 - instalaciones y red comercial;
 - documentación de la autorización necesaria para realizar transacciones;
 - información detallada de los representantes autorizados y muestra de sus firmas;
 - aprobación de la autoridad tributaria en caso de exención de IVA.
- Si un posible cliente no puede presentar la documentación indicada más arriba, el proveedor llevará a cabo las siguientes actividades:
 - pedirá al posible cliente que rellene un formulario de solicitud o de información del cliente, que habrá de firmar un directivo o la autoridad designada de la empresa cliente. Este formulario es particularmente importante si se trata de operadores de infraestructura no tradicionales que, por lo general, no pueden facilitar la documentación enumerada anteriormente;
 - recurrirá a los servicios de un organismo profesional de calificación crediticia para que verifique los antecedentes de la empresa;
 - recabará información de terceros (por ejemplo, otras empresas de este u otro sector o referencias comerciales facilitadas por el cliente) y otras fuentes (entre ellas, búsquedas en Internet).

Evaluación propiamente dicha

- El proveedor llevará a cabo las siguientes actividades:
 - obtener un extracto financiero y un análisis de rendimientos (comparar con referencias del sector y detectar tendencias y cambios entre un año y el siguiente);
 - analizar los informes de crédito y/o las conclusiones de los organismos de calificación crediticia;
 - revisar y verificar la información de los documentos facilitados por el cliente, tales como la solicitud de crédito, el formulario de información del cliente, los informes del organismo de calificación crediticia y realizar búsquedas en Internet;
 - verificar el historial de actuación del cliente (la empresa y sus operaciones);
 - verificar la estructura jurídica, orgánica y financiera del cliente;
 - verificar la relación comercial con acreedores actuales y anteriores;
 - realizar una verificación bancaria, de ser posible;
 - comprobar a nivel interno si el cliente potencial ya es o ha sido cliente de otras dependencias comerciales de la propia empresa;
 - resumir las conclusiones y las recomendaciones;
 - presentar el informe de evaluación crediticia al departamento de ventas.

2.6 Límites de crédito¹

Los límites de crédito son el umbral de deuda que un proveedor concede al cliente en un momento dado sin tener que revisar nuevamente su expediente de crédito. Se trata de la cuantía máxima que un proveedor está dispuesto a arriesgar en una cuenta. El establecimiento de límites de crédito es una herramienta general para controlar la ampliación de los créditos, promover buenas prácticas crediticias y recaudar eficazmente las cuentas.

2.7 Consideraciones relativas al establecimiento de límites de crédito²

La verificación de crédito previa a la venta permite obtener del cliente y otras fuentes la siguiente información, o una parte de la misma:

- la solidez financiera del cliente;
- el número de años durante los que el cliente ha desarrollado su actividad comercial;
- la reputación en el mercado de la empresa cliente y de sus directivos;
- el plan comercial del cliente o su proyecto comercial para el futuro;
- los ingresos que prevé generar la empresa o el "margen" global del servicio en las cuentas de la misma;
- la confianza del proveedor en su proceso interno de recopilación de datos;
- las condiciones del crédito que el proveedor concede al cliente, habida cuenta de que el riesgo puede considerarse directamente proporcional a la duración del crédito;
- la fortaleza o la debilidad del producto o del servicio que se vende;
- el nivel de competencia o las oportunidades de mercado;
- las características del propio sector industrial de la empresa o en el que ésta actúa;
- la determinación de si la empresa puede ejercer derechos vinculantes;
- la situación de "seguridad" o "inseguridad" que se tiene como acreedor.

2.8 Establecimiento de límites crediticios (operadores bilaterales frente a operadores de concentración)

Por lo general, se aplican diferentes criterios de verificación crediticia a los operadores bilaterales y a los de concentración, a saber:

- Operadores bilaterales: no se establece ningún límite crediticio, o muy pocos. Sin embargo, debería establecerse el derecho contractual de compensar o reducir el riesgo de mora.
- Operadores de concentración: se establecen límites crediticios para cubrir el riesgo propio (véanse los párrafos siguientes).
- En el proceso de establecimiento del límite crediticio, cabe considerar asimismo:
 - El número de años en activo:
 - el cliente ofrece el servicio desde hace cinco años o dispone de una garantía de la empresa matriz con al menos diez años de actividad en cualquier sector: crédito y límite crediticio establecido;
 - el cliente ofrece el servicio desde hace dos años como mínimo o dispone de una garantía de la empresa matriz con al menos cinco años de actividad en cualquier sector: crédito y límite crediticio establecido y una garantía de la empresa matriz o una carta de crédito contingente;

¹ <http://www.creditguru.com/CreditLimits.htm>.

² <http://fr.slideshare.net/letmhakuisenynaj/credit-management-16157028>.

- Propiedad (propiedad o control gubernamentales, o propiedad pública o privada):
 - en caso de que la propiedad o el control gubernamentales, o la propiedad pública o privada adopten todas las decisiones financieras: con crédito, con límite crediticio establecido;
 - en caso de propiedad pública o privada: con crédito, con límite crediticio establecido y garantía de la empresa matriz o carta de crédito contingente.
- Interconexión o interconexión por Internet o mediante los puntos de presencia del operador.

2.9 Dos opciones que tiene el proveedor de establecer su límite crediticio

- un límite crediticio que fomente las ventas. Si las verificaciones de crédito son pertinentes, el límite crediticio equivaldrá al doble del valor de las ventas mensuales del cliente de que se trate;
 - o
- una cuantía máxima que la empresa proveedora esté dispuesta a prestar, independientemente del valor de las ventas. Por lo general, se escoge el menor valor de los siguientes: el 10% del patrimonio neto propio o el 20% del capital de explotación propio;
 - o
- un límite crediticio determinado por las condiciones de pago. Si la norma es un plazo de 30 días, la empresa fijará un plazo de tres (3) meses para dar margen suficiente a ventas para cumplir las previsiones y tiempo para recaudar las facturas vencidas correspondiente a un (1) mes para preparar las facturas + un (1) mes para las facturas aún no vencidas + un (1) mes para recaudarlas.

2.10 Contenido del acuerdo principal

- Depósitos y cuantías de pago previo.
- Programa aceptable de pago a plazos en caso de que el operador atraviese dificultades.
- Garantía de liquidación.
- Criterios de revisión y supervisión de los límites de crédito.
- Distinción de los criterios para los casos de operador bilateral y de concentración.
- Papel que desempeña la empresa matriz en las actividades de reducción de riesgo.
- Periodos de facturación.
- Lista de documentación necesaria en caso de controversia.
- Plazo en el que se pueden plantear, validar, revisar o solucionar controversias.
- Plazos estipulados para solucionar controversias y procedimientos de transferencia ascendente.
- Penalizaciones por pagos atrasados.
- Obligación de abonar las cuantías que no son objeto de reclamación sin esperar a que se solucionen otras reclamaciones.
- Cláusula de aceleración por impago tras la fecha de vencimiento de un pago a plazos acordada previamente.
- Necesidad de presentar extractos financieros anuales (saldo, cuenta de pérdidas y ganancias, extracto de la situación del flujo de caja) y/o informes anuales para la actualización habitual del expediente de crédito.

- Tratamiento independiente del pago de las tasas de interconexión interurbana y las tasas fijas.
- Necesidad de efectuar el pago por medios electrónicos o por transferencia bancaria.
- Derecho a interrumpir el servicio o terminar el contrato por demoras en el pago.

2.11 Control del límite de crédito

- Supervisar el tráfico a diario y dar la alerta cuando su valor rebase la cuantía pagada previamente o el límite de crédito.
- Controlar el riesgo respecto de la seguridad.
- Examinar la documentación sobre seguridad antes de la fecha de expiración para determinar si debe renovarse.
- Aumentar la capacidad (en caso necesario y siempre que sea técnica y económicamente viable) a medida que aumenta el límite crediticio.
- Visitar al operador/empresa o llamarle de forma periódica.
- Verificar los periodos de facturación y, de ser necesario, reducirlos.
- Tener el sistema listo para interrumpir el servicio inmediatamente.
- Verificar cada día el estado de las cuentas y la recaudación en el caso de las cuentas de prepago, y cada mes en el caso de las cuentas de pospago.

2.12 Técnicas de reducción del riesgo crediticio

Además de la verificación crediticia, existen otras formas de reducir la probabilidad de pagos atrasados o de protegerse frente a sus consecuencias.

Entre las posibles medidas que pueden adoptarse, cabe citar:

- Prepago o pago por adelantado antes de vender un servicio o producto.
- Condiciones especiales de pago – el periodo de pago puede ser inferior al habitual de la empresa (por ejemplo, si normalmente es de 30 días, puede reducirse a 7 ó 14 días).
- Programas de descuento por pagar puntualmente.
- Seguro de créditos.
- Factoraje.
- Cuentas de accionistas y otras formas de depósitos garantizados.
- Descuentos.
- Garantías de terceros.
- Subrogación de créditos.

2.13 Prácticas idóneas universales para la gestión de cuentas deudoras, créditos y de la recaudación

- Facilitar el pago.
- Aumentar la automatización de la función de tratamiento de remesas.
- Poner en marcha un proceso oficial de gestión de controversias.
- Gestionar las cuentas con dificultades y las cuentas morosas de forma estratégica y eficiente.
- Movilizar a agentes de recaudación especializados con objetivos e incentivos definidos.

2.14 Prácticas idóneas para la gestión del riesgo crediticio (aspectos específicos)

- Establecer un procedimiento de supervisión periódica de los perfiles de clientes.
- Clasificar o segmentar a los clientes existentes y potenciales según su riesgo con objeto de personalizar las estrategias de crédito y de recaudación.
- Segmentar la cartera de cuentas deudoras según su riesgo (elevado, medio o bajo) con objeto de determinar las deudas de mayor prioridad y modificar los métodos de recaudación según el cliente.
- Recabar datos actualizados sobre los clientes de un organismo reputado de información o calificación crediticias.
- Revisar periódicamente las condiciones de las políticas de crédito y recaudación propias.
- Hacer que el cliente rellene un formulario de solicitud de crédito o de información sobre el cliente y denegar el crédito si el riesgo es inaceptable.
- Proporcionar siempre al departamento de ventas y a otros clientes internos un informe mensual en el que figure el saldo y el estado de las cuentas deudoras.
- Disminuir el límite de crédito del cliente o reducir los plazos de pago si se albergan dudas acerca de su situación financiera, o si se tiene constancia de que un cliente no podrá pagar dentro de un plazo de tiempo razonable, ni tampoco a otros acreedores comerciales.
- Mencionar claramente las condiciones de pago en las facturas.
- Fomentar una mejora continua de los procesos.
- Requerir el pago mediante transferencias bancarias.

2.15 Prácticas idóneas para la recaudación de deudas (aspectos específicos)

- Aplicar las políticas de crédito y recaudación establecidas.
- Clasificar a los clientes existentes y los nuevos según su riesgo y poner en marcha un "sistema de control" para cada tipo o clase de cuentas deudoras anteriores. Debería establecerse un programa específico para el control de saldos deudores anteriores.
- Analizar periódicamente las tendencias de pago y planificar las actividades de recaudación en consecuencia.
- Fomentar la profesionalidad de los agentes de recaudación y alentarles a lograr el mayor rendimiento posible.
- Preparar una herramienta efectiva de presentación de informes para identificar cuentas de riesgo bajo o elevado, marginales o problemáticas.
- Mejorar la recuperación de deudas y la solución de controversias mediante la reducción de la duración de todos los procesos que controla el departamento de créditos.
- La estrategia de recaudación debe ser proactiva: establecer antes de que venza la factura que el cliente acepta su validez y se compromete a pagarla dentro del plazo.
- Garantizar que el cliente ofrece la documentación requerida al reclamar sobre una factura.
- Solicitud de un plan de pago: exigir garantías para reducir el riesgo de mora.
- Desalentar la mora en los pagos por medio de sanciones y hacer que éstas se apliquen.
- Establecer objetivos de recaudación que no se basen en el número de llamadas realizadas, sino en el de llamadas completadas y en los compromisos de pago adquiridos.
- Alentar a los agentes de cobro a informar acerca de posibles problemas de recaudación, en lugar de ocultarlo. Cuanto antes se informe al superior directo de un problema, con más rapidez podrá abordarse y solucionarse.

- Estudiar, de ser posible, la posibilidad de condonar parcialmente la deuda como método de recaudación. Por ejemplo, ofrecer a un cliente muy moroso un 5% de descuento si paga inmediatamente es mucho mejor que remitir la cuenta a un organismo de recaudación de terceros que podría facturar del 15 al 25%, o más, por recuperar la suma adeudada.
- Si un cliente pide una moratoria de pago o un plan de pago prorrogado, antes de dar una respuesta hay que asegurarse de que:
 - el cliente facilita los extractos financieros que se le soliciten para poder evaluar la gravedad de sus dificultades financieras;
 - se pregunta al deudor si ha solicitado esa moratoria a todos sus acreedores, o sólo a una parte de ellos;
 - se solicita una lista de vendedores que hayan aceptado su petición.
- Mejorar la eficacia de las actividades de recuperación de deudas y de la resolución de controversias mediante la reducción, o supresión total, de los periodos de gracia.
- Tras el incumplimiento de un compromiso de pago, el agente de recaudación deberá insistir al deudor en que efectúe el pago de un día al otro o por transferencia bancaria. Ello pondrá de manifiesto la firme voluntad de cobrar del proveedor.
- Con el fin de alentar al cliente a que firme un pagaré que abarque un plan de pago ampliado, cabe estudiar la posibilidad, si el deudor firma dicho pagaré, de exonerarle del pago del interés o de las cargas financieras aplicables en caso de no hacerlo.
- Aunque no cabe esperar que un cliente pague un saldo controvertido, no se justifica que no pague la parte del saldo deudor que no sea objeto de reclamación.
- Solucionar las dificultades de pago a medida que surjan, sin dejar que se acumulen, de lo contrario será más complicado y llevará más tiempo encontrar una solución.
- Disminuir los plazos de pago de las cuentas abiertas y reducir el límite de crédito asignado.
- Pedir al cliente que confirme por escrito su compromiso de pago, como instrumento de recaudación eficaz.
- Velar por que se documente fehacientemente el incumplimiento de los compromisos de pago por parte de los clientes. Saber qué clientes poseen un historial de incumplimientos contractuales constituye una valiosa herramienta para los agentes de recaudación y una ventaja decisiva en las negociaciones.
- Ser cortés y respetuoso pero firme.
- Señalar las cuentas de pago irregular o errático para realizar más llamadas de recaudación y actualizar con mayor frecuencia el expediente de crédito.
- Señalar las cuentas nuevas para localizarlas con mayor rapidez si vencen.
- Mantener los compromisos con los clientes y los apercibimientos. Si se realiza el apercibimiento de bloquear un pedido o una cuenta hasta tanto no haya efectuado un pago, pero no se hace, se perderá credibilidad como cobrador a los ojos del cliente.
- Asignar personal con más experiencia a las cuentas de mayor tamaño o dificultad.
- No discutir con los clientes.
- No proponer medidas que no se llevarán a cabo.
- Proponer un plan de pago a los clientes que atraviesen dificultades temporales.
- Contratar a un mediador, de ser necesario.
- Adoptar medidas legales únicamente como último recurso.

2.16 Otras consideraciones

- Establecer una provisión para las deudas incobrables.
- Poner en marcha un procedimiento gradual, como dar la alerta en cuanto surja un problema y actuar de inmediato.
- Aprovechar otros tipos de tráfico.

2.17 Guía rápida sobre gestión crediticia

- Adoptar una actitud correcta. Una venta no tiene lugar hasta que no se cobra.
- Cultivar a los mejores clientes y a los más importantes desde el punto de vista estratégico.
- Asegurarse que los datos principales de los clientes son exactos y se mantienen al día.
- Expedir las facturas con celeridad y exactitud.
- Clasificar las cuentas con arreglo a su valor y riesgo: un cliente de alto riesgo de menor valor puede requerir una actuación más rápida que un operador de riesgo mínimo con una mayor deuda.
- Estipular claramente las condiciones de pago.
- Velar por que los fundamentos de la gestión del crédito sean correctos.
- Abrir nuevas cuentas de forma competente.
- Expedir las facturas con celeridad.
- Disponer de una estructura clara de las cuentas. Utilizar periódicamente listas de deudas vencidas (con carácter diario, mensual, trimestral o anual). Ordenar las cuentas por nivel de ingresos, de mayor a menor. Emplear hojas de cálculo para las grandes cuentas con objeto de consignar la actividad y los pagos efectuados.

SERIES DE RECOMENDACIONES DEL UIT-T

Serie A	Organización del trabajo del UIT-T
Serie D	Principios generales de tarificación
Serie E	Explotación general de la red, servicio telefónico, explotación del servicio y factores humanos
Serie F	Servicios de telecomunicación no telefónicos
Serie G	Sistemas y medios de transmisión, sistemas y redes digitales
Serie H	Sistemas audiovisuales y multimedia
Serie I	Red digital de servicios integrados
Serie J	Redes de cable y transmisión de programas radiofónicos y televisivos, y de otras señales multimedia
Serie K	Protección contra las interferencias
Serie L	Construcción, instalación y protección de los cables y otros elementos de planta exterior
Serie M	Gestión de las telecomunicaciones, incluida la RGT y el mantenimiento de redes
Serie N	Mantenimiento: circuitos internacionales para transmisiones radiofónicas y de televisión
Serie O	Especificaciones de los aparatos de medida
Serie P	Terminales y métodos de evaluación subjetivos y objetivos
Serie Q	Conmutación y señalización
Serie R	Transmisión telegráfica
Serie S	Equipos terminales para servicios de telegrafía
Serie T	Terminales para servicios de telemática
Serie U	Conmutación telegráfica
Serie V	Comunicación de datos por la red telefónica
Serie X	Redes de datos, comunicaciones de sistemas abiertos y seguridad
Serie Y	Infraestructura mundial de la información, aspectos del protocolo Internet y redes de la próxima generación
Serie Z	Lenguajes y aspectos generales de soporte lógico para sistemas de telecomunicación