



Barómetro de Prácticas de Pago

**Encuesta internacional sobre
comportamiento en los pagos B2B**

Resultados básicos para España

Primavera 2012

Resumen ejecutivo

Introducción

1.1

Este informe forma parte de la 11^a edición del Barómetro de Prácticas de Pago. Analiza la situación en España, examinando los aspectos fundamentales de la oferta y la gestión del crédito comercial en el país, así como el comportamiento de pago de compradores en el B2B (Business to Business) nacionales e internacionales.

El objetivo de este informe país individual es ayudar a las empresas que hacen negocios o que prevén hacer negocios en España a entender mejor la dinámica comercial del país. Sin una comprensión precisa de las prácticas de pago de los clientes nacionales y extranjeros, las empresas pueden encontrarse ante serios problemas de flujos de caja susceptibles de frenar el desarrollo de sus negocios.

El informe, cuyo trabajo de campo ha sido realizado por Iberinform, analiza una serie de áreas claves en materia de crédito comercial y de políticas de gestión del crédito de las empresas, incluyendo en qué medida se concede crédito comercial a los clientes, los plazos de pago establecidos para los clientes, la incidencia resultante de la morosidad y los impagos o las medidas adoptadas para mitigar los riesgos de pago.

Conclusiones

1.2

Las empresas españolas afrontan un entorno desafiante. Con un mercado doméstico en contracción, la exportación será el principal motor de la economía española en 2012. ¿Qué papel juega el crédito comercial a la hora de cerrar esas operaciones? Nuestro Barómetro de Prácticas de Pago de primavera muestra hasta qué punto las condiciones de pago se están convirtiendo en palanca diferencial de las empresas españolas fuera de casa: el plazo medio de pago ofrecido por nuestras empresas a sus clientes extranjeros es el más extenso de todos los países analizados en el estudio. El objetivo está claro: la inmensa mayoría de las empresas afirma que concede ese crédito comercial para trabar relaciones comerciales a largo plazo.

La generosidad exterior de las empresas españolas, 51 días de media, supera a Grecia o Turquía, cuyos plazos de pago domésticos son, según el estudio, más amplios que los nuestros. Y, a pesar de esa amplitud, según los resultados del Barómetro, para quién logra exportar todo son ventajas frente al mercado doméstico. Para empezar, los competitivos plazos de la oferta española en el exterior son sensiblemente menores que los que se requieren para trabajar en nuestro mercado doméstico, lo que fortalece la estructura financiera de las empresas que exportan frente a las que no. Además, los mercados exteriores muestran un mejor comportamiento en pagos: la probabilidad de retraso después del vencimiento, es significativamente más baja.

En el mercado doméstico los problemas de liquidez explican cuatro de cada cinco retrasos, mientras que fuera, si este se produce, es generalmente explicable por la complejidad del proceso de pagos. En otras palabras, el mercado doméstico parece adolecer de problemas de liquidez que son menos intensos en el exterior. Eso explica en parte otro de los hechos más relevantes del estudio: las empresas españolas, acostumbradas a lidiar con altas tasas de morosidad e impago en el mercado interno, registran en sus operaciones de exportación la tasa de impago más benigna de todo el estudio: 0,7%. Los amplios plazos de pago, un mal endémico de la economía española, parecen estar jugando un papel protagonista en la actual proyección exterior.

Resultados básicos para España

1.3

Ventas a crédito

- Las empresas españolas se inclinan más a recurrir al crédito comercial en las ventas B2B con clientes nacionales (73% del valor total de las ventas se realiza a crédito) que con clientes extranjeros (65%).
- De todos los países incluidos en la encuesta, las empresas españolas son las más proclives a vender a crédito a sus clientes B2B nacionales.
- El sector manufacturero es el que más recurre al crédito comercial en transacciones B2B a escala nacional e internacional. Por tamaños, las medianas empresas.

Factores que determinan la oferta de crédito comercial

- El principal motivo por el que las empresas españolas ofrecen crédito comercial es establecer relaciones comerciales a largo plazo, tanto a clientes B2B nacionales (48%) como extranjeros (43%).
- Los demás motivos que determinan la oferta de crédito comercial tienen un peso mucho menor en España.
- El sector manufacturero da prioridad a la oferta de crédito comercial como herramienta para establecer relaciones comerciales a largo plazo a escala nacional; el sector servicios a escala internacional.
- Pequeñas y medianas empresas priorizan a los clientes nacionales a la hora de conceder crédito comercial para desarrollar relaciones comerciales a largo plazo.

Plazos medios de pago

- Los plazos medios de pago concedidos a clientes B2B nacionales por las empresas españolas (68 días) son significativamente más generosos que los concedidos a clientes extranjeros (51 días).
- Solo Grecia (75 días) y Turquía (85 días) presentan plazos medios de pago nacionales más largos que España. El plazo medio de pago ofrecido por las empresas españolas a clientes extranjeros es el más extenso de todos los países.
- El sector manufacturero y las empresas medianas establecen los plazos más largos para clientes B2B.

Descuentos por pronto pago

- Más de la mitad (52%) de las empresas españolas frente al 34% en Europa Occidental, ofrecen descuentos por pronto pago a sus clientes B2B.
- Menos de una tercera parte de los clientes B2B aprovechan los descuentos por pronto pago ofrecidos por las empresas españolas.

- Los clientes B2B, tanto en el sector de manufacturas como en el sector mayorista / minorista / distribución, son los más proclives a aprovechar los descuentos por pronto pago.
- Las medianas y las grandes empresas son las más activas a la hora de ofrecer descuentos a clientes. Las microempresas son menos activas en este sentido.

Herramientas de gestión del crédito

- Casi siete de cada diez empresas en España prevén un aumento de las comprobaciones de la solvencia de los compradores en los próximos seis meses.
- Un porcentaje significativo de empresas prevé un aumento de las ventas en efectivo, gestión activa del crédito, seguimiento del riesgo crediticio del comprador y solicitud de modalidades de pago seguras en los próximos seis meses.
- Donde más aumentarán las ventas en efectivo a clientes B2B en los próximos seis meses es en el sector manufacturero y en el sector mayorista / minorista / distribución.
- Las pequeñas empresas prevén un aumento de las comprobaciones de la solvencia de los compradores, así como del uso de otras herramientas de gestión del crédito en los próximos seis meses.

Periodo de pago de las facturas B2B vencidas

- En España, las facturas B2B de clientes nacionales tienen una probabilidad notablemente mayor de liquidarse con retraso: el 30% de las facturas en España frente al 19% en otros mercados, se pagan después del vencimiento.
- El porcentaje medio de facturas al extranjero vencidas es significativamente más bajo en España que la media en el conjunto de Europa Occidental: un 27%.
- El sector servicios registra la mayor proporción de facturas vencidas tanto a escala nacional como a escala internacional.
- Las pequeñas empresas registran el mayor porcentaje de facturas nacionales vencidas; las grandes empresas, el de facturas vencidas en el extranjero.

Principales razones del retraso en pagos

- Las restricciones de liquidez son la razón más mencionada (83%) para explicar el retraso en pagos de clientes B2B nacionales; en el caso de clientes extranjeros, la complejidad del procedimiento de pago (38%).
- La mayoría de empresas españolas (83%) registran retrasos en los pagos debido a limitaciones de liquidez de los clientes B2B nacionales con una frecuencia significativamente mayor que sus homólogos de Europa Occidental (67%).
- El sector mayorista / minorista / distribución es el más afectado por los retrasos en los pagos a escala nacional debido a limitaciones de liquidez de los clientes.
- Las grandes empresas son las más afectadas por los retrasos en los pagos a escala nacional debido a limitaciones de liquidez de los clientes.

Cuentas incobrables

- Un promedio del 3,3% del total de las cuentas por cobrar de clientes B2B nacionales se consignaron como incobrables (en Europa Occidental, 3,5%). En el extranjero, el porcentaje se limita al 0,7% (Europa Occidental, 2,7%).
- Probabilidad significativamente más baja de cobrar facturas nacionales vencidas en más de 90 días que facturas al extranjero vencidas en más de 90 días.
- El sector servicios presenta la mayor proporción de cuentas incobrables de clientes B2B nacionales.
- Las microempresas registran la mayor proporción de cuentas incobrables de clientes B2B, en particular de clientes nacionales.

Riesgo de impago en los créditos comerciales

- El porcentaje de empresas españolas que prevén un deterioro del riesgo de crédito comercial en los próximos seis meses es ocho veces más alto que el de las empresas que prevén una mejora.
- Menos del 30% de las empresas afirma que el riesgo de crédito comercial no experimentará cambios en los próximos seis meses (Europa Occidental, 54%).
- El sector mayorista / minorista / distribución es el más proclive a prever un aumento del riesgo de crédito comercial en los próximos seis meses.
- Las grandes empresas son las más proclives a prever un aumento del riesgo de crédito comercial en el mismo período de tiempo.

Período Medio de Cobro (DSO, de Days Sales Outstanding)

- En el segundo semestre de 2011, las empresas españolas registraron un DSO de 75 días, muy por encima del promedio en Europa Occidental (51 días).
- Como ocurre en otros países, el DSO medio de las empresas españolas es superior al plazo medio de pago en España (65 días), lo que refleja el volumen de facturas que se pagan con retraso.
- El sector de manufacturas y las pequeñas empresas presentan el DSO más alto; las grandes empresas, el más bajo.
- A lo largo del último año, el porcentaje de empresas españolas que han registrado un aumento del DSO es significativamente más alto que el de las empresas que han registrado una caída.
- El 41,9% de las empresas españolas afirman que no han experimentado ningún cambio en el DSO (Europa Occidental, 67,0%).
- El sector servicios es el más proclive a haber experimentado un aumento del DSO en el último año.
- Las microempresas presentan el mayor porcentaje de empresas que registran un aumento del DSO en el mismo período de tiempo.

Uso del crédito comercial

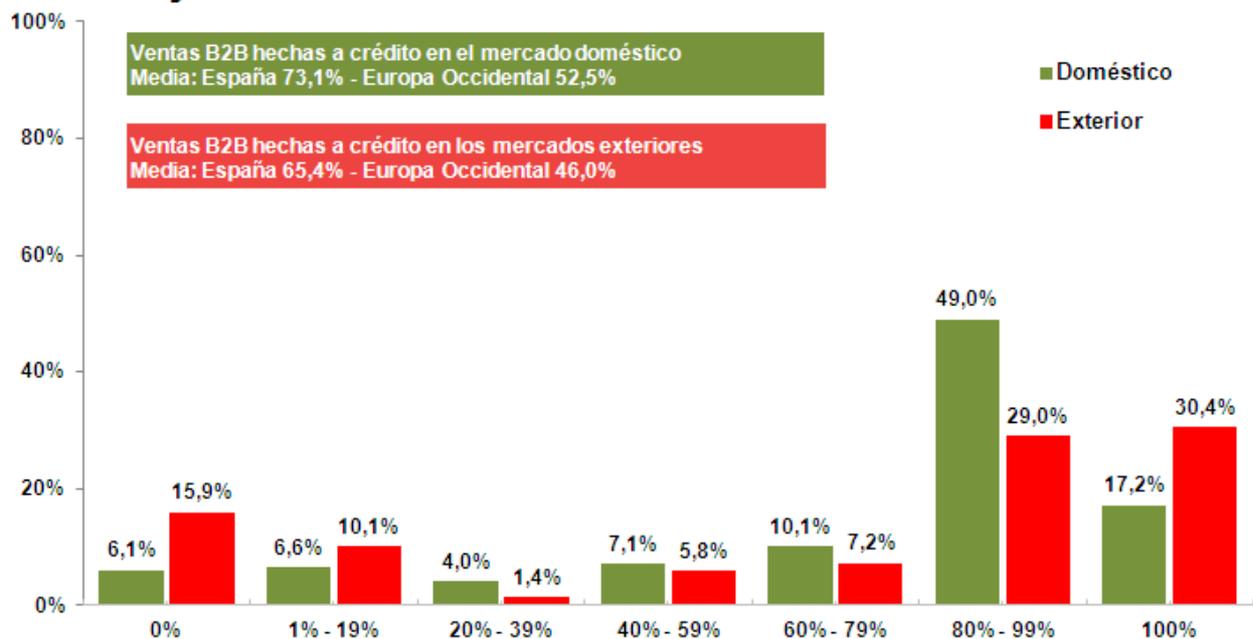
2

- De todos los países incluidos en la encuesta, las empresas españolas son las más proclives a vender a crédito a sus clientes B2B nacionales.
- Las relaciones comerciales a largo plazo son el factor que más influye en las decisiones de crédito comercial B2B entre las empresas españolas.

¿Qué porcentaje de sus ventas son a crédito?

2.1

Porcentaje de ventas B2B a crédito



Muestra: Compañías entrevistadas en España (activas en el mercado doméstico y exterior)
Fuente: Barómetro de Prácticas de Pago - Primavera 2012

Las empresas españolas parecen considerablemente más inclinadas a recurrir al crédito comercial en las ventas B2B a clientes nacionales (un promedio del 73,1% del valor total de las ventas) que a clientes extranjeros (65,4%). Ambos promedios son mucho más elevados que los promedios de la encuesta para el conjunto de Europa Occidental (52,5% a escala nacional; 46% al extranjero), lo que parece sugerir que las empresas españolas son significativamente más proclives a recurrir al crédito comercial en transacciones con clientes B2B que en el conjunto de Europa Occidental. El porcentaje medio de ventas a clientes B2B nacionales realizadas a crédito por las empresas españolas es el más alto de todos los países incluidos en la encuesta. Solo un pequeño porcentaje de empresas españolas son totalmente reacias al crédito y no realizan ventas a crédito en absoluto a sus clientes nacionales (un 6,1%) y extranjeros (15,9%). La postura más abierta en relación con las ventas a crédito en transacciones B2B corresponde al 66,2% de las empresas españolas que realizaron un 80%-100% de sus ventas a clientes B2B nacionales a crédito, y un 59,4% en el caso de las ventas a clientes B2B extranjeros.

Por sector de actividad

- El sector manufacturero es el más proclive a recurrir al crédito comercial en transacciones B2B a escala nacional e internacional.

Las empresas del sector manufacturero español son las más proclives a vender a crédito a clientes B2B nacionales (un promedio del 78,3% del valor total de sus ventas), seguido del sector servicios (73,8%). El sector mayorista / minorista / distribución es menos proclive a vender a crédito a clientes nacionales (70,8%). Por lo que respecta a las ventas a clientes B2B extranjeros, el sector manufacturero es el más proclive a ofrecer crédito comercial a escala internacional (72,3%). Las empresas del sector mayorista / minorista / distribución (65,9%) y del sector servicios (60,1%) son menos proclives a vender a crédito a escala internacional.

Por tamaño de la empresa

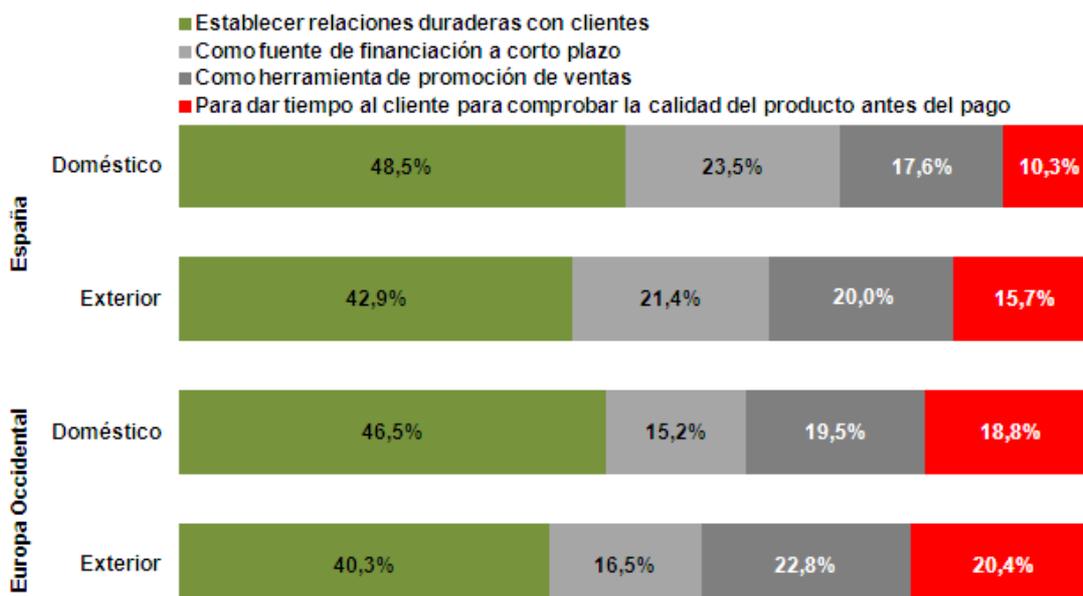
- Las medianas empresas son las que más venden a crédito a clientes B2B a escala nacional e internacional.

La actitud más abierta respecto al uso de crédito comercial en ventas a clientes B2B nacionales corresponde a las medianas empresas (86,8% del valor total de las ventas). Las grandes empresas se sitúan en segundo lugar (82,8%). Las menos proclives son las microempresas (58,8%), que también parecen ser las más reacias a vender a crédito al extranjero (52,5%). Los más proclives en este sentido son las medianas empresas (77,3%).

¿Por qué ofrecer crédito comercial?

2.2

Primera razón para ofrecer crédito comercial en el B2B



Muestra: Compañías entrevistadas en España (activas en el mercado doméstico y exterior)
Fuente: Barómetro de Prácticas de Pago - Primavera 2012

■ **Las relaciones comerciales a largo plazo son el factor que más influye en la decisión de ofrecer crédito comercial B2B entre empresas españolas.**

Las empresas españolas dan prioridad a ofrecer crédito comercial a clientes B2B nacionales (48,5%) y extranjeros (42,9%) como herramienta para establecer relaciones comerciales a largo plazo. Ambas cifras están en consonancia con los valores medios en el conjunto de Europa Occidental (46,5% a escala nacional y 40,3% a escala internacional).

Permitir que los clientes confirmen la calidad del producto antes del pago constituye la principal razón para ofrecer crédito comercial a clientes nacionales y extranjeros para el 10,3% y el 15,7%, respectivamente, de las empresas españolas. Una comparación con los resultados en Europa Occidental (18,8% a escala nacional y 20,4% a escala internacional) indica que este factor influye en las decisiones de crédito comercial al extranjero de las empresas españolas con una frecuencia algo menor que en el conjunto de Europa Occidental.

Un 17,6% y un 20,0%, respectivamente, de las empresas españolas han ofrecido la venta a crédito como herramienta de promoción de ventas a escala nacional e internacional (Europa Occidental, 19,5% a escala nacional y 22,8% a escala internacional). Estos resultados sugieren que las empresas españolas ofrecen crédito comercial para promover las ventas nacionales ligeramente menos que las empresas en el resto de Europa Occidental.

Un 23,5% y un 21,1%, respectivamente, de las empresas españolas menciona el uso de crédito comercial principalmente como fuente de financiación a corto plazo para los clientes nacionales y extranjeros. Ambas cifras se sitúan algo por encima de las del conjunto de Europa Occidental (15,2% en nacional, 16,5% en el extranjero), lo que sugiere que este factor ejerce una mayor influencia en las decisiones sobre crédito comercial de las empresas en España que en el caso de las empresas en el resto de Europa Occidental.

Por sector de actividad

■ **El sector manufacturero da prioridad a la oferta de crédito comercial como herramienta para establecer relaciones comerciales a largo plazo a escala nacional; el sector servicios a escala internacional.**

El 52,3% de las empresas en el sector de manufacturas en España da prioridad a la oferta de crédito comercial como herramienta para establecer relaciones comerciales a largo plazo con clientes B2B nacionales, seguido del 50,6% las empresas en el sector mayorista / minorista / distribución.

El establecimiento de relaciones comerciales a largo plazo con clientes B2B extranjeros se menciona como prioridad de la mitad de las empresas en el sector servicios español. El 25,0% y el 31,8% de las empresas del sector manufacturero menciona la concesión de crédito comercial a clientes B2B como fuente de financiación a corto plazo como el factor que más influye en las decisiones de crédito comercial a clientes B2B, nacionales y extranjeros respectivamente.

Por tamaño de la empresa

■ **Las pequeñas y medianas empresas consideran la concesión de crédito comercial como principal factor para desarrollar relaciones comerciales a largo plazo con clientes B2B nacionales.**

Tanto las medianas como las pequeñas empresas en España (48,0% en cada caso) dan prioridad al uso de crédito comercial como herramienta para desarrollar relaciones comerciales a largo plazo con clientes B2B nacionales. Un 42,9% de las empresas de medianas empresas y microempresas en España menciona como prioridad el establecimiento de relaciones comerciales a largo plazo con clientes B2B extranjeros. Las pequeñas empresas mencionan como principal prioridad la concesión de crédito comercial a clientes B2B como fuente de financiación a corto plazo (un 31,9% a escala nacional y un 25,7% al extranjero).

Prácticas en gestión de crédito

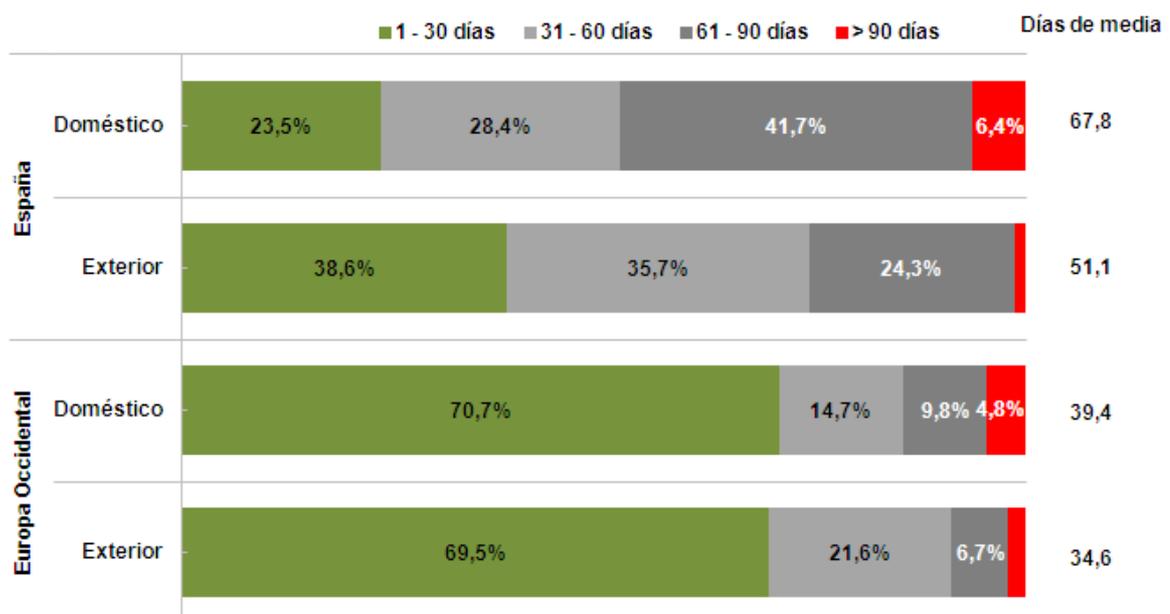
3

- En promedio, se ofrece a los clientes B2B nacionales de las empresas españolas condiciones de crédito significativamente más generosas que a los clientes extranjeros.
- Más de la mitad de las empresas en España ofrecen descuentos por pronto pago de las facturas; sin embargo, sólo el 12,5% de los clientes domésticos y el 13,5% de los extranjeros aprovecharon estos descuentos.
- Casi siete de cada diez empresas españolas prevén un aumento de las comprobaciones de la solvencia de los compradores en los próximos seis meses.

¿Con qué plazos de pago trabaja?

3.1

Plazo medio de pago fijado por su empresa para clientes B2B



Muestra: Compañías entrevistadas en España (activas en el mercado doméstico y exterior)
Fuente: Barómetro de Prácticas de Pago - Primavera 2012

- **En promedio, se ofrece a los clientes B2B nacionales de las empresas españolas condiciones de crédito significativamente más generosas que a los clientes extranjeros.**

El plazo medio global de pago establecido por las empresas españolas para clientes B2B es de 64,9 días, muy por encima del plazo medio establecido por las empresas del conjunto de Europa Occidental (38 días). Los plazos medios de crédito concedidos a clientes B2B nacionales por las empresas españolas (67,8 días) son significativamente más generosos que los concedidos a clientes extranjeros (51,1 días). Solo Grecia (74,6 días) y Turquía (84,7 días) presentan plazos medios de pago para clientes nacionales más largos. Cabe señalar, sin embargo, que el plazo de crédito medio concedido por las empresas españolas a clientes B2B extranjeros es el plazo más largo concedido a clientes extranjeros de todo el estudio.

Por sector de actividad

- **El sector manufacturero establece los plazos más largos para clientes B2B.**

Comparado con otros sectores de actividad, el sector manufacturero ofrece en España los plazos de pago más largos a los clientes B2B, con un promedio de 76,4 días desde la fecha de factura (el plazo medio de pago en otros sectores se sitúa entre los 65 días en el sector servicios y los 59 días en el sector mayorista / minorista / distribución).

Si desglosamos estos datos por ventas nacionales y al extranjero, los plazos de crédito concedidos a clientes B2B por las empresas del sector manufacturero registran un promedio de 79,1 días a escala nacional y de 58,2 días a escala internacional, significativamente por encima de otros sectores de actividad. En los demás sectores de actividad incluidos en la encuesta, los plazos medios a escala nacional se sitúan entre los 67,5 días en el sector servicios y los 59 días en el sector financiero, y a escala internacional entre los 49,3 días en el sector mayorista / minorista / distribución y los 48,3 días en el sector servicios.

Por tamaño de la empresa

- **Las medianas empresas conceden los plazos de pago más largos a los clientes B2B.**

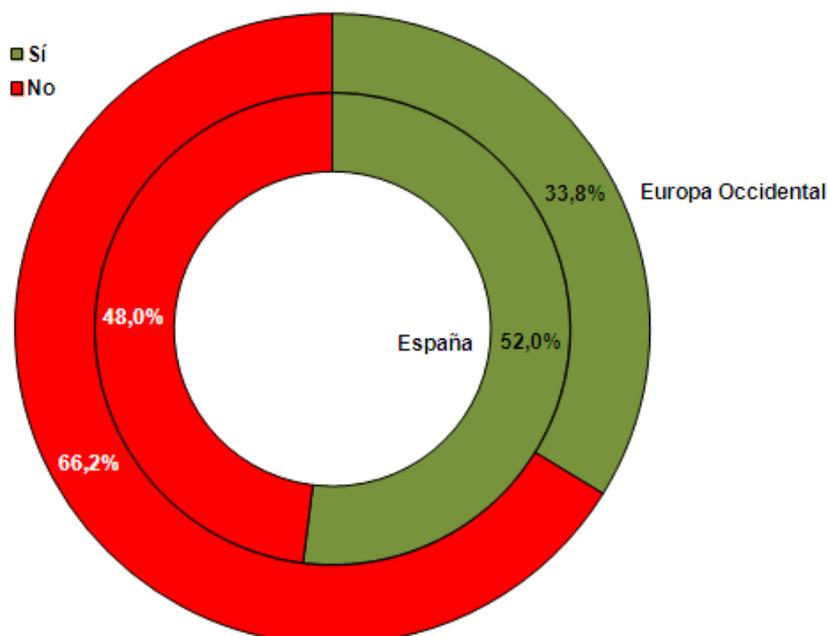
Las medianas empresas españolas establecen los plazos de pago más largos a los clientes B2B, con un promedio de 70,6 días desde la fecha de factura. Analizando las ventas B2B nacionales frente a las ventas al extranjero, los plazos de crédito concedidos a clientes B2B extranjeros por las medianas empresas registran un promedio de 73,6 días y 65,7 días respectivamente. Los demás grupos de empresas por tamaño incluidos en la encuesta concedieron plazos de crédito a clientes nacionales situados entre un promedio de 68,2 días en las microempresas y de 57,6 días en grandes empresas. Los plazos medios de crédito concedidos a clientes B2B extranjeros se sitúan entre un promedio de 55 días en el caso de las pequeñas empresas y un promedio de 29,8 días en el caso de las microempresas.

¿Utiliza los descuentos por pronto pago?

3.2

- Más de la mitad de las empresas en España ofrecen descuentos a clientes B2B por pronto pago de las facturas; sin embargo, no es frecuente que se aproveche este descuento.

¿Realiza descuentos por pronto pago en facturas B2B?



Muestra: Compañías entrevistadas en España
Fuente: Barómetro de Prácticas de Pago - Primavera 2012

Más de la mitad de las empresas en España (52%), frente al 33,8% en el conjunto de Europa Occidental, ofrecen descuentos para que sus clientes B2B paguen las facturas anticipadamente, reduciendo así el importe que las empresas tienen consignado en cuentas por cobrar. Este resultado indica que las empresas en España son notablemente más proclives a aplicar una política de descuentos por pronto pago en las ventas B2B que sus homólogos del resto de Europa Occidental.

En particular, cabe señalar que el porcentaje de empresas españolas que ofrecen descuentos solo se ve superado por el registrado en Italia (61,5%). Un promedio del 12,5% y del 13,5% de los clientes nacionales y extranjeros, respectivamente, aprovechó los descuentos (promedio en Europa Occidental: el 25,0% a escala nacional y el 21,8% a escala internacional), lo que indica el éxito muy limitado de las políticas de descuento por pronto pago de las empresas en España, tanto a nivel general como en comparación con otros países de Europa Occidental.

Por sector de actividad

- Los clientes B2B de las empresas, tanto en el sector de manufacturas como en el sector mayorista / minorista / distribución, son los más proclives a aprovechar los descuentos por pronto pago.

Las empresas del sector español de manufacturas (72,7%) son las más proclives a ofrecer a clientes B2B descuentos por pronto pago de facturas, seguidas por las empresas del sector mayorista / minorista / distribución (50,7%). El menos activo en

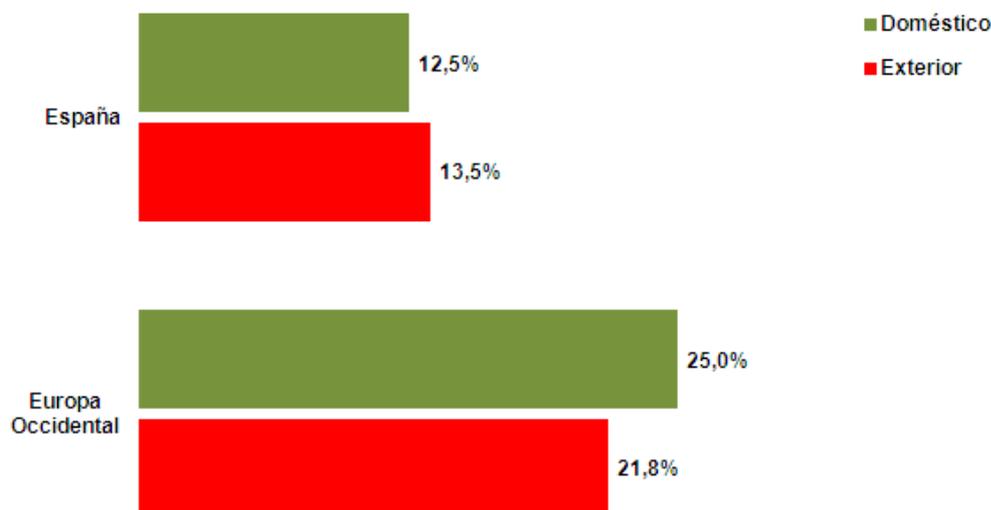
este sentido es el sector de servicios financieros, en el que un 20% de las empresas ofrecen descuentos por pronto pago de facturas. Si analizamos los clientes nacionales y extranjeros que han aprovechado los descuentos por pronto pago, vemos que tanto el sector manufacturero (13,2% a escala nacional y 15,6% en el extranjero) como el sector mayorista / minorista / distribución (13,5% a escala nacional y 14,4% en el extranjero) registran los porcentajes más altos de clientes B2B que aprovechan los descuentos.

Por tamaño de la empresa

- Las medianas y las grandes empresas son las más activas a la hora de ofrecer descuentos a clientes, las microempresas, las menos activas.

Las empresas de medianas y grandes empresas en España (56,5% en cada caso) son los más activos a la hora de ofrecer descuentos por pronto pago de facturas a sus clientes B2B. Los menos activos en este sentido son las empresas de microempresas (47,2%). Si analizamos los clientes nacionales y extranjeros que aprovechan los descuentos por pronto pago, vemos que las microempresas registran el mayor porcentaje de clientes B2B nacionales que aprovechan los descuentos (14,5%). Por el contrario, el porcentaje más bajo de clientes nacionales que aprovechan descuentos por pronto pago corresponde a las medianas empresas (9,0%). El mayor porcentaje de clientes B2B extranjeros que aprovecha descuentos corresponde a las microempresas (29,8%), el más bajo a las medianas empresas (1,4%).

Clientes B2B que aprovechan descuentos por pronto pago

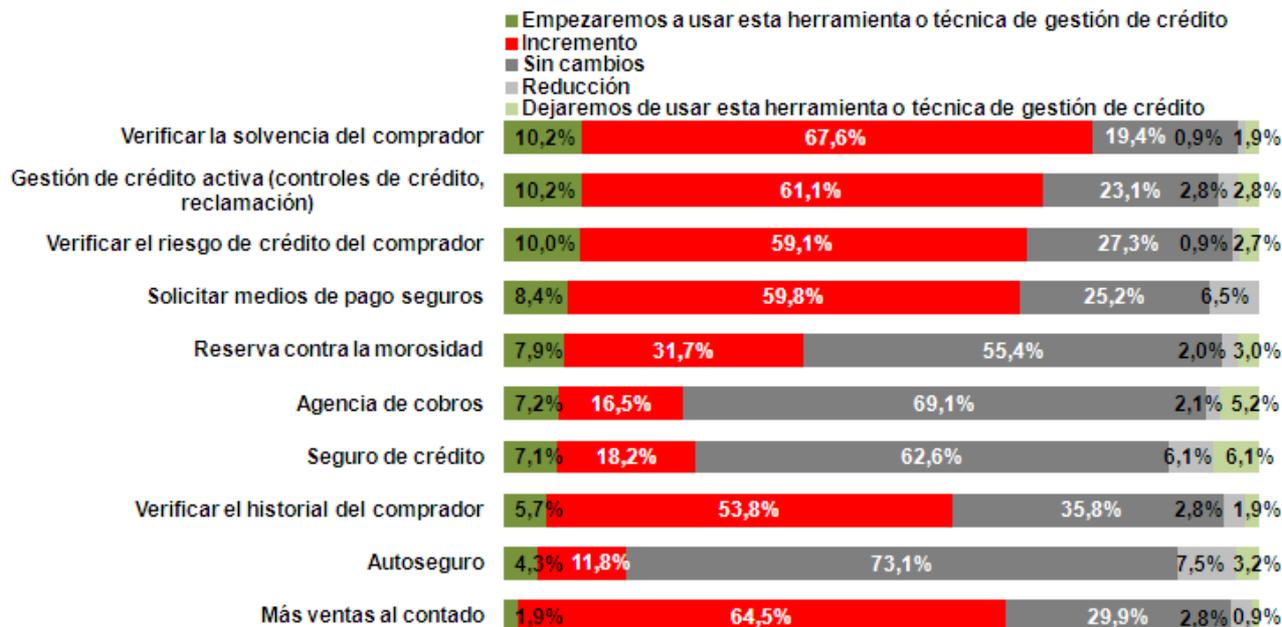


Muestra: Compañías entrevistadas en España que realizan descuentos por pronto pago (en el mercado doméstico y exterior)
Fuente: Barómetro de Prácticas de Pago - Primavera 2012

¿Usa herramientas de gestión del crédito?

3.3

Evolución de herramientas contra impago en seis meses



Muestra: Compañías entrevistadas en España
Fuente: Barómetro de Prácticas de Pago - Primavera 2012

- **Casi siete de cada diez empresas en España prevén un aumento de las comprobaciones de la solvencia de los compradores en los próximos seis meses.**

El 67,6% de las empresas españolas indica que comprobarán la solvencia de sus compradores con mayor frecuencia en los próximos seis meses. El 64,5% de las empresas venderán más en efectivo y el 61,1% aumentarán la gestión activa del crédito. Casi tres de cada cinco empresas reforzarán el seguimiento del riesgo del comprador y las solicitudes de modalidades de pago seguras. El 10% de las empresas en España empezarán a utilizar las verificaciones de solvencia en los próximos seis meses. Estas respuestas están en consonancia con las previsiones de un aumento del riesgo del crédito comercial en los próximos seis meses (ver punto 4.4) que expresa un 62,3% de las empresas españolas.

Por sector de actividad

- **Donde más aumentarán las ventas en efectivo a clientes B2B en los próximos seis meses es en el sector de manufacturas y en el sector mayorista / minorista / distribución.**

El 70,8% de las empresas en el sector manufacturero español y el 71,4% en el sector mayorista / minorista / distribución comprobarán la solvencia de los compradores con mayor frecuencia en los próximos seis meses. Las ventas en efectivo a clientes B2B aumentarán según el 78,3% de las empresas del sector manufacturero y el 73,2% de las empresas en el sector mayorista / minorista / distribución. Donde más aumentara la gestión activa del crédito es en el sector servicios (66,7% de las empresas). Las empresas llevarán a cabo un seguimiento más frecuente del riesgo del comprador en

el sector mayorista / minorista / distribución (62,8%). Donde más aumentará la solicitud de modalidades de pago seguras es en el sector de manufacturas (63,6%).

Por tamaño de la empresa

- **Las pequeñas empresas prevén un aumento de las comprobaciones de la solvencia de los compradores, así como del uso de otras herramientas de gestión del crédito en los próximos seis meses.**

El 82,6% de las pequeñas empresas españolas prevén un aumento de las comprobaciones de solvencia de los compradores en los próximos seis meses. Cabe señalar que el 14,3% de las microempresas empezarán a utilizar esta herramienta de gestión del crédito en el mismo período de tiempo. Las ventas en efectivo a clientes B2B aumentará tanto entre las microempresas como entre las pequeñas empresas (68% en cada caso). Donde más aumentará la gestión activa del crédito es entre las pequeñas empresas (70,2% de las empresas). La mayoría de las pequeñas empresas (75%) aumentará el seguimiento del riesgo de crédito de los compradores. Donde más crecerán las solicitudes de modalidades de pago seguras es entre las pequeñas empresas (60,0% de las empresas).

Comportamiento de los clientes

4

- **Como promedio, en España las facturas de clientes B2B nacionales tienen una probabilidad notablemente mayor de liquidarse con retraso que las facturas al extranjero.**
- **Las restricciones de liquidez son la razón que se menciona con más frecuencia para explicar el retraso en pagos de clientes B2B nacionales, así como la complejidad del procedimiento de pago en el caso de retrasos en los pagos por parte de clientes extranjeros.**
- **Existe una probabilidad significativamente más baja de cobrar facturas vencidas de más de 90 días en el mercado doméstico que en el extranjero.**
- **El porcentaje de empresas españolas que prevén un deterioro del riesgo de crédito comercial es ocho veces más alto que el de las empresas que prevén una mejoría.**

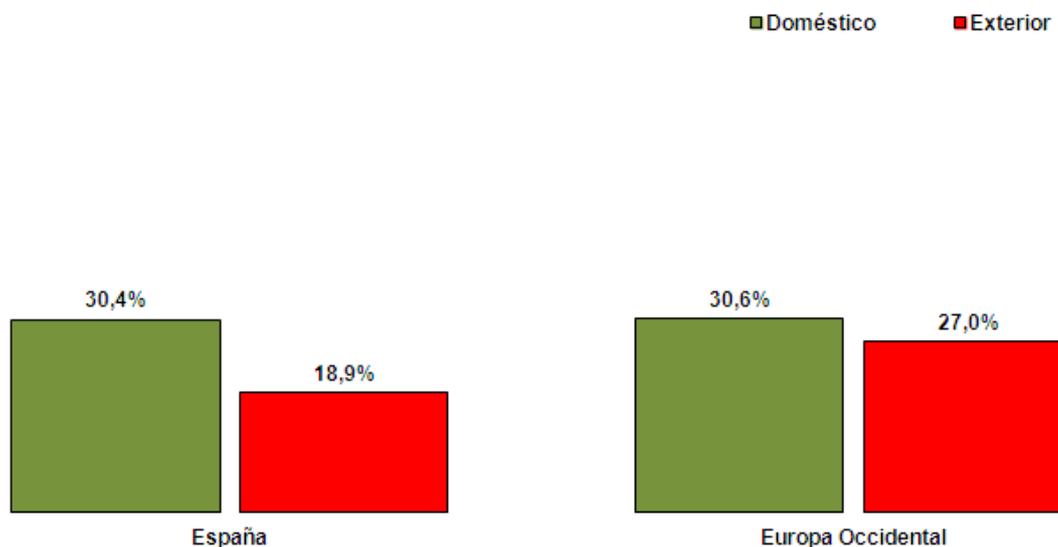
¿Cuántas facturas B2B se liquidan con retraso?

4.1

- **Como promedio, en España las facturas de clientes B2B nacionales tienen una probabilidad notablemente mayor de liquidarse con retraso que las facturas al extranjero.**

Las facturas de clientes B2B nacionales en España tienen una probabilidad notablemente mayor de liquidarse con retraso que las facturas al extranjero: un promedio del 30,4% y del 18,9% del valor total de las facturas emitidas por las empresas españolas a sus clientes B2B nacionales y extranjeros, respectivamente, se pagaron después de la fecha de vencimiento (Europa Occidental, 30,6% a escala nacional y 27,0% a escala internacional). Cuando se trata de cobrar en un plazo de 30

Porcentaje de facturas B2B que se pagan con retraso



Muestra: Compañías entrevistadas en España (activas en el mercado doméstico y exterior)

Fuente: Barómetro de Prácticas de Pago - Primavera 2012

días desde el vencimiento de la factura, los compradores domésticos en España son mucho menos diligentes que los compradores domésticos en otros países.

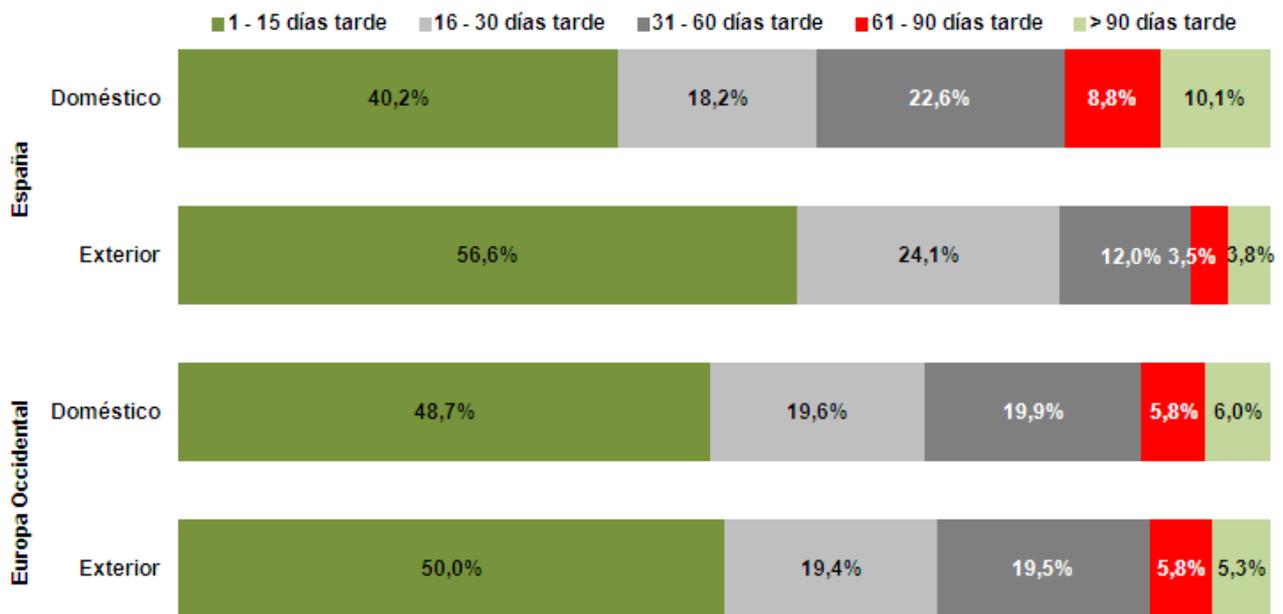
Además, cabe señalar que existe una gran diferencia en cuanto a la rapidez para realizar el pago por parte de los clientes extranjeros de las empresas españolas en comparación con el resto de Europa Occidental. El 58,4% del valor total de las facturas vencidas a escala nacional se paga en un plazo de 30 días desde la fecha de vencimiento frente al 68,3% en el conjunto de Europa Occidental. El 80,7% del valor total de las facturas vencidas al extranjero se paga en un plazo de 30 días desde la fecha de vencimiento frente al 69,4% en el conjunto de Europa Occidental. El resultado que cabe destacar aquí es el 10,1% del valor total de las cuentas por cobrar de clientes B2B nacionales que se registran como morosas 90 días después de su vencimiento y que presentan una probabilidad significativa de impago. Este porcentaje prácticamente duplica el promedio en Europa Occidental (un 5,3%), y solo lo superan los porcentajes registrados en Italia (el 11,7%) y en Grecia (el 18,7%).

Por sector de actividad

- **El sector servicios registra la mayor proporción de facturas vencidas a clientes nacionales y extranjeros**

La mayor proporción de facturas vencidas de clientes B2B nacionales se registra en el sector servicios (un promedio del 32,8%) seguido del sector manufacturero (30,3%). En cuanto a las facturas vencidas de clientes extranjeros, la mayor proporción se registra en el sector servicios (23,9%). Cuando se trata de cobrar en un plazo de 30 días desde el vencimiento de la factura, las facturas nacionales vencidas dentro de dicho plazo se sitúan entre un máximo del 65,4% en el sector mayorista / minorista / distribución y un mínimo del 53,5% en el sector servicios, que también registra el menor porcentaje de facturas vencidas al extranjero pagadas en los 30 días siguientes al vencimiento de la factura (58,8%). Cabe señalar que las empresas en el sector servicios afirman que una media del 15,2% del valor total de cuentas por cobrar con clientes B2B nacionales seguían impagadas al cabo de 90 días del vencimiento.

Las facturas B2B retrasadas - El pago se realiza entre...



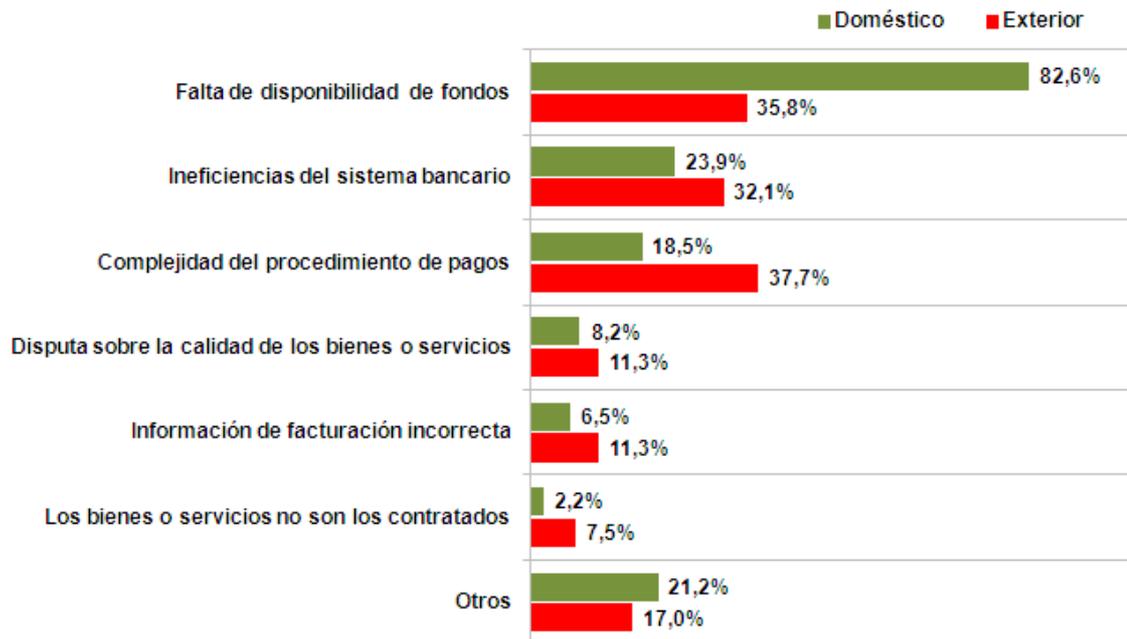
Muestra: Compañías entrevistadas en España con facturas retrasadas (activas en el mercado doméstico y exterior)
Fuente: Barómetro de Prácticas de Pago - Primavera 2012

Por tamaño de la empresa

- Las pequeñas empresas son las que registran el mayor porcentaje de facturas nacionales vencidas; las grandes empresas, de facturas al extranjero vencidas.

Las pequeñas empresas registran la mayor proporción de facturas vencidas de clientes B2B nacionales (35,3%) seguidas de las microempresas (29,3%). La proporción más baja de facturas nacionales vencidas se registra entre las medianas empresas (17,1%). La mayor proporción de facturas vencidas de clientes B2B extranjeros se registra entre las grandes empresas (27,0%), y la menor proporción entre las medianas empresas (13,5%). Por lo que respecta al período de pago, las facturas nacionales vencidas pagadas en el plazo de un mes desde su vencimiento se sitúan entre un máximo del 78,7% en las medianas empresas y un mínimo del 48,1% en las microempresas, que, en cambio, registran el mayor porcentaje de facturas al extranjero vencidas en el mismo período de tiempo (95,4%). Un resultado que merece la pena comentar es el promedio del 15% del valor total de las cuentas por cobrar con clientes B2B nacionales que las microempresas afirman que siguen impagadas 90 días después de su vencimiento.

Principales razones para el retraso en pagos de clientes B2B



Muestra: Compañías entrevistadas en España (activas en el mercado doméstico y exterior)
Fuente: Barómetro de Prácticas de Pago - Primavera 2012

¿Por qué se retrasan en pagos los clientes?

4.2

- **Las restricciones de liquidez son la razón que se menciona con mayor frecuencia para explicar el retraso en los pagos por parte de clientes B2B nacionales, así como la complejidad del procedimiento de pago en el caso de retrasos en los pagos por parte de clientes extranjeros.**

El 82,6% de las empresas en España menciona la insuficiente disponibilidad de fondos como principal razón del retraso en los pagos por parte de clientes nacionales. Esta cifra supera con mucho la media del conjunto de Europa Occidental (66,8%), lo que sugiere que las empresas españolas experimentan retrasos en los pagos debido a limitaciones de liquidez de clientes B2B nacionales con una frecuencia significativamente mayor que sus homólogos de Europa Occidental. El 37,7% de las empresas españolas menciona la complejidad del procedimiento de pago como la principal razón de los retrasos en los pagos por parte de clientes extranjeros (Europa Occidental, 30,8%), y el 35,8% las limitaciones de liquidez (Europa Occidental, 46,2%). Las empresas españolas dan un peso mucho menor a todas las demás razones de retrasos en los pagos por parte de clientes B2B estudiadas en la encuesta. Cabe señalar que un porcentaje considerable de empresas (32,1%) menciona ineficiencias del sistema bancario como la principal razón del retraso en pagos por parte de clientes extranjeros.

Por sector de actividad

- **El sector mayorista / minorista / distribución es el más afectado por los retrasos en los pagos a escala nacional debido a limitaciones de liquidez de los clientes.**

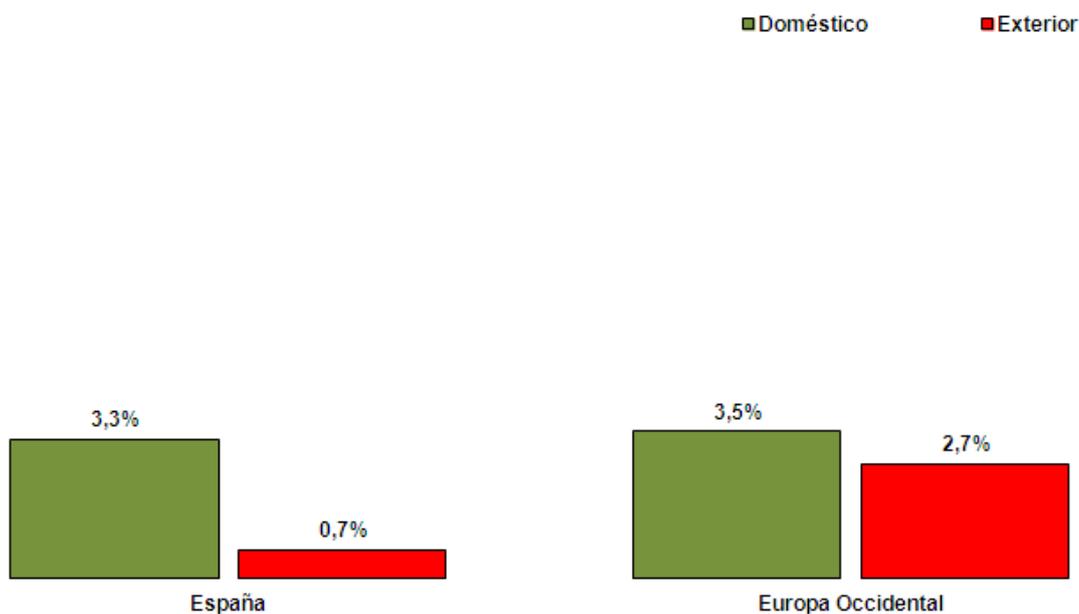
El sector mayorista / minorista / distribución español (86,6% de las empresas) y el sector manufacturero (85,4% de las empresas) son los más afectados por el retraso en los pagos de clientes B2B nacionales debido principalmente a la disponibilidad insuficiente de fondos. El sector manufacturero es el más afectado por el retraso en los pagos de clientes B2B extranjeros debido principalmente a la complejidad del procedimiento de pago (23,3% de las empresas). El sector servicios (28,8% de las empresas) es el más afectado por los retrasos en los pagos del extranjero debido a ineficiencias del sistema bancario.

Por tamaño de la empresa

- **Las grandes empresas son las más afectadas por los retrasos en los pagos a escala nacional debido a limitaciones de liquidez de los clientes.**

Las grandes empresas en España (93,7% de las empresas), seguidas de las pymes (86,0% de las empresas) son las más afectadas por el retraso en los pagos de clientes B2B nacionales debido a la disponibilidad insuficiente de fondos. Las pequeñas empresas son las más afectadas por el retraso en los pagos de clientes B2B extranjeros debido principalmente a la complejidad del procedimiento de pago (50,0% de las empresas). Las pequeñas empresas (38,5% de las empresas) son las más afectadas por los retrasos en los pagos del extranjero debido a ineficiencias del sistema bancario.

Facturas B2B no recobrables en los últimos seis meses



Muestra: Compañías entrevistadas en España (activas en el mercado doméstico y exterior)
Fuente: Barómetro de Prácticas de Pago - Primavera 2012

¿Cuántos de esos retrasos son incobrables?

4.3

- **Existe una probabilidad significativamente más baja de cobrar facturas nacionales vencidas en más de 90 días que facturas al extranjero vencidas en más de 90 días.**

Las empresas en España afirman que un promedio del 3,3% del total de las cuentas por cobrar de clientes B2B nacionales se convirtieron en incobrables. El promedio en el conjunto de Europa Occidental es del 3,5%. Comparado con el porcentaje de

facturas a clientes B2B nacionales (10,1%) vencidas en más de 90 días, este resultado indica una probabilidad muy baja de cobrar facturas vencidas desde hace mucho tiempo en el mercado nacional. Por lo que respecta a cuentas por cobrar de clientes B2B extranjeros, el porcentaje de incobrables es del 0,7% (Europa Occidental, 2,7%). Se trata del porcentaje más bajo de cuentas incobrables por operaciones comerciales con el extranjero de todos los países incluidos en la encuesta. Frente al 3,8% del valor de cuentas por cobrar al extranjero con más de 90 días de vencimiento, este resultado indica una probabilidad significativamente más alta de cobrar facturas vencidas hace mucho tiempo en operaciones internacionales.

Por sector de actividad

- **El sector servicios presenta la mayor proporción de cuentas incobrables de clientes B2B nacionales.**

En comparación con los demás sectores de actividad en España, la mayor proporción de cuentas por cobrar de clientes B2B nacionales consignadas como incobrables se registra en el sector servicios (4,2%). La menor proporción se registra en el sector mayorista / minorista / distribución (2,6%). Por lo que respecta a las cuentas por cobrar de clientes B2B extranjeros, la proporción de cuentas por cobrar consignadas como incobrables (con un promedio por debajo del 1%) es prácticamente la misma en el conjunto de los sectores de actividad de la encuesta.

Por tamaño de la empresa

- **Las microempresas registran la mayor proporción de cuentas incobrables de clientes B2B, en particular de clientes nacionales.**

La mayor proporción de cuentas por cobrar de clientes B2B nacionales consignadas como incobrables se registra entre las empresas de microempresas (4,6%), mientras que la menor proporción corresponde a medianas y a grandes empresas (2,4%). Por lo que respecta a cuentas por cobrar de clientes B2B extranjeros, las pequeñas empresas (0,9%) registran la mayor proporción de cuentas por cobrar de clientes extranjeros consignadas como incobrables.

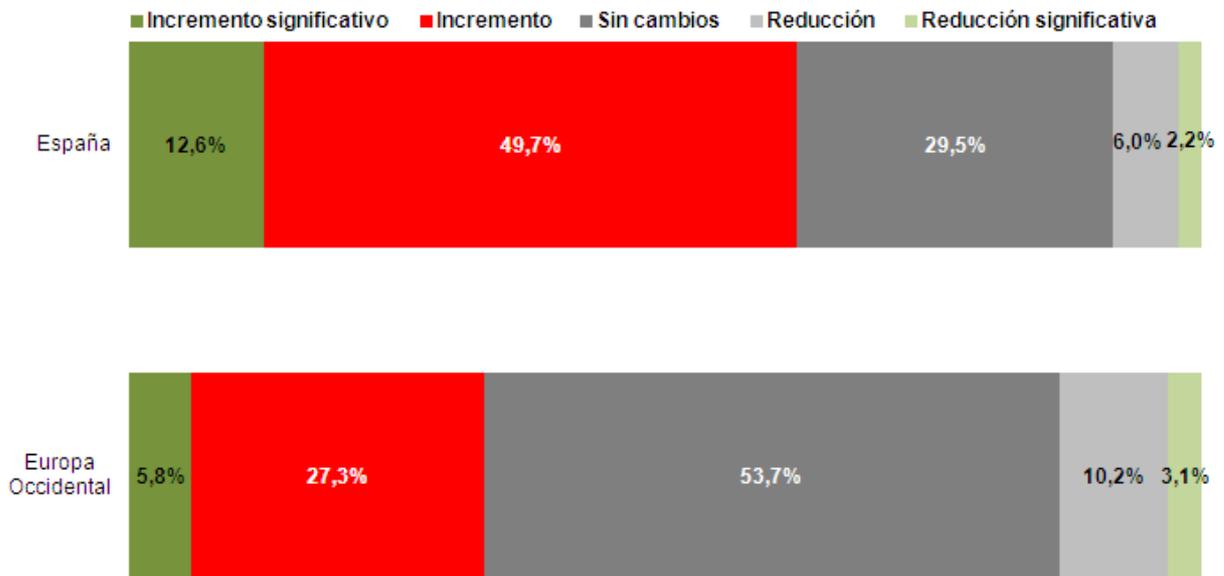
¿Cómo evolucionará el riesgo de impago?

4.4

- **El porcentaje de empresas españolas que prevén un deterioro del riesgo de crédito comercial es ocho veces más alto que el de las empresas que prevén una mejora.**

Menos del 30% de las empresas en España afirma que el riesgo de crédito comercial no experimentará cambio alguno en los próximos seis meses (Europa Occidental, 53,7%). En consonancia con las observaciones del conjunto de la encuesta, el porcentaje medio de empresas que prevén un deterioro del riesgo comercial es superior al de las empresas que prevén una mejora. El 62,3% de las empresas españolas prevén que el riesgo de crédito comercial aumente en los próximos seis meses (de manera significativa para el 12,6% de las empresas), y solo el 8,2% cree que se reducirá (de manera significativa para el 2,2% de las empresas).

Previsiones de riesgo de impago a seis meses



Muestra: Compañías entrevistadas en España
Fuente: Barómetro de Prácticas de Pago - Primavera 2012

Este resultado está en línea con la tendencia en el uso de herramientas de gestión del crédito en España, donde casi siete de cada diez empresas prevén aumentar las comprobaciones de solvencia de los compradores, las ventas en efectivo a clientes B2B, la gestión activa del crédito, el seguimiento del riesgo de crédito de los compradores y la solicitud de modalidades de pago seguras en los próximos seis meses (ver el punto 3.3).

Por sector de actividad

- **El sector mayorista / minorista / distribución es el que prevé un mayor aumento del riesgo de crédito comercial en los próximos seis meses.**

Las empresas del sector mayorista / minorista / distribución español son las menos optimistas en relación con las perspectivas de impagos. El 65,7% considera que el riesgo de crédito comercial aumentará en los próximos seis meses (de manera significativa para el 11,9% de las empresas). El 60,6% de las empresas del sector servicios expresa la misma opinión. El 31,7% de las empresas del sector manufacturero español considera que el riesgo de crédito comercial no experimentará cambio alguno en los próximos seis meses.

Por tamaño de la empresa

- **Las grandes empresas son las más proclives a prever un aumento del riesgo de crédito comercial en los próximos seis meses.**

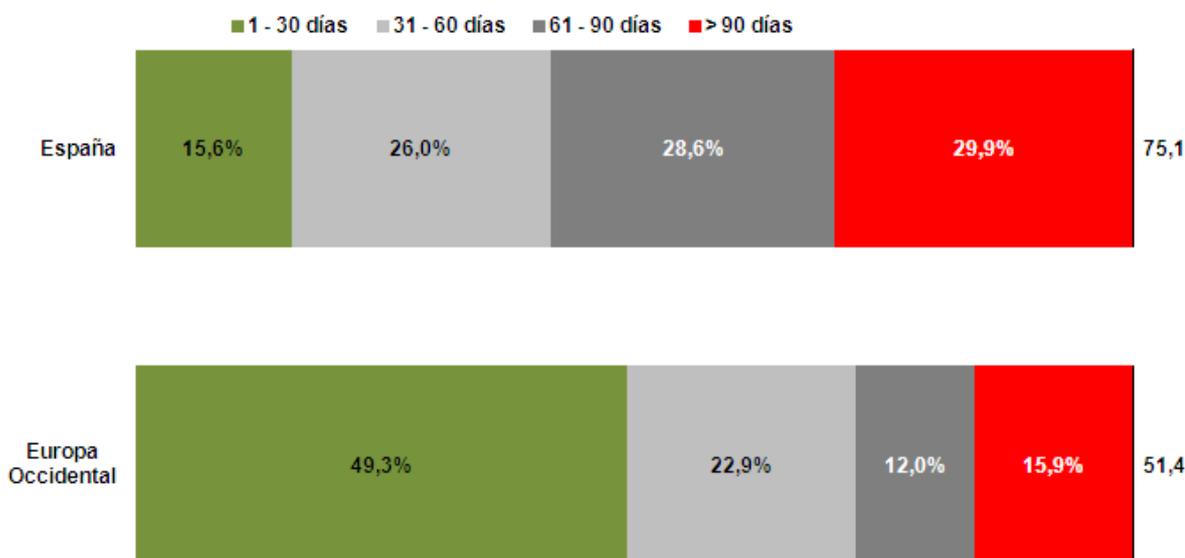
Las empresas de grandes empresas (el 76,4%) son los más proclives a prever un aumento del riesgo de crédito comercial en los próximos seis meses. El 17,7% de ellos prevé un aumento significativo. El 71,4% de las empresas de medianas empresas también prevé un aumento. El 36,6% de las empresas de pequeñas empresas españolas prevé que el riesgo de crédito comercial no experimentará ningún cambio en los próximos seis meses.

Control de entradas de efectivo

5

- El DSO medio en España es mucho más alto que el DSO medio del conjunto de Europa Occidental.
- A lo largo del último año, el porcentaje de empresas españolas que han registrado un aumento del DSO es significativamente más alto que el porcentaje de empresas que han registrado una caída.

DSO media en la segunda mitad de 2011



Muestra: Compañías entrevistadas en España
Fuente: Barómetro de Prácticas de Pago - Primavera 2012

¿Cuál fue su Período Medio de Cobro (DSO) en el segundo semestre de 2011?

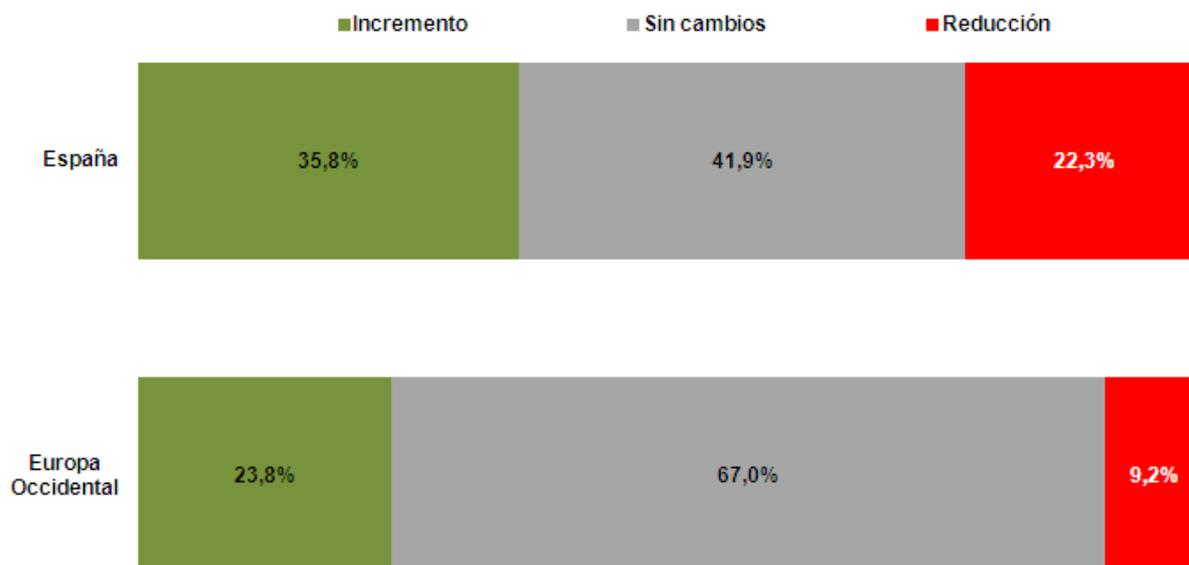
5.1

- El DSO medio es mucho más alto que el DSO medio del conjunto de Europa Occidental

Las empresas españolas registran un DSO medio de 75,1 días, muy por encima del promedio en Europa Occidental (51,4 días). Como ocurre en otros países, el DSO medio de las empresas españolas es superior al plazo medio de pago en España (64,9 días), lo que refleja el volumen de facturas que se pagan con retraso (ver punto 4.1). Esta cifra refleja los largos plazos de pago en España y es probable que se haya visto negativamente afectada por el limitado éxito de la política de descuentos por pronto pago entre clientes B2B de las empresas en España (ver punto 3.2).

Nota. El DSO se calcula utilizando la fórmula básica: (promedio de cuentas por cobrar del período/ventas totales del período) * 180 (número de días en el período de 6 meses).

Evolución interanual del DSO medio



Muestra: Compañías entrevistadas en España
Fuente: Barómetro de Prácticas de Pago - Primavera 2012

Por sector de actividad

- El DSO más alto corresponde a las empresas de manufacturas.

Las empresas del sector manufacturero español registran el mayor DSO, con un promedio de 85,0 días. En otros sectores de actividad incluidos en la encuesta en España, el DSO medio se sitúa entre un máximo de 79,9 días en el sector servicios y un mínimo de 66,4 días en el sector mayorista / minorista / distribución.

Por tamaño de la empresa

- Las pequeñas empresas presentan el DSO más alto, las grandes empresas el más bajo.

El DSO más alto se registra entre las empresas de pequeñas empresas, con un promedio de 83,1 días. Las empresas de otros tamaños en España presentan niveles medios de DSO situados entre los 73,0 días en medianas y grandes empresas y los 64,3 días en las microempresas.

Tendencia DSO en el último año

5.2

- A lo largo del último año, el porcentaje de empresas españolas que han registrado un aumento del DSO es significativamente más alto que el porcentaje de empresas que han registrado una caída.

A lo largo del último año, el 41,9% de las empresas españolas afirman que no han experimentado ningún cambio en el DSO (Europa Occidental, 67%). El 35,8% de las empresas registra un aumento del DSO, frente al 22,3% que registra una reducción. Es probable que el aumento en el período medio de cobro venga determinado por una

serie de factores, incluyendo los plazos de pago (días en los que se debe hacer el pago y descuentos por pronto pago ofrecidos a clientes B2B), las técnicas de gestión de cuentas por cobrar, los patrones de pago de los clientes y el tiempo de cobro.

Por sector de actividad

- **El sector servicios es el más proclive a haber experimentado un aumento del DSO en el último año.**

El 44,7% de las empresas españolas del sector servicios ha registrado un aumento del DSO en el último año. Las empresas de otros sectores de actividad en España registran un DSO relativamente más estable en el mismo período de tiempo.

Por tamaño de la empresa

- **Las microempresas presentan el mayor porcentaje de empresas que registran un aumento del DSO en el último año.**

Las microempresas presentan el mayor porcentaje de empresas (39,0%) que registran un aumento del DSO en el último año, seguidas de las pequeñas empresas, con un 36,7%. Las empresas de otros tamaños en España registran un DSO relativamente más estable en el mismo período de tiempo.

Diseño de la encuesta

6

Antecedentes y objetivos de la encuesta

6.1

Crédito y Caución, en el marco del Grupo Atradius, colabora con regularidad en la elaboración de estudios sobre el comportamiento de pago de las empresas en una serie de países y publica los resultados en el Barómetro de Prácticas de Pago. En el primer estudio de 2012, el 11º de la serie, se entrevistó a 2.886 empresas de 14 países de Europa Occidental (Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Grecia, Irlanda, Italia, Países Bajos, España, Suecia, Suiza y Turquía).

La 11ª edición del Barómetro de Prácticas de Pago aborda en el estudio las siguientes cuestiones:

- Uso de crédito comercial.
- Prácticas de gestión del crédito.
- Comportamiento de pago de los clientes.
- Seguimiento de entradas de efectivo y DSO.

Estructura de la encuesta

6.2

- Identificar a la persona de contacto adecuada de la empresa en materia de gestión de cuentas por cobrar.
- Confirmar el sector de actividad y el tamaño de la empresa entrevistada.
- Confirmar los sectores y los países con los que la empresa desarrolla actividades comerciales.
- Evaluar en qué medida las empresas utilizan crédito comercial en sus operaciones B2B.
- Centrar la atención en las principales prácticas de gestión del crédito en cada país incluido en la encuesta.
- Centrar la atención en los ámbitos de investigación mencionados en el punto 6.1, antecedentes y objetivos de la encuesta.

Alcance de la encuesta

6.4

- Universo de la encuesta: Ver el punto 6.1, Antecedentes y objetivos de la encuesta.
- Proceso de selección: las empresas fueron seleccionadas y se estableció contacto con ellas a través de un panel internacional de Internet. Al principio de la entrevista se llevó a cabo un filtro de la persona de contacto adecuada y de control de cuotas. Solo se llevaron a cabo encuestas telefónicas en Grecia y Turquía.
- Muestra: se ha entrevistado a un total de $n = 2.886$ personas (aproximadamente $n = 200$ por país). En cada país, se ha mantenido una cuota en función de cuatro clases de tamaño de empresa.
- Entrevista: Entrevistas personales asistidas por web (WAPI) de aproximadamente 10 minutos de duración; entrevistas telefónicas (CATI) de aproximadamente 19 minutos de duración.

Perspectiva general de la muestra

6.5

País (n = 2.886)	n	%
Austria	201	7,0%
Bélgica	204	7,1%
Dinamarca	205	7,1%
Francia	201	7,0%
Alemania	214	7,4%
Gran Bretaña	207	7,2%
Grecia	200	6,9%
Irlanda	218	7,6%
Italia	205	7,1%
España	204	7,1%
Suecia	209	7,2%
Suiza	201	7,0%
Países Bajos	217	7,5%
Turquía	200	6,9%
Sector de actividad (n = 2.886)		
Manufacturas	605	21,0%
Mayorista / Minorista / Distribución	719	24,9%
Servicios	1.326	45,9%
Servicios financieros	236	8,2%
Tamaño de la empresa (n = 2.886)		
Microempresa	975	33,8%
Pequeña Empresa	996	34,5%
Mediana empresa	553	19,2%
Gran empresa	362	12,5%

En los casos en los que es posible una única respuesta, puede ocurrir que los resultados estén algo por encima o por debajo del 100% al sumar las respuestas. Esto se debe al redondeo. Hemos optado por no ajustar los resultados para llegar a un resultado del 100% con el fin de reflejar los resultados individuales con la mayor precisión posible.

Este informe se facilita con fines exclusivamente informativos y no pretende, en modo alguno, ser una recomendación al lector en relación con estrategias, inversiones o transacciones específicas. Los lectores deben tomar sus propias decisiones independientes, tanto comerciales como de otra índole, en relación con la información facilitada. Si bien hemos hecho todo lo posible por asegurarnos de que la información contenida en este informe procede de fuentes fiables, Atradius no se responsabiliza de los errores, omisiones o resultados obtenidos por el uso de la misma. Toda la información contenida en este documento se facilita "tal cual", sin garantía de integridad, exactitud, puntualidad o de los resultados obtenidos por el uso de la misma, y sin garantía de ningún tipo, expresa o implícita. En ningún caso Atradius, sus asociaciones o compañías, o los socios, representantes o empleados de las mismas serán responsables ante usted o ante cualquier persona de las decisiones tomadas sobre la base de la información contenida en este informe o por cualquier perjuicio derivado, especial o similar, aun en el caso de haber sido prevenidos frente a la posibilidad de dichos perjuicios.

Acerca de Crédito y Caución

Crédito y Caución es el operador líder del seguro de crédito interior y a la exportación en España desde su fundación, en 1929. Con una cuota de mercado del 54%, lleva más de 80 años contribuyendo al crecimiento de las empresas, protegiéndolas de los riesgos de impago asociados a sus ventas a crédito de bienes y servicios. Desde 2008, es el operador del Grupo Atradius en España, Portugal y Brasil.

El Grupo Atradius es un operador global del seguro de crédito presente en 45 países. Con una cuota de mercado de aproximadamente el 31% del mercado mundial del seguro de crédito, tiene acceso a la información de crédito en más de 100 millones de empresas en todo el mundo y toma cerca de 20.000 decisiones diarias de límites de crédito comercial. El operador global consolida su actividad dentro del Grupo Catalana Occidente.



Crédito y Caución
Paseo de la Castellana, 4
28046 Madrid
Spain

creditoycaucion.es