



## Barómetro de Prácticas de Pago

Estudio sobre el comportamiento en  
pagos de las empresas europeas

Resultados de Primavera 2011

# Resultados generales

## Introducción

1.1

Este informe constituye el componente central de la 9ª edición del Barómetro de Prácticas de Pago. Está centrado en nueve grandes economías de la Unión Europea (UE) y analiza los aspectos fundamentales de la gestión y la oferta de crédito comercial, así como el comportamiento de pago de los clientes de empresas internacionales.

Los objetivos de este informe y de los informes individuales por país son los mismos: esforzarnos por proporcionar a las empresas que operan a escala internacional una comprensión precisa de las dinámicas comerciales de la región de la Unión Europea en general y de los países con los que operan o con los que tienen previsto iniciar relaciones comerciales. 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.

Por consiguiente, el informe analiza una serie de áreas claves en materia de políticas de crédito comercial y de gestión de crédito de las empresas, incluyendo en qué medida se concede crédito comercial a los clientes, junto con los plazos de pagos establecidos para los clientes, y la incidencia resultantes de la morosidad y los impagos, o las medidas adoptadas para mitigar los riesgos de pago.

## Conclusiones

1.2

La crisis económica siguió teniendo un impacto en las empresas de toda Europa a principios de 2011, tal y como revela la incidencia de la morosidad que señala este informe. Mientras que en seis de los nueve países incluidos en el estudio, como promedio, los encuestados recibieron pagos antes de la fecha media de vencimiento, el porcentaje de facturas vencidas sin cobrar, dependiendo del país, se sitúa entre el 20% y el 35%. Además, la proporción de cuentas incobrables del extranjero alcanza el 10%.

Se trata de porcentajes significativos que ilustran los retos que plantea el comercio B2B internacional y demuestra hasta qué punto algunos compradores europeos siguen realmente teniendo dificultades para cumplir sus obligaciones de pago, incluso cuando la recesión mundial ha perdido fuerza. Un indicio igualmente revelador es que más de las tres cuartas partes de los encuestados citan la insuficiente disponibilidad de financiación como motivo clave del retraso en los pagos de sus clientes. Otra realidad revelada por la encuesta y que suscita preocupación es el ligero aumento general del período medio de cobro (DSO, por sus siglas en inglés).

Como reacción ante este fenómeno, las empresas encuestadas se han visto obligadas a adoptar medidas para asegurar su propia viabilidad financiera, como puede ser el aumento de las actividades de apremio, a la vez que se esfuerzan por retener y ampliar su base de clientes. Los imperativos comerciales aparecen como el principal motor de una combinación de prácticas de gestión del crédito empleadas tanto en el proceso de decisión para la propuesta de plazos de pago como en el proceso de gestión del crédito y cuentas por cobrar tras la venta. Sin embargo, la capacidad crediticia de los compradores también es un factor determinante en la toma de decisiones. El correcto equilibrio de estos motores en el futuro desempeñará un papel a la hora de determinar qué empresas sobrevivirán y prosperarán en las economías de la UE, todavía caracterizadas, de manera generalizada, por un crecimiento lento.

Una conclusión destacada de la encuesta es la diferencia que prevalece entre las culturas empresariales del norte y del sur de Europa, en términos de duración del período de crédito y de pago. Las empresas de España e Italia son claramente más lentas que sus homólogas de la UE por lo que respecta al pago a sus proveedores, lo que se refleja en un volumen proporcionalmente mayor de crédito comercial y descuentos por pronto pago que en los países del norte de Europa. En estos dos países, los compradores también presentan los DSO más largos.

Estos rasgos culturales en el comportamiento de pagos abren oportunidades para que las empresas aprendan de otros mercados y adapten nuevos procedimientos capaces de mejorar la puntualidad en la recepción de pagos, y que pueden incluir, claro está, el uso de seguros de crédito para garantizar la protección de los pagos, como parte de un movimiento más amplio hacia el objetivo de promover operaciones comerciales seguras entre todas las partes. Cabe esperar que, en lo que queda de 2011, aumente el nivel de solvencia entre compradores y vendedores, pero este estudio indica que las empresas que venden sus productos y servicios a crédito deberán mostrar una especial cautela.

## Uso del Crédito comercial

## 1.3

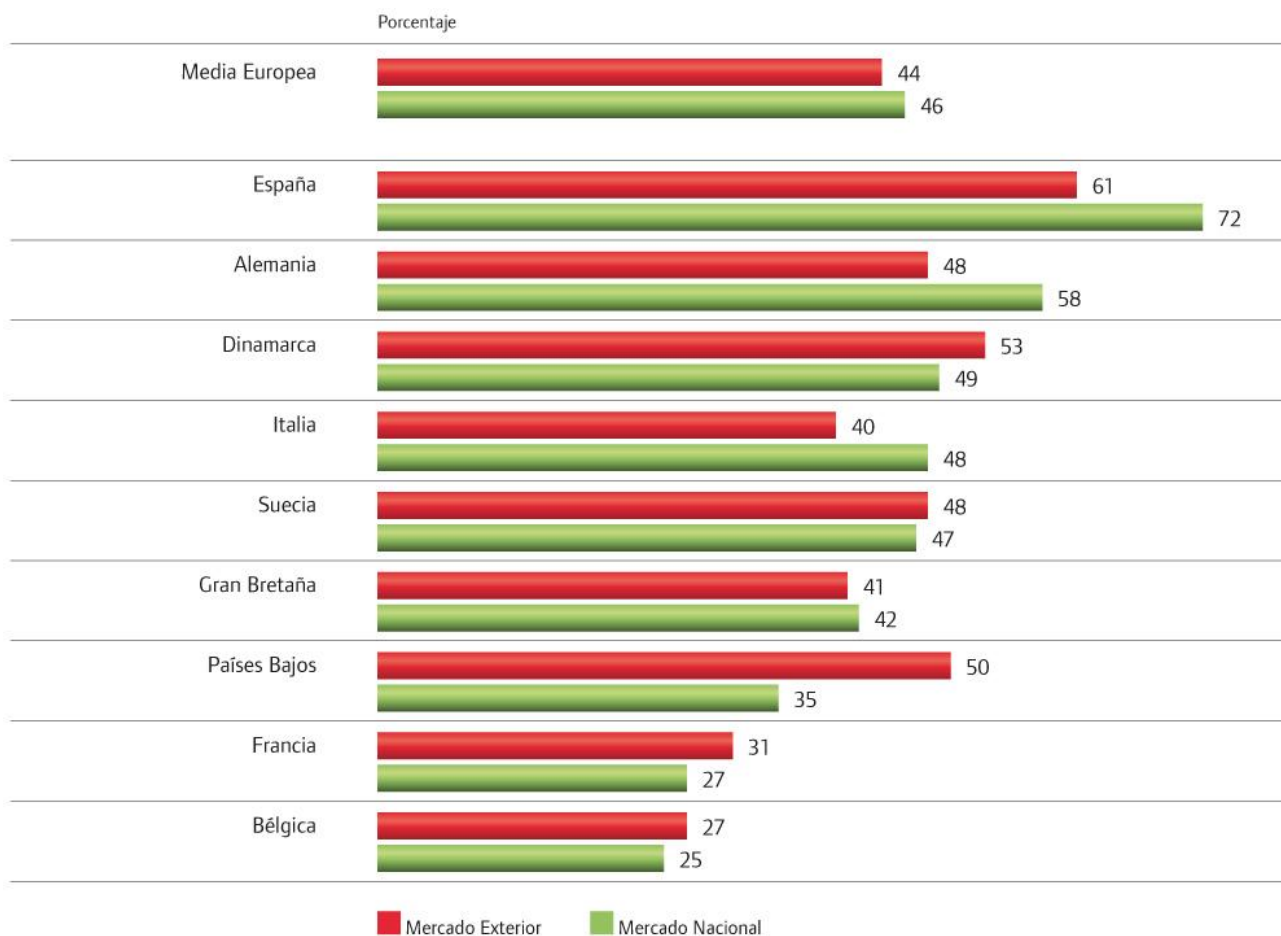
- **En España, las empresas efectuaron operaciones a crédito de forma más habitual que cualquier otro país analizado.**
- **En el norte de Europa, el uso de crédito comercial está motivado fundamentalmente por razones comerciales.**
- **Las empresas del sur de Europa suelen utilizar el crédito comercial frecuentemente para ofrecer apoyo financiero a sus clientes.**

**Ventas a crédito** – El uso del crédito comercial entre las empresas encuestadas con sus clientes nacionales fluctúa entre el 72% registrado en España, el extremo más alto, y el 25% en Bélgica. Ambas cifras se alejan bastante de la media de la encuesta, que sitúa el porcentaje de ventas a crédito en el ámbito nacional en un 46%, y ponen de relieve la enorme variación que existe en el uso de crédito comercial entre los países de la Unión Europea objeto de la encuesta.

España destaca por una necesidad generalizada de sus empresas del crédito comercial. De acuerdo con las empresas entrevistadas en España, el 61% de las ventas a clientes extranjeros también se efectuaron a crédito en este mercado, lo que representa el porcentaje más alto de la encuesta. Por el contrario, las empresas encuestadas en Bélgica son las más reacias a realizar ventas a crédito: el 27% de sus ventas al extranjero fueron a crédito, frente al 44% de media que refleja la encuesta en su totalidad. Esta tendencia al uso del crédito comercial se complementa con otro de los datos del estudio: las empresas encuestadas en España también ofrecen la media más larga de plazos de pago de todos los países de la encuesta, lo que puede haber contribuido a estimular sus cifras de ventas.

Las empresas encuestadas holandesas están considerablemente más dispuestas a ofrecer crédito comerciales a sus clientes extranjeros que a sus clientes nacionales. En torno al 35% de las ventas nacionales en los Países Bajos fueron a crédito, frente al 50% de las transacciones B2B extranjeras. En Alemania se observa la tendencia contraria. En torno al 58% de las transacciones B2B nacionales y el 48% de las extranjeras fueron a crédito. En Italia, se efectuaron a crédito un 48% de las transacciones B2B nacionales y un 40% de las extranjeras. Las empresas encuestadas de Bélgica, Dinamarca, Francia, el Reino Unido y Suecia presentan pocas variaciones entre el porcentaje de ventas a clientes nacionales y a clientes extranjeros en las que se había recurrido al crédito comercial.

## Porcentaje de ventas realizadas a crédito



Muestra: Empresas entrevistadas en cada mercado que exportan productos o servicios.

**Condiciones determinantes para la concesión de créditos comerciales** – La decisión por parte de las empresas encuestadas de conceder créditos comerciales a sus clientes se basa fundamentalmente en razones comerciales.

En torno al 45% de las empresas encuestadas situaron el establecimiento de relaciones comerciales a largo plazo como el factor más relevante para efectuar operaciones a crédito. Este porcentaje se eleva hasta el 51% de las empresas encuestadas en Alemania.

Otro imperativo comercial, impulsar el crecimiento de las ventas, figura como la razón más importante para realizar operaciones a crédito para un 20% de las empresas encuestadas.

Como prueba adicional de que las operaciones a crédito a menudo se basan en las exigencias comerciales, se observa que un 30% de las empresas encuestadas cita como la segunda razón más importante a la hora de efectuar operaciones a crédito, el establecimiento de relaciones comerciales a largo plazo con clientes y la promoción del crecimiento de ventas. Este porcentaje se eleva a una media del 39% en Suecia y a un 36% en Dinamarca.

Desde una perspectiva diferente, cerca de un 20% de las empresas encuestadas concede crédito comercial a clientes fundamentalmente como fuente de financiación a corto plazo. Este porcentaje se sitúa por encima de la media en el Reino Unido, Francia e Italia, y superó el 25% en España. Esto indica que en estos países las empresas están más dispuestas que la media del estudio a conceder crédito comercial como forma de apoyo financiero.

Francia también aparece como uno de los pocos países de la encuesta en los que la competencia se cita como un factor determinante a la hora de fijar las condiciones del pago. Más del 35% de las sociedades francesas encuestadas citaron la competencia como el segundo factor de influencia más importante en las condiciones comerciales que ofrecen en el extranjero.

Las sociedades italianas dieron prioridad al poder de negociación del cliente y a las condiciones de pago habituales del sector, respuestas que no se suelen repetir en el resto de la encuesta, lo que puede reflejar el entorno competitivo de las pequeñas y medianas empresas italianas.

Por último, para cerca del 10% de las empresas encuestadas la razón más importante para el uso del crédito comercial era permitir que los clientes dispusieran de tiempo para confirmar la calidad del producto antes del pago.

## **Uso del crédito comercial por sectores de actividad**

**Ventas a crédito** – El sector manufacturero (más del 55% de las empresas encuestadas) ofrece más crédito comercial a sus clientes que el resto de los sectores incluidos en la encuesta. Una posible explicación de este comportamiento podría ser que los productos de las empresas manufactureras a menudo necesitan ser revendidos o convertidos en un producto final antes de ser revendido. Ello implica una presión adicional sobre el cliente del fabricante para convertir su compra en dinero en efectivo. Por lo tanto, las condiciones de crédito son necesarias para proporcionar el tiempo necesario para hacerlo.

**Condiciones determinantes para la concesión de crédito comercial** – El sector de servicios es el más proclive a conceder crédito comercial a los clientes para establecer relaciones comerciales a largo plazo (el 47% de las empresas encuestadas), reforzando la amplia percepción de que la fidelidad del cliente es el objetivo principal de este sector. El sector manufacturero es el que más recurre al crédito comercial para los clientes con el fin de impulsar el crecimiento de las ventas (28%).

## **Uso de crédito comercial en función del tamaño de la empresa**

**Ventas a crédito** – Las microempresas son mucho menos proclives que otras empresas encuestadas a conceder crédito comercial a los clientes. Más del 35% de las microempresas encuestadas afirman que no conceden bajo ninguna circunstancia crédito comercial a los clientes. Este dato puede estar vinculado tanto al coste que implica la concesión de crédito comercial a los clientes, como a la relativa falta de recursos para gestionar el crédito entre la mayoría de las microempresas.

**Condiciones determinantes para la concesión de crédito comercial** – Las microempresas también aparecen como las más proclives a utilizar el crédito comercial como una herramienta para impulsar el crecimiento de las ventas (el 25% de las encuestadas) remarcando la importancia de la adquisición de nuevos clientes y el incremento de la facturación en los pequeños negocios. Por el contrario, casi el mismo porcentaje de las empresas encuestadas de grandes empresas utilizan el

crédito comercial para establecer de relaciones comerciales a largo plazo con clientes y como fuente de financiación a corto plazo, mostrando un fuerte enfoque hacia la retención de clientes y la capacidad del capital para apoyar este objetivo.

### Uso de crédito comercial por industrias

**Ventas a crédito** – El Barómetro indica que los sectores de plásticos, químico, tecnológica, ingeniería y construcción (todos por encima del 55%) ofrecen más crédito comercial a los clientes que las empresas encuestadas en otros sectores de actividad.

El sector del mueble también destaca en este análisis ya que la información facilitada sobre el volumen de ventas a crédito al extranjero se sitúa casi un 15% por encima del volumen en el ámbito nacional, en contra de la tendencia general anteriormente mencionada de que los clientes nacionales compran más a crédito.

**Condiciones determinantes para la concesión de crédito comercial** – Más del 55% de las empresas encuestadas de cuatro sectores –automóvil, textil, alimentación y bebidas y turismo y viajes– indicaron que ofrecen crédito comercial a los clientes fundamentalmente por razones comerciales. Esto responde a la naturaleza competitiva de su entorno de negocio. El sector de la agricultura (65%) y el farmacéutico (más del 50%) ofrecieron crédito comercial a los clientes fundamentalmente como fuente de financiación a corto plazo.

## Prácticas de gestión de crédito

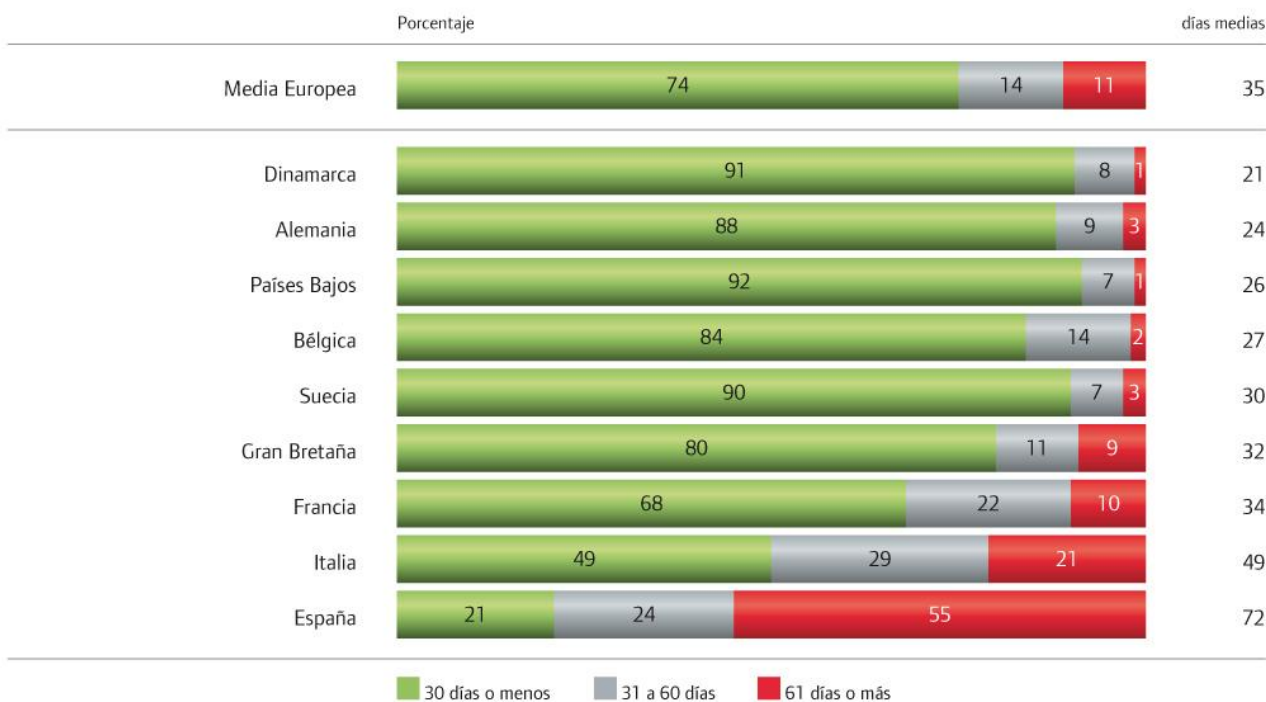
1.4

- **Los plazos de pago más cortos se observan en el norte de Europa, especialmente en Dinamarca.**
- **España e Italia presentan los periodos medios de pago más largos y los niveles más elevados de descuentos por pronto pago.**
- **Las relaciones con los clientes son un elemento clave a la hora de establecer las condiciones comerciales.**

**Plazo medio de pago** – Como media, a los clientes encuestados de Dinamarca y Alemania se les conceden los periodos más cortos para el pago de sus compras a crédito (una media de 22 días y 24 días, respectivamente). Los clientes encuestados de Italia y España disfrutaban de los periodos más largos para los pagos a crédito (una media de 48 días y 67 días, respectivamente). En ese sentido, estas observaciones demuestran que los plazos medios de pago en el norte de Europa son normalmente más cortos que los del sur de Europa.

## Plazos de pago para clientes domésticos

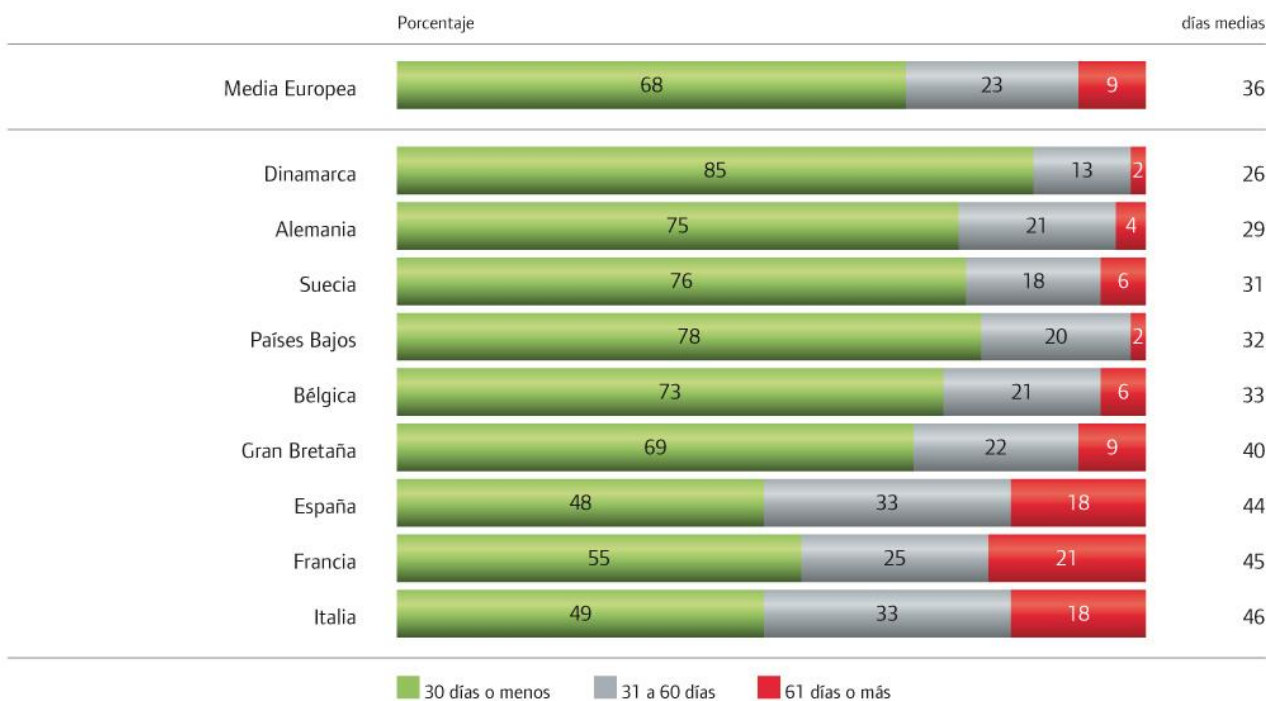
### Mercado doméstico



Muestra: Empresas entrevistadas en cada mercado.

## Plazos de pago para clientes del mercado exterior

### Clientes exteriores



Muestra: Empresas entrevistadas en cada mercado que exportan productos o servicios.

Como media, los plazos de pago en el ámbito nacional en los países incluidos en la encuesta son más cortos que los plazos de pago para el extranjero. El plazo medio de pago en el ámbito nacional de la encuesta en su totalidad es de 35 días frente a 36 días para el extranjero. En un extremo de la escala, las empresas encuestadas en Dinamarca ofrecían a sus compradores nacionales y extranjeros una media de 21 y 26 días, respectivamente, para pagar sus compras. En el otro extremo, los clientes de las empresas encuestadas en España obtenían una media de 72 días para el reembolso a sus proveedores nacionales, 23 días superior al segundo plazo medio más amplio en el ámbito nacional (49 días) observado en Italia.

Una tendencia que llama especialmente la atención, son los 27 días menos de media que se registra en las condiciones ofrecidas por los vendedores españoles a clientes extranjeros (44 días) comparada con los plazos de ventas nacionales. Esto parece indicar que las empresas españolas se están aprovechando de los plazos habitualmente más cortos de los mercados extranjeros.

Las condiciones de pago transfronterizas ofrecidas por las empresas encuestadas en Italia se sitúan como el primer periodo más largo (46 días). El promedio de plazos de pago al extranjero que se otorga en el Reino Unido (40 días) y en Francia (45 días) también se encuentran en este extremo. El plazo medio de pago más consistente se registró en Suecia (30 días y 31 días, para transacciones nacionales y extranjeras, respectivamente).

**Elementos determinantes de las condiciones de pago** – El Barómetro confirma la norma comercial de que las relaciones existentes con los clientes son el factor que más influye a la hora de determinar las condiciones comerciales. Las empresas encuestadas en España son las que más suelen citar esta tendencia (casi el 55% de los pagos en general), seguidas de Italia (40%), Bélgica (38%), y Francia (37%). Las relaciones comerciales son el elemento clave de las condiciones comerciales en el ámbito nacional en Alemania (63%), y en las operaciones en el extranjero en Suecia (46%).

La política de pago habitual de la empresa representa el segundo elemento determinante más citado (casi por el 70% de las empresas encuestadas) a la hora de fijar las condiciones de pago, de lo que se deduce que éstas se establecen en muchos casos buscando un equilibrio entre las necesidades del comprador y las del vendedor.

El uso de la política de pago habitual de la empresa está muy extendido en el entorno altamente competitivo de los países nórdicos. En Dinamarca, más del 40% de las empresas encuestadas lo citaron como elemento que perfila las condiciones de pago, tanto a nivel doméstico, como extranjero. El 43% de las empresas encuestadas suecos definen sus condiciones de pago en el ámbito nacional partiendo de este perfil. El tercer elemento determinante más citado para la fijación de las condiciones de pago es la capacidad crediticia del cliente (casi el 65%), siendo el factor más relevante para las condiciones de pago al extranjero en Alemania (53%), el Reino Unido (37%) y los Países Bajos (34%).

**Descuentos por pronto pago** – Previsiblemente, la incidencia de los descuentos por pronto pago registrados en la encuesta está estrechamente ligada a la duración de los plazos de pago. Las empresas en Italia (un 64%) y en España (un 55%) –los dos países con los plazos de pago más amplios según la encuesta– han practicado con mayor frecuencia descuentos por pronto pago en sus facturas.

Aunque Alemania cuenta con la segunda media más corta de plazos de pago, la mitad de los alemanes encuestados ofrecían descuentos por pronto pago, y se encontraban con una tasa de aceptación de alrededor de un 30%. Como cerca del 30% de las facturas nacionales y extranjeras en Alemania se abonan después de la fecha de vencimiento, parece que el flujo de efectivo que se produce mediante el descuento puede utilizarse para compensar los pagos atrasados.



Otros países en los que los clientes de las empresas encuestadas suelen aprovecharse de los descuentos son el Reino Unido y Suecia (ambos en un 30%). En los Países Bajos, los clientes extranjeros de las empresas encuestadas son los que mayor disposición han mostrado para beneficiarse de los descuentos (31%). Sin embargo, las empresas encuestadas en los Países Bajos (15%) han practicado los menores descuentos, seguidos por Suecia (20%) y Dinamarca (23%), en consonancia con los plazos de pago más cortos de estos mercados. Como media, el 22% de los clientes tanto nacionales como extranjeros encuestados en todos los países de la Unión Europea, se beneficiaron de los descuentos. El 39% de las empresas encuestadas comunicaron haber ofrecido dichos descuentos.

## **Prácticas de gestión de créditos por sectores de actividad**

**Plazo medio de pago** – Los compradores del sector manufacturero presentaron el plazo de pago en el ámbito nacional más largo (una media de 42 días), lo que podría estar vinculado a la mayor tendencia de dicho sector a ampliar o prorrogar los créditos comerciales que el resto de los sectores. El sector de servicios registró los plazos medios más cortos en el pago de las compras nacionales (32 días). Este es uno de los diversos indicadores del Barómetro que demuestra que este sector tiende a imponer a sus clientes condiciones comerciales más duras que los demás sectores. El sector de los servicios financieros, basado en el crédito, registró la media más elevada de plazos de pago al extranjero (44 días), registrando el sector del comercio mayorista/minorista la media más corta (35 días).

**Elementos determinantes de las condiciones de pago** –El sector de los servicios financieros se aparta de la norma comercial citada anteriormente, en el sentido de que las relaciones con los clientes existentes normalmente ejerce la influencia más importante a la hora de determinar las condiciones comerciales. El elemento determinante más registrado en este sector fue la capacidad crediticia del cliente (75% de las empresas encuestadas), seguido por la relación comercial con el cliente (72%) y las condiciones de pago habituales de la empresa (68%).

**Descuentos por pronto pago** – El Barómetro muestra que el sector manufacturero es el más proclive a ofrecer descuentos por pronto pago (el 51% de las empresas encuestadas) según la encuesta. Esto concuerda con la conclusión que se indica más adelante, según la cual el sector manufacturero mostró la cifra de período medio de cobro (DSO, según sus siglas en inglés) más larga de todos los sectores de la encuesta. El sector de servicios es el menos proclive a ofrecer descuentos por pronto pago (un 26%).

## **Prácticas de gestión de crédito en función del tamaño de la empresa**

**Plazo medio de pago** – Las grandes empresas de los países de la Unión Europea analizados por el Barómetro aplican la media más larga de plazos de pago, tanto en relación con las ventas nacionales (39 días), como las extranjeras (45 días). Las microempresas aplican la media más corta de plazos de pago para clientes nacionales (30 días) y para clientes extranjeros (22 días). Estas tendencias indican que las microempresas establecen sus condiciones con el fin de asegurar que haya efectivo disponible de forma rápida para cubrir los gastos y reducir el riesgo de pagos atrasados o morosos y de deudas incobrables. Estos criterios son menos importantes para las grandes empresas, que pueden tener mayor fortaleza financiera y departamentos de gestión de crédito dedicados a ocuparse de los créditos por cobrar que se deriven de las ventas a crédito.

**Elementos determinantes de las condiciones de pago** – Las grandes empresas no siguen la norma comercial que se repite en gran parte del Barómetro, en el sentido de que las relaciones existentes con los clientes ejercen la mayor influencia a la hora de determinar las condiciones comerciales. Las empresas encuestadas de este segmento informaron que la capacidad crediticia del cliente representa el elemento más determinante de las condiciones de pago (84% de las empresas encuestadas), seguido por los plazos de pago habituales de la empresa (75%) y la relación comercial con el cliente (68%). Es interesante señalar que las grandes empresas fueron las más propensas a ofrecer créditos comerciales a sus clientes para establecer relaciones comerciales a largo plazo, pero cuando se trata de fijar las condiciones, adoptan un enfoque muy práctico para garantizar que un cliente tiene un buen riesgo de crédito antes de su concesión.

**Descuentos por pronto pago** – Las grandes empresas fueron las que mostraron una mayor disposición a efectuar un descuento por pronto pago en sus cuentas por cobrar (48% de las encuestadas). Los descuentos reducen el coste de recobrar las cuentas vencidas, que suele ser mayor en el caso de grandes empresas. Las microempresas son las menos propensas a efectuar descuentos por pronto pago (27%). Las microempresas tienden a estar más atentas en lo que respecta a recobrar créditos. Puede que no sientan que los descuentos por pronto pago mejorarán su eficacia de recobro de impagados.

Un ejercicio útil para cualquier empresa, a la hora de evaluar si utilizar o no descuentos por pronto pago, consisten en calcular el coste del descuento comparado con el coste de financiar las cuentas por cobrar y los costes, incluyendo el recobro o cobro de pagos tardíos o morosos. Si la reducción en el coste de la financiación y en el coste de la recaudación de las cuentas atrasadas supera el coste del descuento, puede tener sentido ofrecer descuentos por pronto pago.

## **Prácticas de gestión de crédito por industrias**

**Plazo medio de pago** – Los compradores del sector de la construcción registraron el plazo medio de pago más largo en el ámbito nacional (47 días). Los compradores del sector de productos agrícolas efectuaron los pagos de sus compras nacionales en el plazo más breve (20 días), lo que puede estar vinculado al ciclo de pagos más corto que existe en este sector en relación con la media. El sector de las telecomunicaciones registró el plazo medio de pago en el extranjero más largo (52 días), mientras que el sector textil registró el plazo medio más corto (24 días).

**Elementos determinantes de las condiciones de pago** – Las relaciones comerciales con el cliente representan, de acuerdo con el Barómetro, el elemento determinante que más influye en las condiciones de pago nacionales en el sector de la maquinaria y de las máquinas herramienta (un 60% de las empresas encuestadas), seguido por el sector de la alimentación/bebidas (un 50%). También fue el elemento determinante más citado en relación con las condiciones de pago nacionales en el sector del transporte/logística (el 60%). Los plazos de pago habituales de la empresa son otro elemento clave, siendo el elemento determinante más citado para la fijación de condiciones de pago nacionales en el sector textil (48%), seguido por el sector energético y el sector del automóvil (casi el 45%). También fue el elemento determinante más citado en relación con la fijación de condiciones de pago en el extranjero en el sector de la maquinaria y de las máquinas herramienta (50%), seguido por el sector de la tecnología (45%).

**Descuentos por pronto pago** – Tanto el sector químico, como en el de papel y embalaje, fueron los menos proclives a ofrecer descuentos por pronto pago (solo un

30% de las empresas encuestadas). Las del sector de los servicios de salud han sido las que mayor interés han mostrado por ofrecer descuentos (casi un 80%).

## Comportamiento de pago de los clientes

1.5

- **Las empresas en Italia y España son las más lentas en el pago, especialmente en el caso de ventas nacionales.**
- **La media de plazo para pagos nacionales comparada con los pagos al extranjero, en toda la encuesta, sólo varía un día (34 y 35 días).**
- **El Reino Unido e Italia se perciben como los mercados más difíciles para el cobro.**

**Plazos medios de pago y retrasos medios en el pago** – Como media, por lo general las empresas encuestadas percibieron los pagos de los clientes durante un amplio periodo que se extiende desde los 23 días desde la fecha de la factura (Dinamarca y Alemania) hasta los 77 días (España). Los pagos nacionales se recibieron en un periodo aún más largo, extendiéndose desde los 21 días (Alemania) hasta los 83 días (España). Estas observaciones refuerzan una marcada diferencia en las prácticas de pago entre los países del norte y los del sur de Europa que se refleja el conjunto de la encuesta.

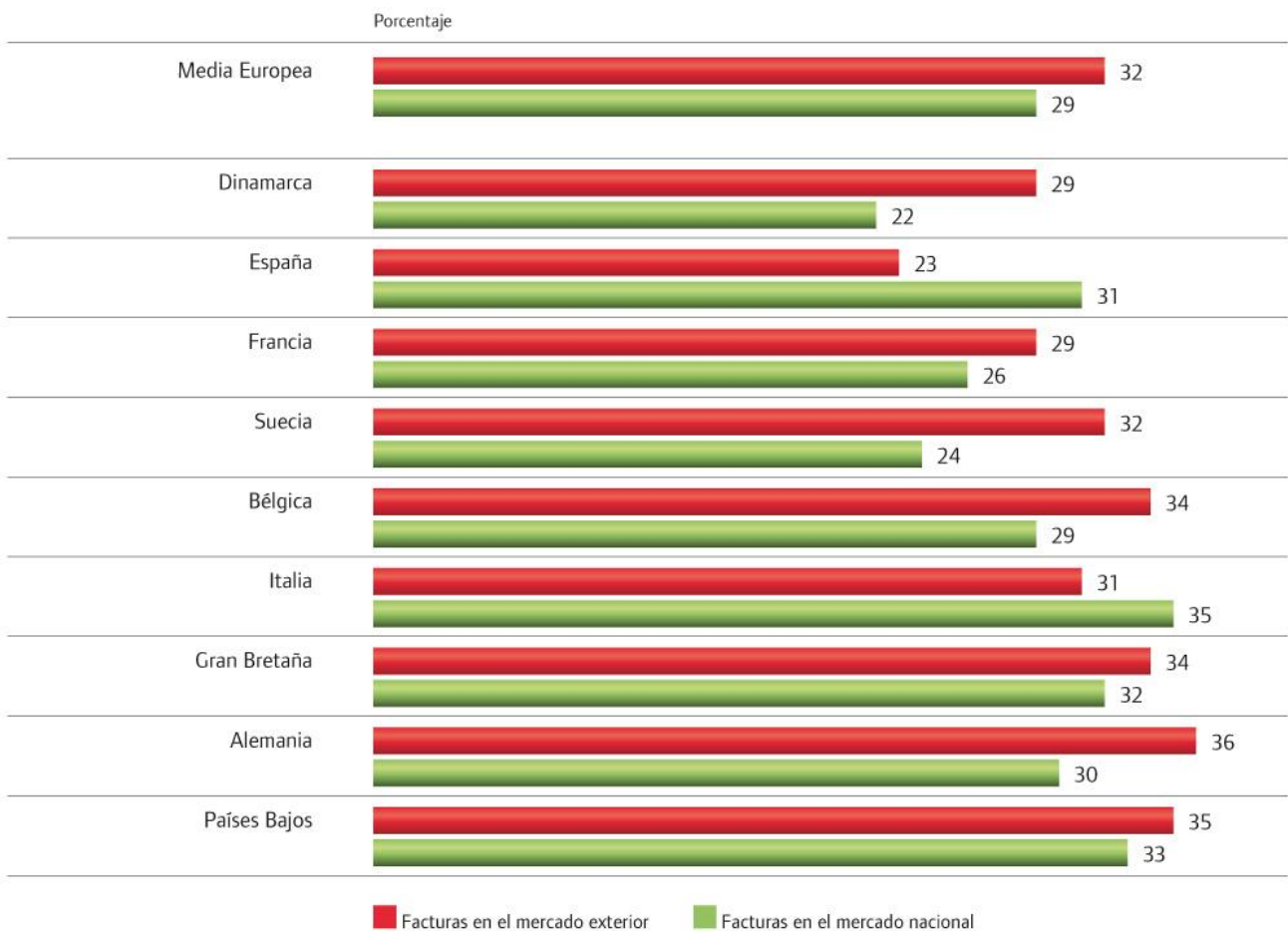
Las empresas encuestadas en Alemania y Dinamarca (21 y 22 días) fueron las más rápidas en recibir sus pagos nacionales, mientras que las empresas encuestadas en Italia requieren una media de 47 días para recibir los pagos de sus compatriotas. Las medias de pago más rápidas se registraron en Bélgica y Alemania (30 días), y las más lentas en España (53 días).

Las duraciones más cortas para pagos nacionales en todos los países, excepto Italia y España, reflejan el hecho de que la media de los plazos de pagos nacionales es generalmente más corta que la media del plazo al extranjero en estos países. Sin embargo, las empresas españolas tardaron 30 días más en pagar sus facturas nacionales, reflejando su cultura de pago local.

Nuestro Barómetro establece cifras medias de retraso en el pago comparando las medias generales de duración para el pago con la media general de plazos de pago. Nuestros encuestados recibieron cerca del 55% de los pagos globales de los clientes en una escala temporal que oscila entre los 10 días antes de la fecha media de vencimiento y los 10 días después. Las empresas encuestadas en el Reino Unido están en uno de los extremos: afirman percibir sus pagos en general como media 6 días antes de la fecha media de vencimiento. En el otro extremo de la escala, las empresas encuestadas de España declararon percibir sus pagos como media 10 días después de la fecha media de vencimiento.

Teniendo en cuenta únicamente los pagos vencidos, nuestro Barómetro revela que el porcentaje global de facturas vencidas fuera de plazo oscila entre el 20% y el 35% de la totalidad de las facturas en el conjunto de los países de la encuesta. Las facturas vencidas nacionales y extranjeras representan como media el 29% y el 32% de la totalidad, respectivamente, de lo que se deduce que la morosidad es mayor entre los clientes extranjeros que entre los clientes nacionales. Esta tendencia es uno de los indicios de nuestro Barómetro de que los distintos patrones de pago en países extranjeros pueden incidir en el momento en el que se efectúan los pagos de las ventas extranjeras.

## Porcentaje de facturas pagadas fuera de fecha



Muestra: Empresas entrevistadas en cada mercado que exportan productos o servicios

**Principales razones de los retrasos en el pago por parte de los clientes** – La insuficiente disponibilidad de fondos fue, con diferencia, la razón más citada para justificar los retrasos en general en el pago por parte de los clientes (más del 75% de las empresas encuestadas), lo que pone de manifiesto las problemáticas condiciones que siguen existiendo en muchas economías de la Unión Europea. Más del 40% de las empresas encuestadas lo citaron como principal razón de los retrasos en el pago por parte de los clientes nacionales. Este porcentaje se eleva notablemente en Italia (59%) y España (71%). Casi el 35% de las empresas encuestadas dieron esta razón para los retrasos en el pago de los clientes extranjeros. Se trata de la razón principal que explica los retrasos en el pago de Alemania (41%), España e Italia (45%).

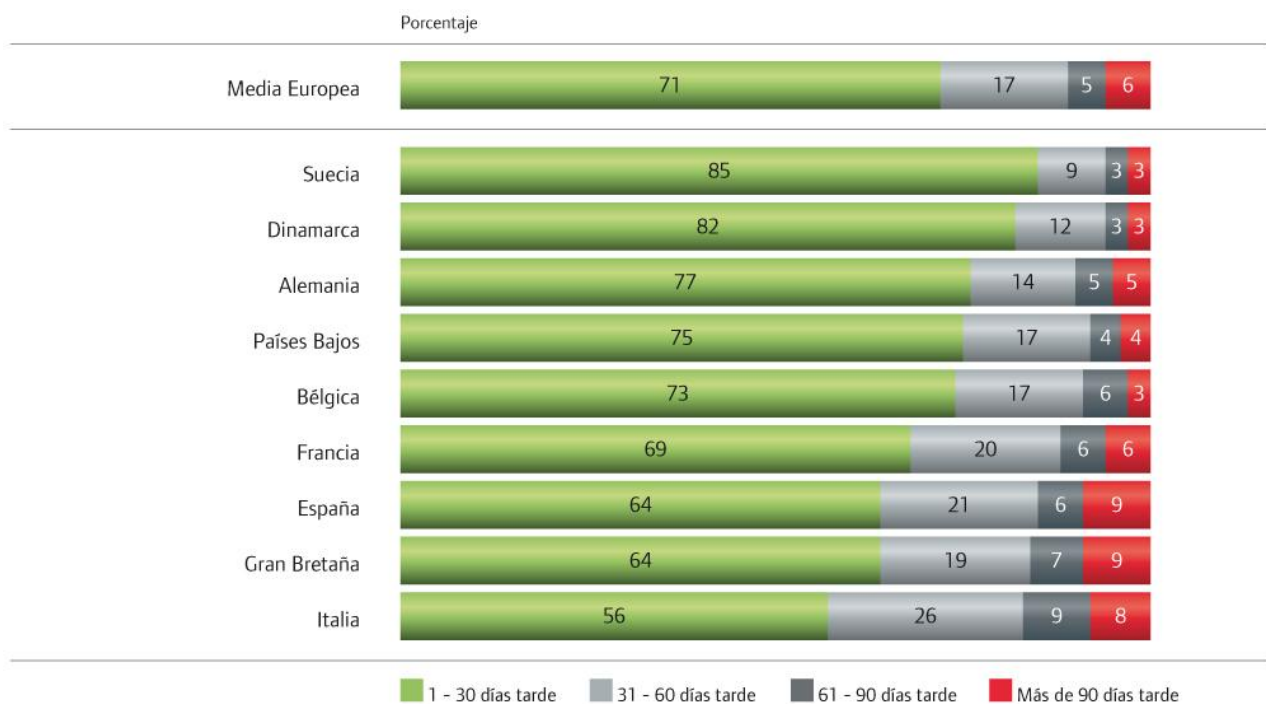
La complejidad del procedimiento de pago fue la segunda razón más citada para explicar los retrasos en general en el pago (casi un 50% de las empresas encuestadas). Casi el 30% de las empresas encuestadas lo citaron como razón principal del retraso en el pago por parte de clientes extranjeros, lo que pone de manifiesto que los métodos de pago que son comunes en un país son menos conocidos en otros. Este porcentaje alcanza un 35% en Francia, Italia y Suecia. Menos del 20% de las empresas encuestadas dieron esta razón para los retrasos en el pago de clientes nacionales, aunque un 24% de las empresas encuestadas citaron esta razón en Francia, Italia y Suecia.

La tercera razón más citada para justificar los retrasos en el pago por parte de los clientes se basa en las ineficiencias del sistema bancario (un 45% de las empresas encuestadas). Esta causa se registra como la razón principal del retraso en el pago de clientes extranjeros para más del 25% de las empresas encuestadas en general, y para el 34% y el 38% de las empresas encuestadas en Francia y Suecia, respectivamente. Aproximadamente el 18% de las empresas encuestadas (24% y 27% en Suecia e Italia, respectivamente) citaron este motivo como la razón más importante de los retrasos en los pagos nacionales.

**Facturas vencidas** – Realizando un análisis partiendo de los pagos domésticos, los países nórdicos fueron los más rápidos en pagar tras la fecha de vencimiento. Alrededor del 80% de estos pagos se produjeron entre 1 y 30 días tarde, pero la amplia mayoría se pagaron entre el primer y el decimoquinto día después de la fecha de vencimiento en Suecia (72%) y Dinamarca (66%). Esta conclusión se ajusta perfectamente a los demás indicios de nuestro Barómetro según los cuales, los compradores en estos países pueden disponer de una moralidad de pago más reforzada que en otros países de la Unión Europea.

Tras estos países se sitúan Alemania y los Países Bajos (alrededor del 75% pagaron dentro de los 30 días desde la fecha de vencimiento), Bélgica y Francia (en torno al 70%), Reino Unido y España (cerca del 65%) e Italia (más del 56%). En Bélgica, Francia, Alemania y los Países Bajos, más de la mitad de las facturas vencidas se abonaron entre 1 y 15 días después de la fecha de vencimiento, mientras que este porcentaje se situaba en cerca del 45% en el caso del Reino Unido y de España, y en más del 37% en el caso de Italia.

### Porcentaje de pagos fuera de fecha en el mercado doméstico



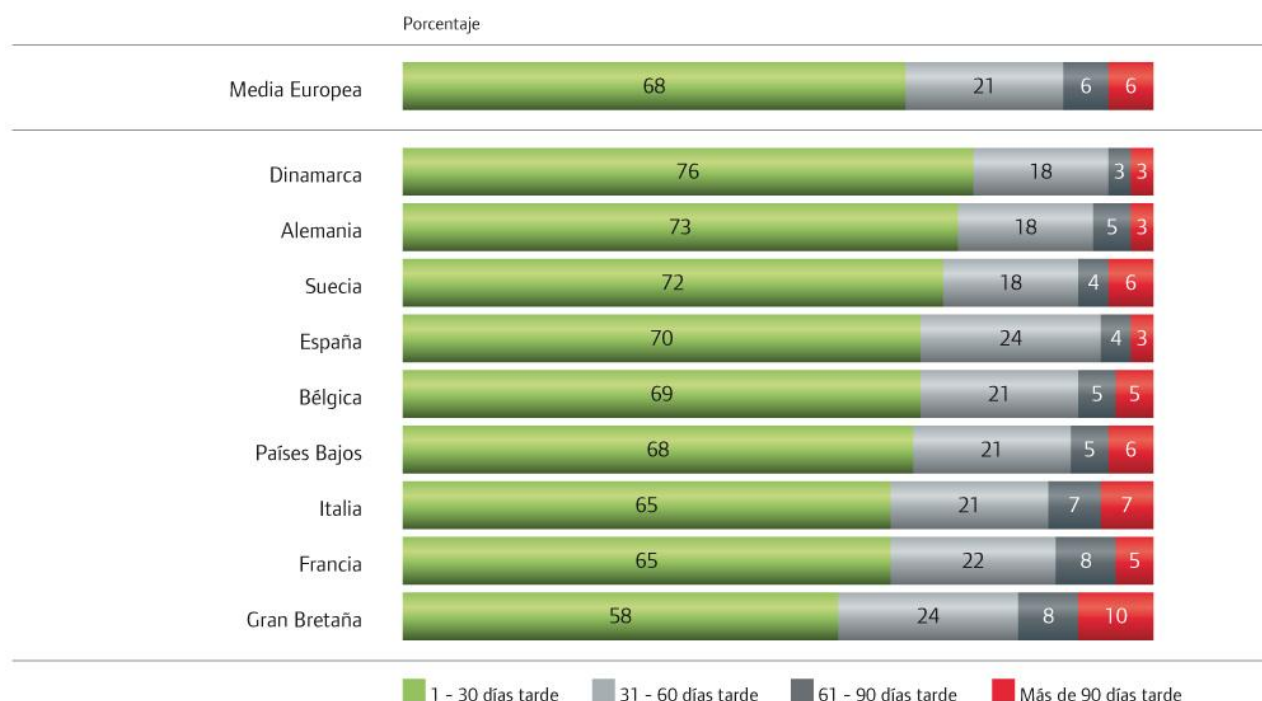
Muestra: Empresas entrevistadas en cada mercado.

Cerca del 20% de los pagos vencidos de ámbito nacional en el Reino Unido, Francia y España, y más del 25% en Italia, se recibieron en un momento muy posterior, entre 30 y 90 días después de la fecha de vencimiento, lo que refleja la lucha por la solvencia que ha afectado a muchas empresas de Europa occidental y meridional durante los últimos años. Casi el 10% de dichos pagos vencidos nacionales en el Reino Unido, España e Italia se produjeron pasados los 90 días, entrando en la categoría de difícil cobro.

Al examinarse las facturas vencidas extranjeras, los pagos más rápidos se produjeron en los países nórdicos y en Alemania, que liquidaron cerca del 75% de los retrasos entre el periodo de 1 a 30 días desde la fecha de vencimiento. Más de la mitad se abonaron durante los primeros 15 días posteriores a la fecha de vencimiento. Las empresas en Bélgica, los Países Bajos y España liquidaron cerca del 70% de los pagos en el periodo de 1 a 30 días después de la fecha de vencimiento, mientras que las empresas en Francia e Italia (alrededor del 65%) y en el Reino Unido (cerca del 60%) fueron más lentas. Menos de la mitad de estas facturas vencidas fueron abonadas dentro de los primeros 15 días posteriores a la fecha de vencimiento en España (47%) y en Francia/Italia (cerca del 45%).

Los pagos muy atrasados representan cerca del 25% de las facturas extranjeras vencidas afectando al Reino Unido y a España, y aproximadamente el 20% de estas facturas en el caso de Bélgica, Francia, Italia y los Países Bajos. El 10% de los pagos vencidos del Reino Unido se produjeron pasados los 90 días, reflejando las dificultades económicas de muchas empresas en ese país.

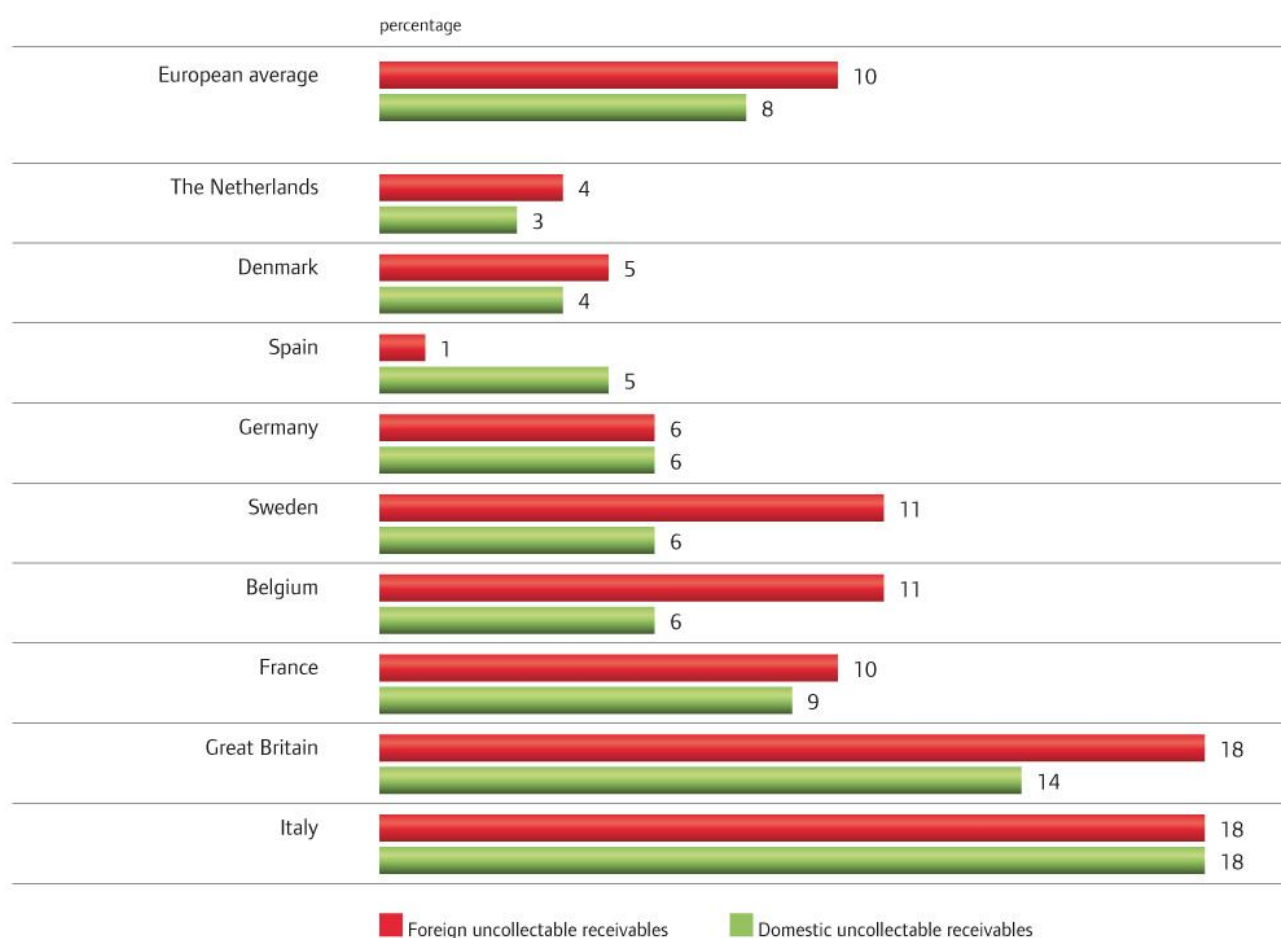
### Porcentaje de pagos fuera de fecha en el mercado doméstico



Muestra: Empresas entrevistadas en cada mercado que exportan productos o servicios

**Cuentas incobrables** – El Reino Unido e Italia destacan como los dos mercados de la Unión Europea incluidos en la encuesta en los que las cuentas son más difíciles de cobrar debido a la falta de voluntad o a la incapacidad de pago del cliente, y cuyo valor normalmente se cancela tras varios intentos de cobro. Italia representa el 18% de las cuentas incobrables (tanto nacionales como extranjeras) citadas en la encuesta; el Reino Unido representa el 14% de las cuentas nacionales y el 18% de las cuentas extranjeras incobrables. En ambos casos, se trata de porcentajes sensiblemente superiores a la media de los países analizados de la Unión Europea, que oscila entre un 8% (cuentas nacionales por cobrar) y un 10% (cuentas extranjeras por cobrar).

### Porcentaje de facturas incobrables



Muestra: Empresas entrevistadas en cada mercado que exportan productos o servicios

### Comportamiento de pago de los clientes por sectores de actividad

**Plazos medios de pago** – El sector manufacturero registró plazos medios de pago en el ámbito nacional y en el extranjero relativamente más largos (40 días) que el resto de los sectores de la encuesta. Tal y como se ha mencionado anteriormente, esto está probablemente ligado a los ciclos de conversión de efectivo más extensos que caracterizan a este sector.

**Promedio de retrasos en el pago** – Se ha llevado a cabo una comparación entre la media de duración para el pago y la media de plazos de pago por sector de actividad, llegándose a la conclusión de que se produce una media en general de retrasos en el pago que abarca entre 10 días antes y hasta 10 días después de la fecha de vencimiento. El porcentaje más elevado de las empresas encuestadas que percibieron pagos en esta escala temporal correspondió al sector servicios (61%), lo que parece indicar que este sector mantiene controles del crédito más estrictos que el resto.

**Principales razones de los retrasos en el pago por parte de los clientes** – Los sectores manufacturero y del comercio mayorista/minorista citaron la insuficiente disponibilidad de fondos como una de las causas de los retrasos en los pagos tanto nacionales como extranjeros con mayor frecuencia que los demás sectores de actividad encuestados (más del 40% de las empresas encuestadas).

El sector de servicios financieros (25%) citó las ineficiencias del sistema bancario como la causa de los retrasos en los pagos nacionales con mayor frecuencia que los demás sectores, lo que parece reflejar una interrelación con los bancos más sólida que en otros sectores.

**Facturas vencidas** – El sector servicios presenta un porcentaje menor (inferior al 30%) de facturas vencidas que los demás sectores de actividad encuestados, así como un mayor porcentaje de facturas vencidas abonadas entre 1 y 15 días después de la fecha de vencimiento (56%). Esto refleja la capacidad de este sector por detener el servicio en pleno proceso de prestación si se interrumpen los pagos del proyecto, y también confirma la anterior conclusión acerca de la media de retrasos en el pago más baja que los demás sectores de la encuesta.

**Cuentas incobrables** – El sector de servicios financieros registró un porcentaje relativamente más alto de cuentas incobrables extranjeras (más del 10%) que el resto de los sectores de actividad encuestados. Esta tendencia puede deberse a la incidencia de las condiciones de pago extranjero.

## **Comportamiento de pago de los clientes en función del tamaño de la empresa**

**Plazos medios de pago** – Las microempresas mostraron plazos medios de pago relativamente más cortos (nacional: 29 días; extranjero: 20 días) que las pequeñas y medianas empresas y las grandes empresas. Esto es la consecuencia de los plazos de pago más cortos que caracterizan a las empresas más pequeñas así como a un mayor acercamiento a una atenta gestión de facturas por cobrar.

**Promedio de retrasos en el pago** – Más del 60% de las empresas encuestadas en microempresas reciben los pagos de los clientes como media entre 10 días antes y hasta 10 días después de la fecha de vencimiento (frente a una media del 50% de las empresas encuestadas en pequeñas y medianas empresas y grandes empresas). Esta conclusión confirma la mayor urgencia con la que liquidan sus pagos las empresas más pequeñas.

**Principales razones de los retrasos en el pago por parte de los clientes** – Las microempresas y pequeñas y medianas empresas citaron la complejidad del procedimiento de pago como razón para explicar los retrasos en el pago extranjero con mayor frecuencia que las grandes empresas (cerca del 30% de las empresas encuestadas). Esta conclusión probablemente refleja la ausencia de sofisticación, en términos comparativos, de los departamentos financieros de las empresas más pequeñas en relación con las empresas más grandes.

**Facturas vencidas** – Las microempresas registraron un porcentaje de facturas vencidas inferior (el 25%) al de las pequeñas y medianas empresas y grandes



empresas, así como un porcentaje superior de facturas vencidas abonadas entre 1 y 15 días después de la fecha de vencimiento (59%).

**Cuentas incobrables** – Las microempresas registraron un porcentaje sensiblemente más bajo de cuentas incobrables (6%) que las pequeñas y medianas empresas y grandes empresas. Al igual que ocurría en el punto anterior, esto refleja la mayor urgencia con la que liquidan sus pagos las empresas más pequeñas.

## **Comportamiento de pago de los clientes por industrias**

**Plazos medios de pago** – El sector de la maquinaria y de las máquinas de herramienta registró los plazos medios de pago más largos (media nacional: 52 días – media extranjera: 47 días). Como muestra de las difíciles condiciones de mercado en las que ha operado durante los últimos años, el sector de la construcción registró los plazos medios de pago más largos (52 días), correspondiendo la más corta al sector de la educación (casi 20 días).

**Promedio de retrasos en el pago** – Una media del 25% de las empresas encuestadas del sector del automóvil, de la maquinaria y de las máquinas herramienta, del plástico, del papel/embalaje y del sector de la agricultura afirma percibir una parte considerable de sus pagos hasta 30 días después de la fecha media de vencimiento.

**Principales razones de los retrasos en el pago por parte de los clientes** – El 90% de las empresas encuestadas del sector del automóvil y del sector del metal/minería citaron la insuficiente disponibilidad de fondos como una de las principales causas de los retrasos en el pago de los clientes, una respuesta significativamente más frecuente que la facilitada por las empresas encuestadas de otros sectores. El sector del metal/minería citó la complejidad del procedimiento de pago como razón para explicar los retrasos en el pago extranjero con mayor frecuencia (50%) que las empresas encuestadas de otros sectores, excepto viajes y turismo (45%). El sector inmobiliario citó las ineficiencias del sistema bancario como la causa de los retrasos en el pago extranjero con mayor frecuencia (54%) que las empresas encuestadas procedentes de otros sectores.

**Facturas vencidas** – El sector farmacéutico destaca por registrar el porcentaje más elevado de facturas nacionales y extranjeras vencidas (el 40% en cada caso), dentro de su cartera global de facturas. Sin embargo, este sector también registra el porcentaje más alto de pagos (el 60%) efectuados entre 1 y 15 días después de la fecha de vencimiento, lo que revela la eficiencia en el cobro. Otros sectores con elevados volúmenes de facturas extranjeras vencidas fueron el metal/minería (con el 46%), el sector de plásticos y el sector de las telecomunicaciones (ambos un 40%).

**Cuentas incobrables** – El sector de gas y petróleo registró el porcentaje global más elevado de cuentas incobrables (un 25%). Si se analiza teniendo en cuenta las ventas a crédito a clientes extranjeros, el sector inmobiliario también generó un 25% de las cuentas incobrables, lo que puede estar ligado a la tendencia a la baja del valor de la propiedad en general.

- **España e Italia registraron las cifras DSO más altas.**
- **Los niveles DSO en todos los países de la encuesta se incrementaron ligeramente durante 2010, lo que generó mayor actividad de reclamación.**

**Periodo medio de cobro (DSO): segundo semestre de 2010** – Los datos DSO combinan la media de días necesarios para cobrar los ingresos después de haberse efectuado una venta a crédito, con el nivel de efectivo comprometido en cuentas por cobrar. La media DSO global varía enormemente de un país a otro durante el periodo, abarcando una escala que va desde los 22 días en Alemania hasta los 79 días en España. Esto coincide con otros datos extraídos de esta encuesta que indican que las prácticas españolas de pago conlleva una duración mucho mayor que cualquier otro país objeto de observación.

Sólo las empresas en España e Italia (42 días) registraron una cifra DSO superior a la media global de la encuesta, de 39 días. El Reino Unido registró la segunda cifra más baja (24 días) a pesar de tener uno de los mayores porcentajes de facturas impagadas.

**Tendencia DSO durante el último año** – Los niveles DSO han aumentado ligeramente durante el último año aunque, como media, un 75% de las empresas encuestadas de los países de la Unión Europea contestaron que no se había producido ningún cambio. Este porcentaje se reduce de forma considerable, hasta situarse en el 65% en el caso de Italia, donde el 30% de las empresas encuestadas experimentaron un aumento del DSO, y hasta el 54% en España, donde el 20% de las empresas encuestadas que experimentaron un aumento que se ve compensado por el mismo porcentaje de encuestados que experimentaron una disminución.

En aquellos casos en los que se experimentó un cambio, menos del 10% de las empresas encuestadas registra una disminución (disminución media: 14 días). Casi el 20% de las empresas encuestadas registraron un incremento del DSO (incremento medio: 13 días). De estas empresas, el 72% informó haber experimentado un incremento de facturas vencidas. Este porcentaje alcanza un 82% en Italia.

El 76% de las empresas encuestadas informó haber incrementado la frecuencia de apremios –el proceso de comunicarse metódicamente con los clientes para garantizar el cobro de las cuentas por cobrar–. Este porcentaje se eleva hasta un 86% en el Reino Unido y un 92% en Suecia. El aumento de la frecuencia de reclamaciones parece indicar que las empresas han adoptado medidas más contundentes para liberar efectivo afectado en las cuentas por cobrar.

## **DSO por sectores de actividad**

Durante el último año, el sector manufacturero experimentó un mayor incremento en la frecuencia de las reclamaciones de cobro que cualquier otro sector de actividad encuestado (un 65% de las empresas encuestadas). La tendencia de reclamación del cobro parece estar directamente ligada a los patrones DSO. El sector manufacturero registró un DSO medio considerablemente más largo (48 días) que el registrado por las empresas encuestadas en otros sectores de actividad. (media de 35 días en el comercio mayorista y comercio minorista, distribución y servicios). El sector de servicios financieros registró el DSO medio más corto (28 días). Sin embargo, se experimentó un incremento en el DSO por el sector de servicios financieros con mayor frecuencia que el resto de los sectores de actividad encuestados (incremento medio experimentado de 9 días). El sector de servicios experimentó un DSO

relativamente más estable (un 80% de las empresas encuestadas) que los demás sectores de actividad encuestados, lo que revela de nuevo que este sector mantiene controles del crédito más estrictos que el resto.

### **DSO en función del tamaño de la empresa**

Durante el último año, las pequeñas y medianas empresas (81%) experimentaron un incremento en la frecuencia de las reclamaciones de cobro más a menudo que las microempresas y las grandes empresas. Las pequeñas empresas encuestadas comunicaron un DSO medio relativamente más largo (42 días) que el promedio registrado por las microempresas y por las empresas medianas y grandes. Las microempresas registraron un DSO relativamente más estable que las pequeñas y medianas empresas y grandes empresas, según se refleja en un significativo 83% de las empresas encuestadas procedentes de las microempresas que comunicaron que no se habían producido cambios en el DSO durante el último año, frente al 74% de las pequeñas y medianas empresas y el 67% de las grandes empresas. La experiencia más frecuente de incremento en DSO por parte de las grandes empresas dio lugar a un aumento medio de DSO de 9 días.

### **DSO por industrias**

Se registra un porcentaje casi idéntico en la frecuencia de las reclamaciones por las empresas encuestadas (70% a 80%) en todos los sectores de la encuesta, lo que revela una lucha cada vez mayor por parte de todas las empresas encuestadas por controlar los pagos pendientes.

En la mayoría de los sectores de la encuesta, un promedio del 25% de las empresas encuestadas experimentó un incremento del DSO, en lugar de una disminución. El incremento medio experimentado fue de 11 días. Previsiblemente, el sector de la construcción registró el mayor DSO de todos los sectores de la encuesta (60 días). Esto refleja los problemas de tesorería y el bajo rendimiento y la poca demanda en el conjunto del sector, y concuerda con el hecho de que el sector de la construcción (así como el sector del automóvil) ha reflejado durante el último año un aumento de las facturas vencidas con mayor frecuencia que el resto de sectores de la encuesta.

El sector de viajes y turismo registró el menor DSO sectorial (22 días). Los sectores de asistencia sanitaria, alimentación y bebidas, telecomunicaciones y editorial experimentaron un DSO relativamente más estable que el resto de los sectores de actividad encuestados (un 80% de las empresas encuestadas).

# Resultados para España

## Conclusiones

2.1

La relativamente débil posición económica de España se refleja en nuestro Barómetro en muchos aspectos partiendo de los datos aportados por las empresas encuestadas españolas, incluyendo la cifra DSO más alta de todos los países de la Unión Europea encuestados, y subrayándose la falta de fondos disponibles como factor clave que justifica los retrasos en el pago.

Las empresas españolas ampliaron el crédito comercial con mayor frecuencia que cualquier otro país encuestado, fundamentalmente por razones comerciales. Los plazos de pago de las empresas encuestadas fueron con diferencia los más amplios, dando lugar a una altísima media de 27 días más que en las ventas al extranjero. En consecuencia, los plazos de duración para el pago comunicados fueron los más largos de la encuesta, alcanzando los pagos de clientes nacionales una media de 30 días más que los pagos del extranjero, y retrasándose un tercio de las facturas nacionales más allá de la fecha de vencimiento. Por necesidad, más de la mitad de las empresas encuestadas españolas ofrecieron descuentos por pronto pago, generalizaron las reclamaciones de cobro y agilizaron la rapidez en la emisión de facturas para contrarrestar la ralentización de los pagos. Sin embargo, el porcentaje de cuentas incobrables en España se mantuvo relativamente bajo dentro del contexto del Barómetro.

## Uso de crédito comercial

2.2

- **Las empresas españolas utilizaron el crédito comercial de forma más habitual que cualquier otro país encuestado.**
- **Las razones comerciales son las más frecuentemente citadas como factor determinante a la hora de recurrir al crédito comercial.**

**Ventas a crédito** – La dependencia en general de las empresas encuestadas españolas del crédito comercial es la más alta del Barómetro, según se indica en el Barómetro. En torno al 72% de las ventas en el ámbito nacional se efectuaron a crédito, de manera que el 63% de las empresas encuestadas vendieron entre el 70% y el 100% de sus productos y servicios de esta forma a sus clientes nacionales. Las empresas encuestadas también realizaron el 61% de las ventas a clientes extranjeros a crédito, de manera que el 52% de las empresas encuestadas realizaron el 70% o más de sus ventas a clientes extranjeros utilizando créditos comerciales. Estas tendencias están directamente ligadas a la conclusión de que España también ofrece la media de plazos de pago más larga de todos los países de la encuesta, lo que puede haber sido beneficioso en términos de estimulación de ventas.

## Porcentaje de ventas realizadas a crédito



Muestra: Empresas entrevistadas en cada mercado que exportan productos o servicios.

**Condiciones determinantes para la concesión de crédito comercial** – Las empresas encuestadas españolas otorgaron crédito comercial a los clientes fundamentalmente por razones comerciales. El 45% de las empresas encuestadas españolas consideró que la razón más importante a la hora de conceder crédito comercial a los clientes era el establecimiento de relaciones comerciales a largo plazo. Casi el 30% citó el impulso del crecimiento de las ventas como la razón más importante. Para el 25%, la fuente de financiación a corto plazo constituye la razón más importante, lo que parece indicar que las empresas españolas tenían interés en conceder crédito comercial también como una forma de apoyo financiero.

## Uso del crédito comercial por sectores de actividad

**Ventas a crédito** – El sector manufacturero es relativamente más propenso a vender a crédito que otros sectores empresariales encuestados. Más del 60% del total de las ventas nacionales y exteriores de las empresas encuestadas en el sector manufacturero se realizaron a crédito, en línea con el ciclo más extenso de conversión en efectivo de este sector.

**Condiciones determinantes para la concesión de créditos comerciales** – La difusión del crédito comercial para establecer relaciones comerciales a largo plazo se muestra relativamente más intensa para el comercio mayorista, comercio minorista y el sector de distribución en España (55% de los encuestados). En el sector de servicios financieros, la promoción del crecimiento de las ventas fue relativamente más importante (47%). El 25% de las empresas encuestadas en el sector manufacturero concede crédito comercial como fuente de financiación a corto plazo.

## Uso de crédito comercial en función del tamaño de la empresa

**Ventas a crédito** – Segmentadas por tamaño, las grandes empresas en España mostraron la mayor disposición a vender a crédito a los clientes. Cerca del 80% de las ventas globales nacionales y extranjeras de este sector fueron a crédito, reafirmando el argumento de que las empresas más grandes disponen de mayor capacidad para la venta de productos y servicios a crédito.

**Condiciones determinantes para la concesión de créditos comerciales** – Nuestro Barómetro reveló que la utilización del crédito comercial como herramienta comercial es relativamente más importante para las microempresas (57% de las empresas

encuestadas). Entre las empresas encuestadas españolas de grandes empresas, se citó con más frecuencia como razón determinante la promoción del crecimiento de las ventas (45% de las empresas encuestadas).

## Prácticas de gestión de créditos

## 2.3

- **Los plazos españoles de pago son, con diferencia, los más largos de los países de la encuesta.**
- **En el caso de las ventas nacionales el plazo de pago es, como media, 27 días más largo que en las ventas al extranjero.**
- **Más de la mitad de las empresas encuestadas españolas ofrecieron descuentos por pronto pago.**

**Plazo medio de pago** – El plazo medio de pago ofrecido por las empresas en España fue de 67 días, representando con diferencia el plazo más largo de todos los países de la encuesta. La comparación con la media global de la encuesta (34 días) indica que la cultura de pago en España es considerablemente más tolerante con las prácticas del pago más lento. Otra observación que cabe mencionar, es que los plazos de pago de clientes extranjeros a los proveedores españoles son una media de 27 días menores que los plazos nacionales (72 días frente a 45 días). Esto parece indicar que las empresas españolas se están beneficiando de los plazos de pago habitualmente más cortos de los mercados extranjeros.

### Plazos de pago para clientes del mercado doméstico

Mercado doméstico



Muestra: Empresas entrevistadas en cada mercado.

### Plazos de pago para clientes del mercado exterior

Clientes exteriores



Muestra: Empresas entrevistadas en cada mercado que exportan productos o servicios.

**Elementos determinantes de las condiciones de pago** – Las empresas encuestadas españolas confirman la norma comercial de que las relaciones existentes con el cliente ejercen la mayor influencia a la hora de definir las condiciones comerciales. Las relaciones comerciales con el cliente fueron el factor determinante más citado, tanto en las condiciones de pago en el ámbito nacional, como en el extranjero, (casi el 55% de las empresas encuestadas).

El segundo factor determinante más citado fue la capacidad crediticia del cliente (más del 35% de las empresas encuestadas). Casi el mismo porcentaje de empresas españolas citaron la competencia como elemento determinante de los pagos nacionales.

**Descuentos por pronto pago** – El 55% de las empresas encuestadas españolas ofrecieron descuentos por pronto pago, alineándose directamente con el uso extendido en el mercado de amplios plazos de pago. Estos descuentos son aprovechados por más clientes extranjeros (un 23%) que nacionales (menos del 10%), reflejando las prácticas más rápidas de pago entre los demás países de la encuesta.

### **Prácticas de gestión de créditos por sectores de actividad**

**Plazo medio de pago** – El sector manufacturero español registró el plazo medio de pago en el ámbito nacional más largo (82 días). Esto se ajusta a los datos de otros países. El sector mayorista/minorista/distribución registra el plazo medio de pago extranjero más largo (60 días).

**Elementos determinantes de las condiciones de pago** – La relación comercial con el cliente fue el factor determinante más citado entre las condiciones de pago en el ámbito nacional en el sector mayorista/ minorista/ distribución (un 70% de las empresas encuestadas) y entre las condiciones de pago extranjero en el sector de servicios (el 62%). Entre otras tendencias destacables, la capacidad crediticia del cliente constituye el segundo factor determinante más citado entre las condiciones de pago en el ámbito nacional (un 48%) en el sector manufacturero, citándose como segundo factor más determinante entre las condiciones de pago extranjero en el sector mayorista/minorista/distribución (un 52%).

**Descuentos por pronto pago** – La encuesta revela que el sector del comercio mayorista/minorista/distribución de España es más proclive a conceder descuentos por pronto pago (un 67% de las empresas encuestadas) que el resto de los sectores. Como media, se aprovecharon de los descuentos más clientes extranjeros que nacionales, lo que sin duda refleja el plazo medio de pago y la duración media para el pago más cortos fuera del mercado español.

### **Prácticas de gestión de créditos en función del tamaño de la empresa**

**Plazo medio de pago** – Como media, las pequeñas y medianas empresas en España fijan plazos de pago en términos relativos más largos que las microempresas y las grandes empresas (plazo medio nacional y extranjero de 80 y 50 días, respectivamente).

**Elementos determinantes de las condiciones de pago** – La relación comercial con el cliente y la capacidad crediticia del cliente aparecen en la encuesta como factores más importantes para la determinación de los plazos de pago en el ámbito nacional para las grandes empresas (más del 75% de las empresas encuestadas) que para las pequeñas y medianas empresas y microempresas en España. Se citó la relación

comercial con el cliente como factor más importante para las pyme, a la hora de establecer las condiciones de pago extranjero, que para las microempresas y grandes empresas.

**Descuentos por pronto pago** – Las empresas españolas de todos los tamaños muestran la misma tendencia a otorgar descuentos por pronto pago (un 55% de las empresas encuestadas). Como media, más clientes extranjeros se aprovecharon del descuento por pronto pago que los clientes nacionales. Al estar ya acostumbrados a pagar en plazos más cortos (condiciones habituales de pago de la encuesta global: 34 días), es probable que los plazos españoles aún más amplios (45 días) permitan a los compradores extranjeros obtener un descuento por pronto pago manteniendo al mismo tiempo su procedimiento habitual de pagos.

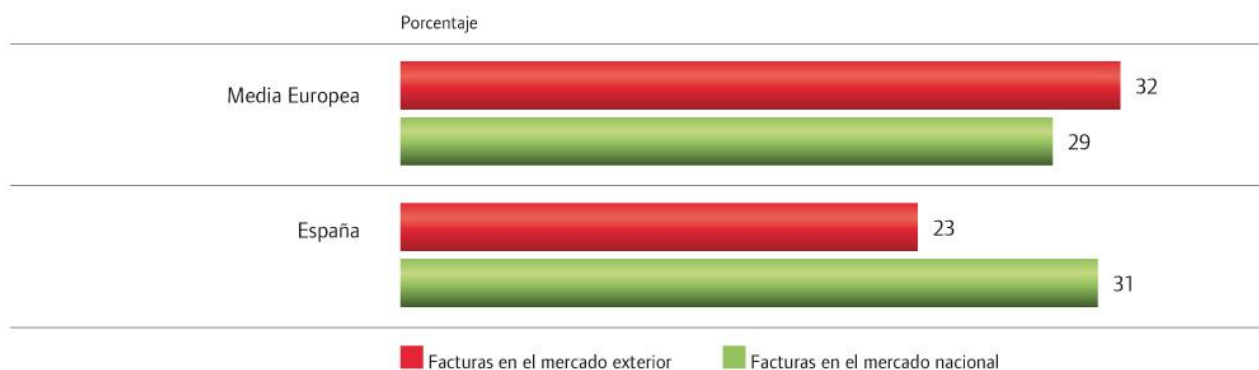
## Comportamiento de pago de los clientes

2.4

- **Los plazos de pago en España son considerablemente más largos que los de otros países de la encuesta.**
- **Los plazos de pago de clientes nacionales son, como media, 30 días más largos que los de clientes extranjeros.**
- **Aproximadamente una tercera parte de las facturas de ámbito nacional excedieron el vencimiento.**
- **La falta de fondos disponible es un factor clave de la morosidad.**

**Plazos medios de pago y promedio de retrasos en los pagos** – El plazo medio de pago en España es de 77 días. Este plazo es el más largo de los registrados en todos los países de la UE incluidos en la encuesta, 31 días más que en Italia, que se sitúa en segundo lugar en términos de plazos de pago más largos. Como media, los encuestados españoles reciben los pagos de sus clientes con 10 días de retraso respecto al plazo medio de pago. Los pagos de clientes nacionales se reciben considerablemente más tarde (media en el ámbito nacional: 83 días) que los de clientes extranjeros (media de pagos del extranjero: 53 días). Esto supone que los exportadores españoles se benefician de los plazos de pago habitualmente más cortos y de las consiguientes prácticas de pago más rápidas de los mercados exteriores.

### Porcentaje de facturas pagadas fuera de plazo

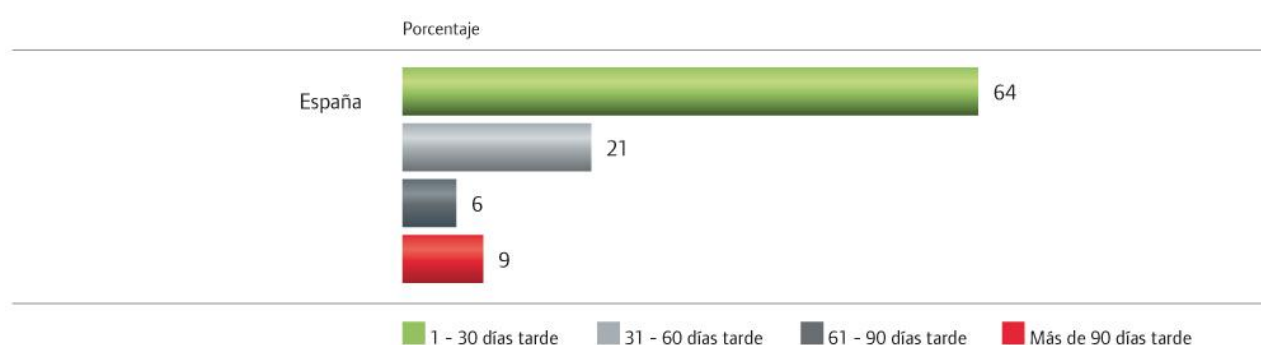


Muestra: Empresas entrevistadas en cada mercado que exportan productos o servicios



**Principales razones de los retrasos en los pagos de clientes** – La razón mencionada con mayor frecuencia por los encuestados españoles en relación con los retrasos en los pagos de clientes es la insuficiente disponibilidad de fondos (70%: retrasos en el ámbito nacional – 45%: retrasos en pagos del extranjero). Este dato es un indicio de las dificultades que ha experimentado la economía española en su conjunto en comparación con muchos de sus vecinos de a UE. La segunda razón más mencionada es la complejidad de los procedimientos de pago y las ineficiencias del sistema bancario (20% de los encuestados), en particular en relación con los retrasos de clientes extranjeros.

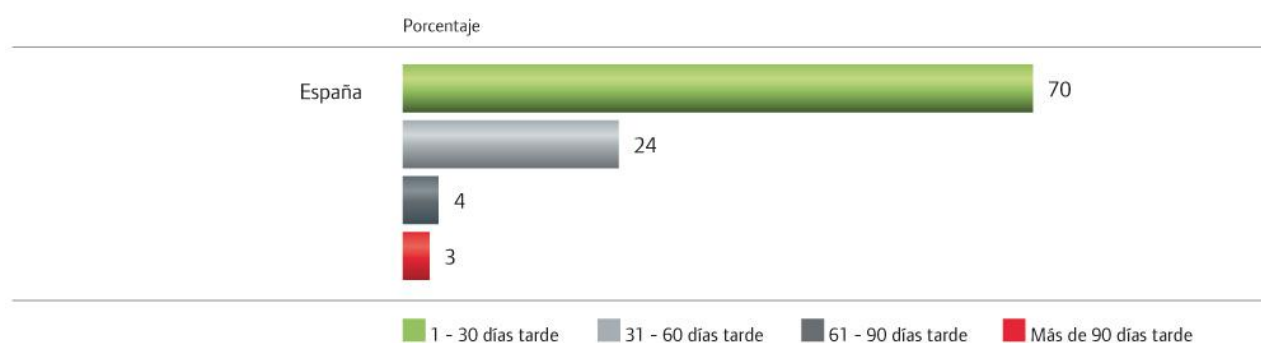
### Porcentaje de pagos fuera de plazo en el mercado doméstico



Muestra: Empresas entrevistadas en cada mercado

**Facturas vencidas** – Más del 30% de las facturas emitidas por los encuestados españoles en el ámbito nacional corresponde a facturas vencidas. Más del 20% de las facturas al extranjero corresponde a facturas vencidas, lo que es un indicio más de la cultura de pagos relativamente lenta en España. Aproximadamente un 65% de las facturas se pagan de 1 a 30 días después de la fecha de vencimiento, mientras que aproximadamente un 20% se pagan de 30 a 90 días después de la fecha de vencimiento. Cerca del 10% se pagan más de 90 días después de la fecha de vencimiento por lo que corresponden a la categoría de “de difícil cobro” .

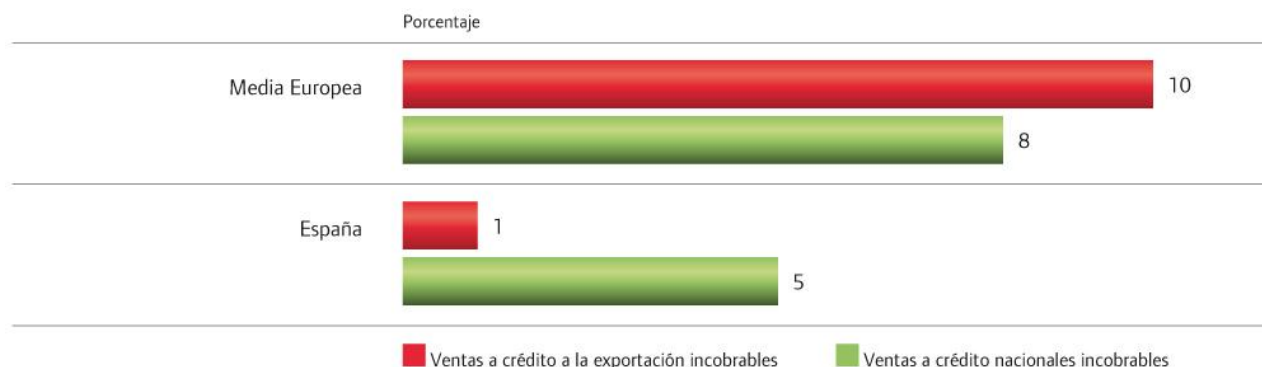
### Porcentaje de pagos fuera de plazo en el mercado exterior



Muestra: Empresas entrevistadas en cada mercado que exportan productos o servicios

**Cuentas incobrables** – A pesar de los plazos de pago largos y de los retrasos en los pagos, como media, el porcentaje de cuentas incobrables en España no supera el 5% del total de las cuentas por cobrar.

### Porcentaje de facturas incobrables



Muestra: Empresas entrevistadas en cada mercado que exportan productos o servicios

### Comportamiento de pago de los clientes por sectores de actividad

**Plazos medios de pago y promedio de retrasos en los pagos** – El sector manufacturero en España registra los plazos medios de pago en el ámbito nacional más largos (98 días), lo que refleja las tendencias observadas en la sección sobre prácticas de gestión de crédito de este informe. Lo mismo ocurre en el sector mayorista/minorista/distribución, que registra el plazo medio de pagos del extranjero más largo (66 días).

**Principales razones de los retrasos en el pago de los clientes** – En consonancia con el conjunto de la encuesta, la insuficiente disponibilidad de fondos es la razón que se menciona más frecuentemente en relación con los retrasos en los pagos por parte de los clientes, en particular en el sector mayorista/minorista/distribución (más del 70% de los encuestados).

**Facturas vencidas** – El sector de servicios en España registra la mayor proporción de facturas vencidas en el ámbito nacional (30%) de todos los sectores incluidos en la encuesta. El sector mayorista/minorista/distribución español registra la proporción más alta de facturas al extranjero vencidas (35%).

**Cuentas incobrables** – El sector de los servicios financieros en España registra un porcentaje de cuentas incobrables más alto que otros sectores (más del 10%), en consonancia con una tendencia sectorial más generalizada destacada en el Barómetro.

## Comportamiento de pago de los clientes en función del tamaño de la empresa

**Plazos medios de pago y promedio de retrasos en los pagos** – El plazo medio de pago registrado por los encuestados españoles es relativamente largo entre las pymes (ámbito nacional: 90 días – extranjero: más de 60 días). El retraso medio registrado por las pymes españolas es de 20 días a partir de la fecha de vencimiento.

**Principales razones de los retrasos en los pagos de clientes** – La razón mencionada con mayor frecuencia por los encuestados españoles en relación con los retrasos en los pagos por parte de clientes es la insuficiente disponibilidad de fondos (más del 70% de los encuestados). Este porcentaje sube hasta el 93% en el caso de grandes empresas. Más del 20% de los encuestados de empresas de todos los tamaños mencionan ineficiencias del sistema bancario como principal factor determinante en el caso de los retrasos de pagos del extranjero.

**Facturas vencidas** – Las pymes españolas registran el mayor porcentaje de facturas pagadas después de la fecha de vencimiento (ámbito nacional: más del 40% - extranjero: más del 20%). Como media, las microempresas españolas reciben pagos de facturas vencidas antes que las empresas más grandes. Registran el mayor porcentaje de facturas vencidas pagadas entre 1 y 15 días, lo que podría reflejar una mayor insistencia en la gestión de cuentas por cobrar debido a la necesidad crítica en este segmento de mantener el flujo de caja.

**Cuentas incobrables** – A pesar de presentar algunos de los plazos de pago más largos y los porcentajes más altos de pagos atrasados y muy atrasados de los países de la encuesta, los niveles de facturas incobrables en España se sitúan por debajo de la media del conjunto de la encuesta. Como media, el porcentaje de cuentas incobrables entre las pymes y las microempresas españolas no superó el 6% del total de los volúmenes por cobrar, lo que puede alimentar un debate sobre la relación entre la duración de los plazos de pago y los impagos.

## Tendencias del periodo medio de cobro

2.5

- **España presenta el DSO más alto de todos los países de la UE incluidos en la encuesta**
- **Para contrarrestar esta tendencia se ha recurrido al apremio y a agilizar la velocidad de facturación**

**DSO medio** – El DSO medio registrado por los encuestados españoles fue de 79 días. Se trata del DSO más largo de todos los observados en los países de la UE incluidos en la encuesta, en consonancia con muchas de las tendencias de pago observadas en España en las secciones anteriores, incluyendo los patrones comunicados en relación con las facturas vencidas.

**Tendencia DSO** – Durante el último año, más del 50% de los encuestados españoles no han experimentado variaciones en el DSO. El porcentaje de los encuestados que experimentaron un aumento (media: 27 días) o una disminución (media de 17 días) fue de más del 20% en ambos casos. El factor determinante más citado en relación con el incremento es el aumento de nivel de las facturas vencidas (más del 7% de los encuestados), mientras que más del 55% de los encuestados que experimentaron un descenso lo atribuyen a una reducción de las ventas. Para reducir el DSO, más del 65% de los encuestados españoles informaron haber incrementado la frecuencia de las reclamaciones (recordatorios de facturas pendientes), y el 53% de los encuestados informaron haber incrementado la velocidad de la facturación.

## **Tendencia DSO por sectores de actividad**

**DSO medio** – El sector manufacturero español registró el DSO medio más largo, (más de 90 días), en consonancia con los DSO en el sector manufacturero en el conjunto de la encuesta.

**Tendencia DSO** – El sector de servicios registró el porcentaje más alto de la encuesta que no experimentó ningún cambio en el DSO (un 57%). También registró el porcentaje más alto de los encuestados (un 25%) que experimentaron un incremento del DSO (un promedio de 39 días) debido al aumento del uso de crédito comercial (un 75% de los encuestados). Más del 90% de los encuestados del sector mayorista/minorista/distribución registraron un aumento de las facturas vencidas.

## **Tendencia DSO en función del tamaño de la empresa**

**DSO medio** – Los encuestados de las pymes registraron el DSO medio más largo (más de 90 días), frente al promedio de 63 días registrado por los encuestados de las microempresas del país y los 85 días comunicados por los encuestados entre las grandes empresas.

**Tendencia DSO** – Las grandes empresas españolas registraron un DSO relativamente más estable que los demás sectores. Un 43% de los encuestados de este segmento también comunicaron una disminución en el DSO, en lugar de un incremento, fundamentalmente debido a un aumento de los descuentos por pronto pago (70% de los encuestados), y a una política de reclamación de mayores pagos anticipados (más del 65% de los encuestados). Las microempresas registraron el aumento medio del DSO más alto (alrededor de 30 días), debido fundamentalmente al mayor uso de crédito comercial..

## Antecedentes del Barómetro

3.1

El Grupo Atradius lleva a cabo encuestas regulares acerca del comportamiento en pagos de las empresas en una serie de países, publicando los resultados en el Barómetro de Prácticas de Pago. Desde su creación en 2006 el barómetro se realiza dos veces al año. Crédito y Caución participa en la elaboración de este estudio desde su combinación con el Grupo Atradius, en 2008. En la primera encuesta de 2011 (la novena de la serie) más de 1.800 empresas de nueve países europeos (Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, Países Bajos, España y Suecia) han sido analizadas.

## Objetivos del Barómetro

3.2

El Barómetro de Prácticas de Pago trata de contestar a las siguientes preguntas:

- ¿En qué medida las empresas utilizan el crédito comercial?
- ¿Qué criterios influyen en su decisión de vender a crédito?
- ¿Cuáles son los factores que determinan sus prácticas de gestión de crédito?
- ¿Cuál es el comportamiento de pago de sus clientes?
- ¿Cuál es el periodo medio de cobro promedio en el país?

## Alcance del Barómetro

3.3

### Universo

- Se analizaron empresas de nueve países. (Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia, los Países Bajos, España, Suecia)
- Se entrevistó a contactos vinculados a la gestión de las cuentas por cobrar.

### Proceso de selección

Encuesta por Internet:

- Las empresas fueron seleccionadas y contactadas por medio de un panel internacional de Internet
- Al comienzo de la entrevista, se llevó a cabo un proceso de control para la cobertura de cuotas.

### Muestra

- n=1,758 personas entrevistadas en total, (aproximadamente n=150-200 personas por país)
- En cada país, una cuota se mantuvo de acuerdo a tres categorías de la industria y dos clases de tamaño de la empresa.
- En el caso de España, la muestra se ha ampliado con la inclusión de las empresas con volumen de negocios inferior al millón de euros.

### Entrevistas

- Entrevistas personales vía Web (WAPI) de aproximadamente 12 minutos de duración.

## Resumen la muestra

## 3.4

País (n=1.847)	n	%
Bélgica	199	10,8%
Dinamarca	203	11,0%
Francia	210	11,4%
Alemania	207	11,2%
Gran Bretaña	206	11,2%
Italia	211	11,4%
España	184	10,0%
Suecia	213	11,5%
Países Bajos	214	11,6%

Facturación (n=1.847)	n	%
Microempresas	551	29,8%
Pequeña empresa	655	35,5%
Mediana y gran empresa	412	22,3%
Gran empresa	229	12,4%

Sector productivo (n=1,847)	n	%
Manufacturero	373	20,2%
Ventas al por mayor / al por menor / Distribución	483	26,2%
Servicios	836	45,3%
Servicios Financieros	155	8,4%