



## Barômetro Experiência de pagamentos

Inquérito subordinado ao tema  
experiência de pagamentos no negócio  
business-to-business (B2B)

Resultados da pesquisa no Brasil

## Índice analítico

Resumo .....	3
Resultados Brazil.....	4
Projeto de pesquisa – Américas .....	8

### Disclaimer

This report is provided for information purposes only and is not intended as a recommendation as to particular transactions, investments or strategies in any way to any reader. Readers must make their own independent decisions, commercial or otherwise, regarding the information provided. While we have made every attempt to ensure that the information contained in this report has been obtained from reliable sources, Atradius is not responsible for any errors or omissions, or for the results obtained from the use of this information. All information in this report is provided 'as is', with no guarantee of completeness, accuracy, timeliness or of the results obtained from its use, and without warranty of any kind, express or implied. In no event will Atradius, its related partnerships or corporations, or the partners, agents or employees thereof, be liable to you or anyone else for any decision made or action taken in reliance on the information in this report or for any consequential, special or similar damages, even if advised of the possibility of such damages.

## Resumo

O desenvolvimento econômico recente no Brasil não foi tão positivo quanto o esperado. O fraco crescimento econômico brasileiro atual, em comparação aos outros países do grupo BRIC (Rússia, Índia e China), reflete a fraqueza estrutural de sua própria economia, o pequeno apetite dos consumidores para aumentar seus gastos, sua burocracia e seu complexo sistema tributário.

De modo geral, os entrevistados brasileiros se mostram notavelmente mais inclinados a oferecer condições de pagamento a seus clientes nacionais do que a seus clientes internacionais em transações B2B. Em relação aos outros países pesquisados nas Américas, isso se compara mais às práticas dos entrevistados no México e, ao mesmo tempo, é um aspecto no qual o Brasil se destaca, uma vez que se trata do país com a maior diferença em prática de créditos em transações B2B nacionais e internacionais. De modo consistente com o padrão de pesquisa global, as condições de pagamento para os clientes nacionais são oferecidas, com mais frequência, para construir relacionamentos comerciais de longo prazo. Contudo, isso parece ser um fator menos influenciador no Brasil do que nos outros países pesquisados nas Américas. A porcentagem de entrevistados que ofereciam condições de pagamento para os clientes nacionais em transações B2B como uma fonte de financiamento de curto prazo é maior no Brasil do que nos outros países pesquisados nas Américas. Os clientes internacionais, por outro lado, recebem condições de pagamento principalmente a fim de que tenham tempo para confirmar a qualidade do produto antes do pagamento.

A média das condições de pagamento estabelecidas para clientes em transações B2B pelos brasileiros entrevistados não varia substancialmente entre o comércio interno e externo, sugerindo que os entrevistados têm uma percepção quase igual dos riscos de inadimplência provenientes de comércio interno e externo. Isso é consistente com as observações em todas as Américas. Esta característica, no entanto, parece ser conflitante com a grande diferença na prática de oferecimento de crédito nas transações B2B nacionais e internacionais observados no país.

Em termos de comportamento de pagamento dos clientes dos entrevistados brasileiros, os clientes nacionais, de modo geral, pagam quase tão rapidamente quanto os clientes internacionais em transações B2B. A disponibilidade insuficiente de fundos é a principal razão para os atrasos de pagamento pelos clientes nacionais. Por outro lado, os atrasos no pagamento pelos clientes internacionais são mais frequentes devido à complexidade do procedimento de pagamento e ineficiências do sistema bancário. As duas descobertas estão em linha com o padrão de pesquisa global. A respeito do prazo para pagamento, a média do valor total das faturas de transações B2B ultrapassa 90 dias, configurando, portanto, uma maior chance de inadimplência do que a média de pesquisa global. O Brasil também registra a maior proporção de pagamentos incobráveis em transações B2B dos países pesquisados nas Américas.

A média de DSO (prazo médio de recebimento) no Brasil é quase três vezes maior do que a média do prazo de pagamento observada no país. A porcentagem de brasileiros entrevistados que se preocupam com a sustentabilidade do negócio quando a média de DSO excede o prazo de pagamento por mais de 90 dias é maior no Brasil do que a média das Américas, sendo a porcentagem mais alta entre os países pesquisados na região.

De acordo com os entrevistados brasileiros, a manutenção adequada do fluxo de caixa é o maior desafio para a rentabilidade dos negócios este ano. Isso é consistente com as observações em todas as Américas. Em contraste, os entrevistados brasileiros parecem se preocupar mais com o impacto das restrições de empréstimos bancários sobre a rentabilidade dos negócios este ano.

# Resultados Brazil

ÍNDICE ANALÍTICO

RESULTADOS

PROJETO DE PESQUISA

## 1. VENDAS COM CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Os entrevistados no Brasil oferecem condições de pagamento notavelmente com mais frequência aos clientes nacionais do que aos internacionais em transações B2B

- Dos países pesquisados nas Américas, o Brasil se destaca como o país com a maior diferença na prática de crédito para clientes nacionais e internacionais em transações B2B. Uma média de 54,0% e 42,1% do valor total das vendas internacionais e nacionais em transações B2B, respectivamente, é realizada no crédito.
- O número nacional é visivelmente excluído da média da pesquisa nas Américas (48,8% das vendas internas e 43,8% das vendas externas). Médias para a Europa: 50,0% das vendas internas e 45,0% das vendas externas.
- Os entrevistados no setor brasileiro de serviços financeiros parecem ser os mais inclinados a oferecer condições de pagamento para clientes nacionais em transações B2B. Os entrevistados no setor industrial apresentam maior probabilidade de fazer uso de crédito comercial em transações B2B com clientes internacionais.
- De acordo com o tamanho da empresa, as pequenas e médias empresas brasileiras são as mais suscetíveis a oferecer condições de pagamento para clientes tanto nacionais quanto internacionais em transações B2B.

Proporção das vendas feitas no crédito em relação ao total de vendas B2B dos entrevistados no Brasil

setembro de 2013

Domestic

54,0%

Foreign

42,1%

Amostra: empresas pesquisadas (ativas nos mercados interno e externo)  
Fonte: Barômetro Experiência de pagamentos – setembro de 2013

## 2. DETERMINANTES DA OFERTA DE CRÉDITO NO COMÉRCIO

Construir relacionamentos comerciais de longo prazo é a principal razão para o oferecimento de condições de pagamento aos clientes nacionais em transações B2B; dar tempo para que o cliente confirme a qualidade do produto antes do pagamento é o principal motivador para o oferecimento de condições de pagamento aos clientes internacionais

- Para a maior parte dos entrevistados no Brasil (33,7%), construir relacionamentos comerciais de longo prazo é o principal motivador para o oferecimento de crédito comercial aos clientes nacionais em transações B2B. Este valor está ligeiramente abaixo da porcentagem geral dos entrevistados nas Américas (39,3%). Entrevistados na Europa: 43,4%.
- A maior porcentagem de brasileiros entrevistados (28,4%) relatou que dar tempo para que o cliente confirme a qualidade do produto antes de efetuar o pagamento é a principal razão para estender o crédito comercial aos clientes internacionais. A porcentagem total dos entrevistados nas Américas (21,7%). Entrevistados na Europa: 20,4%
- O setor brasileiro de distribuição/atacado/varejo é o que apresenta maior probabilidade de estender crédito comercial aos clientes nacionais em transações B2B para estabelecer relações comerciais de longo prazo (47,5% dos entrevistados) e aos clientes internacionais para que possam confirmar a qualidade do produto antes do pagamento (38,5%).
- As grandes empresas brasileiras são as mais inclinadas a oferecer condições de pagamento a clientes nacionais em transações B2B para estabelecer relacionamentos comerciais duradouros (43,3% dos entrevistados). As pequenas e médias empresas (31,4%) são as mais propensas a estender crédito comercial aos clientes internacionais para que possam confirmar a qualidade do produto antes do pagamento.

Principais razões para extensão de crédito comercial a clientes nacionais e internacionais em transações B2B (porcentagem de entrevistados brasileiros)

setembro de 2013

Long-term trade relationships (domestic)

33,7%

Confirm product quality before payment (foreign)

28,4%

Amostra: empresas pesquisadas (ativas nos mercados interno e externo)  
Fonte: Barômetro Experiência de pagamentos – setembro de 2013

### 3. MÉDIA DE CONDIÇÕES DE PAGAMENTO – NACIONAL / INTERNACIONAL

Consistente com as observações nas Américas de modo geral, a percepção dos entrevistados brasileiros dos riscos de inadimplência não varia muito entre o comércio interno e externo

- Os prazos de pagamento definidos para clientes em transações B2B pelos brasileiros entrevistados é, em média, de 29 dias a contar da data da fatura. Média das condições de pagamento estabelecidas pelos entrevistados nas Américas: 31 dias. Europa: 33 dias.
- Consistente com o padrão de pesquisa global, as condições de pagamento oferecidas pelos brasileiros entrevistados para clientes nacionais (uma média de 29,6 dias) e internacionais (uma média de 28,4 dias) em transações B2B não diferem muito.
- O setor industrial brasileiro estabelece os prazos de pagamento mais longos para clientes em transações B2B (em média 32 dias), e o setor de serviços financeiros, os mais curtos (22 dias).
- As pequenas empresas brasileiras oferecem os prazos de pagamento mais longos para clientes em transações B2B (em média 32 dias) e as empresas de médio porte, os mais curtos (26 dias).

#### Média nos prazos de pagamento para clientes nacionais e internacionais registrada no Brasil (média em dias)

setembro de 2013

Domestic	29,6
Foreign	28,4

Amostra: empresas pesquisadas (ativas nos mercados interno e externo)  
Fonte: Barômetro Experiência de pagamentos – setembro de 2013

### 4. FATURAS VENCIDAS EM TRANSAÇÕES B2B NACIONAIS E INTERNACIONAIS - PRAZO DE PAGAMENTO

O valor total médio das faturas de transações B2B com vencimento superior a 90 dias é de longe o maior de todas as Américas

- Uma média de 29,4% e 30,3% do valor total das faturas emitidas pelos entrevistados brasileiros para clientes nacionais e internacionais em transações B2B, respectivamente, não são pagas na data de vencimento. Os dois números estão quase em linha com as médias de pesquisa geral das Américas (27,0% de nacionais e 29,5% de internacionais). Médias para a Europa: 30,0% das nacionais e 27,3% das internacionais.
- De modo geral, aproximadamente 63% e 58% das faturas nacionais e internacionais vencidas de transações B2B, respectivamente, são pagas no prazo de 30 dias após a data de vencimento. Os dois números são ligeiramente menores do que as médias da pesquisa geral das Américas (67,7% das nacionais e 62,2% das internacionais). Médias para a Europa: 68,9% das nacionais e 67,8% das internacionais.
- 7,2% do valor total médio das contas a receber nacionais de transações B2B e 8,8% do valor total médio das contas a receber internacionais de transações B2B permanecem inadimplentes após 90 dias do vencimento, aumentando a chance de inadimplência. Médias para as Américas: 5,6% das nacionais e 6,8% das internacionais. Médias para a Europa: 6,4% das nacionais e 6,2% das internacionais.
- Os entrevistados no setor industrial brasileiro registram a maior proporção de faturas nacionais e internacionais de transações B2B em atraso (média de 31,0%). Este também é o caso das grandes empresas brasileiras (cerca de 34%).

#### Valor total médio das faturas nacionais e internacionais de transações B2B em atraso

setembro de 2013

Domestic	29,4%
Foreign	30,3%

Amostra: empresas pesquisadas (ativas nos mercados interno e externo)  
Fonte: Barômetro Experiência de pagamentos – setembro de 2013



5. PRINCIPAIS MOTIVOS PARA OS ATRASOS NO PAGAMENTO DE CLIENTES EM TRANSAÇÕES B2B

**Os atrasos no pagamento devido às restrições de liquidez ocorrem notavelmente com mais frequência com os clientes nacionais; atrasos nos pagamentos pelos clientes internacionais são mais frequentes devido à complexidade do procedimento de pagamento**

- 56% dos brasileiros entrevistados relataram que a disponibilidade insuficiente de fundos é a principal razão para os atrasos nos pagamentos pelos clientes nacionais em transações B2B. Isso em comparação a 53,9% dos entrevistados nas Américas. Entrevistados na Europa: 66,2%.
- A razão citada com mais frequência (44,9% dos entrevistados) para atrasos nos pagamentos pelos clientes internacionais é a complexidade do procedimento de pagamento. Isso em comparação a 39,9% dos entrevistados nas Américas. Entrevistados na Europa: 34,0%.
- Uma percentagem considerável dos entrevistados brasileiros (42,5%) informou que os atrasos nos pagamentos de clientes internacionais em transações B2B se dão, principalmente, devido às ineficiências do sistema bancário. Isso em comparação a 39,6% dos entrevistados de todas as Américas. Entrevistados na Europa: 32,2%.
- Os setores brasileiros de distribuição/atacado/varejo e serviços são os mais afetados pelos atrasos nos pagamentos devido às restrições de liquidez dos clientes nacionais em transações B2B (cerca de 60% dos entrevistados). Este é o caso dos setores industrial e de serviços financeiros, uma vez que os atrasos nos pagamentos internacionais ocorrem em virtude da complexidade do procedimento de pagamento (50,0%).
- Internamente, as microempresas brasileiras têm sido esmagadoramente afetadas pelos atrasos nos pagamentos devido às restrições de liquidez dos clientes em transações B2B (69,2% dos entrevistados). As empresas de médio porte têm sido muito afetadas pelos atrasos nos pagamentos de clientes internacionais devido à complexidade do procedimento de pagamento (48,6%).

Principais razões atraso nos pagamentos dos clientes nacionais e internacionais em transações B2B (porcentagem de entrevistados brasileiros)

setembro de 2013

Liquidity constraints of customers (domestic) **55,9%**

Complexity of the payment procedure (foreign) **44,9%**

Amostra: empresas pesquisadas (ativas nos mercados interno e externo)  
Fonte: Barômetro Experiência de pagamentos – setembro de 2013

6. CONTAS A RECEBER INCOBRÁVEIS EM TRANSAÇÕES B2B NACIONAIS / INTERNACIONAIS

O valor médio total das contas a receber incobráveis em transações B2B é superior ao das Américas em geral

- Os entrevistados brasileiros deram baixa em uma média de 7,7% do valor total das contas a receber em transações B2B como incobráveis. Isso se dá principalmente quando o cliente decreta falência ou fecha a empresa, e quando há falha nas tentativas de cobrança. Isso é notavelmente maior do que a média geral para as Américas (5,8%) e para a Europa (4,6%).
- As contas a receber incobráveis em transações B2B internacionais relatadas pelos entrevistados brasileiros é em média 7,3% do valor total das contas a receber internacionais. Isso se dá principalmente quando o cliente decreta falência ou fecha a empresa, e quando há falha nas tentativas de cobrança. A média está bem acima das Américas (6,4%). Média da pesquisa na Europa: 4,2%.
- O setor brasileiro de serviços financeiros tem o maior valor médio de contas a receber incobráveis de transações B2B nacionais e internacionais (cerca de 8,0%). De acordo com o tamanho da empresa, as pequenas e médias empresas respectivamente registraram o maior valor médio de baixa nas contas a receber nacionais (cerca de 8,0%) e internacionais (cerca de 7%).

Média das contas a receber incobráveis de transações B2B nacionais e internacionais relatadas pelos entrevistados brasileiros

setembro de 2013	
Domestic	7,7%
Foreign	7,3%

Amostra: empresas pesquisadas (ativas nos mercados interno e externo)  
 Fonte: Barômetro Experiência de pagamentos – setembro de 2013

7. MÉDIA DO PRAZO MÉDIO DE RECEBIMENTO (DSO) - TENDÊNCIA DURANTE O ANO PASSADO

Os entrevistados brasileiros, de modo geral, não se preocupam com o impacto de seu DSO na sustentabilidade dos negócios tão rapidamente quanto os entrevistados nos outros países pesquisados nas Américas

- Os entrevistados brasileiros relataram um DSO médio de 86 dias, bem acima da média das Américas (58 dias) e da Europa (55 dias). Isto é quase três vezes mais o prazo de pagamento médio registrado no Brasil (cerca de 30 dias), refletindo o volume das faturas pagas em atraso.
- Em geral, apenas 48% dos entrevistados brasileiros relataram um DSO de 1 a 30 dias, cerca de 21% de 31 a 90 dias, e aproximadamente 31% relataram um DSO superior a 90 dias. Este último número é quase o dobro da média das Américas (16,8%).
- A porcentagem dos entrevistados brasileiros que se preocupam com a sustentabilidade do negócio quando a média de DSO excede o prazo de pagamento em mais de 90 dias é maior no Brasil do que a média das Américas, sendo a porcentagem mais alta entre os países pesquisados na região.
- O setor brasileiro de serviços financeiros registrou o DSO mais alto (uma média de 150 dias). De acordo com o tamanho da empresa, as microempresas registraram o DSO mais alto (em média 100 dias).
- No ano passado, o setor de serviços financeiros e as microempresas vivenciaram o maior aumento na média de DSO (cerca de 17 dias).

Média de DSO registrada no Brasil

setembro de 2013	
Média em dias	86,0

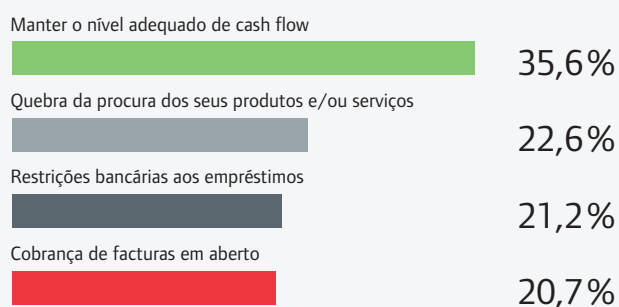
Amostra: empresas pesquisadas (ativas nos mercados interno e externo)  
 Fonte: Barômetro Experiência de pagamentos – setembro de 2013

## 8. O MAIOR DESAFIO PARA A RENTABILIDADE DOS NEGÓCIOS ESTE ANO

**De acordo com os entrevistados brasileiros, a manutenção adequada do fluxo de caixa é o maior desafio para a rentabilidade dos negócios este ano**

- Para a maioria dos entrevistados brasileiros (35,6%), a manutenção adequada do fluxo de caixa é o maior desafio para a rentabilidade dos negócios este ano. Isto é consistente com todas as Américas (35,0% dos entrevistados) e mais do que na Europa (29,4%).
- Os entrevistados brasileiros (cerca de 21,2%) parecem notavelmente mais preocupados com o impacto das restrições dos empréstimos bancários na sustentabilidade dos negócios este ano do que os entrevistados nas Américas (cerca de 18,3%).
- Os entrevistados no setor brasileiro de distribuição/atacado/varejo (50% dos entrevistados) estão mais preocupados com o impacto do fluxo de caixa na sustentabilidade dos negócios este ano. Esta opinião é partilhada por 47,8% dos entrevistados de pequenas e médias empresas.
- Pouco mais de 25% dos entrevistados no setor de serviços e de pequenas empresas estão mais preocupados com o impacto das restrições dos empréstimos bancários na sustentabilidade dos negócios este ano.

### O maior desafio para a rentabilidade dos negócios este ano – Brasil



Amostra: empresas pesquisadas (ativas nos mercados interno e externo)  
 Fonte: Barômetro Experiência de pagamentos – setembro de 2013



# Projeto de pesquisa – Américas

## Experiência

Para empresas internacionalmente ativas, é essencial ter bom conhecimento das práticas de pagamento de clientes potenciais em países onde fazem ou planejam fazer negócios, uma vez que erros nos cálculos podem resultar em problemas sérios de fluxo de caixa. Isto se aplica tanto às grandes quanto às pequenas empresas. As grandes empresas são especialmente afetadas pelo comportamento de pagamento inadequado devido ao volume de suas transações internacionais. As pequenas empresas frequentemente aprendem da maneira mais difícil no início de suas tentativas internacionais que elas fizeram uma estimativa incorreta das práticas de pagamento de seus parceiros de negócios internacionais.

A Atradius realiza análises periódicas das práticas de pagamento empresariais através de uma pesquisa chamada “Atradius Payment Practices Barometer” (Barômetro da Atradius para Práticas de Pagamento). Este relatório apresenta os resultados da décima-segunda avaliação das práticas de pagamento. Usando um questionário, a Keala Research realizou 829 entrevistas. Todas as entrevistas foram realizadas exclusivamente para Atradius e não houve nenhuma combinação de tópicos.

## Escopo da pesquisa

- População básica: empresas de quatro países foram monitoradas nas Américas: Canadá, México, EUA e Brasil.
- Foram entrevistados os responsáveis pelo gerenciamento de contas a receber
- Processo seletivo: Pesquisa na Internet: As empresas foram selecionadas e contatadas pelo uso de um comitê internacional de internet. No início da entrevista, foi realizada uma triagem para obter o responsável pelo gerenciamento de contas e para o controle de quotas
- Entrevista: Entrevistas pessoais feitas via web (WAPI) de aproximadamente 12 minutos de duração.

## Panorama da amostra

### Panorama da amostra - Américas

País (n=829)	n	%
Canadá	207	25,0%
México	207	25,0%
Brasil	208	25,0%
EUA	207	25,0%
Tamanho da empresa (n=829)	n	%
Microempresas	263	31,7%
Pequenas empresas	261	31,4%
Empresas de médio porte	182	21,9%
Grandes empresas	123	14,8%
Setor de negócios (n=829)	n	%
Industrial	171	20,6%
Distribuição/atacado/varejo	203	24,4%
Serviços	362	43,7%
Serviços financeiros	93	11,2%

É possível que haja uma variação nos resultados para mais ou menos de 100% ao calcular os resultados. Isso se dá como consequência da conclusão dos resultados. Em vez de ajustar o resultado de modo a totalizar 100%, optamos por deixar os resultados individuais como foram obtidos para proporcionar uma representação mais precisa possível.

### **Sobre a Crédito y Caución**

A Crédito y Caución é um dos operadores líderes em seguro de crédito interno e de exportação em Brasil, com uma quota de mercado de 15%. A Crédito y Caución contribui para o crescimento das empresas, há mais de 80 anos, protegendo-as dos riscos associados às vendas a crédito de bens e serviços.

Desde 2008 é o operador do Grupo Atradius em Espanha, Portugal e Brasil. O Grupo Atradius é o operador global de seguros de crédito, presente em 45 países, que tem acesso a informação de crédito em mais de 100 milhões de empresas em todo o mundo.



