

# **Impacto de la nueva normativa sobre plazos de pago en el sector de la distribución minorista de alimentación en España.**

**Autores:**

**M<sup>a</sup> del Pilar Casado Belmonte**

Área de Economía Financiera y Contabilidad  
Departamento de Dirección y Gestión de Empresas  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Universidad de Almería

**Dr. M<sup>a</sup> Victoria Román González**

Área de Comercialización e Investigación de Mercados  
Departamento de Dirección y Gestión de Empresas  
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Universidad de Almería

## **1. Justificación de la Investigación**

España ha experimentado en los últimos años una importante concentración del sector minorista, lo que ha provocado que en las relaciones productor-distribuidor, sea este último el que imponga sus normas del juego. Entre ellas se encuentra el uso del crédito comercial, es decir, un aplazamiento de pago amplio, establecido por el comprador. De esta forma el aplazamiento de pago se convierte en un aspecto clave de la negociación de las condiciones comerciales, siendo un reflejo del poder que ejercen las grandes empresas distribuidoras.

En aras de modificar el amplio plazo de pago, y evitar la morosidad en el pago de deudas contractuales, la normativa española ha sido modificada recientemente, con la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales. En lo referente al aplazamiento de pagos a los proveedores del comercio minorista, la ley establece en la disposición transitoria segunda para los productos frescos y perecederos, el plazo ya exigible de 30 días, y un plazo máximo de 60 días para productos de gran consumo y los que no tengan carácter de frescos ni perecederos (con vigencia a partir del 1 de julio de 2006). A estos efectos el Real Decreto 367/2005, de 8 de abril, define el concepto y clasificación de los productos de alimentación frescos y perecederos, otros productos de alimentación y productos de gran consumo no alimentarios.

El objetivo de nuestro estudio es analizar la situación de los plazos de pago de las empresas distribuidoras minoristas de alimentación en España en el período 1996-2003, con la intención de estudiar sus posibles reacciones ante la disminución de los plazos de pago que establece la nueva normativa. Para ello estructuramos el resto del estudio en cuatro partes: en la primera, hacemos un breve repaso a las teorías que han estudiado el crédito comercial; seguidamente mostramos el análisis efectuado en las principales empresas

distribuidoras del país; y finalmente mostramos las conclusiones del estudio, así como la bibliografía empleada.

## 2. Justificación teórica del crédito comercial

Las empresas emplean con frecuencia el crédito comercial, es decir, el aplazamiento de pago a sus proveedores, como forma de financiación a corto plazo. Las fuentes de financiación de proveedores y acreedores, se definen como las cuentas a pagar derivadas de la financiación concedida por los diversos proveedores y acreedores de la empresa, relacionadas con las actividades de explotación de la empresa. Ejemplos anteriores son, los créditos procedentes de las compras de bienes y servicios ofrecidos por proveedores y acreedores a corto plazo; las deudas contraídas con la Administración Pública y otros organismos; y las remuneraciones a trabajadores.

Esta fuente de financiación con proveedores y acreedores a corto plazo, se caracteriza por ser automática o espontánea, es decir, no precisan de un contrato, y carecen de coste explícito. De estas características se deriva que se conviertan en fuentes de financiación flexibles, y que retrasos en el pago no supongan un coste financiero.

Jiménez Caballero et al. (2003), definen la política de proveedores y acreedores de una empresa, cómo la selección de la mejor combinación de precios, descuentos por pronto pago, calidad y variedad de productos y servicios.

Numerosas teorías han aparecido para explicar el uso del crédito comercial. Petersen y Rajan (1997) clasifican en tres grandes grupos, los motivos para el amplio uso de esta técnica comercial:

a) Ventajas de financiación (Schwarth, 1974).

El crédito comercial se convierte en una fuente de financiación sin coste explícito para la empresa.

b) Discriminación de precios (Meltzer, 1960; Schwartz y Whitcomb, 1979; Brennan, Maksimovic y Zechner, 1988; y Mian y Smith, 1992)

Con la existencia del crédito comercial, se pueden mantener distintos precios de los productos, en función de la política de pagos.

c) Reducción de Costes de transacción (Ferris, 1981)

Al ser una fuente de financiación espontánea no precisa contrato.

Podemos considerar los plazos de pago como un elemento necesario para el mercado, debido a las imperfecciones del mismo. Román, M.V. (2001), justifica su existencia por tres grandes motivos:

1) Porque facilitan el comercio, ya que de esta forma el cliente puede comprobar la calidad de los bienes adquiridos, y su cumplimiento con el contrato.

2) Con ellos se palián las deficiencias del mercado financiero, respecto a la financiación a corto plazo.

3) Por su influencia en el precio de venta del bien.

### **3. Análisis de las empresas distribuidoras de alimentación en España (1996-2003)**

El objetivo de nuestro trabajo es analizar plazos de pago y cobro de una muestra de empresas españolas de distribución al por menor de alimentación (en el período 1996-2003).

Para calcular los plazos de pago y cobro de estas empresas hemos utilizado sus datos contables (Balance de Situación y Cuenta de Resultados), obtenidos a través de la base de datos SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos) Con esta información obtenemos el valor de los plazos de pago a proveedores, y el plazo de cobro a clientes.

A continuación, pasamos a definir el cálculo de los plazos de cobro y pago, así como otros ratios analizados:

$$\text{Plazo de cobro a clientes} = \frac{\text{Deudores}}{\text{CV}} * 360$$

Este ratio nos indica el número de días que la empresa tarda en recuperar la deuda de clientes.

$$\text{Plazo de pago a proveedores} = \frac{\text{Acreedores comerciales}}{\text{Consumo de explotación}} * 360$$

Nos indica el número de días de aplazamiento del pago por parte de la empresa a sus proveedores.

La selección de la muestra de empresas se ha hecho en función del ranking de la revista Alimarket, 2004. El proceso de selección se ha realizado buscando representatividad del sector de distribución de alimentación minorista en España, eligiéndose en función de sus ventas netas y su disponibilidad en la base de datos SABI.

La selección de la muestra de empresas representativas se hizo en función del código CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas) 522, Comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos especializados, que recoge las empresas de venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco.

En la tabla 1, mostramos las empresas analizadas del sector de distribución de alimentación minorista, junto con la cifra neta de negocios, correspondientes al ejercicio 2003, o al último año disponible para cada empresa.

Tabla 1. Empresas analizadas CNAE 522.

Empresas CNAE 522 Comercio al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	Cifra Neta de Negocios último año disponible (miles de euros)
AHOLD SUPERMERCADOS SL	2.009.201
AHORRAMAS SA	510.107
ALCAMPO SA	2.827.441
CAPRABO SA	1.717.868
CENTROS COMERCIALES CARREFOUR SA	7.242.933
CONDIS SUPERMERCATS, S.A.	463.369
CONSUM S COOP V	732.239
DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN SA	2.995.680
DISTRUBUCIÓN MERCAT SA	415.471
EI CORTE INGLES SA	9.374.705
EROSKI SOC. COOPERATIVA LIMITADA DE CONSUMO	1.851.336
GRUPO EL ARBOL DISTRIBUCIÓN Y SUPERMERCADOS SA	716.403
HIPERCOR, S.A.	3.129.626
LIDL SUPERMERCADOS SA	1.170.100
MERCADONA SA	6.706.277
PLUS SUPERMERCADOS SA	481.367
SUPERMERCADOS SABECO SA	811.061

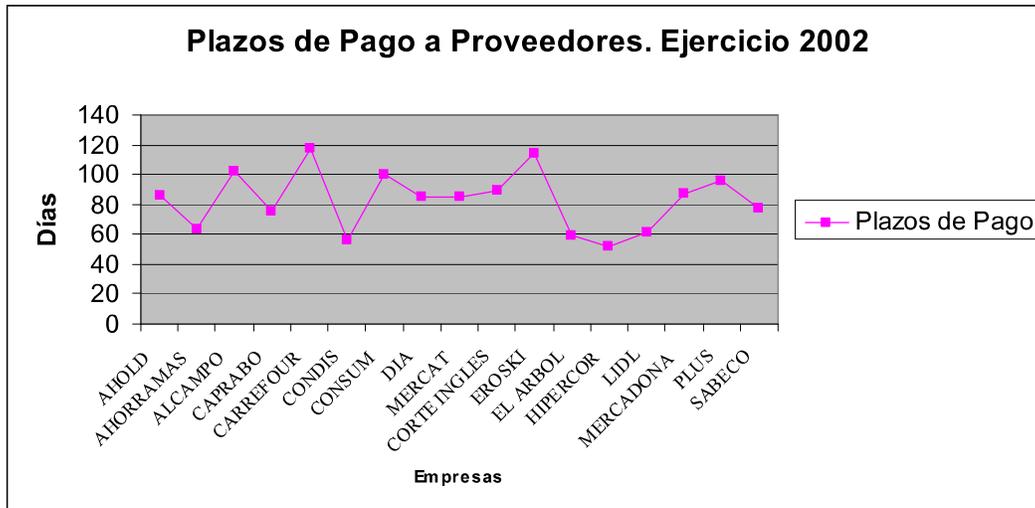
La tabla 2, nos muestra el valor de los plazos de pago a proveedores y cobro a clientes de las empresas de la muestra, junto con las diferencias en días entre un plazo y otro.

Tabla 2. Evolución plazos de pago y cobro empresas de la muestra.

EMPRESAS	MAGNITUD	AÑOS							
		2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	1996
AHOLD	Plazos Cobro	*	8	91	23	109	448	*	*
	Plazos Pago	*	86	28	121	154	*	*	*
	Diferencia	*	<b>78</b>	<b>-63</b>	<b>98</b>	45	*	*	*
AHORRAMAS SA	Plazos Cobro	53	41	44	52	48	48	50	*
	Plazos Pago	71	64	57	68	73	73	80	*
	Diferencia	17	23	13	17	25	25	30	*
ALCAMPO SA	Plazos Cobro	14	15	16	13	14	16	28	*
	Plazos Pago	110	103	110	109	108	113	111	*
	Diferencia	<b>96</b>	<b>88</b>	<b>95</b>	<b>96</b>	<b>94</b>	<b>97</b>	<b>83</b>	*
CAPRABO SA	Plazos Cobro	7	5	4	3	4	5	4	*
	Plazos Pago	75	76	72	68	79	75	81	*
	Diferencia	<b>68</b>	<b>70</b>	<b>68</b>	<b>65</b>	<b>75</b>	<b>70</b>	<b>77</b>	*
CENTROS COMERCIALES CARREFOUR SA	Plazos Cobro	27	30	35	22	19	17	9	*
	Plazos Pago	121	118	100	111	136	125	128	*
	Diferencia	<b>94</b>	<b>88</b>	<b>65</b>	<b>89</b>	<b>117</b>	<b>108</b>	<b>119</b>	*
CONDIS SUPERMERCATS, S.A.	Plazos Cobro	62	51	48	42	43	53	51	*
	Plazos Pago	61	56	60	64	74	65	66	*
	Diferencia	-1	5	13	21	31	12	15	*
CONSUM S COOP V	Plazos Cobro	*	12	16	15	16	12	9	18
	Plazos Pago	*	100	110	107	115	116	111	121
	Diferencia	*	<b>89</b>	<b>94</b>	<b>93</b>	<b>99</b>	<b>104</b>	<b>102</b>	<b>103</b>
DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN SA	Plazos Cobro	6	8	9	8	9	9	11	*
	Plazos Pago	87	85	82	86	87	88	83	*
	Diferencia	<b>81</b>	<b>78</b>	<b>73</b>	<b>78</b>	<b>78</b>	<b>79</b>	<b>72</b>	*
DISTRUBUCIÓN MERCAT SA	Plazos Cobro	4	6	19	35	*	*	*	*
	Plazos Pago	79	85	88	*	*	*	*	*
	Diferencia	<b>75</b>	<b>80</b>	<b>69</b>	*	*	*	*	*
EI CORTE INGLES SA	Plazos Cobro	41	34	48	46	50	54	66	*
	Plazos Pago	94	90	92	92	97	*	76	*
	Diferencia	52	56	43	46	47	*	10	*
EROSKI SOC. COOPERATIVA LIMITADA DE CONSUMO	Plazos Cobro	26	23	19	21	19	20	15	*
	Plazos Pago	113	114	*	116	126	*	*	*
	Diferencia	<b>88</b>	<b>90</b>	*	<b>96</b>	<b>107</b>	*	*	*
GRUPO EL ARBOL DISTRIBUCIÓN Y SUPERMERCADOS SA	Plazos Cobro	6	9	7	15	15	10	12	*
	Plazos Pago	78	60	61	59	71	64	91	*
	Diferencia	<b>71</b>	51	54	44	56	54	<b>79</b>	*
HIPERCOR, S.A.	Plazos Cobro	2	6	4	2	3	4	4	*
	Plazos Pago	33	52	56	56	58	60	67	*
	Diferencia	30	45	52	53	55	56	<b>63</b>	*
LIDL SUPERMERCADOS SA	Plazos Cobro	*	1	1	2	1	2	2	2
	Plazos Pago	*	61	62	84	71	80	60	78
	Diferencia	*	<b>60</b>	<b>61</b>	<b>83</b>	<b>70</b>	<b>78</b>	58	<b>76</b>
MERCADONA SA	Plazos Cobro	3	3	3	5	6	5	3	*
	Plazos Pago	86	87	89	82	79	77	69	*
	Diferencia	<b>83</b>	<b>84</b>	<b>86</b>	<b>77</b>	<b>73</b>	<b>72</b>	<b>66</b>	*
PLUS SUPERMERCADOS SA	Plazos Cobro	*	4	5	7	10	5	7	*
	Plazos Pago	*	96	99	104	107	103	99	*
	Diferencia	*	<b>91</b>	<b>94</b>	<b>97</b>	<b>97</b>	<b>98</b>	<b>92</b>	*
SUPERMERCADOS SABECO SA	Plazos Cobro	*	12	15	15	16	13	17	16
	Plazos Pago	*	78	79	87	82	76	78	77
	Diferencia	*	<b>66</b>	<b>63</b>	<b>71</b>	<b>66</b>	<b>63</b>	<b>61</b>	<b>61</b>

\* Información no disponible

Gráfico 1. Plazos de pago a Proveedores Ejercicio 2002



En el gráfico 1 se muestra para el año 2002, el plazo de pago de todas las empresas de la muestra.

La magnitud de diferencia se ha calculado como plazos de pago menos plazos de cobro, indicándonos su signo positivo los días de financiación que permiten financiar otros activos distintos a las cuentas a cobrar. Los valores que aparecen en negrita son los valores iguales o superiores a 60 días.

El análisis lo hemos realizado a nivel empresarial, y comparando cada empresa con el sector. Para obtener datos del sector, hemos calculado a través de la base de datos SABI, una cuenta de resultados y un balance con todas las empresas de la actividad económica CNAE 522, mostrando una empresa representativa del sector.

En la tabla número 3, tenemos el número de empresas utilizadas por año, y el fondo de maniobra de la empresa media del sector en ese ejercicio.

Tabla 3. Número de empresas y Volumen Fondo de Maniobra CNAE 522.

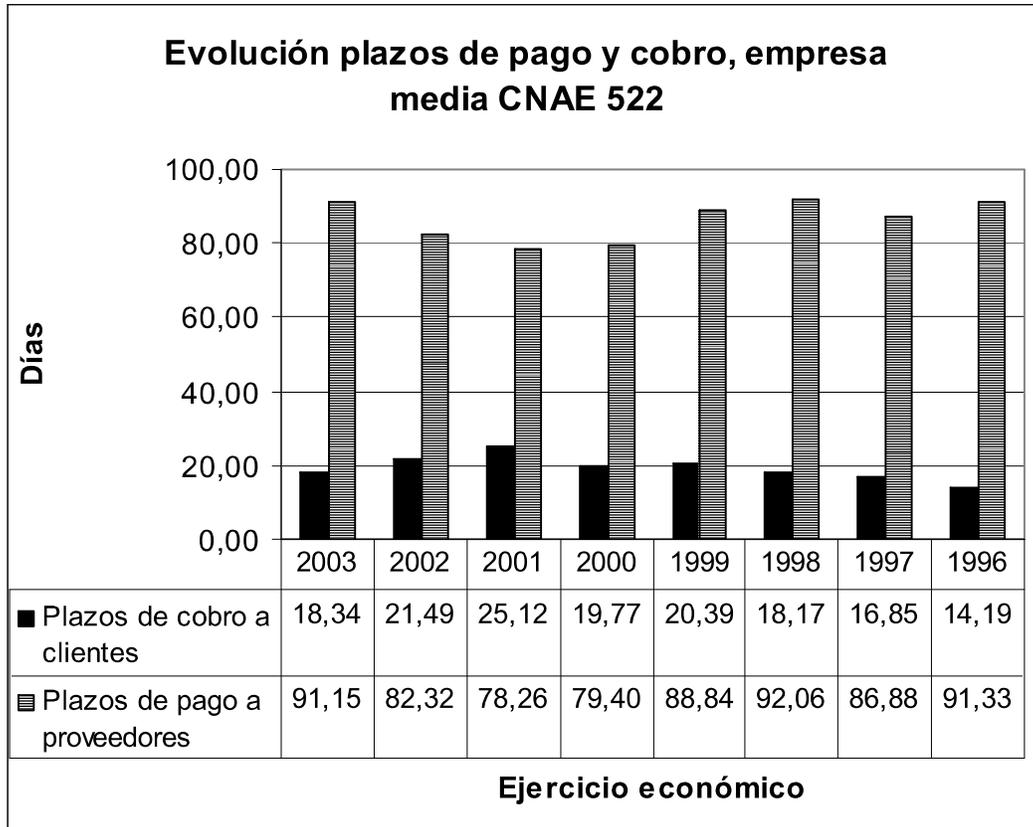
Ejercicio económico	Numero de Empresas incluidas	Fondo de maniobra (Mil €)
<b>2003</b>	3.207	-776
<b>2002</b>	7.472	-219
<b>2001</b>	7.533	-62
<b>2000</b>	6.020	-157
<b>1999</b>	5.362	-270
<b>1998</b>	4.640	-459
<b>1997</b>	3.953	-441
<b>1996</b>	3.424	-704

El Sector del comercio minorista es el que mayor número de empresas engloba, siendo característico en este sector, el empleo de las fuentes de

financiación de proveedores para financiar el activo fijo, por lo que el fondo de maniobra es negativo, el pasivo circulante es superior al activo circulante.

En el gráfico 2, mostramos los plazos de pago a proveedores y cobro a clientes, medios del sector, es decir, los correspondientes a una empresa media representativa del sector, obtenida con las empresas que presentan su actividad clasificada en este código de actividad.

**Gráfico 2. Evolución plazos de pago y cobro, empresa media del sector.**



El gráfico anterior nos muestra que en el sector de actividad del comercio de distribución minorista en España, los plazos de pago a proveedores son superiores a los plazos de cobro a clientes. La diferencia media que existe es de 67 días (de media en todo el período) entre el plazo de pago a proveedores y cobro a clientes. Esta diferencia de días, permite a las empresas del sector, financiar otros elementos de activo, bien circulante o fijo.

Por el signo del fondo de maniobra (tabla 3), que es negativo en todo el período, el pasivo circulante va a ser mayor que el activo a corto plazo, por lo que estará financiando elementos de inmovilizado. Las empresas están financiando su estructura básica, con deudas a pagar a corto plazo.

A continuación vamos a analizar la situación del crédito comercial en cada una de las empresas y su comparación con los datos medios del sector.

los plazos de pago y cobro de cada una de estas empresas indicadas en la tabla 1.

### **AHOLD**

Si analizamos los plazos de pago a proveedores, estos son altos, excepto para el año 2001, que disminuye a 28 días, mientras que para el año 2000 y 2002 son de 121 días y 86 días respectivamente. También observamos una disparidad con el plazo de cobro a clientes, siendo para el año 1999 y 2001 en torno a 100 días, mientras que en el 1998 se eleva a 448 días.

Si comparamos sus datos con los medios del sector, apreciamos que respecto al plazo de pago a proveedores, esta empresa se encuentra sobre la media los años 2000 y 2002, estando en el 2001 bajo la media, pues se produjo una disminución en el período a 28 días. En el año 2000 presenta un plazo de 123 días, bastante superior a la media, y en el año 2002 de 86 días, superior a la media, pero muy cercano, con una diferencia respecto a la media de 5 días.

Si nos detenemos a observar el plazo de cobro a clientes, podemos apreciar que es superior a la media, excepto en el 2002, que baja el plazo de cobro a 8 días. El 2001 es un año atípico para esta empresa pues presenta un plazo de cobro a clientes muy elevado, de 92 días.

### **AHORRAMAS**

Si observamos el plazo de pago a proveedores está en torno a los 70 días, y el plazo de cobro a clientes aproximadamente alrededor de 48 días, un plazo bastante alto. Esto es debido, a que esta empresa parte de su actividad la desarrollara de venta al por mayor, y por eso los días de cobro aumentan.

En general podemos decir que presenta un adecuado equilibrio de plazos de pago y cobro.

Si comparamos con la empresa representativa del sector, observamos que los plazos de pago a proveedores son inferiores en todo el período, en 20 días. En cambio los plazos de cobro son superiores a la media en una diferencia para el año 2003 de 35 días. Podemos decir que esta empresa en relación a la media, no se está aprovechando de las ventajas de financiación de los proveedores, pues muestra plazos más bajos. Su plazo de pago inferior a la media puede explicarse en función a sus ventas, no son muy elevadas, y esto hace que pueda ejercer poca fuerza respecto a los proveedores. Su plazo de cobro tan excesivo nos muestra que su actividad se centra también en la venta al por mayor.

### **ALCAMPO**

La empresa Alcampo presenta un plazo de pago medio de pago a proveedores de 110 días, y la media de cobro a clientes es de 17 días. Por tanto de esta diferencia de plazos observamos que la empresa se está financiar. Presenta una gran diferencia entre los cobros y los pagos, lo que favorece que esta empresa pueda financiar con las deudas de proveedores otros activos.

Esta empresa muestra un plazo de cobro a clientes por debajo de la media, para el año 2003, su plazo era inferior a la media en 4 días.

Sin embargo para el plazo de pago a proveedores, observamos que se sitúa por encima de los valores medios, mostrando así un amplio plazo de pago

a sus proveedores, superior en todos los años a 100 días. Esto puede ser debido a que es una de las empresas más fuertes del sector, y tiene una política de pagos establecida.

### **CAPRABO**

La empresa Caprabo presenta una diferencia importante ( en torno a 70 días) entre los plazos de pago y cobro. Se paga en el período estudiado, a una media de 76 días y se cobra a una media de a 4,5 días. Este plazo de cobro tan bajo implica que se recibe el dinero al contado.

Si comparamos estos datos con la media, apreciamos que para el plazo de cobro sí hay diferencias respecto a la media. La media del sector oscila en torno a 19 días, y para Caprabo es 4,5 días.

Analizando los plazos de pago a proveedores, observamos que Caprabo presenta un período de pago alto, para el año 2003, 75 días, manteniendo este dato sin grandes variaciones a lo largo del período. Si lo comparamos con la empresa media representativa del sector, estos plazos son inferiores, por ejemplo para el año 2003, 16 días es el aumento que presenta la empresa media respecto a Caprabo.

Podemos decir que Caprabo sigue la tendencia marcada en el mercado, y está utilizando eficientemente la política de pagos/cobros, pues permite financiar otros activos con las deudas de proveedores.

### **CARREFOUR**

Se observa que a lo largo de los años 1997/2003 Carrefour ha experimentado un crecimiento en el plazo de cobro a clientes situándose para el último ejercicio en torno a un mes, por encima del valor medio del sector para ese año (18 días). Esto lo podemos explicar cómo una decisión estratégica, concede a sus clientes pagos de un mes, para así poder aumentar sus ventas. Consecuencia de ellos es la existencia de tarjetas de compra, que permiten al cliente financiar sus compras.

En lo referente al plazo de los débitos de provisión, prácticamente opera con un plazo de cuatro meses, cuando el sector lo hace de media en 86 días. Este amplio plazo de pago, se convierte en una ventaja competitiva para Carrefour, pues puede ofrecer a sus clientes una financiación a 30 días sin coste alguno, pues tiene financiación por parte de proveedores.

Esta empresa se permite estos plazos, ya que es uno de los líderes del sector.

### **CONDIS**

Esta empresa va a encontrarse con problemas de pago, ya que sus plazos de pago a proveedores no son demasiado elevados (61 días para el ejercicio 2003) y el plazo de pago a clientes es alto (62 días), es decir, no tiene una financiación muy prolongada por parte de sus proveedores, y amplía el plazo de cobro a clientes.

Condis presenta un plazo de pago a proveedores inferiores a la media del sector (en 30 días para el año 2003). Respecto al plazo de cobro a clientes,

es superior a la media, casi el triple (para el año 2003 el plazo de cobro era superior en 44 días)

Estos plazos pueden justificarse en el hecho de que esta empresa trabaje al por mayor, de esta forma sería razonable el plazo de cobro tan elevado. Sí es sorprendente que tenga este plazo de pago tan bajo, ya que en ocasiones puede dar lugar a problemas de liquidez.

Esta empresa debería aumentar su plazo de pago a proveedores, e intentar reducir el de cobro a clientes.

### **CONSUM**

Si observamos su plazo de cobro a clientes, observamos unos valores inferiores a la media, en 10 días para los años 2001 y 2002, y 3 días para el año 2000.

Si este plazo lo comparamos con el número de días que tarda en pagarse a proveedores, observamos que hay diferencias importantes. Por término medio se paga a 112 días, mientras que de media se cobra a 14 días. Estas diferencias van a permitir a Consum disponer de financiación gratuita para otros activos.

Si comparamos los plazos de pago con los medios del sector, vemos que éstos son inferiores a los de Consum, en una diferencia de 27, 31 y 19,7 días, para los años 2000, 2001 y 2002, respecto a la media del sector.

Esta empresa está beneficiándose de la financiación de proveedores elevada, y de un corto plazo de cobro a clientes. Esto hace que sea sensible a modificaciones en materia de plazos, por lo que debería reducir más su plazo de pago a proveedores.

### **DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN, S.A.**

DIA S.A., prácticamente cobra al contado, ya que presenta un plazo de cobro a clientes muy bajo (9 días aproximadamente). El plazo de crédito de proveedores es alrededor de los tres meses, manteniéndose constante a lo largo del periodo de análisis. Estos datos le proporcionan una financiación de proveedores que puede emplear en otros de sus activos. Tiene un adecuada correlación de plazos de cobro a clientes y plazo de pagos a suministradores, prácticamente, cobra al contado.

Si comparamos estos datos con los del sector, observamos que respecto al plazo de pago a proveedores, no existen diferencias muy pronunciadas, y el plazo de cobro a clientes es inferior a la media (Para el año 2003, en 12 días).

Esto nos muestra que DIA se financia con deudas de sus proveedores, mientras que prácticamente cobra al contado. Es una política beneficiosa para ella, pero a la vez la hace sensible a cambios en los plazos.

### **DISTRUBUCIÓN MERCAT SA**

Mercat presenta un plazo de pago a proveedores muy próximo al comportamiento medio del sector. Los años 2001 y 2002 están por encima de la media en 10 y 3,5 días, respectivamente, pero el 2003 se reduce a 79 días, 12 días por debajo de la media del sector.

Respecto al plazo de cobro a clientes muestra una tendencia decreciente en el período estudiado (De 35 días del año 2000 a 4 días del 2003). En el año 2000 el plazo era superior a la media en 15 días, mientras que los sucesivos años va disminuyendo hasta pasar a 4 días de plazo de cobro en el año 2003.

Una vez comentado lo anterior, podemos afirmar que esta empresa está beneficiándose de la financiación de proveedores para invertir en activos fijos. Ha disminuido su plazo de cobro, y mantiene constantes prácticamente sus plazos de pago, en una situación cercana a la media del sector.

### **EL CORTE INGLÉS, S.A.**

El Corte Ingles presenta un adecuada correlación de plazos de crédito a clientes y de crédito a proveedores; el primero de ellos, 48 días aproximadamente de media en el sector, es un período muy elevado, si lo comparamos con el plazo de cobro medio del sector (19 días). El plazo de pago a proveedores está próximo a los 90 días, cercano a los valores medios.

Podemos decir, que el Corte Ingles, sigue la tendencia en cuanto a plazos de pago, alrededor de 3 meses, mientras que el plazo de cobro es superior a la media del sector. Podemos justificar en parte este plazo, debido a que los Centros Comerciales del Corte Ingles, producen más ventas de los sectores que no son el de alimentación, es decir, electrónica, mobiliario... Y los valores que tenemos corresponden a todas las ventas en conjunto. En el caso de las ventas no relacionadas con alimentación, esta empresa concede grandes ventajas de financiación a sus clientes.

### **EROSKI**

Eroski presenta un plazo de pago a proveedores de promedio de 120 días, mientras que se cobra, en términos medios, a 21 días de los clientes. De esta forma, Eroski tiene una financiación de proveedores elevada, de unos 100 días.

Presenta una política de cobro a clientes superior a la media. . En el año 2003 presenta un plazo de 26 días, mientras que la empresa representativa del sector es de 18,34 para ese mismo año. Es un plazo amplio, si lo comparamos con el resto de empresas que prácticamente cobra al contado. Esto se puede justificar por utilizarlo como una ventaja competitiva, ofreciendo mayores plazos de cobro a clientes, a través principalmente de tarjetas de fidelización.

Respecto a los plazos de pago a proveedores, esta empresa muestra unos valores superiores a la media en todo el período analizado. Para el año 2003, la diferencia es de 22 días, diferencia que se va reduciendo, pues en

años anteriores la diferencia es mayor, por ejemplo, en el año 2002, Eroski superaba el plazo medio de pago en 32 días aproximadamente.

### **GRIUPO EL ÁRBOL**

Tanto los plazos de cobro como los plazos de pago, se encuentran en ambos casos por debajo de la media. Respecto al plazo de cobro a clientes, esta empresa lo va reduciendo en cada ejercicio, pasando de 12 días del año 1997 a 6 días del año 2003.

Analizando los plazos de pago, observamos una tendencia constante, aunque en el último ejercicio aumentan a 78 días, acercándose a la media de 92 días.

Esta empresa intenta aumentar su plazo de pago y disminuir el de cobro, permitiéndole disponer de esta financiación.

### **HIPERCOR**

Si disminuyese el plazo de pago a proveedores, esta empresa no se vería demasiado afectada, pues en el 2003 presenta un plazo de pago a proveedores reducido (33 días), en todo caso podría beneficiarse al poder aumentar el período hasta el límite permitido por ley.

La empresa Hipercor muestra una tendencia de reducción de sus plazos de pago a proveedores. De 67 días que presenta en 1997 a 33 días del año 2003. Esto es claramente contrario a lo que sucede en la empresa media del sector, donde se mantienen constantes los plazos, y superiores a los de Hipercor. Para el año 2003, la empresa media tiene un plazo de pago de 91,15 días, casi el triple que la empresa Hipercor.

Respecto a los plazos de cobro a clientes, son muy bajos en Hipercor, cobrando esta empresa prácticamente al contado. Si los comparamos con los del sector, vemos que hay una diferencia de 16 días para el año 2003.

Podemos concluir, asumiendo que está empresa tiene una política adecuada de plazos de pago y cobro, lo que permite disponer de financiación sin coste para su estructura económica fija.

### **LIDL**

Si observamos el plazo de pago a proveedores y clientes, vemos cómo hay diferencia importante. Se cobra prácticamente al contado y se paga, de media de todos los años, a 71 días.

Respecto al plazo de cobro a clientes, está muy por debajo de la media, pues cobra al contado, sus plazos son 1 o 2 días.

En cuanto al período de pago a proveedores, es alto, pero valores inferiores a la media. Si observamos el año 2002, Lidl presenta un plazo de pago de 61 días, y la empresa representativa del sector 82,32 días, existiendo una diferencia de 21 días.

Observamos un adecuado equilibrio de cobros y pagos, que están permitiendo financiar con exigible a corto plazo, la estructura económica básica de la empresa.

### **MERCADONA**

A lo largo del periodo de estudio la empresa cobra prácticamente al contado, cuando el sector lo hace aproximadamente a los 19 días. Además, se financia con los débitos de provisión en plazos muy superiores a su sector de actividad (excepto para el año 2003, donde la media del sector asciende a 91 días, y para Mercadota es de 86).

Mercadona utiliza sus plazos de pago a proveedores para financiar otros activos de la empresa. Esto favorece sus resultados, al no incurrir en gastos financieros, pero puede causarles problemas al reducirse los plazos establecidos por ley.

### **PLUS**

Si comparamos los plazos de pago y cobro, tenemos que el plazo medio de pago a proveedores es en torno a 101 días, y el plazo de cobro en torno a 6 días. Esta diferencia permite a la empresa financiar otros activos.

La política de crédito de Plus es de cobro prácticamente al contado, como muestran los valores de esta empresa (4, 5, 7 días, respectivamente para los años 2002, 2001 y 2000).

En cuanto al plazo de pago a proveedores es superior a la media, en todos los años analizados, aunque con diferencias respecto a la media cada vez menores, de 25 días de diferencia respecto a los valores medios del año 2000, y 14 días de diferencia del año 2002.

En nuestra opinión, esta empresa se favorece con su política de plazos de pago y cobro, tal y como muestran los datos, permitiendo una financiación sin coste para otras inversiones.

### **SABECO**

El crédito concedido por esta empresa a sus clientes es inferior a la media del sector, con una diferencia en días, de 6 para el año 2002, aunque en años anteriores mantiene valores muy próximos a la media.

Respecto al plazo de pago a proveedores, observamos una cercanía a los valores medios. La diferencia más pronunciada la encontramos en el año 2000, que es de 8 días, mientras que par el 2001 y 2002, las diferencias son respectivamente 1 y 4 días, pequeñas diferencias.

En nuestra opinión esta empresa actúa conforme las empresas representativas de su sector, aprovechándose de la financiación de proveedores.

## 5. Conclusiones

El uso del crédito comercial, es decir el aplazamiento del pago a proveedores, como fuente de financiación, es empleado en gran parte de las empresas. Las razones que nos muestra la literatura las podemos agrupar en tres (Petersen y Rajan, 1997): ventajas de financiación, discriminación de precios y reducción de costes de transacción. Es una fuente de financiación flexible y espontánea, que evita costes contractuales, así como gastos por intereses financieros, si bien es cierto que sí tiene esta fuente de financiación un coste implícito, que es el descuento por pronto pago.

En el sector de distribución minorista, esta fuente de financiación es ampliamente utilizada, y representan un porcentaje elevado de las fuentes de financiación dentro de las empresas. En parte es debido al poder que ejercen las grandes empresas distribuidoras, sobre los productores, adaptándose estos últimos, a las condiciones de pago que imponen las grandes distribuidoras.

La nueva normativa española ha sido modificada recientemente con la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, donde se establecen plazos máximos al pago a proveedores. El objetivo de esta ley es intentar paliar las prácticas abusivas de las grandes empresas distribuidoras, e intentar acortar el plazo de pago a proveedores, para que no siga siendo una ventaja competitiva para las empresas la posibilidad de aplazar el pago a sus intereses.

Del análisis realizado con una muestra de empresas representativas del sector de distribución de alimentación en España, observamos que las empresas con mayor volumen de cifra de negocios, son las que presentan mayores diferencias entre cobro a clientes y pago a proveedores, son las que están obteniendo mayores ventajas por esta fuente de financiación. Las que presentan mayores diferencias entre ambos plazos son: Consum, Alcampo, Carrefour y Plus. Alcampo y Carrefour son empresas líderes en su sector, con un importante volumen de negocios. Consum y Plus no alcanzan los volúmenes de ventas de las anteriores, son empresas de menor tamaño, por tanto el empleo de estas fuentes de financiación las hace muy sensibles a cambios en las mismas.

Todas las empresas de la muestra, dedicadas al comercio al por menor, presentan diferencias entre ambos plazos (pago y cobro) superiores a 60 días, excepto El Corte Inglés, Hipercor, Condis y Ahorramas. La explicación ya la intuíamos anteriormente, El Corte Inglés, se dedica más a la venta de otros productos como electrónica, tejidos y mobiliario, concediendo por tanto en estos sectores un plazo mayor de cobro a clientes. Condis y Ahorramas son empresas dedicadas también a la venta al por mayor, por tanto tienen un amplio plazo de cobro a clientes. Hipercor es del grupo de empresas del Corte Inglés, y sería la única empresa que tiene unos plazos ajustados a la nueva normativa.

El análisis realizado nos muestra el amplio plazo de pago a proveedores utilizado por las empresas de la muestra, así como su fuerte dependencia a

esta fuente de financiación, y su utilización para inversión de activos fijos. Estos plazos de pago superan ampliamente los límites establecidos por la nueva ley, por lo que en una simulación de la modificación de estos plazos de pagos, la mayoría de las empresas tendrían problemas de liquidez. Una reducción de sus deudas con proveedores, les produciría la necesidad de obtener nueva financiación con coste, y por tanto se produciría una disminución del resultado. Para evitar disminuir resultados las empresas podrían trasladar estos nuevos gastos financieros a los precios, por lo que repercutiría en el cliente.

Hemos identificado que algunas empresas distribuidoras de alimentación en España, disponen de unos plazos de pago a proveedores excesivamente amplios, por lo que parece necesario un ajuste de los mismos. El hecho de que los plazos máximos establecidos por la ley entren en vigor en ausencia de pacto entre las partes, y la necesaria reclamación judicial por parte de la empresa afectada para que estos últimos puedan ser declarados como abusivos, puede condicionar la eficacia de la ley para el logro de este objetivo. La situación de dependencia económica en la que se pueden encontrar algunas empresas productoras en su proceso de negociación frente a los grandes grupos de distribución, puede en la práctica condicionar la presentación de las reclamaciones.

## 6. Referencias Bibliográficas

Brennan, M., Maksimovic, V. y Zechner, J. (1988): "Vendor Financing"; *Journal of Finance*, 43, pp. 1127-41

Cruz, I., Fernández, A., y Rebollo, A. (1997): "Estrategia de aplazamiento de pago en las empresas de distribución de alimentación", *Perspectivas del Sistema Financiero*, núm. 57, pp. 45-57

Ferris, J.S., (1981): "A Transactions Theory of Trade Credit Use", *Quarterly Journal of Economics*, 94, pp. 243-70

Jiménez Caballero, J.L, Pérez López, C., Torre Gallegos, A. (2003): *Gestión Financiera de la empresa*. Editorial Pirámide.

Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales.

Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

Meltzer, A. H., (1960). "Mercantile Credit, Monetary Policy, and Size of Firms", *Review of Economics and Statistics*, 42, 429-37

Mian, S., y Smith, C., (1992): "Accounts Receivable Management Policy: Theory and Evidence", *Journal of Finance*, 47, 169-200

Petersen, M., y Rajan, R., (1997): "Trade Credit: Theories and Evidence", *The Review of Financial Studies*, vol. 10, pp. 661-91

Román González, M.V.(2001): "Evolución de los Plazos de Pago. Comparativa Internacional" Colección de Estudios de Comercio Interior núm. 70. Ministerio de Comercio y Turismo

Swhartz, R.A., y Whitcomb, D., (1979): "The Trade Credit Decision", *Handbook of Financial Economics*, Amsterdam

### **M<sup>a</sup> del Pilar Casado Belmonte**

Ctra Sacramento, s/n - La Cañada de San Urbano

E-04120 ALMERÍA

ESPAÑA

Tif./Ph. +34 950015696

Fax: +34 950015178

E-mail: [mbelmont@ual.es](mailto:mbelmont@ual.es)

### **Dr. M<sup>a</sup> Victoria Román González**

Ctra Sacramento, s/n - La Cañada de San Urbano

E-04120 ALMERÍA

ESPAÑA

Tif./Ph. +34 950015104

Fax: +34 950015178

E-mail: [mvroman@ual.es](mailto:mvroman@ual.es)

