



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD

**Los Créditos Comerciales en Empresas Andaluzas. Estudio
Empírico.**

Trabajo Fin de Grado presentado por Fiorella Atauje Campoverde, siendo la tutora del mismo la profesora María del Rocio García Villanueva.

Vº. Bº. María del Rocio García Villanueva

Fiorella Atauje Campoverde

D.

D.

Sevilla. Junio de 2016



**GRADO EN FINANZAS Y CONTABILIDAD
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2015-2016]**

TÍTULO:

LOS CRÉDITOS COMERCIALES EN EMPRESAS ANDALUZAS. ESTUDIO EMPÍRICO.

AUTOR:

FIGRELLA ATAUJE CAMPOVERDE

TUTOR:

DRA. MARÍA DEL ROCIO GARCÍA VILLANUEVA

DEPARTAMENTO:

ECONOMÍA FINANCIERA Y DIRECCIÓN DE OPERACIONES

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD

RESUMEN:

El trabajo habla sobre los créditos comerciales, una práctica utilizada prácticamente por todas las empresas al tener un coste explícito nulo. Las normativas sobre esta práctica, desde la Comunidad Europea, hasta actual española. Una pequeña referencia a Europa, España y el centro del trabajo, que es Andalucía. Posteriormente, se realiza un estudio empírico de las empresas Andaluzas: PYMES y grandes; y dependiendo al sector en el que operen. Se analizarán la evolución de los clientes, proveedores y periodos medios de cobro y pago, de donde proviene el crédito comercial, la financiación corriente de estas empresas; así como los ratios más importantes. Y para terminar, las conclusiones más importantes del estudio.

PALABRAS CLAVE:

Créditos comerciales, empresas andaluzas, Andalucía, PYMES, grandes empresas, financiación.

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| 1. CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| 1.1. JUSTIFICACIÓN DEL TRABAJO..... | 1 |
| 1.2. OBJETIVO Y METODOLOGÍA..... | 1 |
| 1.3. QUE ES UN CRÉDITO COMERCIAL..... | 1 |
| 2. CAPÍTULO 2: NORMATIVA DE LOS CRÉDITOS COMERCIALES..... | 5 |
| 2.1. INTRODUCCIÓN..... | 5 |
| 2.2. MARCO LEGISLATIVO..... | 5 |
| 2.2.1. Marco Legislativo Europeo..... | 6 |
| 2.2.2. Marco Legislativo Español..... | 7 |
| 2.2.3. Ley de Morosidad..... | 8 |
| 2.2.4. Real Decreto 635/2014..... | 8 |
| 3. CAPÍTULO 3: PLAZOS DE PAGO COMPARACIÓN EUROPA, ESPAÑA Y ANDALUCÍA..... | 11 |
| 3.1. CRÉDITOS COMERCIALES EN EUROPA Y ESPAÑA..... | 11 |
| 3.2. EUROPEAN PAYMENT INDEX..... | 11 |
| 3.3. CRÉDITO COMERCIALES EN ANDALUCÍA..... | 13 |
| 3.4. CONSECUENCIAS DE LOS RETRASOS EN LOS PAGOS..... | 14 |
| 4. CAPÍTULO 4: ESTUDIO SOBRE EMPRESAS ANDALUZAS POR SECTORES Y TAMAÑO..... | 15 |
| 4.1. INTRODUCCIÓN..... | 15 |
| 4.2. RATIOS DE ESTRUCTURA ECONÓMICA..... | 16 |
| 4.3. RATIOS DE ESTRUCTURA FINANCIERA..... | 21 |
| 4.4. PERÍODO MEDIO DE COBRO A CLIENTES Y DE PAGO A PROVEEDORES..... | 26 |
| 5. CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES..... | 31 |
| 5.1. CONCLUSIONES..... | 31 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 34 |
| ANEXOS..... | 35 |

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación del trabajo

Los créditos comerciales han existido desde siempre, y son una práctica habitual en todas las empresas. En este trabajo se ha intentado que se refleje la gran importancia de estos en la financiación de las empresas: en todas las operaciones comerciales que se realizan día a día, en todos los negocios, independientemente del tamaño, actividad e ingresos que obtengan. Es mucho más importante para las PYMES tener esta financiación, pero es indispensable también para las grandes empresas. Desde la compra de una barra de pan, la harina que compró el panadero al proveedor; hasta la adquisición de una casa, los ladrillos que ha comprado la empresa constructora, la mayor parte de estos materiales se han obtenido a través de un crédito comercial. Un aplazamiento de pago nacido de la relación de confianza entre un cliente y su proveedor.

La obtención de financiación corriente, y sin coste explícito, sobretodo esto último, el nulo coste, muy necesario para empresas pequeñas y de reciente creación. En época de crisis esta práctica se ha visto reducida, ante la inquietud de muchas empresas, de que las otras no pudieran hacer frente a sus deudas. Pero parece que con la recuperación de la economía, está volviendo a tomar impulso y sobre todo la confianza en las demás empresas, que hace algunos años atrás apenas se tenía, a causa de los muchos cierres de negocios.

En definitiva, es un tema que merece ser estudiado y debe estar bajo el control del gobierno. Entre otras cosas, para mantener a las empresas más pequeñas protegidas de las grandes. Éstas suelen llevar prácticas abusivas contra ellas, elevando los plazos de pago, al ser más poderosas en el mercado. Esta práctica mueve grandes sumas de dinero en todo tipos de negocios: desde pequeñas empresas en una calle de barrio, hasta grandes multinacionales.

1.2. Objetivo y metodología

El objetivo de este trabajo es realizar un análisis de la evolución de los créditos comerciales en las empresas andaluzas.

Para alcanzar este objetivo, la metodología a emplear requerirá previamente exponer qué son los créditos comerciales y, posteriormente, pasar a analizar en el capítulo 2 la normativa legal que les afecta. En el capítulo 3, haremos una comparativa de los plazos de pago en Europa, España y Andalucía. Y seguidamente, se desarrollara el estudio empírico y por último, en el capítulo 5 recogeremos las principales conclusiones del trabajo desarrollado.

También hay que decir que, además de la información recogida en la bibliografía, hemos utilizado la base de datos SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos), para obtener la información económico-financiera de las empresas que forman parte del estudio.

1.3. Qué es un crédito comercial

El crédito comercial aparece al producirse un retraso entre la entrega de bienes o servicios por parte de la empresa proveedora y su pago, previamente convenido entre

un proveedor y su cliente. Cuando la empresa es la proveedora del crédito comercial representa una inversión en activo corriente, en caso de ser la empresa el cliente, supone una fuente de financiación a corto plazo. Es la forma más habitual de financiación por la ausencia de interés explícito, y el más utilizado en todas las relaciones comerciales. El pago aplazado, además, dota de protección al cliente, que en caso de comprar un producto dañado, puede reclamar antes de que haya desembolsado todo el pago.

El crédito comercial tiene una gran relevancia tanto para el funcionamiento comercial de la empresa como para el proceso de financiación empresarial, sobre todo para PYMES y empresas de reciente creación con difícil acceso a la financiación, y que aprovechan esta oportunidad para obtener los recursos de manera relativamente fácil al ser una práctica común, y de coste nulo para la empresa.

Pero no todo son ventajas. Las grandes empresas se aprovechan de sus fortalezas en el mercado y realizan prácticas abusivas contra las más pequeñas, alargando al máximo sus plazos de pago innecesariamente, poniendo en riesgo su supervivencia. No es una práctica nueva, pero las elevadas restricciones de la financiación bancaria en los últimos años hacen que se vuelva un entorno aún más complicado, incrementando la insolvencia y exponiéndose más a un inminente cierre.

Desde el punto de vista de la inversión empresarial, el crédito comercial debe aparecer en el activo, en la cuenta de clientes o acreedores comerciales. Respecto al plazo de pago de sus clientes, puede tener distintos periodos de cobro, dependiendo del cliente y de la actividad. Normalmente se utiliza un promedio, el periodo medio de cobro (PMC), representando éste el número de días que por término medio se tarda en cobrar a los clientes. Si se toma estos días medios de cobro y las ventas medias diarias que realiza la empresa, podemos determinar el saldo medio de clientes, representativo de la inversión de clientes en función de las condiciones del negocio, la fórmula utilizada es la siguiente:

$$\text{Saldo de clientes} = (\text{Ventas anuales}/365) * \text{Período Medio de Cobro}$$

Por lo que la inversión en la cuenta de clientes oscila en función de las ventas que se hagan; cuanto mayor sea el período medio de cobro, mayor será el saldo de clientes por cobrar, exponiéndose la empresa a un mayor riesgo por impago. La variable sobre la que se tienen más control es el periodo medio de cobro, que varía según el sector al que se dediquen, lo que acuerden las empresas del entorno y si le resulta rentable ampliarlo a un plazo superior a las demás. Debiendo tener en cuenta las consecuencias que conlleva para la empresa.

El volumen de crédito comercial a clientes, es por tanto una inversión en activo que tiene impacto en los tres aspectos financieros fundamentales de una empresa:

- Rentabilidad: Es la ganancia de la empresa por unidad monetaria invertida. Para una empresa la opción más rentable será la que permita ganar más dinero con una menor inversión en clientes.

- Riesgo: Es el parámetro que expresa la variabilidad de la rentabilidad esperada, la posible diferencia de valor final con el resultado medio esperado. En un entorno económico estable y en igualdad de condiciones, reducir el crédito comercial por un periodo de cobro muy corto aumenta el riesgo de perder clientes y ventas. Por el contrario en una situación de crisis, es más importante asegurarse el cobro por encima de un exceso de ventas, por lo que la empresa deberá estudiar con detenimiento a sus clientes y concederles el saldo en función del estudio.

- Liquidez: Es la capacidad financiera de hacer frente a obligaciones a corto plazo, y se asocia al activo corriente. En un entorno estable y con igualdad de condiciones, a mayor el número de clientes mayor la liquidez de la empresa, ya que dispondrá de más dinero de cobros para hacer frente a sus pagos a corto plazo. En situación de crisis o dificultad, la liquidez queda en entredicho al no efectuarse los cobros de

manera inmediata en caja, por lo que la empresa debe buscar métodos eficientes de gestión del crédito comercial para asegurar su liquidez.

El crédito comercial visto desde la perspectiva de financiación empresarial, muestra como la empresa obtiene una financiación corriente y que deberá reflejar el aplazamiento de cobro en sus registros, dando de alta la cuenta de proveedores en su pasivo. Las empresas proveedoras realizan en ocasiones, y cuando el volumen es significativo, un pequeño estudio sobre los clientes a quienes van a financiar, para tener la seguridad de cobrar en el momento convenido. De igual manera registrar un posible deterioro por impago de clientes en caso de no llegar a producirse el pago, o que se vuelva improbable.

En este caso el periodo medio de pago se obtiene de igual manera que para los clientes, pero con los proveedores y compras:

Saldo de proveedores = $(\text{Compras anuales}/365) * \text{Período Medio de Pago}$

Los créditos comerciales movilizan grandes cantidades de dinero, y surgen de las relaciones habituales entre proveedores y clientes en las que normalmente no hacen falta tratamientos formales: aparecen de la relación de confianza entre las relaciones comerciales. Los créditos comerciales suelen tener un coste implícito, ya que de pagar al contado se suele hacer algún tipo de descuento, como el de pronto pago, por lo que al pagarse a plazo suele elevarse el precio.

CAPÍTULO 2

NORMATIVA DE LOS CRÉDITOS COMERCIALES

2.1. Introducción

Los créditos comerciales han existido siempre, son propios del tráfico mercantil tradicional, se compra algo y se paga unos días después. En la actualidad es un mecanismo de financiación alternativa muy utilizado por todas las empresas en los distintos sectores de la economía, para poder comentarlos con una mejor perspectiva se debe diferenciar entre antes y después de la crisis.

A causa de la crisis económica se vieron reducidos hasta casi la mitad: en 2007, un año antes de que explotara la burbuja inmobiliaria, se alcanzó el máximo, de 570.000 millones de euros, que pasó a reducirse a casi la mitad en 2014. (Calvo, P., 2015)

La principal causa de este descenso fue, sobre todo, la incertidumbre de que los clientes no fuesen capaces de hacer frente a su deuda. Esta desconfianza hace que los proveedores sean menos propensos a conceder aplazamientos de pago, lo que obliga a las empresas, sobre todo PYMES, al ser las que más dependen de este tipo de financiación, a acudir a los bancos. Pero es también en estos años cuando las entidades bancarias disminuyeron drásticamente los préstamos, tanto a familias como empresas, provocando problemas de liquidez y finalmente el cierre de los negocios.

Los créditos comerciales no dan más garantías que las que el cliente nos da, por lo que presenta un gran riesgo para los proveedores, especialmente en época de crisis como la pasada, en las que suele aumentar la desconfianza. Debido a esto se suele contratar un seguro para en caso de impago estar cubiertos y no tener que hacer frente a estas pérdidas.

Los síntomas de recuperación de la economía, también se empiezan a notar en los créditos comerciales. Parece que los proveedores vuelven a dar un voto de confianza a las empresas, lo que se puede ver como un indicador de que se vuelve a activar la economía española, no a los mismos niveles vistos antes de la crisis, pero se empiezan a ver los signos de recuperación.

2.2 Marco Legislativo

Son muchas la leyes que ha promulgado el gobierno para mejorar las condiciones de los créditos comerciales en España, pero difícil es su cumplimiento, o intentar acercarse a los estándares europeos, por los que la Unión Europea ya ha sancionado en varias ocasiones a España por excederse en los plazos de pago, sobre todo en el caso de las administraciones públicas. Los distintos gobiernos siguen presionando a las empresas, tanto de sectores públicos como privados, a disminuir sus plazos de pagos con leyes como: la ley de morosidad, y el real decreto 635/2014.

Pero no es una práctica reciente: fue en 1995 con la *Recomendación relativa a los pagos en las transacciones comerciales*, redactada por la Comisión de la Unión Europea 95/98/CE, a partir de las conclusiones mostradas en un documento de trabajo de 1992; en el que aumento la atención prestada a los problemas de morosidad.

En 1992 bajo el título de *On the problem of the time taken to make payments in commercial* la Comisión europea publica un primer texto en el que se estudiaba en detalle la causa de los problemas causados por los plazos de pago a las empresas

europas, sobre todo a pequeñas y medianas. Se puede decir que fue el principio del intento de tener más controlados los créditos comerciales en toda Europa.

2.2.1 Marco Legislativo Europeo

On the problem of the time taken to make payments in commercial condujo a la Comisión a elevar en 1995 la *Recomendación en relación a los plazos de pago en las transacciones comerciales*, la 95/198/CE. En este documento se señalaba la importancia de determinados aspectos del marco fiscal comercial, como la necesidad de aumentar la transparencia en los contratos y las relaciones derivadas de estos, aliviar los efectos fiscales de los retrasos en los pagos y mejorar la información y formación a las empresas. Del mismo modo, se recomendaba un paquete de medidas tales como la garantía de indemnización por demora, supresión de las dificultades específicas en los intercambios transfronterizos, mejorar el pago de los contratos públicos y la garantía de procesos.

La *Recomendación* no consiguió resolver el problema, sino evidenciarlo, debido a su carácter no vinculante. La situación no mejoró, y esto llevó a la Comisión a presentar un nuevo informe, esta vez con una orden de auto encargo de la elaboración de una Directiva en la materia, que llegó el 29 de Diciembre del 2000.

La *Directiva 2000/35*, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales, nació del creciente interés y preocupación en Europa por los problemas de los excesivos periodos de pago y la morosidad que conllevaban. Se centraron en dos objetivos:

- Proteger a las PYMES, que eran las más afectadas.
- Homogeneizar el campo legal europeo en la materia, que hasta el momento era dispar y desunificado, perjudicando el funcionamiento del mercado interior europeo.

La Directiva trata de proteger los derechos de las PYMES, que deben enfrentarse a problemas de falta de liquidez, por los retrasos en los pagos, y que afectan a la competitividad de las empresas en el mercado europeo. Para conseguirlo, la Directiva trata de fomentar la reducción de los plazos considerados excesivos, eliminar los retrasos de pago y fomentar la transparencia.

La Directiva no se detiene en la declaración de intenciones y propone un conjunto de medidas para asegurar su cumplimiento; entre los principales puntos podemos destacar:

- Es aplicable a todas las relaciones comerciales.
- Se fija un periodo de referencia de 30 días, ampliable hasta 60.
- Devengo de un interés de demora. Este interés deberá pagarse pasado los 30 días desde: la recepción de la factura, la recepción de la mercancía, o la fecha de recepción de los bienes, o que el procedimiento de aceptación o verificación se haya producido.
- La empresa acreedora tiene derecho a reclamar una compensación por los costes de cobro sufridos por el retraso del cobro.

Años después instaurarse la Directiva, en 2006 se redactó un informe para evaluar los resultados de esta. En dicho informe se expuso que aunque la morosidad había tenido un leve descenso, el problema aún estaba lejos de poder resolverse. El retraso medio de los pagos en Europa era de 12,9 días en 2005, en contraposición a los 15,7 de 1995. Habiendo experimentado su descenso y estabilización a partir del 2002, prueba del impacto positivo de la Directiva.

Además, había tenido también un efecto cultural: en ciertos países se veía el retraso en los pagos ahora como una práctica abusiva e inaceptable, que constituía un

incumplimiento contractual. También quedo resaltado las enormes diferencias entre los distintos estados de la Unión, y marcaba ciertos sectores como especialmente problemáticos, en concreto y de mayor peso, el público.

Tras el informe, y con intenciones de seguir progresando en la dirección deseada, el 8 de abril de 2009 la Comisión Europea presentó una *Propuesta de Revisión de la Directiva 2000/35*. Esta propuesta volvía a perseguir el mejorar la tesorería, y favorecer el buen funcionamiento del mercado Europeo. Ante la necesidad de conseguir una mayor eficacia, proponiéndose entre otras, un plazo de 30 días para administraciones públicas, o abonar intereses y una compensación por el costes de cobro. Intentando aclarar y mejorar ciertos artículos, y reforzar que no se produzcan cláusulas abusivas en los contratos.

El 8 de Noviembre de 2010 se aprobó la Directiva por la que se establecieron medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales en relación a los retrasos en los pagos. Los principales puntos de esta nueva normativa son:

- Las transacciones entre empresas tendrán un plazo general de 30 días, a no ser que se haya pactado en el contrato algo distinto. Y si ambas partes están de acuerdo se puede pactar hasta 60 días; a partir de ahí solo será posible si no hay ningún tratamiento desigual para alguna de las dos partes.

- Para administraciones públicas el plazo será también de 30 días, pudiendo extenderse a 60 si existe acuerdo entre ambas partes, pero nunca podrá superar este.

2.2.2 Marco Legislativo Español

La *Directiva 200/35/CE*, llegó a España y se transpuso por la *Ley 3/2004, de 29 de diciembre*, en la que se establecen medidas contra la morosidad en las operaciones comerciales. Esta ley nace de las injusticias que se producen entre las empresas con el crédito comercial, pretende evitarlas y castigarlas. Sobre todo en las que hay un abuso por alguna de las partes, al no encontrarse en situaciones económicas parecidas. Sus puntos más importantes son:

- Es aplicable a todas las relaciones comerciales.
- En caso de no haber pacto será de 30 días desde que se recibe la factura; y si se recibe antes la factura o los bienes, 30 días después de haberlos recibido.
- Devengo de un interés de demora sin necesidad de avisar antes, a partir del primer día siguiente a la fecha. Este interés de demora estará constituido por el tipo del Banco Central Europeo (BCE) más siete puntos porcentuales.
- El acreedor tiene derecho a ser compensado por todos los costes sufridos a causa del retraso en el pago.
- Se establece un procedimiento acelerado y eficaz de reclamación del pago, no pudiendo ser superiores a 90 días.

La ley intenta mejorar las condiciones de las relaciones comerciales, pero se observan deficiencias, como que no hace mención a las cláusulas abusivas, que son habituales por parte de las grandes empresas hacia pequeñas y medianas; que se sienten amedrantadas ante la diferencia de poder, y firman contratos con aplazamiento de pagos muy largos, poniendo en riesgo su liquidez y futura supervivencia.

Tampoco se hace mención a "*Los procedimientos de crédito no impugnados*" que si hacía referencia la Directiva; el ordenamiento jurídico mercantil de obligaciones y contratos no cumplía con las exigencias de la Directiva, al tener una limitación de 30.000€ y durar más de 90 días.

Cinco años después, ante los cambios en la economía, es promulgada una nueva ley, conocida como la Ley de Morosidad, en el que se modifica la anterior para aplicarse tanto a empresas públicas como privadas, y de distinto tamaño.

2.2.3 Ley de Morosidad

Ley 15/2010, de 5 de julio, de modificación de la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales.

Esta ley modifica la ya existe de 2004, ante los cambios en los últimos años a causa de la crisis económica, e intenta adaptarse mejor a la normativa europea y a sus periodos medios de pago.

Como consecuencia de la crisis, hubo un aumento considerable en los impagos, retrasos y prórrogas en la liquidación en todos los sectores de la economía. Sobre todo para pequeñas y medianas empresas que dependen del crédito comercial a corto plazo como principal fuente de financiación.

Los nuevos plazos de pago quedan establecidos de la siguiente manera:

·Para el Sector Público se reduce en un máximo de 30 días. Además obliga al Gobierno a crear una línea de crédito para que los Ayuntamientos puedan solventar sus deudas a través del Instituto de Crédito Oficial (ICO).

·En el Sector Privado el límite de pago entre empresas se reduce a 60 días para pagar a proveedores. Imposibilitando que las partes pacten otra cosa, evitando así prácticas abusivas. Y de recibir una indemnización en caso de demora o incumplimiento de la normativa, que deberá ser fijada en el contrato o la fijada por esta ley, que es el tipo de interés aplicado por el Banco Central Europeo (BCE), más siete puntos porcentuales. Ésta indemnización no podrá superar nunca el 15% del total del importe de la deuda.

En ningún caso podrá pactarse por las partes un plazo superior a los estipulados por la ley. Además de estas cuestiones, la ley también obliga a publicar en la Memoria de las Cuentas Anuales los plazos de pago a sus proveedores, y medidas de control para las administraciones públicas. Obligándoles a elaborar informes, y la creación de un registro de facturas en las administraciones locales, para justificar las prestaciones realizadas por los contratistas y gestionado por quien lleve la contabilidad.

La modificación de la ley otorgaba a las empresas un periodo de adaptación de dos años. Desde que fue aprobada en 2010 hasta 2013, durante este tiempo debía cumplirse la normativa, en el que tenía que ir aplicándose de forma progresiva tanto en empresas públicas como privadas. Previendo un calendario de ajuste progresivo para las empresas que tuvieran mayores plazos de pago, desde julio a diciembre de 2011 ochenta y cinco días, de enero a diciembre de 2012 setenta y cinco días, y desde enero de 2013 sesenta días. Esta nueva normativa establecía unas condiciones mucho más firmes que la anterior.

Ante la vista de difícil cumplimiento de estas normativas en 2014 se crearon nuevas legislaciones para el sector público con el Real Decreto 635/2014.

2.2.4 Real Decreto 635/2014

Real Decreto 635/2014, de 25 de julio, por el que se desarrolla la metodología de cálculo del periodo medio de pago a proveedores de las administraciones públicas y las condiciones y el procedimiento de retención de recursos de los regímenes de financiación, previsto en la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera.

El cálculo del periodo medio de pago se haría de las siguientes maneras:

- Periodo medio de pago global a proveedores

$$\text{Periodo medio de pago global a proveedores} = \frac{\Sigma (\text{periodo medio de pago de cada entidad} \cdot \text{importe operaciones de la entidad})}{\Sigma \text{importe operaciones de las entidades}}$$

El importe de las operaciones de la entidad se entiende como el importe total de pagos realizados y de los pagos pendientes.

- Periodo medio de pago de cada entidad

$$\text{Periodo medio de pago de cada entidad} = \frac{\text{ratio operaciones pagadas} \cdot \text{importe total pagos realizados} + \text{ratio operaciones pendientes de pago} \cdot \text{importe total pagos pendientes}}{\text{importe total pagos realizados} + \text{importe total pagos pendientes}}$$

- Para los pagos realizados en el mes

$$\text{Ratio de las operaciones pagadas} = \frac{\Sigma (\text{número de días de pago} \cdot \text{importe de la operación pagada})}{\text{Importe total de pagos realizados}}$$

Se entiende por número de días de pago los transcurridos desde los treinta días posteriores de la entrada de la factura, hasta la fecha de pago.

- Para las operaciones pendientes de pago a final de mes

$$\text{Ratio de operaciones pendiente de pago} = \frac{\Sigma (\text{número de días pendientes de pago} \cdot \text{importe de la operación pendiente de pago})}{\text{Importe total de pagos pendientes}}$$

Los números de días pendientes de pago, son los días naturales transcurridos desde los treinta días posteriores a la entrada en el registro de la factura, o desde la fecha de certificación mensual de la obra.

Lo que se intenta con esta nueva legislación es reducir los plazos de pago de las administraciones públicas, que son exageradamente altas, e intentar suministrar mayor liquidez a las empresas proveedoras de estas administraciones. Además de esto, reforzar el cumplimiento de la normativa europea contra la morosidad.

CAPÍTULO 3

PLAZOS DE PAGO COMPARACIÓN EUROPA, ESPAÑA Y ANDALUCÍA

3.1 Créditos comerciales en Europa y España

Los periodos medios de pago en España superan ampliamente a la media Europea, por lo que desde hace años el gobierno intentan disminuir esta diferencia mediante nuevas leyes.

En 2014 un año después de haberse llevado a cabo las normativas en las que se prohibía pactar un plazo superior a 30 días, ningún sector había cumplido con la ley, en el privado se pacta un plazo de 77 días y en administraciones 69 días.

Por zonas son los países nórdicos son los que pagan antes a sus proveedores, y los que tardan más son los del sur, España, Portugal, Italia y Grecia.

Aunque España siempre ha sido uno de los países con mayor periodo medio de pago, parece que esta distancia se está acortando un poco más cada año. En 2015, mientras que la media Europea estaba en 14,8; la de España se sitúa en 16,8; solo dos puntos por encima. Por lo que se espera que aunque el camino sea lento, se siga en esta dirección y se llegue a cifras parecidas con los demás países.

3.2 European Payment Index

Intrum Justitia ha realizado para 2015 varios estudios sobre los plazos de pago, Country Payment Report Spain (Intrum Justitia, 2015) es un informe que tiene como objetivo proporcionar información sobre los riesgos de impagos y la salud financiera de las compañías europeas. Este informe se centra en España y las conclusiones obtenidas son que más de la mitad de las empresas, cree que se les paga tarde intencionadamente, cerca de un 30% de las empresas encuestadas cree que el riesgo disminuirá para 2016, y que las empresas deudoras piden un aumento de la duración del periodo medio de pago.

España supera ampliamente los plazos de pago, una media de 57 días, frente a la de 25, siendo la de mayor tardanza la Administración Pública, de 103 días, frente a la europea de 30.

European Payment Report de 2015 (Intrum Justitia, 2015) explica cómo cada vez se notan más los signos de recuperación en Europa, pero a un ritmo lento. Los tipos de interés son los más bajos de la historia, pero no tienen mucho efecto sobre las empresas. Los retrasos en los pagos suponen una gran amenaza para la economía, la clave de la recuperación radica en la capacidad de crear más empleo, la tasa de desempleo media en Europa es de poco menos del 10%, con España y Grecia teniendo casi una cuarta parte de su población activa en paro. La creación de empleo parece ser hasta ahora un proceso lento. El 24% de los encuestados afirma que como consecuencia del retraso en el pago han considerado despedir al personal, y un 34% que son incapaces de contratar a nuevo personal por la misma razón. Y un tercio de los encuestados confirma que un pago más rápido aumentaría el empleo en general.

Dos años después de la implantación en todos los países de la UE, la Directiva sobre morosidad ha empezado a ser más conocida entre las empresas. El 31% de los encuestados afirma estar familiarizados con la directiva, aunque solo el 6% afirma haber experimentado un impacto positivo en los plazos de pago de sus clientes.

Aunque la recuperación es lenta, cada vez se tiene una perspectiva más positiva de cara al futuro, un 13% cree que disminuirá el riesgo de sus negocios en los próximos 12 meses. Una posible revisión de la Directiva puede ser la solución para que la situación mejore; creando incentivos para que los plazos de pago disminuyan.

En el ámbito del pago aplazado, Europa está dividida en cuatro:

- El norte constituido por los países escandinavos y bálticos, tradicionalmente se paga rápido, es donde se encuentran los plazos de pago más cortos.

- El centro de Europa: Reino Unido, Suiza, Holanda, Irlanda, Hungría, Alemania, Francia, Bélgica y Austria, donde se concentra la mayoría de la población europea; y pagan unos días más tarde que los países nórdicos.

- Los siguientes en pagar son los países de Europa del Este, compuestos por la Unión Soviética, Eslovenia, Eslovaquia, Serbia, Rumania, Polonia, República Checa, Croacia, Bulgaria y Bosnia.

- Los países del sur de Europa (España, Portugal, Italia y Grecia) son los últimos, con unos plazos de pago muy superiores en comparación del resto de Europa.

En la Figura 3.1 se muestra los plazos medio de pagos europeos entre empresas; con Italia, España y Portugal liderando la lista. Tanto para los plazos pactados y cuando realmente se pagan. Italia paga a los 80 días frente a los 55 que tiene pactado. En España y Portugal se paga realmente a los 70 días, frente a lo pactado de España 55 días y Portugal 50. Por el contrario, los países en los que se paga más rápido están Lituania y Alemania, con plazos pactados y reales menores de 20 días.

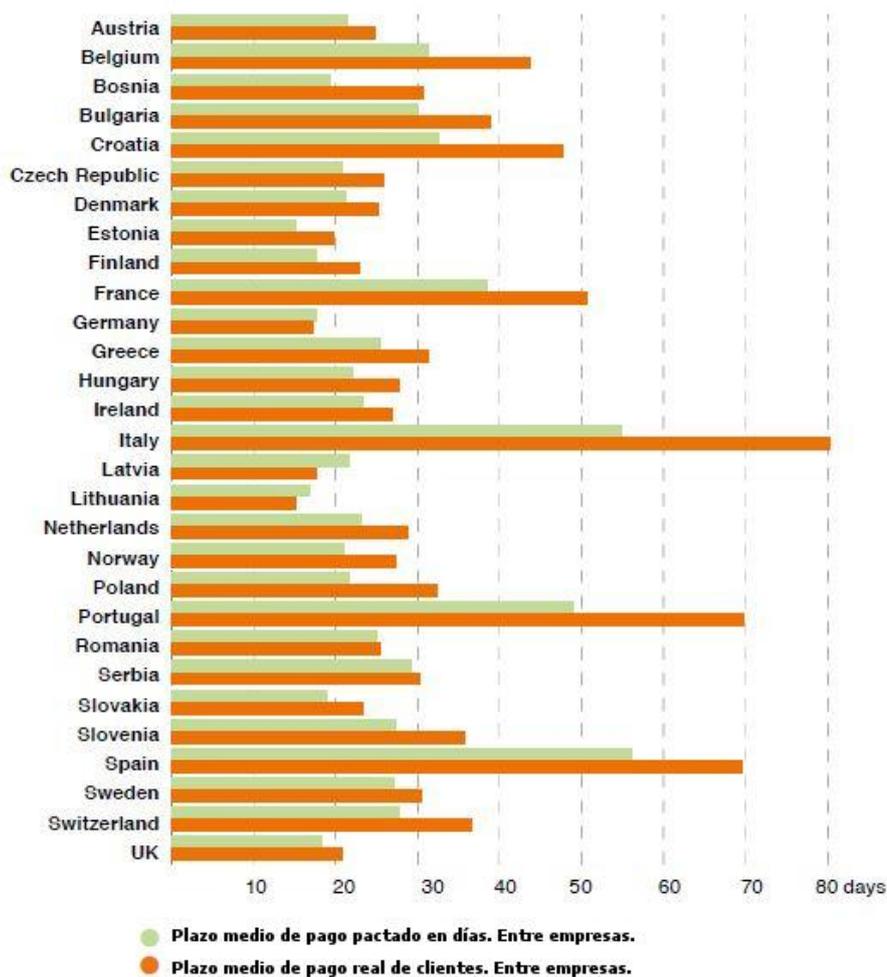


Figura 3.1 Plazos medios de pago europeos entre empresas.

Fuente: European Payment Report 2015

3.3 Créditos comerciales en Andalucía

Para 2015, a nivel de Comunidades Autónomas, las administraciones públicas andaluzas no sobresalen, no son las que tardan más, pero tampoco destacan por tardar menos. El sector público paga en una media de 97 días, un gran descenso respecto al año anterior que estaba en 132 días. (Federación Nacional de Asociaciones de Autónomos, ATA)

La Comunidad Autónoma que encabeza la lista de retraso es Extremadura, con 132 días; por el contrario la que paga antes es La Rioja con 48 días.

Andalucía tarda unos 34 días en pagar a sus proveedores, superando en 4 días la normativa al respecto. El ayuntamiento de Jaén es el que más tarda en pagar de toda España, con un plazo medio de 320 días, por el contrario, el que menos tarda de la comunidad es Málaga, siendo la única provincia que cumple con la normativa de morosidad, pagando en 22 días.

Por el contrario, el sector privado andaluz en 2015 encabeza la lista con los periodos medios de pago más altos por Comunidades Autónomas, cerca de alcanzar a las administraciones públicas. Tardan una media de 96 días, superando la normativa que lo fija en 36.

Aunque estas cifras han mejorado en el último año aún está lejos de cumplirse la normativa, que establecía el periodo medio en un máximo de 30 días en administraciones públicas y 60 para empresas privadas.

3.4 Consecuencias de los retrasos en los pagos.

Como consecuencias de estos retrasos en los pagos, la primera que se observa es la falta de liquidez de la empresa. Esto le llevaría a endeudarse con los bancos, y hacer frente a los costes adicionales generados al tener un mayor gasto de financiación. Estas empresas se enfrentan también a la pérdida de beneficios, y en caso de no poder hacer frente a sus pagos, el cierre del negocio.

Además de esto, muchos empresarios afirman que de no sufrir problemas de liquidez, se verían con recursos necesarios para poder contratar a más trabajadores.

No recibir los pagos a tiempo también lastra el crecimiento de las empresas, sobre todo para PYMES que están muy limitadas. Ante esta falta de liquidez, las empresas se ven obligadas a acudir a la financiación externa, que se les niega en muchas ocasiones sobretodo en caso de micro, pequeñas y medianas empresas, que no cuentan con un aval suficiente para que les den un préstamo o crédito. Si este problema continúa a largo plazo supone una amenaza para la supervivencia de la empresa.

CAPÍTULO 4

ESTUDIO SOBRE EMPRESAS ANDALUZAS POR SECTORES Y TAMAÑO

4.1 Introducción

En este capítulo se estudiará la situación del crédito comercial, y sus plazos medios de pago en las distintas provincias y sectores de Andalucía. Se diferencian los resultados también por tamaño de empresa: Grandes y PYMES, y por actividad.

La información ha sido extraída de la base de datos SABI (Sistema de Análisis de Balance Ibéricos), estableciendo los siguientes filtros para la búsqueda:

- Empresas domiciliadas en España.
- Que estén activas durante el periodo seleccionado 2010-2014.
- Datos disponibles para todo el horizonte temporal de estudio 2010-2014.
- El criterio utilizado para diferenciar a una empresa de grande o PYMES ha sido el número de trabajadores, de 1 a 250 sería PYMES, y de más de 250 grande.
- El criterio utilizado para los sectores ha sido el NACE Rev. 2, como se puede ver en la tabla 3.1, los códigos utilizados son los siguientes:

| Sectores | NACE Rev. 2 |
|--------------------|---------------------------------------|
| 1. Agricultura | 01, 02, 03 |
| 2. Industria | 10,11, 12, 17, 18, 20, 23, 27, 35, 36 |
| 3. Construcción | 41, 43 |
| 4. Comercio | 45, 46, 47 |
| 5. Hostelería | 55, 56 |
| 6. Otros Servicios | 50, 52, 62, 68, 75, 82, 86, 93 |

Tabla 4.1 Códigos utilizados de la NACE Rev.2 para el estudio por sectores

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

Como se ve en la Tabla 4.2, del total de empresas españolas obtenidas, el 8,987% corresponde a empresas andaluzas (18.286 empresas en Andalucía de las 203.482 españolas). Las PYMES andaluzas alcanzan un porcentaje similar, 8,991% del total de España, y las grandes de Andalucía el 7,651% del total nacional. El peso de las PYMES en las muestras es superior al 99%, tanto en España como en Andalucía.

| Categorías | España | Andalucía | % A sobre E |
|--------------|----------------|---------------|---------------|
| Pymes | 202.737 | 18.229 | 8,991% |
| Grandes | 745 | 57 | 7,651% |
| TOTAL | 203.482 | 18.286 | 8,987% |

Tabla 4.2 Número de empresas españolas y andaluzas

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

Los resultados por sectores se muestran en la Tabla 4.3, siendo el sector de comercio el de mayor peso en Andalucía, con un 42,87%, siendo ligeramente superior al peso en el total español (41%). Del total de empresas de la muestra, en Andalucía las

agrícolas suponen el 16,41%, y las de menos porcentaje son las de hostelería con un 7,46%.

| SECTORES | Nº Empresas | | Nº Empresas | | |
|------------------------|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|
| | España | % E. S/ Total | Andalucía | % A. S/Total | % A. S/ España |
| AGRICULTURA | 9.065 | 4,45% | 1.488 | 8,14% | 16,41% |
| Pymes | 9.052 | 99,86% | 1.486 | 99,87% | 16,42% |
| Grandes | 13 | 0,14% | 2 | 0,13% | 15,38% |
| INDUSTRIA | 18.081 | 8,89% | 1.721 | 9,41% | 9,52% |
| Pymes | 17.922 | 99,12% | 1.712 | 99,48% | 9,55% |
| Grandes | 159 | 0,89% | 9 | 0,53% | 5,66% |
| CONSTRUCCIÓN | 39.685 | 19,50% | 3.207 | 17,54% | 8,08% |
| Pymes | 39.636 | 99,88% | 3.207 | 100,00% | 8,09% |
| Grandes | 49 | 0,12% | 0 | 0,00% | 0,00% |
| COMERCIO | 83.436 | 41,00% | 7.839 | 42,87% | 9,40% |
| Pymes | 83.225 | 99,75% | 7.816 | 99,71% | 9,39% |
| Grandes | 211 | 0,25% | 23 | 0,29% | 10,90% |
| HOSTELERÍA | 18.254 | 8,97% | 1.361 | 7,44% | 7,46% |
| Pymes | 18.162 | 99,50% | 1.353 | 99,41% | 7,45% |
| Grandes | 92 | 0,51% | 8 | 0,59% | 8,70% |
| OTROS SERVICIOS | 34.961 | 17,18% | 2.670 | 14,60% | 7,64% |
| Pymes | 34.740 | 99,37% | 2.655 | 99,44% | 7,64% |
| Grandes | 221 | 0,64% | 15 | 0,56% | 6,79% |
| TOTAL | 203.482 | 100,00% | 18.286 | 100,00% | 8,99% |

Tabla 4.3 Número de empresas españolas y andaluzas por sectores
Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

Los sectores con menor número de empresas son los de agricultura, a nivel nacional con un 4,45% y el de hostelería a nivel andaluz, con un 7,44%.

4.2 Ratios de estructura económica

Nos centraremos primero en el activo de las empresas. En los siguientes gráficos se verá la evolución de la partida de clientes en las empresas andaluzas, medida en términos absolutos en función tanto del tamaño, como del sector en el que operen.

Empezando por el tamaño de la empresa, vemos en el gráfico 4.4 la evolución del saldo de clientes en PYMES por provincias. La tendencia en general es que los dos primeros años, 2010 y 2011 se alcanza la mayor cifra, disminuyendo en los dos siguientes años, para crecer otra vez en 2014, pero a un menor ritmo que en los primeros años. La única provincia que no sigue este patrón es Almería, que es más irregular, y en su último año sigue aumentando.

Si se habla de la provincia con mayor saldo de clientes, tenemos que diferenciar por años: de 2010 a 2012 fue Sevilla, pero en 2013 y 2014 Almería logra superarla. Presenta una tendencia creciente en todos sus años, menos en 2012.

Y la provincia con menos cifra de clientes durante los cinco años del estudio es Jaén, no llegando a alcanzar los 300 mil euros en ningún año.

En el final del trabajo, en el anexo, aparecen los ingresos por ventas tanto para provincias como por sectores. En todas las provincias, excepto en Almería, las ventas

anuales van siendo menores hasta el año 2013. Ya en 2014 la tendencia se invierte. La provincia con mayores ventas medias a lo largo del periodo de estudio es Huelva, con 1.985 miles de euros, seguida de Sevilla con 1.786 miles de euros; y la que menor cifra alcanza es Jaén, con 927 miles de euros, seguida de Córdoba, con 1.091 miles de euros.

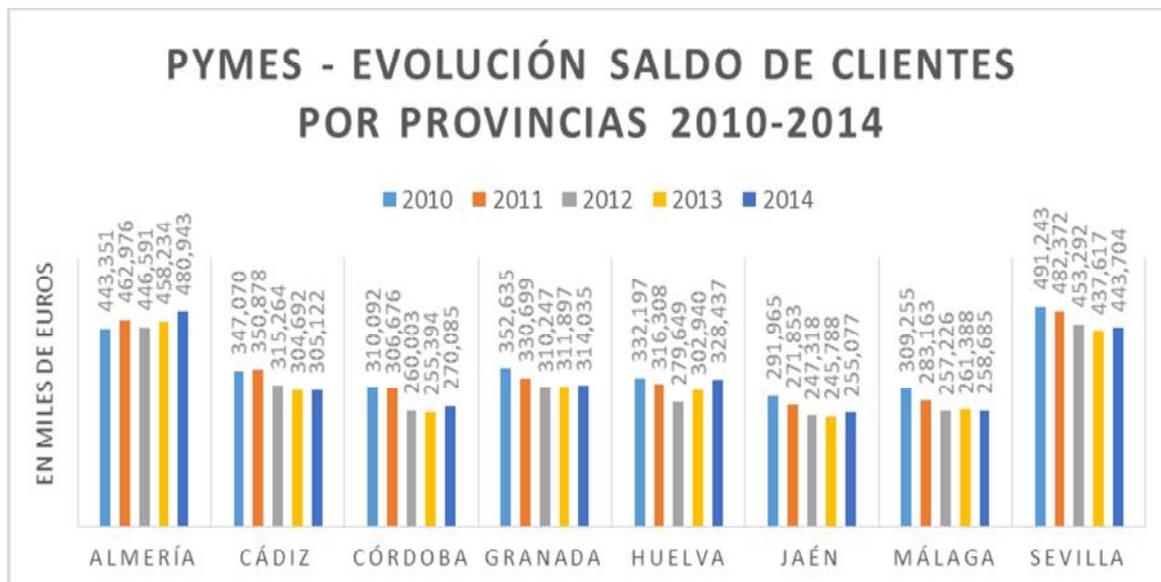


Gráfico 4.1 Evolución Saldo de Clientes por Provincias PYMES 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

La evolución del saldo de clientes por provincias en las grandes empresas, difiere mucho de las PYMES, es muy irregular en cuanto a provincias. La provincia con mayor saldo clientes en los cinco años es Cádiz, con un gran aumento en su último año, casi duplicando la cifra del año anterior. En Cádiz hay cuatro empresas que se adaptasen al criterio de búsqueda, una de ellas es Jose Manuel Pascal Pascal S.A, empresa líder en la sanidad privada en Andalucía, que de 2013 a 2014 cuadruplica su cifra de clientes, y Albacora S.A casi duplica sus clientes en este mismo periodo, por lo que entre estas dos empresas elevan la cifra de 2014.

Las demás provincias no tienen cambios tan drásticos y su cifra de clientes varía de 10.000 a 15.000 miles de euros; exceptuando Córdoba, en la que solo hay dos empresas grandes en la muestra, y sus cifras no son muy altas. Por lo que durante los cinco años de estudio, varía de 200 a 375 miles de euros, siguiendo una tendencia creciente, con un ligero descenso en el último año.

Sevilla es la única provincia con una tendencia decreciente durante los cinco años, en general todas las provincias en 2014 disminuyen las cifras de clientes, menos Cádiz.

Almería tiene muy poca variación, por el contrario Huelva ha ido creciendo hasta tener gran aumento en el año 2013, para en 2014 tomar el comportamiento de las demás provincias y disminuir. Este comportamiento también lo tiene Málaga, pero con un menor crecimiento.

La gráfica de Jaén tiene una forma acampanada, siendo el primer y último año más bajo que los otros tres, siendo 2011 y 2012 sus años con mayor cuenta de clientes.

Hay que destacar, que no aparece un gráfico de las grandes empresas para la provincia de Granada, porque no hay ninguna empresa que se adaptase al criterio seleccionado.

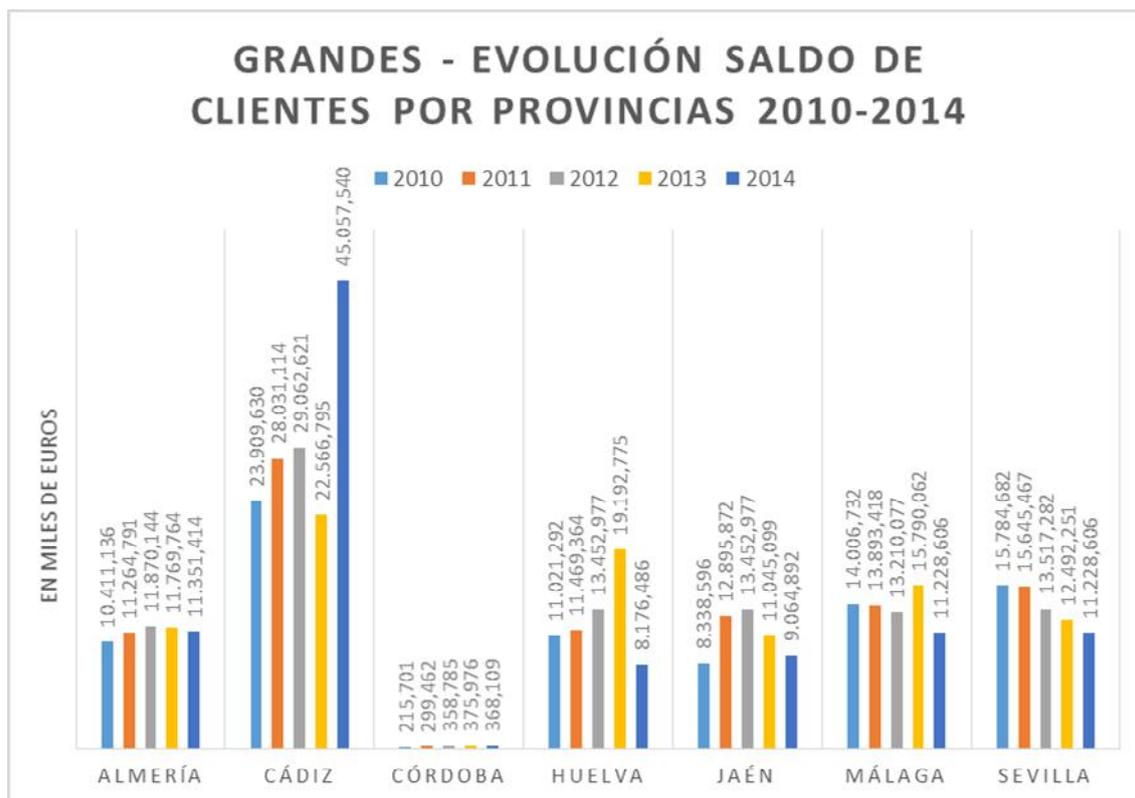


Gráfico 4.2 Evolución Saldo de Clientes por Provincias Grandes 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

Si se hace el análisis según el sector en el que opere, la evolución del saldo de clientes para las PYMES aparece en el gráfico 4.3. No hay grandes cambios en la evolución, ni picos relevantes en las gráficas.

El sector con menos saldo de cliente con diferencia, es el de hostelería, y que disminuye ligeramente durante los años de estudio. Por el contrario, es industria el sector con mayor saldo de clientes, con una tendencia a disminuir, menos el último año que aumenta.

Los demás sectores tienen muy poca variación, tanto agricultura como otros servicios y comercio van aumentando levemente sus cifras de clientes a lo largo de los años. Por el contrario construcción va disminuyendo cada año, pero a un menor ritmo cada año.

En cuanto a las ventas por sector, la mayor cifra media de ventas a lo largo del periodo de estudio es industria, con 2.993 miles de euros, seguido de comercio, con 2.360 miles de euros; y el que menos ventas medias tiene es hostelería con 760 miles de euros, seguido de construcción con 917 miles de euros.



Gráfico 4.3 Evolución Saldo de Clientes por Sectores PYMES 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

Por otro lado, en el gráfico 4.4 vemos la evolución del saldo de clientes por sectores, en las grandes empresas andaluzas. Al igual que en el de PYMES, el sector de industria es el sector con mayor saldo con una tendencia creciente hasta 2013, que en 2014 disminuye. Hostelería vuelve a ser el sector con la cuenta de clientes más baja, con una tendencia decreciente en todos los años del estudio.

Agricultura presenta una tendencia creciente hasta 2012, a partir de esa fecha disminuye hasta casi la mitad en 2013, volviéndose a recuperar para el siguiente año, aunque no a los niveles anteriores. Comercio tiene muy poca variación a lo largo de los años, con excepción de un crecimiento en 2011, para posteriormente en los dos siguientes años bajar, y para 2014 volver a aumentar. En otros servicios, al igual que en el anterior crece en 2011, aunque en el siguiente año disminuye, para volver seguir aumentando en los dos siguientes.

En esta gráfica no aparece el sector de la construcción al no haber ninguna empresa que se adapte a los criterios seleccionados.



Gráfico 4.4 Evolución Saldo de Clientes por Sectores Grandes 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

En cuanto a los ratios de estructura económica por provincias aparecen en la tabla 4.4; interesa conocer la importancia del activo corriente en la empresa por lo que el primer ratio a comentar es el activo corriente entre el activo total. En la mayoría de las PYMES no supera el 50% siendo la media de Andalucía 45%; se muestra en general a lo largo de los cinco años una tendencia decreciente pero no muy pronunciada. En las grandes empresas por otro lado, este ratio es aún más pequeño, siendo la media de 0,32 con una tendencia irregular. Respecto al año de origen aumenta, pero respecto al año anterior disminuye levemente. Hay provincias que resaltar, en caso de PYMES Málaga tiene un ratio superior a la media, con un 65% en el primer año para pasar a 57% en el quinto. Y en las grandes, Cádiz con un promedio de 61% y una tendencia creciente, excepto en el último año.

Dentro del activo circulante una de las partidas con más importancia es el de clientes, por lo que el segundo ratio es clientes entre el total del activo circulante. La proporción de clientes en PYMES se mantiene entre el 40-50%, siendo la media promedio de Andalucía de un 45%, con una tendencia decreciente. Resaltar de nuevo a Málaga que está por debajo de lo normal, aunque con una tendencia creciente de 15-18%. En cuanto a las grandes empresas, es menor el porcentaje que tienen en clientes, que está en torno al 30-32% con muy poca variación. Cabe destacar el porcentaje tan bajo de Córdoba, entre un 2 y 4%. Huelva por el contrario, con una gran cifra de clientes, entre 90-60% con una gran variación en los cinco años, pero con una tendencia descendente bastante pronunciada.

El tercer ratio muestra el peso de la cuenta de clientes entre el total de activo, en PYMES no hay apenas variación, un 13% que en 2012 y 2013 disminuye a un 12%. En cuanto a provincias todas tienen porcentajes similares y ninguna resalta por encima de las demás. En grandes empresas el porcentaje es parecido varía entre un 11-12%, aquí entre provincias ya se produce una desigualdad más pronunciada, por un lado esta Córdoba, que no varía en los cinco años del 1%, y Cádiz con porcentajes superiores y bastante variables, entre un 31-18%, con una tendencia irregular.

Por último, el cuarto ratio estudiado es el fondo de maniobra, que es la parte de activo circulante que está financiado con el pasivo a largo plazo, entre el activo total. En PYMES el promedio andaluz tiene una tendencia decreciente pasando de 26-24%, entre provincias los resultados son parecidos, van desde 19% al 36%. Cada año menos, al igual que el promedio, con una caída más pronunciada en Málaga, que baja del 36% que tenía en 2010 al 23%. En las grandes empresas los resultados promedios son mucho menores y con poca variación, un 8-9%. Por provincias cabe resaltar el caso de Córdoba, en sus ratios son negativos al tener un fondo de maniobra negativo para todo el periodo seleccionado. Por el contrario, Cádiz vuelve a ser la provincia con el mayor ratio entre 25-32% con una tendencia en general decreciente aunque irregular.

| | | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | PROMEDIO | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | PROMEDIO |
|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------|
| | | PYMES | | | | | | GRANDES | | | | | |
| 1. A.C/A.T | ALMERÍA | 0,38 | 0,39 | 0,39 | 0,39 | 0,41 | 0,39 | 0,13 | 0,13 | 0,14 | 0,14 | 0,16 | 0,14 |
| | CÁDIZ | 0,44 | 0,46 | 0,44 | 0,41 | 0,43 | 0,43 | 0,54 | 0,58 | 0,68 | 0,65 | 0,62 | 0,61 |
| | CÓRDOBA | 0,51 | 0,49 | 0,50 | 0,49 | 0,51 | 0,50 | 0,31 | 0,32 | 0,28 | 0,30 | 0,37 | 0,32 |
| | GRANADA | 0,51 | 0,49 | 0,50 | 0,49 | 0,51 | 0,50 | - | - | - | - | - | - |
| | HUELVA | 0,41 | 0,43 | 0,43 | 0,45 | 0,47 | 0,44 | 0,31 | 0,32 | 0,28 | 0,30 | 0,37 | 0,32 |
| | JAÉN | 0,41 | 0,39 | 0,36 | 0,35 | 0,34 | 0,37 | 0,25 | 0,30 | 0,26 | 0,30 | 0,28 | 0,28 |
| | MÁLAGA | 0,65 | 0,63 | 0,55 | 0,52 | 0,52 | 0,57 | 0,24 | 0,25 | 0,27 | 0,27 | 0,26 | 0,26 |
| | SEVILLA | 0,46 | 0,44 | 0,42 | 0,41 | 0,40 | 0,43 | 0,31 | 0,31 | 0,30 | 0,29 | 0,28 | 0,30 |
| ANDALUCÍA | 0,47 | 0,46 | 0,45 | 0,44 | 0,45 | 0,45 | 0,30 | 0,31 | 0,32 | 0,32 | 0,33 | 0,32 | |
| 2. CL/A.C | ALMERÍA | 0,32 | 0,33 | 0,33 | 0,33 | 0,34 | 0,33 | 0,48 | 0,54 | 0,38 | 0,46 | 0,34 | 0,44 |
| | CÁDIZ | 0,31 | 0,30 | 0,29 | 0,29 | 0,27 | 0,29 | 0,43 | 0,44 | 0,33 | 0,27 | 0,50 | 0,39 |
| | CÓRDOBA | 0,23 | 0,25 | 0,22 | 0,23 | 0,23 | 0,23 | 0,02 | 0,03 | 0,04 | 0,04 | 0,03 | 0,03 |
| | GRANADA | 0,28 | 0,27 | 0,25 | 0,26 | 0,27 | 0,27 | - | - | - | - | - | - |
| | HUELVA | 0,37 | 0,34 | 0,29 | 0,31 | 0,32 | 0,32 | 0,91 | 0,89 | 0,85 | 0,70 | 0,64 | 0,80 |
| | JAÉN | 0,43 | 0,43 | 0,43 | 0,44 | 0,45 | 0,43 | 0,44 | 0,59 | 0,51 | 0,59 | 0,51 | 0,53 |
| | MÁLAGA | 0,17 | 0,15 | 0,17 | 0,18 | 0,18 | 0,17 | 0,47 | 0,47 | 0,42 | 0,51 | 0,43 | 0,46 |
| | SEVILLA | 0,29 | 0,29 | 0,29 | 0,28 | 0,29 | 0,29 | 0,48 | 0,50 | 0,48 | 0,47 | 0,50 | 0,49 |
| ANDALUCÍA | 0,30 | 0,29 | 0,28 | 0,29 | 0,29 | 0,29 | 0,46 | 0,49 | 0,43 | 0,43 | 0,42 | 0,45 | |
| 3. CL/A.T | ALMERÍA | 0,12 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,14 | 0,13 | 0,06 | 0,07 | 0,05 | 0,06 | 0,06 | 0,06 |
| | CÁDIZ | 0,14 | 0,14 | 0,13 | 0,12 | 0,12 | 0,13 | 0,23 | 0,25 | 0,22 | 0,18 | 0,31 | 0,24 |
| | CÓRDOBA | 0,12 | 0,12 | 0,11 | 0,11 | 0,11 | 0,12 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 |
| | GRANADA | 0,13 | 0,12 | 0,11 | 0,12 | 0,12 | 0,12 | - | - | - | - | - | - |
| | HUELVA | 0,15 | 0,14 | 0,13 | 0,14 | 0,15 | 0,14 | 0,08 | 0,08 | 0,10 | 0,14 | 0,06 | 0,09 |
| | JAÉN | 0,17 | 0,17 | 0,15 | 0,15 | 0,15 | 0,16 | 0,11 | 0,17 | 0,13 | 0,17 | 0,14 | 0,15 |
| | MÁLAGA | 0,11 | 0,10 | 0,09 | 0,09 | 0,09 | 0,10 | 0,12 | 0,12 | 0,11 | 0,14 | 0,11 | 0,12 |
| | SEVILLA | 0,13 | 0,13 | 0,12 | 0,12 | 0,12 | 0,12 | 0,15 | 0,15 | 0,14 | 0,14 | 0,14 | 0,14 |
| ANDALUCÍA | 0,13 | 0,13 | 0,12 | 0,12 | 0,13 | 0,13 | 0,11 | 0,12 | 0,11 | 0,12 | 0,12 | 0,12 | |
| 4. F.M/A.T | ALMERÍA | 0,22 | 0,23 | 0,23 | 0,22 | 0,23 | 0,23 | 0,04 | 0,06 | 0,04 | 0,06 | 0,05 | 0,05 |
| | CÁDIZ | 0,25 | 0,25 | 0,24 | 0,22 | 0,19 | 0,23 | 0,25 | 0,28 | 0,23 | 0,20 | 0,32 | 0,26 |
| | CÓRDOBA | 0,32 | 0,32 | 0,30 | 0,29 | 0,29 | 0,30 | -0,12 | -0,09 | -0,08 | -0,06 | -0,07 | -0,09 |
| | GRANADA | 0,26 | 0,25 | 0,23 | 0,22 | 0,22 | 0,24 | - | - | - | - | - | - |
| | HUELVA | 0,22 | 0,21 | 0,21 | 0,21 | 0,22 | 0,21 | 0,08 | 0,08 | 0,10 | 0,14 | 0,07 | 0,09 |
| | JAÉN | 0,24 | 0,25 | 0,25 | 0,23 | 0,23 | 0,24 | 0,07 | 0,08 | 0,08 | 0,06 | 0,02 | 0,06 |
| | MÁLAGA | 0,36 | 0,35 | 0,25 | 0,24 | 0,23 | 0,29 | 0,10 | 0,09 | 0,08 | 0,10 | 0,08 | 0,09 |
| | SEVILLA | 0,24 | 0,24 | 0,22 | 0,21 | 0,20 | 0,22 | 0,12 | 0,12 | 0,12 | 0,11 | 0,20 | 0,14 |
| ANDALUCÍA | 0,26 | 0,26 | 0,24 | 0,23 | 0,23 | 0,24 | 0,08 | 0,09 | 0,08 | 0,09 | 0,09 | 0,09 | |

Tabla 4.4 Ratios de Estructura económica para PYMES y grandes empresas 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

4.3 Ratios de estructura financiera

En los ratios de estructura financiera empezaremos viendo el volumen de la financiación concedida por los proveedores, según el tamaño, la provincia y el sector en el que operan.

Empezando con la evolución del saldo de proveedores, en PYMES y por provincias andaluzas, de 2010 a 2015, se puede ver en el gráfico 4.5 que en general tienen valores parecidos, excepto por Sevilla que es un poco más grande que las demás. Las gráficas tienen un aspecto levemente convexo, en los años 2011, 2012 y 2013 sufren una ligera disminución para crecer un poco en el último año.

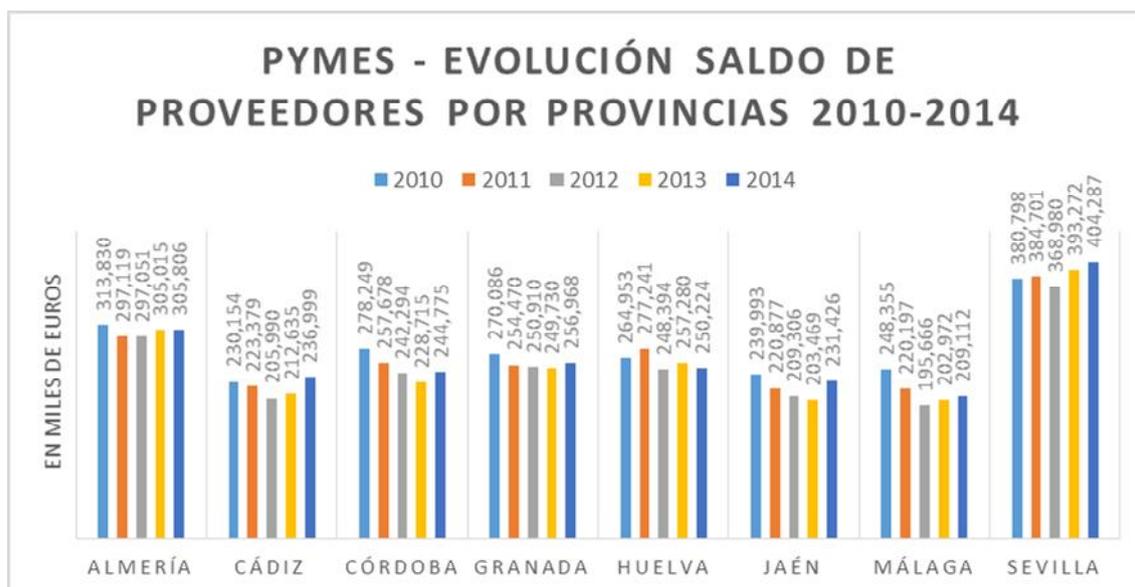


Gráfico 4.5 Evolución Saldo de Proveedores por Provincias PYMES 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

Por otro lado vemos en el gráfico 4.6 la evolución del saldo de proveedores en grandes empresas de 2010 a 2014. En este gráfico se pueden apreciar mejor las diferencias entre las provincias. Los mayores saldos de proveedores están en la provincia de Jaén, que presenta una tendencia creciente los dos primeros años para en el tercero disminuir casi un tercio, pero vuelve a recuperarse en los dos siguientes. La segunda provincia con los valores más grandes es Málaga, que tiene una tendencia creciente hasta 2012, y disminuye en el último año.

La provincia con menor saldo de proveedores es Huelva, que presenta una tendencia creciente hasta 2012, donde empieza a disminuir en los siguientes años. Las otras cuatro provincias tienen resultados parecidos en cuanto al total de la cuenta de proveedores, la tendencia que siguen ya es diferente. Por ejemplo, Sevilla presenta una tendencia decreciente, hasta 2012 donde ya empieza a crecer, pero a un ritmo más lento. Las otras tres provincias Almería, Cádiz y Córdoba son irregulares con subidas y bajadas en sus distintos años, en 2011 empiezan con una disminución del saldo de proveedores, para una posterior subida en el siguiente año, y así todos los años del estudio, excepto Cádiz que los dos últimos años continúa disminuyendo.

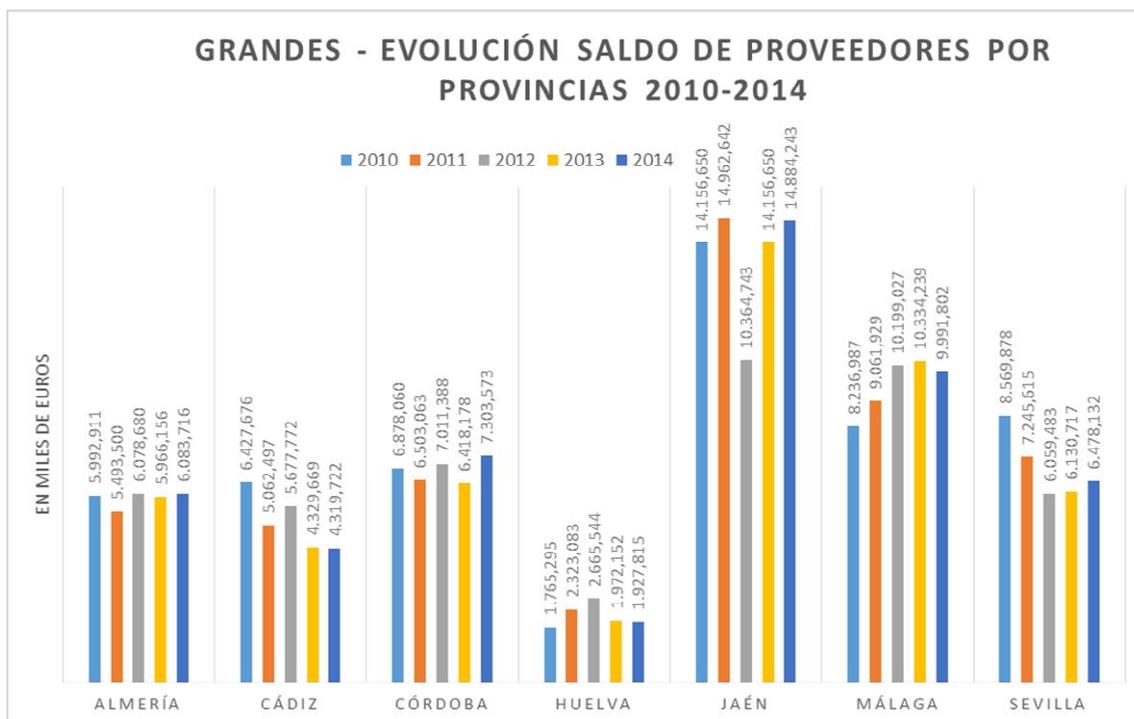


Gráfico 4.6 Evolución Saldo de Proveedores por Provincias Grandes 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

El saldo de proveedores a partir de los sectores de actividad es más uniforme, como se ve en el gráfico 4.7 para las PYMES, presentan poca variación en los años. Pero se puede ver claramente como es el sector de la industria el de mayor saldo, seguido por comercio y construcción. Por el contrario es hostelería quien presenta los saldos de proveedores más bajos. En cuanto a la evolución es irregular en todos los sectores; agricultura, comercio y hostelería apenas presentan cambios en los años del estudio. Construcción y otros servicios tienen una tendencia decreciente en los cinco años, pero no muy acentuada. Por el contrario, industria es creciente en todos sus años excepto en el 2012.



Gráfico 4.7 Evolución Saldo de Proveedores por Sectores PYMES 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

La evolución de saldo de proveedores de grandes empresas por sectores aparece en el gráfico 4.8, donde se hace más notable la diferencia que en el gráfico anterior. Siendo el de mayor volumen el sector del comercio, seguido muy de cerca por otros servicios e industria. Con menor saldo tenemos a agricultura, seguida de hostelería.

En cuanto a la evolución en los proveedores, todos menos otros servicios disminuyen en el segundo año (2011), siendo ya distintos para los siguientes años. Comercio por ejemplo, presenta unas graficas convexas, siendo su año más bajo 2012. Hostelería y agricultura presentan una tendencia decreciente hasta 2013, para en el siguiente año incrementar. La evolución de otros servicios es irregular, un año incrementa y el siguiente disminuye, cosa que también pasa en industria, con la excepción de que en sus dos últimos años disminuye.

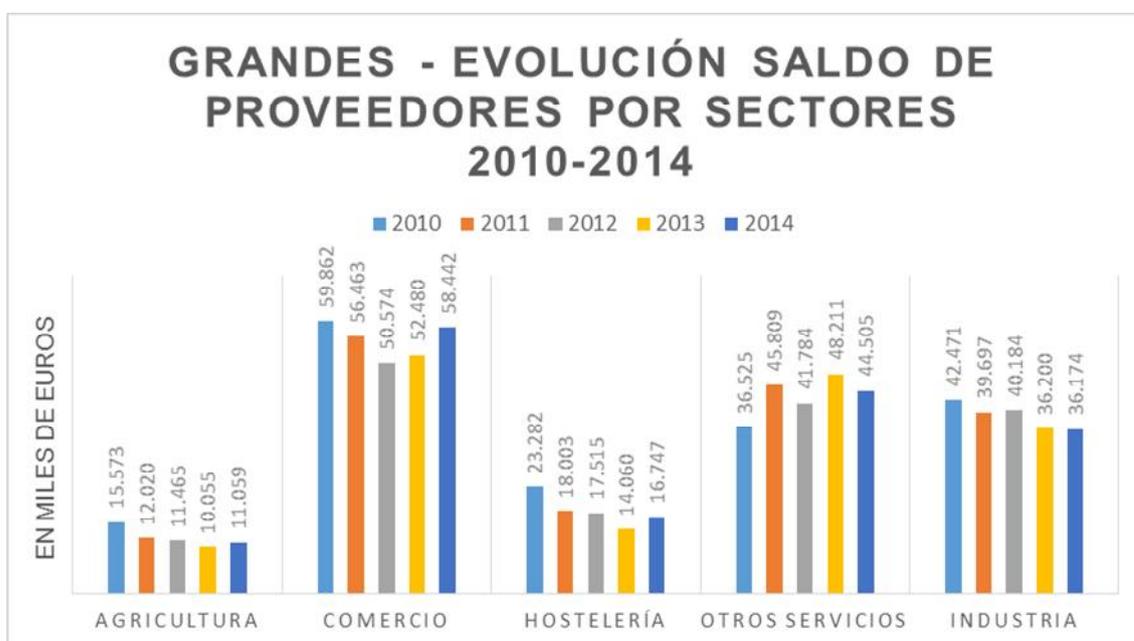


Gráfico 4.8 Evolución Saldo de Proveedores por Sectores Grandes 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

En la tabla 4.5 aparecen los ratios de estructura financiera tanto para grandes empresas como para PYMES. Empezando por el ratio número 5, indica la parte del pasivo líquido que hay pasivo total. En caso de las PYMES solo logra alcanzar el 50% en Cádiz, y rozarlo en Jaén, que se queda en un promedio de 49%. Almería es el que tiene el porcentaje más bajo con menos del 30%. El promedio andaluz sigue una tendencia decreciente hasta 2013, para crecer en 2014 pero sin llegar a sus niveles anteriores. En las grandes empresas este ratio es mayor, con un promedio de 64%. Cabe destacar Jaén, con un ratio extremadamente alto, un 96-97%. Por otro lado esta Almería, con un ratio bastante bajo de un 30%, hasta 2011 que presenta una tendencia creciente, para luego disminuir en los dos siguientes años, y en 2014 volver a crecer a niveles más grandes que al principio. El promedio andaluz es variable, pasa de un 61% al principio a aumentar un 69% en el segundo año, y en los siguientes disminuye para quedarse en 61% los dos últimos años.

El ratio número seis, pasivo líquido menos proveedores, entre el pasivo total nos indica la proporción de financiación a corto plazo con coste explícito del total del pasivo. En PYMES tiene una ligera disminución, pasando de 0,31 a 0,30 de 2010 a 2011, y a 0,29 en 2013, para volver a incrementar en 0,30 en el último año. Se puede decir que se ha reducido, aunque muy levemente. Almería es la provincia con ratios más bajos, con un promedio de 20%. Por otro lado superando el promedio con un 36%, empresas con más deudas a corto plazo, tenemos a Cádiz, Córdoba y Málaga. Las grandes empresas no se alejan tanto del promedio de PYMES como ocurre con otros ratios, con un 40%, mantiene una tendencia creciente hasta 2012 en donde empieza a disminuir hasta el último año con un 35%. Cabe resaltar a Almería con un ratio muy por debajo, entre el 4-6%, por el contrario Málaga sigue en general una tendencia creciente.

El siguiente ratio es el de proveedores entre pasivo total, muestra la importancia relativa de la financiación sin coste explícito del total de recursos empleados. El promedio andaluz para PYMES es del 13%, con muy poca variación en los cinco años, bastante parecido en todas las provincias, siendo un poco más baja en Almería y Málaga con un 9%. En las grandes empresas el promedio está en 22%, con una tendencia decreciente, volviéndose a recuperar en 2013, para terminar en 2014 con un 23%. Vemos como la financiación sin coste explícito es mayor en grandes empresas que en PYMES, que puede ser debido a que tienen mayor poder en el mercado y los proveedores se fían más de estas que de las PYMES.

El octavo, proveedores entre el pasivo líquido, muestra la financiación sin coste explícito entre los recursos a corto plazo. En PYMES hay muy poca variación, se mantiene hasta 2012, donde los siguientes dos años aumenta al 31%. La única provincia a destacar es Málaga, con cifras más bajas que las demás, con un promedio de 20%. En las grandes se obtiene una cifra muy parecida a la de PYMES, un 31% con una tendencia decreciente, exceptuando el último año, que aumenta. Resaltar a Huelva con ratios muy bajos, de 2-4%. Al observar el ratio 6, se ve como es mayor, por lo que las empresas han aumentado la financiación con intereses explícitos.

El siguiente ratio es el activo menos pasivo entre el activo. El promedio andaluz para PYMES es del 30% con una tendencia creciente en todos sus años. Las demás provincias tienen cifras parecidas, Almería un poco más baja que las demás, con un 17%. En las grandes empresas un promedio de 52%, mucho mayor que las PYMES, con una tendencia decreciente en los cinco años de estudio. Destaca Huelva con ratios superiores a la media, con un 64%, aunque mantiene en general la tendencia a disminuir.

El último ratio es el de pasivo total, entre el total de activo. Empezando por las PYMES, tenemos que el promedio obtenido de los años de la muestra es del 70%, con una tendencia decreciente en todos sus años. Cádiz es la que presenta valores más bajos con tendencias decrecientes hasta 2013, para aumentar en el último año. Por otro lado, la mayor esta en Almería, que se mantiene en 82-84%. En las grandes, el promedio disminuye hasta un 47% con una tendencia creciente en todos los años. Todas las provincias tienen cifras parecidas, destacamos a Jaén que es un poco más baja que las demás con un promedio de 36%, y con una tendencia creciente.

| | | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | PROMEDIO | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | PROMEDIO |
|------------------|------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | | PYMES | | | | | | GRANDES | | | | | |
| 5. P.L/P.T | ALMERÍA | 0,30 | 0,28 | 0,27 | 0,29 | 0,30 | 0,29 | 0,30 | 0,33 | 0,27 | 0,27 | 0,35 | 0,30 |
| | CÁDIZ | 0,52 | 0,52 | 0,49 | 0,49 | 0,47 | 0,50 | 0,53 | 0,56 | 0,67 | 0,71 | 0,50 | 0,59 |
| | CÓRDOBA | 0,49 | 0,44 | 0,46 | 0,50 | 0,52 | 0,48 | 0,84 | 0,82 | 0,68 | 0,71 | 0,76 | 0,76 |
| | GRANADA | 0,40 | 0,41 | 0,41 | 0,40 | 0,43 | 0,41 | - | - | - | - | - | - |
| | HUELVA | 0,40 | 0,39 | 0,39 | 0,37 | 0,36 | 0,38 | 0,35 | 0,66 | 0,61 | 0,29 | 0,26 | 0,44 |
| | JAÉN | 0,51 | 0,48 | 0,49 | 0,48 | 0,50 | 0,49 | 0,96 | 0,97 | 0,96 | 0,96 | 0,97 | 0,96 |
| | MÁLAGA | 0,43 | 0,48 | 0,46 | 0,44 | 0,45 | 0,45 | 0,65 | 0,86 | 0,78 | 0,75 | 0,79 | 0,77 |
| | SEVILLA | 0,42 | 0,40 | 0,39 | 0,41 | 0,41 | 0,41 | 0,62 | 0,62 | 0,67 | 0,62 | 0,62 | 0,63 |
| | ANDALUCÍA | 0,44 | 0,43 | 0,42 | 0,42 | 0,43 | 0,43 | 0,61 | 0,69 | 0,66 | 0,61 | 0,61 | 0,64 |
| 6. (P.L-PRO)/P | ALMERÍA | 0,20 | 0,19 | 0,18 | 0,19 | 0,21 | 0,20 | 0,04 | 0,06 | 0,04 | 0,06 | 0,05 | 0,05 |
| | CÁDIZ | 0,40 | 0,40 | 0,37 | 0,35 | 0,31 | 0,36 | 0,41 | 0,46 | 0,57 | 0,63 | 0,42 | 0,50 |
| | CÓRDOBA | 0,37 | 0,32 | 0,33 | 0,37 | 0,39 | 0,36 | 0,26 | 0,32 | 0,23 | 0,31 | 0,31 | 0,29 |
| | GRANADA | 0,27 | 0,28 | 0,28 | 0,27 | 0,28 | 0,28 | - | - | - | - | - | - |
| | HUELVA | 0,25 | 0,24 | 0,25 | 0,21 | 0,22 | 0,24 | 0,35 | 0,65 | 0,60 | 0,28 | 0,25 | 0,43 |
| | JAÉN | 0,33 | 0,31 | 0,32 | 0,32 | 0,32 | 0,32 | 0,58 | 0,48 | 0,57 | 0,42 | 0,40 | 0,49 |
| | MÁLAGA | 0,33 | 0,39 | 0,37 | 0,35 | 0,36 | 0,36 | 0,49 | 0,69 | 0,61 | 0,58 | 0,63 | 0,60 |
| | SEVILLA | 0,29 | 0,28 | 0,27 | 0,29 | 0,28 | 0,28 | 0,38 | 0,42 | 0,47 | 0,42 | 0,42 | 0,42 |
| | ANDALUCÍA | 0,31 | 0,30 | 0,30 | 0,29 | 0,30 | 0,30 | 0,36 | 0,44 | 0,44 | 0,39 | 0,35 | 0,40 |
| 7. PRO/P.T | ALMERÍA | 0,10 | 0,09 | 0,09 | 0,10 | 0,10 | 0,09 | 0,10 | 0,08 | 0,09 | 0,08 | 0,10 | 0,09 |
| | CÁDIZ | 0,12 | 0,12 | 0,12 | 0,13 | 0,16 | 0,13 | 0,11 | 0,10 | 0,09 | 0,08 | 0,08 | 0,09 |
| | CÓRDOBA | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,58 | 0,50 | 0,45 | 0,39 | 0,45 | 0,47 |
| | GRANADA | 0,14 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,15 | 0,13 | - | - | - | - | - | - |
| | HUELVA | 0,15 | 0,15 | 0,14 | 0,15 | 0,14 | 0,15 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 | 0,01 |
| | JAÉN | 0,18 | 0,18 | 0,17 | 0,16 | 0,18 | 0,18 | 0,38 | 0,48 | 0,39 | 0,54 | 0,58 | 0,47 |
| | MÁLAGA | 0,10 | 0,09 | 0,08 | 0,09 | 0,09 | 0,09 | 0,16 | 0,17 | 0,17 | 0,17 | 0,16 | 0,17 |
| | SEVILLA | 0,13 | 0,13 | 0,12 | 0,12 | 0,12 | 0,12 | 0,25 | 0,19 | 0,19 | 0,20 | 0,21 | 0,21 |
| | ANDALUCÍA | 0,13 | 0,13 | 0,12 | 0,13 | 0,13 | 0,13 | 0,23 | 0,22 | 0,20 | 0,21 | 0,23 | 0,22 |
| 8. PRO/P.L | ALMERÍA | 0,33 | 0,32 | 0,33 | 0,34 | 0,31 | 0,33 | 0,33 | 0,26 | 0,35 | 0,31 | 0,27 | 0,30 |
| | CÁDIZ | 0,24 | 0,24 | 0,25 | 0,28 | 0,33 | 0,27 | 0,22 | 0,18 | 0,14 | 0,11 | 0,16 | 0,16 |
| | CÓRDOBA | 0,25 | 0,28 | 0,28 | 0,26 | 0,25 | 0,27 | 0,69 | 0,61 | 0,66 | 0,56 | 0,59 | 0,62 |
| | GRANADA | 0,34 | 0,32 | 0,32 | 0,32 | 0,34 | 0,33 | - | - | - | - | - | - |
| | HUELVA | 0,37 | 0,39 | 0,36 | 0,42 | 0,39 | 0,39 | 0,03 | 0,02 | 0,02 | 0,03 | 0,04 | 0,03 |
| | JAÉN | 0,35 | 0,37 | 0,35 | 0,34 | 0,36 | 0,35 | 0,39 | 0,50 | 0,41 | 0,56 | 0,59 | 0,49 |
| | MÁLAGA | 0,23 | 0,18 | 0,18 | 0,21 | 0,20 | 0,20 | 0,24 | 0,20 | 0,22 | 0,23 | 0,21 | 0,22 |
| | SEVILLA | 0,31 | 0,31 | 0,31 | 0,30 | 0,30 | 0,31 | 0,39 | 0,31 | 0,29 | 0,32 | 0,33 | 0,33 |
| | ANDALUCÍA | 0,30 | 0,30 | 0,30 | 0,31 | 0,31 | 0,30 | 0,33 | 0,30 | 0,30 | 0,30 | 0,31 | 0,31 |
| 9. (A.T-P.T)/A.T | ALMERÍA | 0,17 | 0,18 | 0,17 | 0,16 | 0,17 | 0,17 | 0,45 | 0,44 | 0,46 | 0,44 | 0,42 | 0,44 |
| | CÁDIZ | 0,43 | 0,44 | 0,46 | 0,47 | 0,45 | 0,45 | 0,51 | 0,53 | 0,50 | 0,52 | 0,55 | 0,52 |
| | CÓRDOBA | 0,24 | 0,26 | 0,25 | 0,27 | 0,28 | 0,26 | 0,58 | 0,50 | 0,45 | 0,39 | 0,45 | 0,47 |
| | GRANADA | 0,32 | 0,32 | 0,34 | 0,35 | 0,37 | 0,34 | - | - | - | - | - | - |
| | HUELVA | 0,26 | 0,27 | 0,30 | 0,30 | 0,30 | 0,28 | 0,48 | 0,45 | 0,47 | 0,46 | 0,47 | 0,47 |
| | JAÉN | 0,32 | 0,34 | 0,35 | 0,36 | 0,36 | 0,35 | 0,66 | 0,63 | 0,67 | 0,64 | 0,62 | 0,64 |
| | MÁLAGA | 0,23 | 0,25 | 0,26 | 0,26 | 0,25 | 0,25 | 0,57 | 0,56 | 0,48 | 0,47 | 0,47 | 0,51 |
| | SEVILLA | 0,30 | 0,31 | 0,30 | 0,32 | 0,33 | 0,31 | 0,57 | 0,55 | 0,61 | 0,62 | 0,58 | 0,59 |
| | ANDALUCÍA | 0,28 | 0,30 | 0,30 | 0,31 | 0,31 | 0,30 | 0,55 | 0,52 | 0,52 | 0,51 | 0,51 | 0,52 |
| 10. P.T/A.T | ALMERÍA | 0,83 | 0,82 | 0,83 | 0,84 | 0,83 | 0,83 | 0,55 | 0,56 | 0,54 | 0,56 | 0,58 | 0,56 |
| | CÁDIZ | 0,57 | 0,56 | 0,54 | 0,53 | 0,55 | 0,55 | 0,49 | 0,47 | 0,50 | 0,48 | 0,45 | 0,48 |
| | CÓRDOBA | 0,76 | 0,74 | 0,75 | 0,73 | 0,72 | 0,74 | 0,42 | 0,43 | 0,47 | 0,48 | 0,46 | 0,45 |
| | GRANADA | 0,68 | 0,68 | 0,66 | 0,65 | 0,63 | 0,66 | - | - | - | - | - | - |
| | HUELVA | 0,74 | 0,73 | 0,70 | 0,70 | 0,70 | 0,72 | 0,52 | 0,55 | 0,53 | 0,54 | 0,53 | 0,53 |
| | JAÉN | 0,68 | 0,66 | 0,65 | 0,64 | 0,64 | 0,65 | 0,34 | 0,37 | 0,33 | 0,36 | 0,38 | 0,36 |
| | MÁLAGA | 0,77 | 0,75 | 0,74 | 0,74 | 0,75 | 0,75 | 0,43 | 0,44 | 0,52 | 0,53 | 0,53 | 0,49 |
| | SEVILLA | 0,70 | 0,69 | 0,70 | 0,68 | 0,67 | 0,69 | 0,43 | 0,45 | 0,39 | 0,38 | 0,42 | 0,41 |
| | ANDALUCÍA | 0,72 | 0,70 | 0,70 | 0,69 | 0,69 | 0,70 | 0,45 | 0,47 | 0,47 | 0,47 | 0,48 | 0,47 |

Tabla 4.5 Ratios de Estructura Financiera para PYMES y Grandes empresas 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

4.4 Período medio de cobro a clientes y de pago a proveedores

Los periodos medios tanto de cobro como de pago, anuales a final de año, han sido obtenidos a partir de los datos proporcionados por SABI, a partir de los criterios de búsqueda anteriormente expuestos. Hemos obtenido tanto los de PYMES como grandes empresas, pero solo se va a comentar los de las PYMES ya que no hay datos suficientes de las grandes que den resultados claros. De igual manera, en el anexo se adjuntan las tablas de los periodos medios tanto de PYMES como de las grandes empresas.

Empezando por los periodos medios de cobro, que son los días que transcurren hasta que la empresa recibe el pago por parte del cliente. En el gráfico 4.9, se ve la evolución por provincias de 2010 a 2014, Cádiz sobresale siendo en la que tarda más el cobro, una media de 78 días. Sobrepasando el límite que establece la normativa de 60 días, aunque hay que decir que tiene una tendencia decreciente, ya que llegó a su

punto más alto en 2012, con 83 días. También superan la normativa Almería y Huelva; esta última es la siguiente en tener los plazos más largos con una media de 68 días. Y al contrario que Cádiz, Huelva tiene una tendencia creciente desde el principio. Almería por su parte la supera por solo 2 días.

Las demás provincias están por debajo de los 60 días, y la que menos tarda en cobrar es Córdoba, con una media de 46 días, decreciendo en los últimos años.

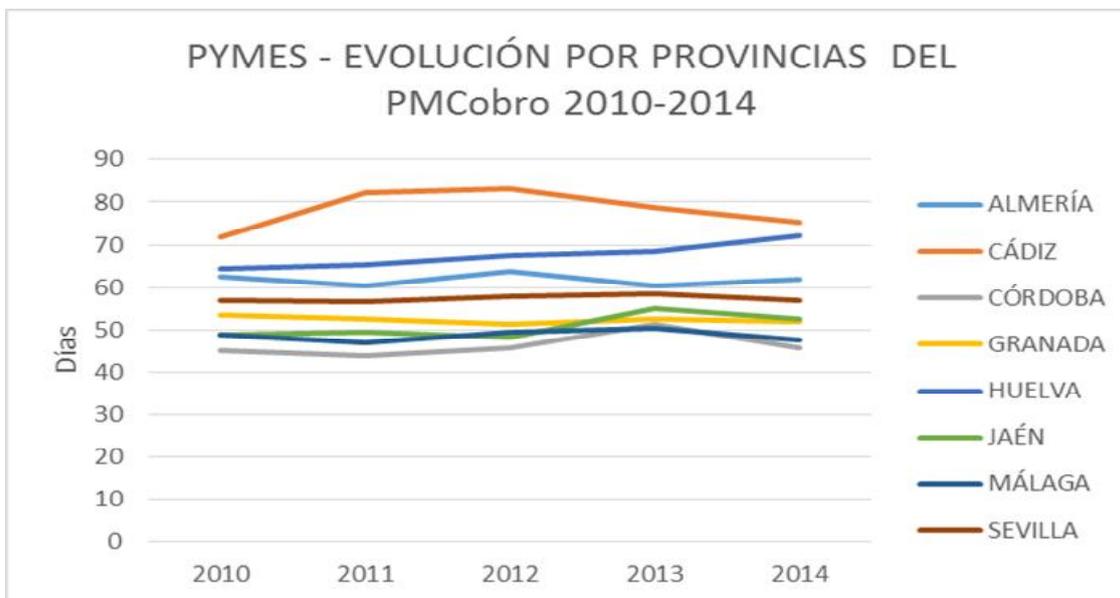


Gráfico 4.9 Evolución del Periodo medio de cobro por provincias y PYMES 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

En el gráfico 4.10 vemos los periodos medio de cobro PYMES por sectores, están mucho más diferenciados que los de provincias, hay un claro vencedor en alargar más el cobro, el sector de la construcción; seguido de industria y agricultura. Estos sectores requieren mayor tiempo para que sus clientes le paguen, sobretudo en construcción e industria, que suelen ser proyectos a más largo plazo. Por el contrario tenemos a hostelería que tarda menos en cobrar, debido a que la mayoría son empresas de servicios en las que se paga al contado.

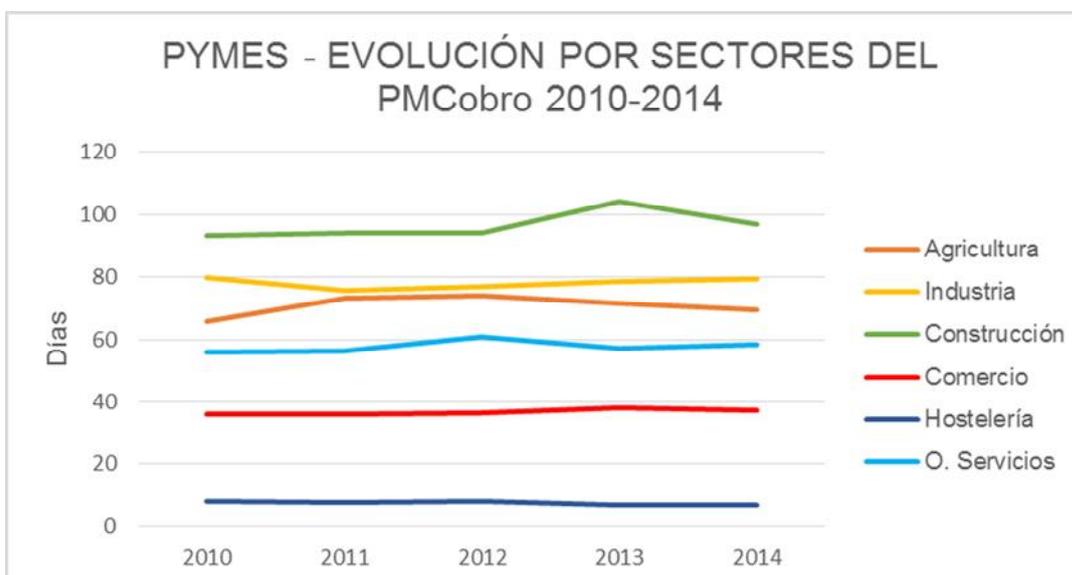


Gráfico 4.10 Evolución del Periodo medio de cobro por sectores y PYMES 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

El periodo medio de pago indica el tiempo en días que tarda una empresa en hacer el pago a sus proveedores. En el gráfico 4.11 aparece el plazo de pago por provincias, que es bastante parecido en todas. Siendo mayor en Cádiz, al igual que pasaba en los plazos de cobro, tarda en pagar una media de 37 días. Y la que menos es Málaga con una media de 22 días; por lo que es Málaga la provincia con cifras más desfavorables, al tener que hacer frente a los pagos en menos tiempo. Las demás provincias se mantienen con niveles parecidos entre 32 y 25 días.

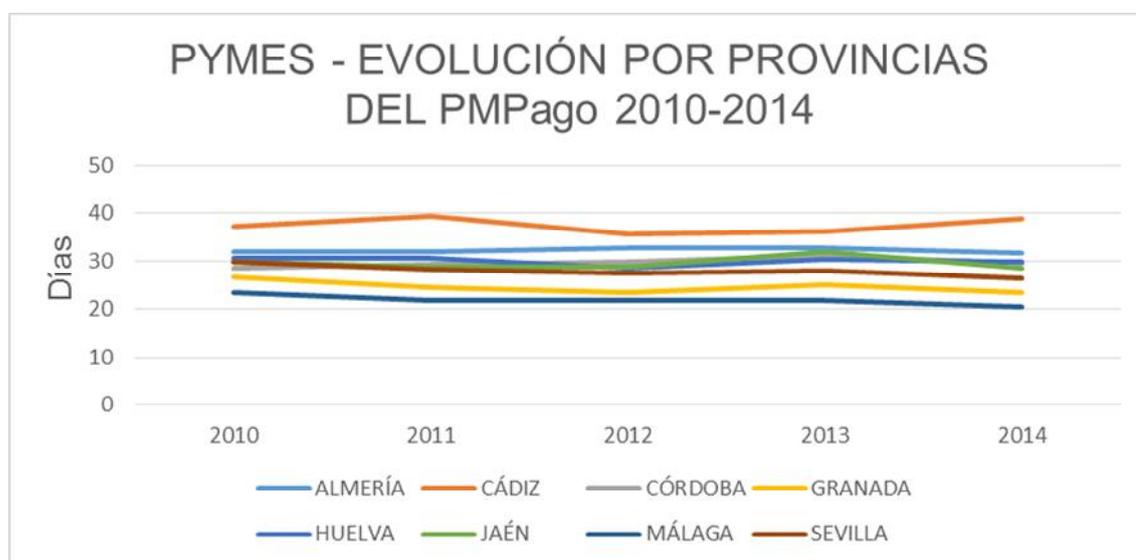


Gráfico 4.11 Evolución del Periodo medio de pago por provincias y PYMES 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

Según el sector al que pertenezcan, en el gráfico 4.12 se ve como los sectores se dividen en dos. Los que tardan más en pagar, estando comercio en primer lugar, con una media de 49 días, siendo la media de Andalucía de 29 días. Seguido por construcción, agricultura e industria. Por otro lado, las dos que pagan más rápido son el sector de otros servicios que abarca empresas que se dedican a las telecomunicaciones, de servicios de información y educación entre otras, en las que se paga en una media de 1 día. Y hostelería con 12 días de media.

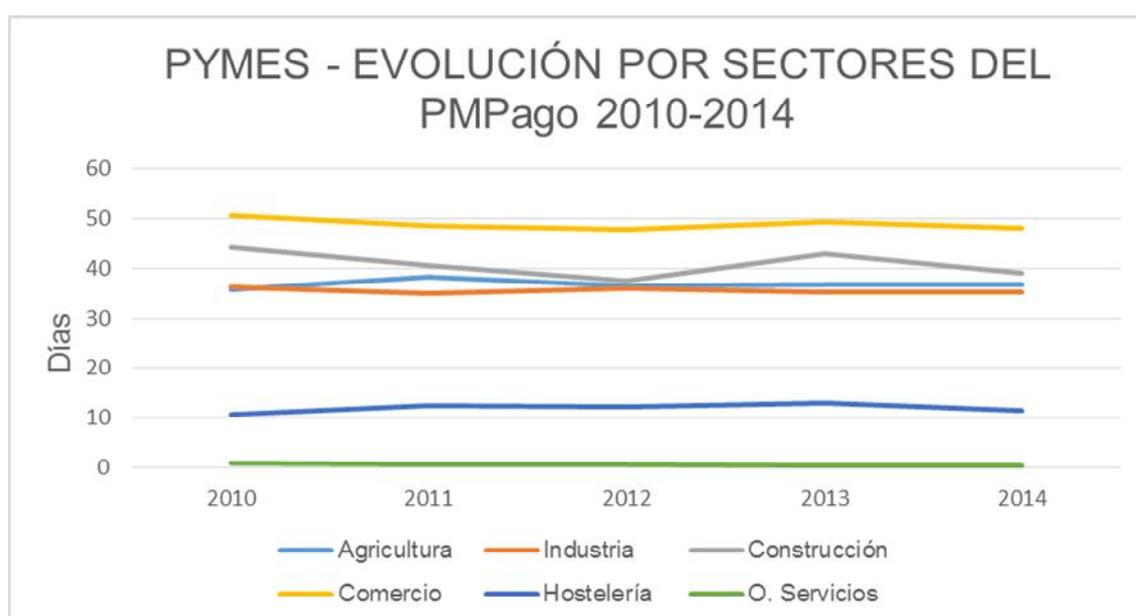


Gráfico 4.12 Evolución del Periodo medio de pago por sectores y PYMES 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

La financiación comercial neta aparece en las empresas al restarle al periodo medio de cobro el de pago. La situación sería desfavorable cuando sea negativa, la empresa tendrá que pagar antes de poder cobrar, por lo que tiene que tener dinero disponible para hacer efectivo el pago. Si la cifra es positiva la empresa puede pagar sus deudas con el dinero que ha recibido de sus clientes, por lo que no habría problemas de liquidez.

La que hemos obtenido en el estudio de las empresas andaluzas aparece en el anexo final, calculados como se ha dicho anteriormente, los días de cobro menos los de pago. En Andalucía no hay ninguna provincia que cobre antes de pagar, por lo que en todas es negativo. La tendencia ha sido ser más negativa hasta 2012, y a partir de ahí se ha mantenido, aunque desfavorable, podría ser peor y haber seguido aumentando. Córdoba, aunque tiene una cifra negativa, es la más baja de todas las provincias, con un promedio de menos 17 días, frente a la media que está en menos 29. Por el lado contrario tenemos a Cádiz, con -41 días de promedio, en 2010 empieza aumentando, hasta 2012 en el que llega a colocarse en su cifra más alta, -48 días. A partir de ahí empieza a decrecer, hasta colocarse en 2014 con menos 37 días.

Por sectores, aunque la mayoría aparezca con cifras negativas, hay un par en los que se cobra antes de pagar, que son comercio y hostelería. Siendo superior comercio, con 12 días, que hostelería con 5. Comercio empieza a disminuir hasta 2012, donde se mantiene hasta 2014 con 11 días. La evolución de hostelería es más positiva, con una tendencia decreciente que cae en 2012 y 2014, pero por poco. El sector con la mayor cifra negativa es otros servicios con -57 días, seguido muy de cerca por construcción con -56 días. Otros servicios tiene una tendencia creciente hasta 2012, disminuye en 2013, para el último año volver a crecer. Construcción crece hasta 2013 y disminuye para 2014.

En términos globales podemos concluir que, aunque en los primeros años 2011-2012 se ve un gran deterioro de la financiación comercial neta, resultado directo de los años más cercanos a la crisis financiera. En los últimos años esta situación ha pasado de un escenario nefasto, a reducirse un poco, y en algunos casos mantenerse, que es más positivo a que siga aumentando. El sector que tarda más en disminuir su financiación corriente es construcción, que hasta 2013 no desciende.

Poniendo los plazos de pago y cobros medios de Andalucía en una sola gráfica, obtenemos como resultado la gráfica 4.13, el promedio andaluz de cobro está en 58 días, mientras que el de pago está en 29 días, es en este periodo de tiempo de diferencia donde se origina el crédito comercial. Por lo que la financiación corriente promedio sería de -29 días. Que quiere decir que de media las empresas andaluzas tienen que pagar 29 días antes de que a ellas les paguen. Por lo que deben disponer de ese dinero para hacer efectivo el pago, perdiendo el coste de oportunidad derivado de no poder utilizarlo para otros fines. Esto en el caso favorable de que tuviese el dinero, en caso de que tuviera problemas de liquidez no podrá hacer frente al pago, poniendo en riesgo su supervivencia como empresa. Esto es el día a día de todas las empresas, sobre todo PYMES, que al ser empresas pequeñas no consiguen la confianza suficiente para que les aplacen el pago. En época de crisis financiera y con los altos periodos cobro, muchas empresas no consiguieron financiación suficiente, viéndose obligadas a cerrar sus negocios.

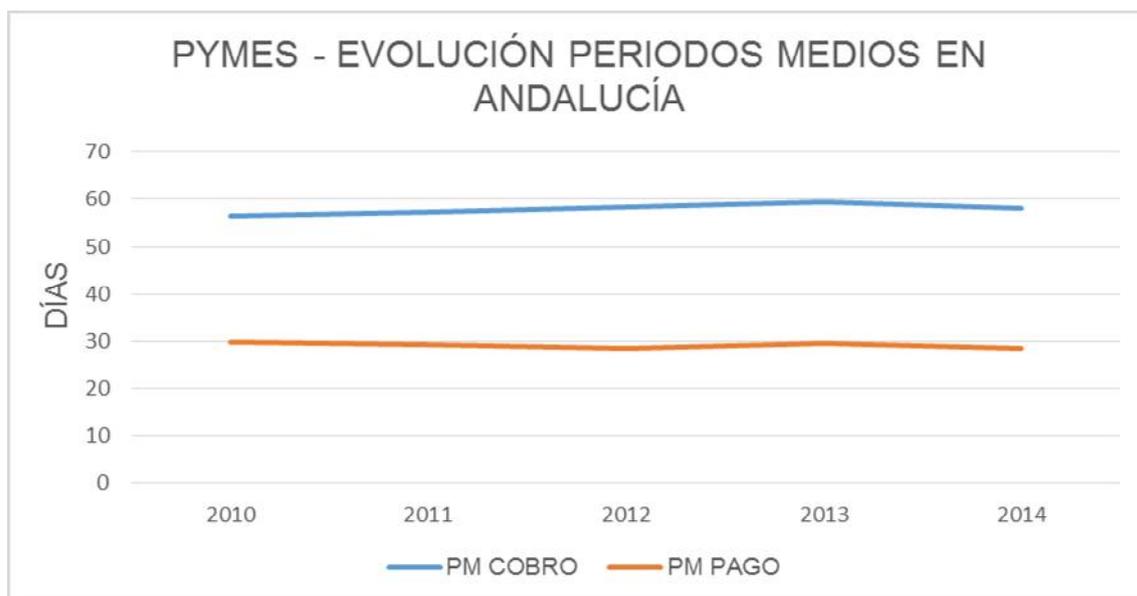


Gráfico 4.13 Evolución de los Periodos medio de cobro y pago promedios en Andalucía para PYMES de 2010-2014

Fuente: Elaboración propia a partir de SABI

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

5.1 CONCLUSIONES

Con este trabajo se ha pretendido cumplir con el objetivo central que nos planteamos al comienzo, que era realizar un análisis de la evolución de los créditos comerciales en las empresas andaluzas.

Las principales conclusiones que podemos extraer son:

Con este trabajo se ha pretendido cumplir con el objetivo central que nos planteamos al comienzo, que era realizar un análisis de la evolución de los créditos comerciales en las empresas andaluzas.

Las principales conclusiones que podemos extraer son:

- La figura del crédito comercial, tanto desde el punto de vista del funcionamiento comercial como para el proceso de financiación empresarial, es muy importante para todas las empresas. Una buena administración del crédito a clientes, sobretudo en épocas de crisis, tendría efectos positivos sobre la liquidez y riesgo de la empresa.
- En cuanto la legislación sobre los plazos de pago a proveedores, la normativa española ha ido endureciéndose para evitar las prácticas abusivas entre empresas, siguiendo las directrices que dictaba la Unión Europea. Aún con las últimas modificaciones, queda un largo camino para que los plazos medios españoles se adapten a los europeos. Según el informe de Intrum Justitia, España sigue estando entre los tres países con mayores plazos de pago (55 días, el plazo medio pactado en 2015, frente a los 20 días o menos de Alemania y Lituania).
- A partir de la información obtenida de la base de datos SABI, se ha comprobado que el número de PYMES en el total de empresas de las muestras que se han tomado para el estudio es superior al 99%, tanto en España (99,63%) como en Andalucía (99,69%). Además, el sector con mayor número de empresas es el de comercio, tanto en el total de empresas españolas (41%) como en el total de las de Andalucía (42,87%). El estudio se ha centrado fundamentalmente en PYMES al no disponer de datos suficientes para las grandes.
- Por provincias algunas conclusiones de las PYMES que se extraen del estudio son:
 - En todas las provincias, los mayores saldos de la cuenta de clientes se dan en los años 2010 y 2011, disminuyendo en los dos siguientes años y volviendo a aumentar en 2014 a un menor ritmo. La provincia con mayor saldo medio de clientes es Sevilla, con 461,646 miles de euros, y la de menor saldo es Jaén, con 262,4 miles de euros.
 - En todas las provincias, excepto en Almería, las ventas anuales van siendo menores hasta el año 2013. Ya en 2014 la tendencia se invierte. La provincia con mayores ventas medias a lo largo del periodo de estudio es Huelva, con 1.985 miles de euros, seguida de Sevilla con 1.786 miles de euros; y la que menor cifra alcanza es Jaén con 927 miles de euros, seguida de Córdoba, con 1.091 miles de euros.

- En cuanto a la financiación concedida por los proveedores, la evolución tiene un aspecto convexo, hay una disminución generalizada en los años 2011, 2012 y 2013, y vuelve a crecer en 2014. Sevilla es también la provincia con más saldo medio de proveedores, 386,408 miles de euros, y Málaga la de menor saldo, con 215,260 miles de euros.
- Sólo en tres provincias andaluzas la importancia del activo corriente sobre el activo total se sitúa en el 50% o más (Córdoba, Granada y Málaga).
- La evolución decreciente del porcentaje del fondo de maniobra respecto al activo total sugiere una menor proporción de su activo corriente financiado con recursos a largo plazo. Destacan Cádiz y Málaga con un descenso más acusado; se mueven en el intervalo 25%-19% y 36%-23%, respectivamente.
- La provincia que emplea mayor proporción de pasivo a corto plazo es Cádiz, con un 50% del total del pasivo y una tendencia decreciente a lo largo del periodo de análisis, seguida de Almería, con un 29%, y tendencia decreciente hasta 2013, volviendo a crecer en 2014.
- Respecto al promedio del uso de la financiación con coste explícito, créditos a corto plazo, destacan Málaga, Córdoba y Cádiz con un 36%. En Málaga y Córdoba, con una tendencia creciente a lo largo del periodo de estudio; y en Cádiz con una tendencia decreciente.
- Por sectores, algunas conclusiones que se extraen para las PYMES son:
 - El saldo medio de clientes es claramente mayor en el sector industrial, con 4.974 miles de euros. El que menos saldo tiene es el de hostelería, con un saldo medio de clientes de 571 miles de euros.
 - El sector que tiene mayor cifra media de ventas a lo largo del periodo de estudio es industria, con 2.993 miles de euros, seguido de comercio, con 2.360 miles de euros; y el que menos ventas medias tiene es hostelería con 760 miles de euros, seguido de construcción con 917 miles de euros.
 - El saldo medio de proveedores vuelve a ser mayor en el sector de industria, con 3.530 miles de euros; y el que menos vuelve a ser hostelería, con un saldo medio de proveedores de 571 miles de euros.
- En cuanto a los periodos medios de cobro, es Cádiz quien obtiene los mayores plazos medios de cobro (78 días), sobrepasando el límite que establece la normativa de 60 días, aunque hay que decir que tiene una tendencia decreciente, ya que llegó a su punto más alto en 2012, con 83 días. También superan la normativa Almería y Huelva; esta última es la siguiente en tener los plazos más largos con una media de 68 días. La provincia que obtiene menor plazo es Córdoba, con 46 días. Por sectores, el sector de la construcción destaca con un periodo medio de cobro a clientes de 97 días, seguido de industria (78 días) y agricultura (71 días); frente al de hostelería, con un plazo medio de cobro de 7 días.
- Y respecto a los plazos medios de pago a proveedores, es Málaga la que consigue menor plazo medio, con 22 días y Cádiz, la que obtiene mayor plazo medio con 37 días. Según el sector, el que tarda más en pagar es comercio con una media de 49 días, siendo la media de Andalucía de 29 días. Seguido por construcción (41 días), agricultura (37 días) e industria (36 días). Por otro lado, las dos que pagan más rápido son el sector de otros servicios (1 día) y hostelería con 12 días de media.

- La financiación comercial neta, expresada como el periodo medio de pago menos el periodo medio de cobro, es desfavorable en todas las provincias andaluzas, al ser negativa. Además, la tendencia a lo largo del periodo analizado ha ido empeorando hasta 2012, y manteniéndose a partir de entonces. Hay que señalar que Córdoba es la provincia con mejor situación, con un promedio de -17 días, frente a la media andaluza que está en -29 días. Por el lado contrario tenemos a Cádiz con -41 días de promedio. Por sectores, en comercio y hostelería se obtiene una cifra positiva, siendo superior comercio, con 12 días, que hostelería con 5 días. El sector con la peor cifra es otros servicios con -57 días, seguido muy de cerca por construcción con -56 días.
- En términos globales podemos concluir que, aunque en los primeros años 2011-2012 se ve un gran deterioro de la financiación comercial neta, resultado directo de los años más cercanos a la crisis financiera. En los últimos años esta situación ha pasado de un escenario nefasto, a reducirse un poco, y en algunos casos mantenerse.
- Podemos concluir que en general en las empresas andaluzas el promedio de plazo de cobro está en 58 días, mientras que el de pago está en 29 días y que es en este periodo de tiempo de diferencia donde deben disponer de recursos financieros para hacer efectivo el pago, perdiendo el coste de oportunidad derivado de no poder utilizarlo para otros fines. En caso de que tuviera problemas de liquidez no podrá hacer frente al pago, poniendo en riesgo su supervivencia como empresa. Esto es el día a día de todas las empresas, sobre todo PYMES.

Bibliografía

- Brachfield, P. (n.d.). Informe sobre la morosidad del crédito comercial en España.
- Calvo Pedro. (2015). Las empresas reducen el crédito comercial a la mitad durante la crisis. Retrieved May 17, 2016, from http://www.elconfidencial.com/economia/2015-05-24/las-empresas-reducen-el-credito-comercial-a-la-mitad-durante-la-crisis_811704/
- Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa (CEPYME). (n.d.). El crédito comercial en mora se incrementó un 2,8% en 2015. Retrieved Junio 8, 2016, from <http://www.cepyme.es/actualidad/el-credito-comercial-en-mora-se-incremento-un-28-en-2015/>
- Cristóbal, J. (1992). Fundamentos de financiación de la empresa, Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- Dirección general de política de la pequeña y mediana empresa, (2010). Informe sobre la morosidad en las operaciones comerciales.
- Federación Nacional de Autónomos. (2016) Plazos de pago en el Sector Público. Retrieved Mayo 5, 2016, from http://www.ata.es/sites/default/files/np_informe_morosidad_2015.pdf
- Infocif. Plazos de Pago en el sector de la construcción. Retrieved Junio 9, 2016, from <http://noticias.infocif.es/noticia/plazos-de-pago-en-el-sector-de-la-construccion>
- Justitia, I. (2015). COUNTRY PAYMENT. Retrieved Marzo, 5, 2016 from <http://www.intrum.com/es/>
- La crisis se lleva por delante la mitad del crédito comercial existente en España. Noticias de Economía. (n.d.). Retrieved Mayo 8, 2016, de http://www.elconfidencial.com/economia/2015-05-24/las-empresas-reducen-el-credito-comercial-a-la-mitad-durante-la-crisis_811704/
- Ley 15/2010, de 5 de julio, de modificación de la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales. (B.O.E. núm.163, de 6 de julio de 2010).
- M^a José Palacín Sanchez, Carmen Pérez López y Rocío García Villanueva. (2011). El crédito comercial en las PYMES andaluzas: oportunidad o carga. Sevilla: Escuela Andaluza de Economía.
- Público. (n.d.). La Ley de Morosidad da 60 días a las empresas para pagar sus deudas. Retrieved Junio 6, 2016, from <http://www.publico.es/actualidad/ley-morosidad-da-60-dias.html>
- Real Decreto Legislativo 635/2014, de 25 de julio, por el que se aprueba el procedimiento de retención de recursos de los regímenes de financiación, previstos en la Ley Orgánica 2/2012, de 27 de abril, de Estabilidad Presupuestaria y Sostenibilidad Financiera. (B.O.E. núm. 189, de 30 de julio de 2014)
- Rtve. (2016). Las ciudades con más paro de España están en Cádiz, siete de las once primeras - RTVE.es. Retrieved Junio 6, 2016, from <http://www.rtve.es/noticias/20160301/ciudades-mas-paro-espana-estan-cadiz-siete-once-primeras/1310761.shtml>

Anexos

PERIODO MEDIO DE COBRO PYMES (En días)

Por provincias

| PYMES | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | TOTAL PROMEDIO |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| ALMERÍA | 63 | 60 | 64 | 61 | 62 | 62 |
| CÁDIZ | 72 | 82 | 83 | 79 | 75 | 78 |
| CÓRDOBA | 45 | 44 | 46 | 51 | 46 | 46 |
| GRANADA | 54 | 53 | 51 | 53 | 52 | 52 |
| HUELVA | 64 | 65 | 68 | 68 | 72 | 68 |
| JAÉN | 49 | 49 | 48 | 55 | 53 | 51 |
| MÁLAGA | 49 | 47 | 50 | 50 | 48 | 49 |
| SEVILLA | 57 | 57 | 58 | 59 | 57 | 57 |
| ANDALUCÍA | 57 | 57 | 58 | 59 | 58 | 58 |

Por sectores

| PYMES | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | TOTAL PROMEDIO |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| Agricultura | 66 | 73 | 74 | 72 | 70 | 71 |
| Industria | 80 | 76 | 77 | 79 | 79 | 78 |
| Construcción | 93 | 94 | 94 | 104 | 97 | 97 |
| Comercio | 36 | 36 | 36 | 38 | 37 | 37 |
| Hostelería | 8 | 8 | 8 | 7 | 7 | 7 |
| O. Servicios | 56 | 57 | 61 | 57 | 59 | 58 |
| TOTAL PROMEDIO | 57 | 57 | 58 | 59 | 58 | 58 |

PERIODO MEDIO DE PAGO PYMES (En días)

Por provincias

| PYMES | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | TOTAL PROMEDIO |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| ALMERÍA | 32 | 32 | 33 | 33 | 32 | 32 |
| CÁDIZ | 37 | 39 | 36 | 36 | 39 | 37 |
| CÓRDOBA | 29 | 29 | 30 | 31 | 30 | 30 |
| GRANADA | 27 | 24 | 24 | 25 | 23 | 25 |
| HUELVA | 31 | 31 | 29 | 30 | 30 | 30 |
| JAÉN | 30 | 29 | 29 | 32 | 28 | 30 |
| MÁLAGA | 23 | 22 | 22 | 22 | 21 | 22 |
| SEVILLA | 30 | 28 | 28 | 28 | 26 | 28 |
| ANDALUCÍA | 30 | 29 | 29 | 30 | 29 | 29 |

Por sectores

| PYMES | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | TOTAL PROMEDIO |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| Agricultura | 36 | 38 | 37 | 37 | 37 | 37 |
| Industria | 36 | 35 | 36 | 35 | 35 | 36 |
| Construcción | 44 | 41 | 38 | 43 | 39 | 41 |
| Comercio | 51 | 49 | 48 | 49 | 48 | 49 |
| Hostelería | 11 | 12 | 12 | 13 | 12 | 12 |
| O. Servicios | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| TOTAL PROMEDIO | 30 | 29 | 29 | 30 | 29 | 29 |

FINANCIACIÓN COMERCIAL NETA POR PROVINCIAS EN PYMES 2010-2014

| | FINANCIACIÓN COMERCIAL NETA | | | | | |
|------------------|-----------------------------|------------|------------|------------|------------|----------------|
| PYMES | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | TOTAL PROMEDIO |
| ALMERÍA | -31 | -29 | -31 | -28 | -30 | -30 |
| CÁDIZ | -35 | -43 | -48 | -43 | -37 | -41 |
| CÓRDOBA | -17 | -15 | -16 | -20 | -16 | -17 |
| GRANADA | -27 | -28 | -28 | -28 | -29 | -28 |
| HUELVA | -34 | -35 | -39 | -38 | -43 | -38 |
| JAÉN | -19 | -21 | -20 | -23 | -24 | -21 |
| MÁLAGA | -26 | -25 | -28 | -29 | -27 | -27 |
| SEVILLA | -27 | -28 | -30 | -31 | -31 | -30 |
| ANDALUCÍA | -27 | -28 | -30 | -30 | -30 | -29 |

FINANCIACIÓN COMERCIAL NETA POR SECTORES EN PYMES 2010-2014

| | FINANCIACIÓN COMERCIAL NETA | | | | | |
|-----------------------|-----------------------------|------------|------------|------------|------------|----------------|
| PYMES | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | TOTAL PROMEDIO |
| Agricultura | -30 | -35 | -38 | -35 | -33 | -34 |
| Industria | -44 | -41 | -41 | -43 | -44 | -42 |
| Construcción | -49 | -54 | -57 | -62 | -58 | -56 |
| Comercio | 15 | 13 | 11 | 11 | 11 | 12 |
| Hostelería | 2 | 5 | 4 | 6 | 5 | 5 |
| O. Servicios | -55 | -56 | -60 | -57 | -58 | -57 |
| TOTAL PROMEDIO | -27 | -28 | -30 | -30 | -30 | -29 |

INGRESOS DE VENTAS POR PROVINCIAS (En miles de euros)

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | PYMES | | | | |
| ALMERÍA | 1.574 | 1.728 | 1.779 | 1.864 | 1.956 |
| CÁDIZ | 1.431 | 1.494 | 1.390 | 1.322 | 1.366 |
| CÓRDOBA | 1.082 | 1.124 | 1.069 | 1.058 | 1.122 |
| GRANADA | 1.419 | 1.471 | 1.451 | 1.439 | 1.502 |
| HUELVA | 1.792 | 2.122 | 2.046 | 1.964 | 1.999 |
| JAÉN | 991 | 966 | 869 | 857 | 952 |
| MÁLAGA | 1.388 | 1.363 | 1.358 | 1.309 | 1.414 |
| SEVILLA | 1.792 | 1.802 | 1.765 | 1.737 | 1.834 |
| ANDALUCÍA | 1.492 | 1.537 | 1.504 | 1.477 | 1.557 |

INGRESOS DE VENTAS POR SECTORES Y PROVINCIAS (En miles de euros)

| | | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|------------------------|------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | | PYMES | | | | | GRANDES | | | | |
| AGRICULTURA | ALMERÍA | 1.417 | 1.387 | 1.483 | 1.620 | 1.618 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | CÁDIZ | 626 | 650 | 651 | 675 | 708 | 67.526 | 97.754 | 139.009 | 134.631 | 111.878 |
| | CÓRDOBA | 564 | 615 | 575 | 662 | 654 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | GRANADA | 1.134 | 1.291 | 1.349 | 1.345 | 1.469 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | HUELVA | 2.254 | 2.359 | 2.213 | 2.254 | 2.374 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | JAÉN | 577 | 644 | 615 | 526 | 658 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | MÁLAGA | 735 | 833 | 869 | 897 | 1.010 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | SEVILLA | 793 | 822 | 794 | 834 | 881 | 148.413 | 163.015 | 152.901 | 136.011 | 124.063 |
| | ANDALUCÍA | 1.040 | 1.089 | 1.071 | 1.116 | 1.173 | 107.969 | 130.385 | 145.955 | 135.321 | 17.971 |
| INDUSTRIA | ALMERÍA | 2.332 | 3.323 | 3.535 | 3.698 | 4.020 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | CÁDIZ | 3.165 | 3.620 | 3.225 | 3.064 | 3.208 | 27.293 | 31.915 | 35.936 | 39.545 | 40.224 |
| | CÓRDOBA | 2.349 | 2.436 | 2.400 | 2.413 | 2.536 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | GRANADA | 2.350 | 2.625 | 2.604 | 2.660 | 2.778 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | HUELVA | 3.856 | 5.818 | 5.635 | 5.073 | 5.011 | 65.378 | 56.985 | 71.229 | 64.296 | 71.308 |
| | JAÉN | 1.912 | 1.868 | 1.687 | 1.768 | 2.023 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | MÁLAGA | 2.322 | 2.258 | 2.069 | 2.015 | 2.033 | 110.569 | 117.401 | 116.021 | 114.291 | 120.281 |
| | SEVILLA | 3.539 | 3.647 | 3.748 | 3.892 | 4.211 | 107.127 | 113.029 | 125.889 | 137.724 | 149.179 |
| | ANDALUCÍA | 2.743 | 3.057 | 2.996 | 2.997 | 3.171 | 94.765 | 99.247 | 106.532 | 110.845 | 118.788 |
| CONSTRUCCIÓN | ALMERÍA | 984 | 853 | 759 | 750 | 737 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | CÁDIZ | 989 | 835 | 731 | 589 | 634 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | CÓRDOBA | 906 | 952 | 806 | 669 | 807 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | GRANADA | 1.020 | 856 | 796 | 608 | 669 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | HUELVA | 808 | 704 | 559 | 519 | 534 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | JAÉN | 851 | 689 | 530 | 447 | 485 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | MÁLAGA | 1.077 | 910 | 869 | 731 | 848 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | SEVILLA | 1.676 | 1.506 | 1.409 | 1.110 | 1.238 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | ANDALUCÍA | 1.125 | 991 | 898 | 743 | 826 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| COMERCIO | ALMERÍA | 2.882 | 2.892 | 2.982 | 3.197 | 3.271 | 96.049 | 100.522 | 102.640 | 112.748 | 110.875 |
| | CÁDIZ | 2.137 | 2.148 | 2.058 | 2.021 | 2.100 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | CÓRDOBA | 1.714 | 1.777 | 1.668 | 1.679 | 1.799 | 104.348 | 106.872 | 110.885 | 107.875 | 111.350 |
| | GRANADA | 2.665 | 2.663 | 2.597 | 2.751 | 2.764 | 444.376 | 463.423 | 481.425 | 499.172 | 508.121 |
| | HUELVA | 2.244 | 2.263 | 2.227 | 2.247 | 2.281 | 15.850 | 15.043 | 15.531 | 15.614 | 14.176 |
| | JAÉN | 1.598 | 1.578 | 1.454 | 1.478 | 1.602 | 149.339 | 143.366 | 133.692 | 128.123 | 128.929 |
| | MÁLAGA | 2.392 | 2.406 | 2.324 | 2.417 | 2.674 | 55.601 | 56.269 | 54.960 | 59.988 | 73.619 |
| | SEVILLA | 2.650 | 2.654 | 2.509 | 2.589 | 2.591 | 373.857 | 370.194 | 350.022 | 362.005 | 401.030 |
| | ANDALUCÍA | 2.345 | 2.360 | 2.297 | 2.353 | 2.447 | 152.975 | 154.549 | 152.114 | 158.271 | 166.972 |
| HOSTELERÍA | ALMERÍA | 717 | 699 | 674 | 698 | 731 | 114.370 | 103.956 | 105.875 | 97.393 | 109.220 |
| | CÁDIZ | 680 | 698 | 661 | 628 | 658 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | CÓRDOBA | 462 | 475 | 487 | 463 | 470 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | GRANADA | 664 | 699 | 680 | 651 | 677 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | HUELVA | 597 | 586 | 578 | 588 | 599 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | JAÉN | 554 | 545 | 505 | 491 | 488 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | MÁLAGA | 925 | 969 | 956 | 983 | 1.053 | 19.832 | 32.610 | 36.058 | 36.828 | 40.489 |
| | SEVILLA | 818 | 871 | 886 | 831 | 861 | 26.717 | 24.831 | 17.255 | 14.627 | 13.311 |
| | ANDALUCÍA | 743 | 770 | 757 | 747 | 783 | 45.188 | 48.502 | 48.811 | 46.419 | 50.877 |
| OTROS SERVICIOS | ALMERÍA | 1.109 | 1.213 | 1.242 | 1.219 | 1.360 | 9.989 | 14.614 | 9.943 | 8.797 | 8.832 |
| | CÁDIZ | 986 | 1.015 | 1.015 | 953 | 890 | 91.299 | 100.366 | 113.613 | 136.950 | 146.093 |
| | CÓRDOBA | 498 | 491 | 479 | 459 | 466 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | GRANADA | 680 | 689 | 681 | 618 | 657 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | HUELVA | 994 | 1.004 | 1.066 | 1.101 | 1.193 | n.d | n.d | n.d | n.d | n.d |
| | JAÉN | 451 | 472 | 422 | 434 | 455 | 109.517 | 117.298 | 110.165 | 108.667 | 101.775 |
| | MÁLAGA | 875 | 799 | 1.063 | 808 | 867 | 65.998 | 69.635 | 73.568 | 70.831 | 68.656 |
| | SEVILLA | 1.275 | 1.309 | 1.245 | 1.166 | 1.220 | 38.412 | 36.226 | 36.082 | 34.369 | 33.478 |
| | ANDALUCÍA | 953 | 956 | 1.007 | 904 | 943 | 48.405 | 49.707 | 50.202 | 50.044 | 49.289 |