

PERIODO MEDIO DE COBRO A CLIENTES

En un trabajo anterior, hicimos referencia al periodo medio de pago a proveedores, como uno de los indicadores clave para la gestión de la liquidez empresarial. En el extremo opuesto de la balanza, y con la misma importancia, se encuentra el objetivo del trabajo actual: periodo medio de cobro a clientes.

Estamos hablando de otro aspecto fundamental de la gestión financiera de la empresa, dado que la adecuada planificación financiera de toda gestión, relacionada con cobros y pagos, implica la necesidad de hacer líquidos los derechos de crédito para, con esa liquidez, poder cancelar las obligaciones de pago.

Como vimos anteriormente, no se trata del único periodo medio que afecta a las variables financieras de la empresa, sino que el estudio global de esta parte de las finanzas empresariales tiene que ver con: periodo medio de compra o aprovisionamiento, periodo medio de pago a proveedores, periodo medio de fabricación o transformación, periodo medio de venta y periodo medio de cobro a clientes.

Técnicamente, se define como el plazo de tiempo medio que transcurre entre que se vende el producto, o se presta el servicio, y se cobra al cliente final. Es por tanto, el plazo medio de tiempo que tardamos en cobrar a nuestros clientes, una vez entregado el producto o prestado el servicio, según el caso. Vamos a analizar, en el presente trabajo, la manera de calcularlo, y también de interpretarlo, así como su influencia en la liquidez empresarial.

Como vimos en el trabajo precedente, en el cálculo de todo periodo medio intervienen dos factores esenciales:

- **Rotación.** Es el número de veces que, a lo largo del periodo de cálculo (normalmente, 1 año), se produce la rotación del elemento que queremos promediar (compras, fabricación, venta, cobro o pago). En este caso, hablamos de la rotación de la cifra de ventas
- **Periodo de cálculo.** Es el periodo de tiempo al que va referida la información contable, y también el cálculo de los periodos medios. Normalmente, se usa el periodo anual, dado que esta la frecuencia mínima con que debe darse y producirse la información contable. Por tanto, el periodo de cálculo se va a corresponder, con carácter general, con 365 días del año natural.

PERIODO MEDIO DE COBRO A CLIENTES

En el caso particular que nos ocupa, el periodo de cobro a clientes y deudores estará compuesto por:

- Rotación: supone el número de veces que saldo de clientes y deudores rota a lo largo de un año. La rotación se calcula a través del cociente entre dos parámetros: flujo del periodo y saldo medio.
- Flujo del periodo: son las ventas y prestaciones de servicios a clientes.
- Saldo medio: es la media aritmética simple del saldo de clientes y deudores a lo largo de un año. Es decir, la media aritmética simple entre el saldo inicial a comienzos de año, y el saldo final, al final del mismo año, del saldo de clientes y deudores comerciales.
- Dado que las ventas (magnitud extraída de la cuenta de resultados) van reflejadas sin IVA, y los saldos de clientes y deudores (magnitud extraída del balance de situación), van referidos con IVA, habrá que homogeneizarlas, dado que se utilizan en la misma relación, como ahora veremos. Por tanto, procede añadir IVA a las ventas ($\times 1,21$), o bien, quitar el IVA al saldo de clientes y deudores ($/ 1,21$). La solución más estandarizada es la primera. Se supone el caso general de IVA soportado al 21%.
- Periodo de cálculo: 365 días, como hemos comentado anteriormente.

Las principales formas de cálculo del periodo medio de cobro a clientes se pueden expresar de la siguiente forma:

$$\begin{aligned} \text{Periodo medio de cobro a clientes} &= 365 / \text{rotación} \\ &= 365 / (\text{cifra de ventas} \times 1,21 / \text{saldo medio de clientes y deudores}) \\ &= 365 \times (\text{saldo medio de clientes y deudores} / \text{cifra de ventas} \times 1,21). \end{aligned}$$

Vamos a analizar con diversos ejemplos aplicados, así como su interpretación y su incidencia en la liquidez empresarial. Partiremos de los datos básicos necesarios para estos cálculos, como son la cifra de ventas y los saldos de clientes y deudores (entre dos ejercicios consecutivos).

Ejemplo 1:

	2021	2022	2023
Cifra ventas	233.275,00 €	285.455,00 €	302.425,00 €
Cifra ventas con IVA (21%)	282.262,75 €	345.400,55 €	365.934,25 €
Saldo clientes y deudores	47.043,79 €	57.566,76 €	60.989,04 €

PERIODO MEDIO DE COBRO A CLIENTES

A partir de esos datos esenciales, procedemos a calcular las rotaciones del saldo de clientes, así como los periodos medios de maduración para los ejercicios 2022 y 2023:

	2021-2022	2022-2023
Saldo medio clientes y deudores	52.305,28 €	59.277,90 €
Rotación	6,60	6,17
Periodo medio de cobro	55,27 €	59,13 €

Como vemos, esta empresa tiene los siguientes parámetros, muy estables de un ejercicio para otro:

- Rotaciones de saldos de clientes: 6,6 veces para 2022 y 6,17 veces para 2023. Esto significa que el saldo de clientes rota algo más de 6 veces cada año; es decir, el saldo de clientes nace y se extingue en algo menos de 2 meses (en un año, para rotar algo más de 6 veces, se requieren ciclos de algo menos de 2 meses, es decir, de poco menos de 60 días).
- Periodos medios de cobro por debajo de los 60 días, como hemos deducido del cálculo e interpretación de las rotaciones de saldos de clientes y deudores. Dato muy estable, entre los dos ejercicios analizados.
- En términos medios, podemos concluir que esta empresa tarda algo menos de 60 días entre que emite su factura de venta, o de prestación de servicios, y termina haciendo líquido el derecho de crédito que tiene contra su cliente.
- Estos periodos medios se ven directamente influidos por el tiempo que tardamos en cobrar a nuestros clientes, de la siguiente manera:
 - Si forzamos la gestión financiera, y cobramos antes a nuestros clientes, los saldos de clientes se van a ver reducidos, y con ellos, los saldos medios, lo que va a provocar un incremento en los índices de rotación, y en consecuencia, una reducción en los periodos medios de cobro a clientes.
 - Si relajamos dicha gestión financiera y cobramos más pausadamente, los efectos serán justo los contrarios: reducción en los índices de rotación y aumento en los periodos medios de cobro.

Vamos a ilustrarlo con el mismo caso anterior, partiendo de los mismos datos iniciales, pero simulando los cambios antedichos. En el ejemplo 2, vamos a ilustrar una gestión financiera más forzada, cobrando antes a nuestros clientes, y en ejemplo 3, vamos a simular justamente lo contrario (relajación en la política de cobros).

PERIODO MEDIO DE COBRO A CLIENTES

EJEMPLO 2	2021	2022	2023
Cifra ventas	233.275,00 €	285.455,00 €	302.425,00 €
Cifra ventas con IVA (21%)	282.262,75 €	345.400,55 €	365.934,25 €
Saldo clientes y deudores	35.282,84 €	43.175,07 €	45.741,78 €
	2021-2022	2022-2023	
Saldo medio clientes y deudores	39.228,96 €	44.458,43 €	
Rotación	8,80	8,23	
Periodo medio de cobro	41,45 €	44,34 €	

EJEMPLO 3	2021	2022	2023
Cifra ventas	233.275,00 €	285.455,00 €	302.425,00 €
Cifra ventas con IVA (21%)	282.262,75 €	345.400,55 €	365.934,25 €
Saldo clientes y deudores	70.565,69 €	86.350,14 €	91.483,56 €
	2021-2022	2022-2023	
Saldo medio clientes y deudores	78.457,91 €	88.916,85 €	
Rotación	4,40	4,12	
Periodo medio de cobro	82,91 €	88,69 €	

Como podemos observar, las consecuencias directas son la reducción de los periodos medios de cobro al entorno de los 40-45 días, para el caso del ejemplo 2, donde aplicamos una política de gestión de cobros más restrictiva; y un aumento de los periodos medios de cobro al entorno de los 85-90 días, cuando relajamos dicha política de gestión de cobros.

Sin duda, esas decisiones afectan sustancialmente a la liquidez empresarial, dado que con esa liquidez es con la que podremos ir atendiendo el resto de obligaciones de pago.