

Newsletter **AEF**

Confirming®, un sistema de gestión de pagos para las empresas

Carlos Dalmau (Presidente de la AEF)

El Confirming®: Los orígenes, su evolución, su oferta de valor

Javier Rico (Vocal de la Junta Directiva de la AEF)

El Confirming® como medio de pago Win-Win-Win

> Luis Montesinos (GRUPO LANTERO Group Treasurer / Profesor Asociado de Finanzas en IE **Business School**)

El Confirming® desde el punto de vista del Cliente Pagador - Entrevista

Teodoro Pastor Quinteiro (Director de Tesorería - GRUPO COFARES)

Confirming®: Financiando a las Pymes

David Rajas Martínez (CEO - Redstone Engineering S.L)

Confirming®: Producto completamente digital

Roberto Gutiérrez (CEO - Alvantia)

Confirming® vs SCF y Reverse Factoring

Mónica Martín (Asesora AEF)

Confirming®: las cifras que muestran su evolución

Carlos García Casas (Secretario General de la AEF)

Nota: Confirming es marca registrada por Santander Factoring y Confirming SA, EFC.

















Confirming, un sistema de gestión de pagos para las empresas

















Introducción: Carta del Presidente – Carlos Dalmau – Presidente de la AEF

La banca tradicional que conocemos actualmente tiene su origen en ciudades florecientes del norte de Italia, Florencia, Venecia,...; posteriormente, dando un salto en el tiempo, encontramos la génesis de los productos y servicios bancarios más sofisticados y de uso común en nuestros días en otras ciudades europeas, Ámsterdam, Londres.

En cambio, el Confirming surgió y se desarrolló a comienzos de los 90 en España, llegando a su configuración mediante una descripción conceptual sencilla y eficiente del servicio y bajo la formulación del proceso operativo de un producto financiero que sin ninguna duda podemos considerar como uno de las más simples en su definición, "simpáticos" y aceptados por las empresas. Siempre he pensado que es un producto muy adherido a la mentalidad latina de la sencillez y la percepción agradable de nuestro entorno.

Si hacemos un ejercicio didáctico, al que os invito, poner la palabra Confirming en la Wikipedia y os saldrá la siguiente definición, os aseguro que desde la Asociación Española de Factoring no esponsorizamos a la Wikipedia:



"El confirming es un servicio financiero, que ofrece una entidad financiera (o empresas privadas) con tal de facilitar a sus clientes la gestión del pago de sus compras. Se ofrece para pagar las facturas con anterioridad a la fecha de vencimiento de estas o para obtener de parte del banco la financiación que el proveedor no estuvo dispuesto a otorgar, de esa forma, la relación entre cliente y proveedor no se daña y el cliente obtiene el plazo que requiere".

Fijaos bien, aparecen las palabras "facilitar", "obtener", "relación", en el fondo transciende la sencillez y la "amabilidad" del servicio ofrecido y como la entidad financiera que lo ofrece se convierte en un partner de las empresas.

Hay otro ejercicio que desde la AEF hicimos hace unos años: realizamos una encuesta a unos centenares de empresas para saber si conocían el Confirming y como lo percibían. Si tengo que resumir lo que salió de esta encuesta de la forma más concisa y rápida posible diría que las empresas entendían el Confirming como una herramienta muy sencilla de entender y de utilizar. La aceptación del producto era masiva.

Al ser una encuesta, no se trataba de indicar o explicar las ventajas del producto, las empresas mismas las enumeraban:

• Sencillez de uso

- Ahorro de costes administrativos
- Fidelización y vinculación de sus proveedores
- Mejora de imagen, la entidad me cubre el servicio y añade la financiación
- Transparencia en la información y gestión

Quizás nos faltó en ese momento hacer una encuesta también a los proveedores, pero seguro que no faltarían comentarios sobre los principales aspectos positivos que lleva incorporado el producto: la garantía del cobro, la financiación sin tener que solicitar línea a su propia entidad y la indudable mejora de flujos de caja.

Seguramente hay organismos o empresas que tienen una visión del Confirming diferente, tanto en España, donde está más implantado, como en Europa, pero seguro que será por otros intereses o por falta de conocimiento, porque si analizamos y valoramos el producto de forma objetiva y sin tapujos veremos que se trata sin duda de una herramienta óptima y eficiente, tanto para la empresa como para el proveedor, de uso simple, fácil y adaptado al entorno de mercado que nos movemos.

La prueba está en el histórico de evolución de datos que publicamos anualmente en la Asociación Española de Factoring y que os invitamos a visualizar (incorporamos en esta Newsletter un artículo sobre la evolución de la cifras de Confirming). Si solo nos centra-















mos en los últimos 6 años podemos comprobar que el Confirming ha prácticamente duplicado sus volúmenes y ha ampliado notablemente el número de empresas que lo utilizan, siendo cada día mayor el número de compañías que lo adoptan de manera intensiva y constante.

Si nos fijamos únicamente en el año 2023, en Confirming se registró en España un volumen total de órdenes de pago por un valor de 254.269 millones €, lo que representó un incremento del 11,5% sobre el año anterior.

En esta Newsletter pretendemos realizar una aproximación 360 al tema del Confirming, por lo que se incorporan artículos que analizan la cuestión desde diferentes ejes y perspectivas. Quiero aprovechar estas líneas para agradecer a todas las personas, internas y externas a la AEF, que desinteresadamente han participado en esta publicación aportando su experiencia y visión, y redactando una serie de artículos que nos deben ayudar a configurar una visión holística de la realidad de esta herramienta financiera, el Confirming.















El Confirming®: Los orígenes, su evolución, su oferta de valor













Si echamos la mirada treinta años atrás y nos situamos a principios de los años 90, ha habido cambios radicales en las relaciones comerciales entre clientes y proveedores, los instrumentos de cobro/pago, así como, los productos de financiación utilizados por las empresas para anticipar el cobro de sus ventas.

A principios de los 90, por regla general, era el proveedor quien tomaba la iniciativa en el cobro girando efectos comerciales (letras) a sus clientes; aunque en esa época ya había algunas empresas (grandes pagadores), que habían dado el paso adelante, tomando la iniciativa en el pago, a través de la emisión de pagarés a favor de sus proveedores.

En cualquiera de los casos, el proveedor podía anticipar el cobro de sus ventas vía bancaria o esperar al vencimiento para cobrar, previa presentación del documento de cobro correspondiente. Por lo tanto, en una coyuntura de mercado como la de aquella época, el rey de los productos de financiación del circulante era el descuento comercial de letras y pagarés.

En este contexto, la carga administrativa y de la operativa de pagos (letras y pagarés), suponía un gran esfuerzo, principalmente para los grandes pagadores. Por lo tanto, hacía necesario buscar fórmulas que:

- liberaran de cargas administrativas de los pagos a las empresas pagadoras
- eliminaran los costes impositivos (timbres) a los proveedores
- facilitaran el acceso a la financiación a los proveedores

En aras a dar respuesta a todas estas cuestiones nace el Confirming®.

Si realizamos un "viaje" por las diferentes etapas por las que ha pasado el Confirming® durante estos últimos 30 años, podemos decir que se trata de un producto que ha mostrado una gran resiliencia ante situaciones de enorme dificultad como la crisis económica de 1993, la crisis financiera de 2008 y la crisis sanitaria de 2020.

Además, el Confirming® ha sido un producto que se ha ido adaptando y sofisticando, al ritmo que han demandado las necesidades de las empresas, lo cual hace que en la actualidad se presente en el mercado con un conjunto de variantes que satisfacen un amplio abanico de necesidades de las empresas que lo utilizan.

Del mismo modo que se hace en el ciclo de vida de cualquier producto, podemos dividir este "viaje" de 30 años, en las siguientes fases:















- 1. Lanzamiento (1991 2000)
- 2. Consolidación (2001 2009)
- 3. Madurez (2010 2023)



1. Lanzamiento (1991 – 2000)

Los orígenes del Confirming® no fueron fáciles, había que cambiar de paradigma y eso no se hace de un día para otro. Era preciso realizar un cambio "cultural" en los hábitos de las empresas, pasando de una situación en la que el proveedor inicia la gestión de cobro a que sea el cliente quien inicie el pago.

Esta fase se caracteriza principalmente porque las empresas pagadoras:

- tienen unos elevados costes administrativos de gestión de pagos
- sufren unos elevados costes impositivos (timbres) derivados de la emisión de pagarés
- tienen poca sensibilidad por la financiación de sus proveedores

Ante una coyuntura como la descrita, en el Banco Santander surgió la idea de la intermediación de los pagos, con una fórmula fácil y sencilla, que se denominó Confirming® y, que aportaba ventajas significativas para ambas partes, empresa pagadora y entidad financiera que intermedia los pagos "win-win-win".

El lanzamiento al mercado fue con una oferta básica, poco sofisticada, siendo lo más importante generar expectativa en el mercado v crear marca. En esta fase los volúmenes de pagos intermediados eran modestos y estaban concentrados en pocas empresas grandes pagadoras.

Esta etapa se caracterizó por ser una fase de "siembra", presentando el Confirming® a las empresas, que lo entendieran, que vieran las ventajas tanto para el pagador como para el proveedor y, al mismo tiempo, generar confianza en el producto. Cabe destacar que, en













esta fase, las capacidades digitales eran muy limitadas y la banca por internet estaba dando sus primeros pasos.

2. Consolidación (2001 – 2009)

Esta fase se caracteriza por un entorno económico favorable, exceso de liquidez, fuerte competencia en precios y estrechamiento de márgenes para las entidades financieras.

Además, las empresas ya conocen el Confirming®, fruto del trabajo realizado en la fase anterior. De la ingeniería que se crea alrededor de este producto, se desarrollan nuevas modalidades que enriquecen la oferta básica inicial, por ejemplo:

- reparto de márgenes entre empresa pagadora y entidad financiera
- recompras: consiguen dar una mayor rotación a las líneas, llegando a un mayor número de proveedores y aprovechando para que la empresa pagadora optimice la colocación de sus excedentes de tesorería
- pronto pago: permite a las empresas pagadoras beneficiarse de los descuentos por pronto pago de sus proveedores y financiarse al mismo tiempo, siendo el descuento ofrecido por el proveedor superior al coste de la financiación
- programas de Confirming® simultáneos

Se trata de una etapa de despegue y consolidación del Confirming®, que llega al segmento de las PYMES.

Toda la competencia ya dispone de una oferta sólida y una estrategia definida, focalizando el discurso de venta en la diferenciación y en el servicio tanto para el cliente pagador como para su proveedor.

También en esta fase se desarrolla el Confirming® Internacional como medio de pago en operaciones comerciales con proveedores extranjeros, tanto en euros como en otras divisas.

3. Madurez (2010 – 2023)

Este período se caracteriza por una brutal crisis financiera y una crisis sanitaria sin precedentes. En ambos casos, el Confirming® muestra sus fortalezas, siendo uno de los productos de financiación del circulante más utilizados por las empresas, en un contexto de dificultad de acceso al crédito.

La sensibilidad sobre el proveedor se incrementa, siendo el Confirming® una extraordinaria solución para proveedores en dificultades.

Las claves principales de este período y, de importancia estratégica, son la tecnología y la digitalización. Los desarrollos tecnológicos se











centran sobre todo en la digitalización del proceso de anticipo de los proveedores, con objeto optimizar el uso de las líneas y el negocio para todas las partes.

En esta fase de madurez el Confirming® llega a la totalidad del espectro de las PYMES, llegando a todas las empresas con independencia de su tamaño. Por otra parte, cabe destacar el efecto prescriptor que realizan los proveedores, quienes en ocasiones son los que imponen esta modalidad de pago a sus clientes.

De esta forma, se alcanzan volúmenes de pagos muy relevantes, llegando a su vez a cientos de miles de proveedores, que lo utilizan como medio de anticipo de sus cobros "sin recurso", de forma ágil, sencilla y sin necesidad de disponer de sus líneas de circulante.

Teniendo en cuenta la importancia de la tecnología y la digitalización en esta fase y la importancia que cobra la información y la gestión del "dato", se aprovecha para desarrollar soluciones empaquetadas, tanto para las empresas que utilizan el Confirming® como medio de pago como para sus proveedores.

Con todo esto, podemos concluir que, a fecha de hoy, el Confirming®:

- ha sido aceptado por el mercado, muestra de ello son los miles de programas existentes en el mercado y los cientos de miles que lo utilizan
- es muy conocido y ampliamente utilizado en el mercado, suponiendo 1/3 de la financiación comercial
- · goza de buena reputación y buen funcionamiento
- es un **producto muy dinámico, innovador, en continua evolución** y con años de anticipación a otros mercados

Javier Rico Vocal de la Junta Directiva de la AEF













Confirming como medio de pago Win-Win-Win















Y ha continuado creciendo y expandiéndose por todo el mundo en todas las industrias y sectores, lo cual no nos ha sorprendido a aquellos que lo hemos venido utilizando desde hace muchos años, podría decirse que desde sus mismos orígenes en la década de los 90 del siglo pasado.

En efecto, sabíamos que el confirming era un magnífico ejemplo de innovación financiera en su momento y que adecuadamente utilizado aportaba valor tanto a la empresa pagadora como a sus proveedores y lógicamente también a los bancos que proporcionaban las correspondientes líneas, desde un enfoque que entonces denominamos "WIN-WIN".

Dejando al margen la diferente terminología (i.e. "reverse factoring", "factoring de proveedores",...) la diferencia hoy es que ya no es ni mucho menos un producto del sistema bancario español sino que ha evolucionado hasta llegar a ser un fenómeno mundial en los mercados bancarios internacionales, a la vez que han proliferado una serie de fintechs que lo ofrecen junto con otros esquemas e instrumentos para financiar el conjunto de la cadena de suministro encuadradas en el Supply Chain Finance ("SCF") al que ya se considerara una industria en sí misma.

De este modo, para aquellos que hemos venido trabajando en compañías multinacionales u operando con proveedores extranjeros es muy gratificante observar como en la actualidad es mucho más fácil aplicar el confirming como medio de pago en nuestras transacciones interna-

cionales en comparación con las dificultades iniciales a las que nos enfrentábamos en el pasado cuando teníamos que explicar a los proveedores paso por paso en qué consistía hasta que entendían el proceso y sus indudables ventajas.

Centrándonos en España y aunque, como hemos indicado, el escenario ha cambiado ya que el confirming "compite" con otros productos y herramientas de SCF ofrecidos tanto por bancos como por fintechs, éste ha continuado creciendo (i.e. importe total de €136,000 millones al cierre de 2023, lo cual representa un aumento del 7.3% respecto al año anterior según datos de la Asociación Española de Factoring y Confirming) siendo un medio de pago ampliamente extendido entre todo tipo de empresas.

Desde el punto de vista operativo, pueden darse diferentes estrategias y esquemas entre las empresas pagadoras y sus bancos en cuanto a las condiciones del confirming ofrecido a sus proveedores, pero es esencial que se respete su naturaleza como medio de pago ya que una de las claves de su éxito ha sido su tratamiento contable que permite la optimización del capital circulante tanto a unas como a otros.

En este sentido, a pesar de sus beneficios y ventajas para todas las partes involucradas y quizás como consecuencia del enorme auge internacional de este tipo de productos en los últimos tiempos, también han surgido algunas dudas por las opiniones de las agencias de rating.















En efecto, éstas han puesto el foco en algunos casos excepcionales de malas prácticas en los que se habría adulterado el producto original con plazos adicionales de financiación a la empresa pagadora, mientras que, por otra parte, el desarrollo de una cierta variedad de esquemas y la distinta terminología empleada tampoco han ayudado. El riesgo subyacente no es baladí porque supondría la potencial reclasificación contable como deuda financiera de este tipo de instrumentos de pago, lo cual constituiría una aberración al desvirtuar su misma esencia y, lo que me atrevo a afirmar, implicaría que una gran mayoría compañías dejaría de tener interés en usarlo por lo que muchas otras se quedarían sin una de sus principales fuentes de liquidez.

Por todo ello, preconizamos una operativa si cabe más transparente, equilibrada y eficaz, en la que compradores y proveedores acuerdan términos de pago y condiciones contractuales mutuamente satisfactorias, en las que el abuso de posición dominante no tiene cabida y en las que, en definitiva, se extrae el máximo fruto de este medio de pago para dotar de liquidez al sistema bancario.

Si es así, el confirming constituye un genuino ejemplo de colaboración empresarial que fortalece las relaciones comerciales entre empresas y sus proveedores y en las que lógicamente caben todo tipo de situaciones en función de las respectivas posiciones financieras de unos y otros en cuanto a sus relativos costes de financiación.

En este orden de cosas y en los últimos tiempos ante el enorme desa-

rrollo de la "financiación sostenible" en general, estamos empezando a implementar esquemas de confirming sostenible que inciden en las ventajas indicadas y además suponen una derivada adicional en cuanto a la optimización de la cadena de suministro y la relación comercial entre empresas desde el punto de vista de sus estrategias corporativas de ESG.

Por tanto y a pesar de que como hemos visto el contexto es sustancialmente distinto y tanto empresas pagadoras como sus proveedores tienen acceso a otros productos y herramientas adicionales tanto como medios de pago como instrumentos de financiación, estamos convencidos de que el confirming continuará creciendo y aportando valor a todas las partes involucradas.

No obstante, es necesario seguir adaptándose a los nuevos tiempos para lo cual sería deseable un mayor grado de automatización en los procesos, así como de estandarización en la operativa además de certeza plena en cuanto al tratamiento contable.

¡Larga vida al confirming!

Luis Montesinos GRUPO LANTERO Group Treasurer / Profesor Asociado de Finanzas en IE Business School















El Confirming® desde el punto de vista del Cliente Pagador















Teodoro Pastor Quinteiro — Director de Tesorería — GRUPO COFARES

Interesados por conocer la opinión y el punto de vista del servicio de Confirming desde la perspectiva de una empresa pagadora usuaria de este servicio, nos ponemos en contacto con Teodoro Pastor, Director de Tesorería del Grupo COFARES, quien amablemente reserva un espacio en su apretada agenda para atendernos.

¿Cuándo comenzasteis la utilización de los servicios de Confirming en vuestro Grupo?

Aunque yo llevo usándola desde finales de los 90, en el Grupo Cofares el Confirming ha cumplido ya la mayoría de edad, pues comenzó a implantarse en 2005, por lo que llevamos casi 20 años utilizando en mayor o medida esta herramienta de gestión.

Los bancos con los que veníamos trabajando nos ofertaron esta modalidad de pago, y paulatinamente fuimos abriendo contratos de gestión de pagos de Confirming con casi todas ellos. En la actualidad trabajamos con nueve diferentes entidades para la realización de nuestros pagos de Confirming.

¿Recuerdas como pagabais a vuestros proveedores antes de implantar esta solución de Confirming?

Antes del Confirming solíamos pagar bien mediante cheque o bien mediante el envío de ficheros de pago Norma 34, para realizar las pertinentes transferencias a nuestros proveedores. En todo caso, nosotros no emitíamos pagarés, por lo que nuestros proveedores no contaban con un documento negociable que les permitiese buscar financiación de sus créditos comerciales.

¿Cómo surgió vuestro interés por el Confirming como mecanismo de pago?

El Confirming es una herramienta que poco a poco ha ido ganando conocimiento y protagonismo en general en el mercado y en particular en nuestro sector. Nosotros la comenzamos a utilizar para consolidar nuestro plazos de pago otorgando a la vez una mayor seguridad y certidumbre a nuestros proveedores sobre los pagos pendientes.

Es cierto que los bancos generalmente no aseguran al proveedor el pago futuro tramitado por Confirming, pero tampoco es menos cierto que el hecho de que una entidad financiera te abra una línea de Confirming supone un empujón en la confianza que el proveedor deposita en ti a la hora de cumplir con el compromiso de pago en la fecha señalada.













¿Qué valores o ventajas principales le ves a implantar un servicio de Confirming?

En primer lugar, destacaría la sencillez en la explotación. Hay que desarrollar un fichero de pagos futuros, que atiende a unos estándares muy intuitivos y sencillos de generar.

En segundo lugar, la información de gestión que te aporta no es nada desdeñable: estadísticas de tus pagos, volúmenes, plazos, necesidades de financiación de tus proveedores, etc... que te permiten conocer y tomar decisiones más adecuadas para la gestión de tus pagos.

En tercer lugar, el Confirming te permite demorar el pago o post-financiar en caso de una necesidad puntual o conveniencia.

Y todo esto son razones para los que pagamos, pero donde más atractivo tiene un programa de Confirming es para los proveedores, especialmente si se trata de proveedores de tamaño mediano y pequeño. Les aporta información de pago futuro y posibilidad de financiar el crédito de una manera sencilla y muy intuitiva. El riesgo de la operación recae sobre nosotros, el pagador, por lo que la concesión del anticipo a la Pyme resulta sencilla y rápida. Para aquellas empresas que tiene un elevado consumo de riesgo en CIRBE, esta forma de obtener liquidez es especialmente interesante.

¿Qué porcentaje de vuestros pagos a proveedores son canalizados mediante este servicio?

A nivel general, nosotros tenemos dos tipos de proveedores: los laboratorios, que comportan un volumen relevante de nuestros pagos; y otros proveedores más pequeños (que podrían ser alrededor de 2.000 empresas). En términos de importe de pagos, debemos estar gestionando por Confirming un 50 % del total, a través de las diferentes líneas de Confirming que tenemos abiertas; en términos de número de facturas un 65 %; y en términos de empresas un 67 % del total de nuestro parque de proveedores.

Aprovechamos las líneas que tenemos para canalizar los pagos a las empresas que más pueden "necesitar y agradecer" que les paguemos por Confirming, las Pymes. Solemos incluir a aquellas empresas proveedoras que tienen recurrencia en la relación comercial con nosotros y que cobran a más de 30 días.

¿Recuerdas los procesos de implantación de una línea de Confirming? ¿Qué destacarías o comentarías a una empresa que quiera comenzar a pagar por Confirming?

Bueno pues ahora ya no es un problema, pero años atrás cada entidad te pedía un formato de fichero para la carga de las remesas de pago conforme a un formato propio. Esto, acompañado de lo tedioso que suelen















los procesos de prueba iniciales con las entidades, hace que debas tener paciencia. Es cierto que hoy en día existe un formato unificado que te permite trabajar con diferentes entidades sin necesidades de modificar el fichero de salida que ya tengas preparado, un mismo formato de fichero sirve para todos o casi todos.

Por otro lado, está el tema de la información o conocimiento del proveedor sobre el servicio y sus posibilidades. Las empresas ya conocen qué es un Confirming, qué les va a llegar y como tienen que operar para solicitar la financiación. Ahora bien, no viene de más explicar y presentar las ventajas que esta forma de pago tiene para los proveedores. Nosotros no hacemos especial hincapié en este punto de manera preliminar en la implantación, aunque si remitimos una comunicación al proveedor por cada orden de pago para que sepan que lo tienen disponible en el banco.

Desde el punto de vista de la gestión, del proceso, ¿qué destacarías o qué claves señalarías como más relevantes?

Como he comentado anteriormente, el Confirming nos simplifica los procesos masivos de pago, evita papeles, es altamente digital; nos permite mantener un PMP confortable para nuestra tesorería (estamos entre los 41-42 días), aporta solvencia al proveedor; y ganamos en eficiencia en la ejecución, pues tenemos nuestro ERP preparado para la generación de las remesas de pago y las correspondientes modificaciones contables, simplificando enormemente la gestión del proceso bancario, cuadre y conciliación.

Dime una cosa Teodoro, ¿os piden vuestros proveedores que les canalicéis los pagos mediante Confirming?

Los grandes proveedores que son multinacionales suelen solicitar el pago mediante adeudo SEPA o por Confirming, pero las Pymes siempre solicitan Confirming.

¿Crees que desde que desde que utilizáis Confirming habéis rebajado los tiempos internos de aceptación y conformidad al pago?

Como te digo, el Confirming supone una relación de pago más transparente y clara con el proveedor, es una herramienta más colaborativa y aporta solvencia y reputación en la forma de trabajar. Además, nosotros no nos inmiscuimos en el posible anticipo que realiza la entidad al proveedor, es decir, no obtenemos ningún tipo de compensación por ello, lo que da aún más fuerza a esta postura colaborativa.

¿Utilizáis alguna modalidad adicional al estándar de Confirming: pronto pago, demora,...?

No actualmente. Son herramientas útiles según el caso particular y la situación de cada empresa. El pronto pago suele ser más barato que un descuento directo al proveedor; y en algún caso la post-financiación también sale menos costosa que utilizar otro tipo de financiación alternativa.













En todo caso es imposible generalizar, hay que estar a cada caso y a cada situación.

Por último, Teodoro, ¿si tuvieses que pedir mejoras o novedades a este sistema de pagos, ¿qué le pedirías?

En cuanto a mejoras creo que siempre se pueden perfeccionar las herramientas que tratan la información de los programas de Confirming y que nos permiten conocer y tener una visión detallada de todos los pagos. Algún tipo de informe sencillo mensual, resumen de determinados puntos del programa podría aportarnos valor.

Por otro lado, creo que buscar plataformas que unifiquen esta gestión de pagos nos podría ayudar. Es decir, en la actualidad gestionamos 2/3 de nuestras facturas por Confirming, pero para ello tenemos abiertas líneas con 9 entidades. Eso hay que gestionarlo. Creo que esa idea de plataformas intermedias que unifican la gestión y a la que acuden los bancos en función de su apetito debería ser una línea de mejora a analizar.

Entrevista realizada por Carlos García Casas Secretario General de la AEF















Confirming®: Financiando a las Pymes















El Confirming (CNF) para las Pymes es un instrumento de cobro que nos ayuda desde muchos puntos de vista. No sólo por la parte económica que nos ofrece, sino porque tiene otros muchos valores que no se ven desde el punto de vista financiero pero que nos hacen decantarnos por trabajar con un cliente o no.

En Redstone Engineering S.L. de lo que más valoramos es la agilidad para convertir en liquidez una factura con pago diferido, la seguridad y la confianza que nos da que el pago nos lo garantice una entidad financiera.

En ocasiones nos encontramos con clientes con los que trabajamos por primera vez, esto nos crea cierta desconfianza pero al mismo tiempo no queremos perder esa venta y gracias al CNF, aunque no conozcamos al cliente, si conocemos al banco desde el que me emite el CNF, tenemos la seguridad de que detrás de esta propuesta ha habido un departamento de riesgos de un banco, con lo duros que son, que ha estudiado a mi cliente y le ha dado la opción de pagar por esta vía, con la garantía implícita que tiene este producto para nosotros. Por lo tanto, cuando un cliente me dice que me paga por confirming no le pido más garantías de cobro ni dudo en trabajar para él.

Como el pago nos lo garantiza un banco cuando lo anticipamos esto es muy valioso para nosotros puesto que consequimos financiación sin recurso que no se declara en CIRBE y no nos cierra financiación propia, con recurso, en otros productos.

Por otro lado, para nosotros es una financiación muy cómoda pues libera nuestras líneas de financiación en nuestros bancos y nos evita los costes cómo la intervención notarial, comisiones de apertura, estudio, renovación, costes por no disponer de las líneas y los timbres de cuando anticipamos un pagaré.

Todos estos costes conseguimos que desaparezca cuando nos paga por CNF y por este motivo priorizamos trabajar con clientes que nos ofrecen esta modalidad de pago.

Otro cosa que nos gusta mucho es la libertad de poder decidir cuándo anticipo un confirming, en nuestro caso no anticipamos siempre, pero es una tranquilidad saber que tenemos la posibilidad de anticipar en cualquier momento y cuando tenemos tensiones de liquidez nos ayuda mucho. De esta manera controlamos los costes de anticipar el CNF al máximo. En relación con los costes, en nuestro caso, nos encontramos con un poco de todo, tenemos clientes que nos ofrecen mejores y peores ofertas en sus Confirming y cómo dije que no anticipamos todo, lo que hacemos es que cuando tenemos necesidad elegimos los que nos implican menores costes y los que son muy caros esperamos a vencimiento y de esta manera no incurrimos en costes financieros.

Para nosotros esta forma de financiación "moderna" se ha convertido en un arma más de nuestro porfolio financiero y tras recibir muchos confirming también hemos decidido ofrecer nosotros esta forma de pago a nuestros proveedores. Desde hace tiempo trabajamos













también con el CNF desde el punto de vista de cliente y esto nos ha ayudado mucho, nos ha dado una imagen de empresa, un poder de negociación y garantía de pago que vemos que valoran mucho nuestros proveedores.

Por todo lo comentado creo que el CNF debe ser un producto que toda empresa que esté en el mercado y esté bien gestionada financieramente debería tener como uno de sus instrumentos financieros prioritarios en su día a día.

> **David Rajas Martínez** CEO - Redstone Engineering S.L.











Confirming®: producto completamente digital













Los que tenemos la suerte de haber participado en el diseño y la construcción de las primeras soluciones de Confirming y continuamos en la actualidad construyendo nuevas plataformas de Confirming basadas en las últimas tecnologías, somos conscientes de cómo ha evolucionado el producto durante estos más de 30 años.

Confirming, nace por iniciativa del Banco Santander y se extiende con rapidez como producto estrella de banca de empresas, pero, desde hace años, no sólo es comercializado por bancos, también lo es por otro tipo de entidades financieras. Es importante conocer las necesidades, diferencias y las claves para implantar con éxito una solución de Confirming en un Banco y en los otros tipos de entidades financieras.

Confirming es un producto de éxito dentro y fuera de nuestras fronteras, también resulta interesante conocer cómo ha evolucionado, en distintos países, para adaptarse a las distintas normativas, usos y costumbres. Dos ejemplos representativos de esto son el on-boarding de proveedores y la factura electrónica.

Es importante diseñar una solución poniéndose en los zapatos del cliente, en este sentido, Confirming requiere un esfuerzo adicional pues en el producto conviven tres tipos de clientes distintos: la entidad financiera, el pagador o deudor y sus proveedores. Hay que diseñar el producto teniendo en cuenta las necesidades de estos tres tipos de clientes.

Como adelantábamos, todas las entidades que comercializan el producto no tienen las mismas necesidades, pero tampoco los pagadores ni sus proveedores. Cada vez los clientes de Confirming son empresas pagadoras menos grandes. Por su parte, los proveedores, desde el origen del producto, siempre se han caracterizado por ser compañías principalmente medianas y pequeñas, de sectores y servicios completamente heterogéneos.

Una de las claves para responder tecnológica y operativamente a la heterogeneidad y diferencias de estos tres tipos de clientes (entidades financieras, pagadores y proveedores) es la completitud funcional. A lo largo de los años, se han ido desarrollando nuevas funcionalidades, para responder a las crecientes necesidades de los grandes operadores del mercado y de sus principales clientes. Una plataforma de Confirming en un mercado tan maduro y competitivo como el español debe ser innovadora, funcionalmente completa y extremadamente parametrizable a distintos niveles.

La automatización es sin duda una clave del éxito del producto, que permite, desde hace años, gestionar con seguridad grandes volúmenes de órdenes de pago.

Una solución digital debe fomentar el autoservicio de los clientes













pagadores y de sus proveedores. Este es sin duda uno de los ejes en los que se ha producido una mayor evolución durante los últimos años, y este cambio ha venido desarrollándose de la mano de la tecnología. Recuerdo un pasado no tan lejano con máquinas de fax enviando comunicados de forma masiva a infinidad de proveedores.

Los proveedores pueden no ser clientes de la entidad financiera, sin embargo, deben poder operar de forma completamente digital, como si fueran clientes, esto es un reto, sobre todo para los bancos, pues se deben aplicar los máximos estándares de cibersequridad a los no clientes. Los proveedores actualmente deben poder operar desde la web y también desde el móvil.

Durante muchos años, las entidades financieras debían abordar, el desarrollo a medida, de costosas plataformas tecnológicas de Confirming. Sin embargo, actualmente, somos varios los proveedores de plataformas tecnológicas de financiación comercial.

La tecnología es una ciencia aplicada, por tanto, no es un fin en sí misma sino un medio para conseguir que las entidades financieras comercialicen Confirming de forma completamente digital, segura, reduciendo los riesgos y maximizando las ventas.

Si bien, en la actualidad, el nivel de digitalización en Confirming es

muy alto, como otros productos financieros, debe seguir enfrentándose a grandes retos, como son la ciberseguridad, la prevención del fraude, la hiper-personalización y la sostenibilidad. Estos retos serán superados, sin duda, de la mano de la aplicación de la inteligencia artificial.

De entre todas las disciplinas de la inteligencia artificial nosotros estamos apostando por la aplicación de machine learning para acompañar a nuestros clientes en la definición de su estrategia comercial, haciendo un análisis inteligente de sus propios datos históricos para maximizar los anticipos por parte de los proveedores.

La hiper-personalización tiene como objetivo satisfacer las necesidades de cada cliente por medio de una experiencia única y personalizada.

La inteligencia artificial no es el futuro, es el presente y su aplicación se extiende, de forma geométrica, y está cambiando la financiación comercial y lo hará todavía más durante los próximos años.

> Roberto Gutiérrez **CEO** Alvantia













Confirming® vs SCF y Reverse Factoring















Sin querer evitarlo, la propuesta europea de reglamento de pagos atrasados, conocido por sus siglas en inglés LPR (Late Payment Regulation), ha destapado la inquina del regulador por los esquemas de Supply Chain Finance. Precisamente, en la exposición de motivos de la propuesta de esta Regulación, se dice que hay que evitar las malas prácticas de pago, como es el Supply Chain Finance.

El problema es que, al producto/servicio de Confirming® -como lo denominamos desde su creación en España y en otros países de América Latina-, para distinguirse como producto sajón cuando cruzó nuestras fronteras, se le llamó Supply Chain Finance. Nació para el extranjero en un momento de crisis, el de las hipotecas subprime de 2008, y eso marcó una gran diferencia. Se buscó a partir de ese momento que el cliente confirmador de las facturas tuviera tantos beneficios económicos tangibles como los podían tener los proveedores. Si bien en España esto era un recurso utilizado en algunos programas de pagos -remuneración al cliente/pagador mediante un esquema de reparto de márgenes-, en el extranjero se hizo de una forma mucho más común y sutil, por eso de que el auditor no pudiera decir nada al respecto, haciendo de esta práctica algo propio de un programa de "supply chain finance".

A partir de este momento, tanto la institución financiera como el cliente, se ponen manos a la obra para determinar y seleccionar, dentro del pool de proveedores, quiénes pueden formar parte del programa de supply chain finance estudiando aquéllos que tendrán más impacto en su Ciclo de Conversión de Efectivo (CCE). Efectivamente, en la fórmula usada se determina, el «Período Promedio de Inventario», el que la empresa tarda en convertir su inventario en efectivo, el «Período Promedio de Cuentas por Cobrar» el tiempo promedio que tarda la empresa en cobrar a sus clientes y el «Período Promedio de Pago a Proveedores» el que se refiere al tiempo promedio que tarda en pagar a sus proveedores. Ésta última es la clave de los programas, pues un periodo más largo en pagar a proveedores significa que la empresa tarda menos en convertir sus inversiones en inventario y las cuentas por cobrar en efectivo. Es decir, un CCE bajo indica que la empresa está administrando su flujo de efectivo de manera efectiva y eficiente y, por tanto, una óptima administración de su capital de trabajo y la debida liquidez necesaria para poder cubrir a tiempo sus obligaciones con proveedores y empleados denotando una estabilidad económica de la organización.

En un período de desconfianza como el que se vivió en 2008 con las hipotecas subprime, que el CCE fuera lo más bajo posible era la clave para generar confianza en la administración de la empresa y, extender el plazo a los proveedores, la forma más rápida y efectiva de conseguir esa liquidez, usando a los proveedores como un banco donde se hallaba atrapado el capital. A partir de ese momento, las empresas en el extranjero empezaron a usar su cadena de suministro con el objetivo de que pocos proveedores impactaran lo máximo













en su liquidez y una ola de aplazamientos de pago recorrió Europa principalmente. La idea era sencilla, seleccionando y segmentando a los proveedores, llegando con ellos al acuerdo de ser incluidos en los programas de "supply chain finance", las grandes empresas ponían su rating y la financiación del programa sólo al servicio de aquellos proveedores que accedieran a extender los plazos de pago, como un "quid pro quo".

Sin embargo, en España, el Confirming® nunca tomó tal cariz. Los términos de pago ya eran extensos, por la propia naturaleza del mercado y las prácticas de pago. Por tanto, las empresas no usan este producto como un instrumento financiero para su capital circulante, sino como un método de pago masivo que optimice sus procesos y que permita a la gran mayoría de sus proveedores acogerse de manera ágil y sencilla a las medidas de financiación que ponen a su servicio las entidades financieras. De hecho, así lo demuestra el porcentaje de uso de financiación al proveedor de los programas de Confirming® frente al de los de "Supply Chain Finance": mientras que los primeros demuestran un porcentaje de uso de apenas el 50%, los segundos rozan el 100%, pues solo los proveedores cautivos y usuarios de la financiación ofertada entran en el programa. Se demuestra que el Confirming® es mucho más abierto y "democrático" y por tanto no es equiparable a la práctica utilizada como "supply chain finance" o reverse factoring, pese a que comparta mecanismos y procesos asimilables.

Como tal, es importante poner en valor la libertad que procura el Confirming® a las empresas proveedoras para usar o no el instrumento que se les otorga, sin que medie por parte de las instituciones financieras ninguna segmentación de los proveedores ni tampoco negociación que determine el aplazamiento al que se puede llegar, siendo por tanto la entidad que presta el servicio un tercero no involucrado en la relación comercial preexistente, como así lo requieren los auditores para que siga siendo considerado como financiación comercial.

El *Global Supply Chain Finance Forum* hace ya años se dispuso a aclarar para el mercado las definiciones de todos los productos que deberían englobarse dentro de Supply Chain Finance, distinguiendo entre productos de préstamo y productos de financiación sobre derechos de crédito. Al llegar a la definición de Supplier Finance, las definiciones otorgan como sinónimos: "payables finance", "reverse factoring" y Confirming® entre otros. Sin embargo, del Confirming® dice que es una variante ibérica con características distintivas, pero añade que "este servicio suele contener un compromiso vinculante en cuanto a disponibilidad e inclusión de recurso ante el proveedor". Nada más lejos de la realidad, como podemos ver y se puede comprobar del análisis de los términos jurídicos de la oferta que presenta la entidad prestadora del servicio en cada notificación de pago que un Confirming® emite al proveedor. Es por tanto el momento de dejar el perfil bajo que hemos mantenido hasta ahora y











de pago que un Confirming® emite al proveedor. Es por tanto el momento de dejar el perfil bajo que hemos mantenido hasta ahora y abogar porque que el Confirming® sea considerado con respecto al "supplier finance", lo que el gas es a la electricidad, una "excepción ibérica".

El Confirming® es un instrumento de pagos que ayuda y favorece a las empresas proveedoras a obtener la liquidez necesaria para sus procesos productivos, pudiendo ser ya considerada, en el mercado español, como una herramienta tan consolidada y útil como en su día lo fueron los pagarés, y tan conocida y habitual como lo son las transferencias, por lo que es difícil entender que se pueda calificar y asimilar a otras prácticas que no tienen la misma reputación -y si no, traten de conocer la opinión mayoritaria que sobre este servicio tienen las Pymes españolas-.



Mónica Martín Asesora AEF















Confirming®: Las cifras que muestran su evolución















Hoy en día parece que, si tardamos más de un año en tener éxito en cualquier propuesta o planteamiento que realicemos, "ya estamos tardando"; si no ponemos en valor la inversión que requiere la puesta en marcha de una idea novedosa en un plazo no mayor a dos o tres años, ya "nos hemos quedado atrás". Pero antes, no era tanto así.

El Confirming®, nace a comienzos de los 90 de manera gradual, constante, no exenta de la dificultad que supone ser disruptivo, querer cambiar las cosas, hacerlas de otra manera, buscar eficiencia, mejoras, optimización, ventajas para todas las partes, pero sin el concepto de la digitalización que ahora nos envuelve.

Este artículo pretende presentar en cifras, con los números de los que podemos disponer, cuál ha sido la evolución de un servicio/producto financiero que lleva ya algo más de 30 años estando presente entre la comunidad empresarial, siendo utilizado de manera común, intensiva y pacífica por la generalidad del mercado español.

Los cuadros y valoraciones que se muestran están basados en las estadísticas de actividad que la Asociación Española de Factoring (AEF) ha venido agrupando de los datos facilitados por sus asociados, operadores todos ellos de Factoring y Confirming® en el mercado español.

Aunque ya en el 92 y 93 comenzó a haber actividad de Confirming®, podemos considerar que no fue hasta el 94 cuando más de una entidad comenzó a competir por presentar un servicio de gestión de pagos comerciales a plazo de forma masiva y bajo los parámetros básicos de lo que hoy entendemos por Confirming®. Tenemos por tanto un horizonte de 30 años de actividad (1994-2023) que nos va a permitir alcanzar la verdadera perspectiva de lo que ha supuesto la trayectoria, evolución y el uso de este servicio en España. Más adelante nos centraremos en un análisis algo más detallado de la evolución y las cifras de los últimos 10 años, lo que nos permitirá tener una valoración más precisa de las tendencias y la realidad actual del servicio.

"Confirming®: 30 años no es nada"

Agrupando la actividad de este servicio en periodos de 10 años, podemos identificar claramente cómo ha evolucionado el uso de esta herramienta financiera en nuestro mercado, tanto desde la perspectiva de los emisores de pagos, los ordenantes, los clientes de un Contrato de Servicio de Confirming®, como desde el eje de los receptores de los mismos, los proveedores, las empresas que venden bienes y servicios.

Podemos observar que prácticamente no se ha dejado de crecer de manera continuada en cuanto a los volúmenes de pagos gestiona-











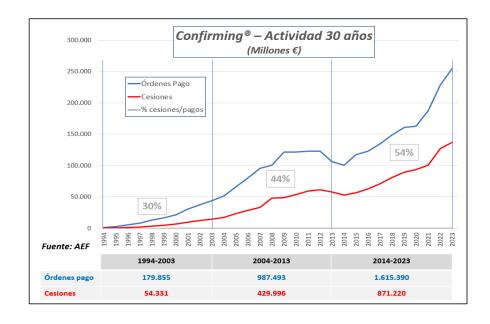




dos durante estos 30 años, lo que significa que la implantación de esta sistemática de pagos a proveedores se ha ido extendiendo de manera gradual, siendo utilizada ya no solo por grandes pagadores, sino también por empresas de un tamaño medio que entienden que este servicio les ayuda en la gestión de sus pagos y en las relaciones con sus proveedores.

Comparando los volúmenes de pagos gestionados por décadas, es claro que en período 2004-2013 se multiplican por más de 5 veces los importes gestionados respecto a los diez años inmediatamente anteriores, pasando de un volumen agregado de pagos de casi 180.000 millones a casi un billón de euros, lo que representa la aceptación y consolidación definitiva en el uso de esta herramienta en nuestra economía. Lo que en el mundo financiero denominamos "papel comercial", comienza su declive. El descuento de recibos, de pagarés y por supuesto de las letras de cambio, van dejando paso a sistemas como el Confirming® que cumplen la misma función, pero de una manera óptima, eficiente y ágil: información del pago futuro, emisión y liquidación del mismo a vencimiento, opción de financiación y cobertura del riesgo de insolvencia del deudor.

Pero donde verdaderamente se muestra la aceptación de este mecanismo de pago y financiación es desde el lado de los proveedores, generalmente Pymes, que entienden que el uso de este sistema no consume su riesgo bancario, sin obligarles o comprometerles a mantener una relación bancaria con la entidad pagadora. Así lo muestra el porcentaje de cesiones o anticipos, que pasa de una media del 30 % en los primeros diez años, a un 44% en los siguientes, para alcanzar el 54 % en la última década, sin bien en esta cifra estamos incluyendo modalidades que al inicio no se ofertaban (demora o pronto pago).



El Confirming®, que nació como forma de hacer llegar financiación comercial a las empresas de una manera más sencilla y masiva, en con-





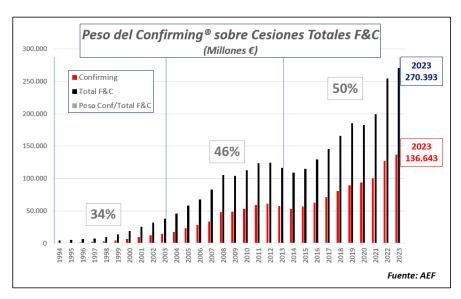








traposición al esquema tradicional de lo que era un Contrato de Factoring, va cogiendo su lugar y va suponiendo para los oferentes del servicio un peso relevante de su actividad total de financiación comercial, pasando del 34% al 46 % el peso del Confirming® sobre el total F&C entre la primera y segunda década, para mantenerse en niveles del 50 % durante los últimos 10 años. Curiosamente el Confirming® no creció en detrimento del Factoring, sino que lo hizo más como sustitutivo de los programas de emisiones masivas de papel, al cobro o al pago (recibos o pagarés), entendiendo por tanto este servicio como un mecanismo principal de pago. El Factoring, entre tanto, tampoco ha dejado de crecer, si bien no lo ha hecho al mismo ritmo.



Pero el gráfico que realmente muestra la relevancia que esta herramienta ha supuesto y supone desde el eje de los pagos en nuestra economía es el siguiente, donde podemos apreciar una comparativa del peso relativo que los volúmenes de pagos emitidos mediante Confirming® ha supuesto sobre el PIB español agregado durante un mismo período de tiempo. En los últimos 10 años, un 13,5 % del PIB ha sido pagado mediante servicios de Confirming®, creciendo además año a año en este peso relativo hasta alcanzar el 17,4% en el último año cerrado.

La actividad en financiación generada por esta herramienta, comparando la suma de los importes nominales de los créditos financiados contra el PIB para un mismo período, muestra como se ha pasado del 1% al 4,3% y al 7,3%, década tras década, para acabar en 2023 con un nivel del 9,3% del PIB financiado mediante operaciones de Confirming®. Hoy en día, en España, es difícil entender nuestro sistema de pagos y de financiación sin la presencia de Confirming®.



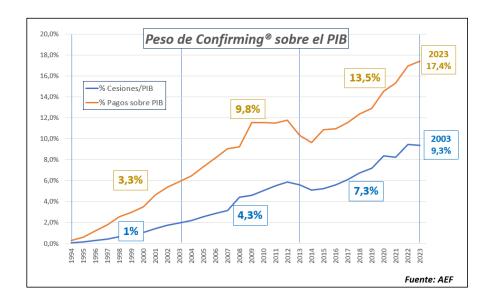












"Los últimos 10 años de Confirming® en España"

Recopilando datos, en el siguiente cuadro mostramos el detalle de los indicadores que año tras año comparte la AEF de manera agrupada como resultado de las estadísticas recibidas y que de forma confidencial aportan las entidades y operadores que son miembros de citada asociación. Es evidente que hay otros operadores que pueden estar presentando, ofertando y gestionado servicios de Confirming® en el mercado y que no forman parte de estas cifras, pues no forman parte de citada asociación, pero podemos estimar que la

gran mayoría del mercado se encuentra representado por la actividad que aquí se presenta.

Pocos cuadros que muestren la trayectoria de un servicio ya consolidado, después de los primeros 20 años, pueden presentar un volumen de actividad y negocio para un período de 10 años tan contundente, positivo y exitoso. Más allá de la realidad económica que pueda subyacer en cada año, de los avatares positivos o negativos del entorno económico y social vivido durante estos 10 años, podemos convenir que Confirming® es, a fecha de hoy, un servicio que no puede ser obviado, desconocido o simplemente vilipendiado desde perspectivas ciertamente sesgadas, interesadas o parciales.

De los 100.061 millones de euros en pagos en el 2014 a los 254.267 millones en 2023; y de los 52.814 millones de euros en actividad de negocio en 2014 (anticipos a proveedores y demoras a clientes), a los 136.643 millones en 2023, la conclusión es rotunda: en España el interés y el uso de esta herramienta, de este mecanismo de pago y financiación a proveedores es, hoy en día, muy relevante, fundamental para conocer y entender nuestra realidad en este campo.

Huelga calcular multiplicadores o índices de evolución para cada parámetro (lo que animo a hacer al lector), siendo quizás lo más llamativo que no ha habido un solo año en donde se vean cifras inferiores al año anterior, incluso considerando el año de pandemia. Se mues-











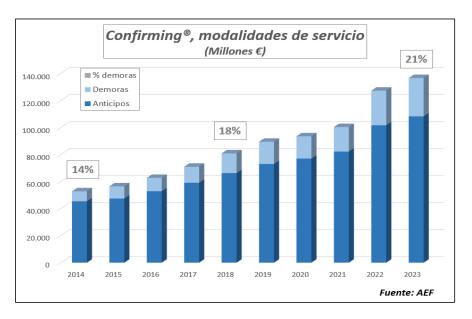


tra con ello que el Confirming® es un instrumento entendido por pagadores y entidades como una forma de apoyar y aliviar presión financiera para las empresas proveedoras, especialmente aquellas Pymes que pueden tener mayor dificultad de acceso al crédito.

Detalle actividad Confirming® 10 últimos años							
Millones de €	Órdenes de Pago	Actividad/ Negocio	Anticipos	Nacional	Internac.	Demoras	Inversión Final
2014	100.061	52.814	45.398	38.569	6.829	7.416	12.659
2015	116.968	56.470	47.479	42.138	5.341	8.991	12.573
2016	122.416	62.721	52.862	47.049	5.813	9.859	14.503
2017	134.416	70.997	59.129	51.460	7.669	11.868	15.686
2018	148.657	80.896	66.281	57.229	9.052	14.615	17.071
2019	160.831	89.463	73.012	62.374	10.639	16.451	19.242
2020	162.608	93.540	77.005	66.280	10.724	16.535	19.534
2021	187.065	100.385	82.210	72.328	9.883	18.175	22.039
2022	228.099	127.291	101.647	88.417	13.229	25.644	27.430
2023	254.269	136.643	108.231	93.972	14.259	28.412	27.198
							Fuente: AEF

Para finalizar este artículo, permítanme que realice dos apuntes finales. En primer lugar, señalar que con el paso del tiempo se ha ido enriqueciendo el Confirming® con diferentes modalidades, variables de servicio y opciones de gestión, lo que ha dado una mayor versatilidad a la oferta y ha hecho que vayan cambiando los pesos

de determinados volúmenes de actividad. En este caso me quiero referir al peso del 21% que alcanza la actividad que denominamos de "demoras" frente al 14% que representaba en el año 2014. Bajo esta opción se incluye la actividad de financiación a los ordenantes de los pagos remesados donde no existe necesariamente un cesión/anticipo de crédito comercial por parte del proveedor receptor del pago. Es claro que los costes derivados de citada operativa corren de manera directa por parte del cliente/pagador, sin influir en las fechas de vencimiento y pago que originalmente pudiesen tener pactadas con sus proveedores.







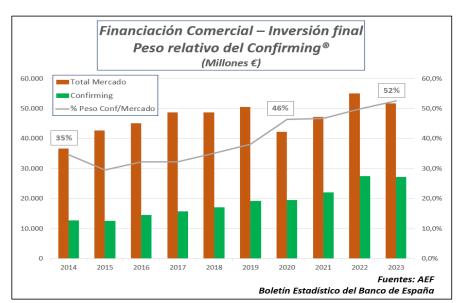








En segundo término apuntar la importancia relativa que el Confirming® representa ya en nuestros días sobre el saldo total del Crédito Comercial que reporta el Boletín Estadístico del Banco de España (saldo de las Entidades de Crédito y EFC tutelados por el BdE), alcanzando un 52% al cierre del 2023 y poniendo de manifiesto la importancia de este servicio en años de dificultad, siendo el 2020 (año de COVID), un magnífico exponente de ello: frente a una caída del saldo final global de la financiación comercial a las empresas del 20%, el Confirming se mantuvo en cifras similares, incluso algo mayores al año anterior (+1,5%), lo que le supuso alcanzar un peso relativo del 46 % en financiación comercial al cierre de ese año.



No se podría acabar este artículo sin una reflexión final y una mirada hacia el futuro: no busquemos trabas y alentemos temores donde el mercado nos indica el camino; seamos emprendedores y atrevidos en nuestras propuestas; entendamos este mercado como un lugar donde pararse es "tender a perder". Hay que seguir mejorando, innovando, desarrollando ideas y optimizando servicios y propuestas de valor en beneficio de todas las partes que participan en la cadena.

> Carlos García Casas Secretario General de la AEF













C/ Maria de Molina, 41 28001 Madrid

Mail: aef@factoringasociacion.com Web: www.factoringasociacion.com









