

ABSTRACTO FOMIN

I. DATOS BÁSICOS DEL PROYECTO

Título del Proyecto:	Servicios de Información Comercial para las MiPyMEs	
País:	Uruguay	
Número del Proyecto:	TC-0110019	
Beneficiario u Organismo ejecutor:	Liga de Defensa Comercial (LIDECO)	
Costo estimado y financiamiento:	FOMIN (Ventanilla III):	US\$567.000
	Beneficiario:	<u>US\$375.000</u>
	Total:	US\$942.000
Fecha Efectiva de solicitud del Proyecto:	12 de noviembre de 2002	

II. ANTECEDENTES

A. Contexto general

- 2.1 La gran mayoría de las empresas Uruguayas son micro, pequeñas o medianas empresas (MiPyMEs). Según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en 1996 había en Uruguay 125.850 empresas registradas, de las cuales un 99,6% (125.320) eran MiPyMEs¹. Este segmento de empresas ocupaba a unas 403.500 personas, que a su vez representan el 71,3% del personal ocupado en empresas formales.
- 2.2 A pesar de su gran número, en Uruguay existen pocas organizaciones que atienden las necesidades de crédito de las MiPyMEs. De las instituciones financieras reguladas en el país, las que proveen servicios dirigidos a MiPyMEs son el Banco de la República Oriental del Uruguay (BROU) y las cooperativas. Los bancos privados no tienen programas especializados ni estrategias para atraer la clientela MiPyMEs. Sin embargo, independientemente de la poca atención que

¹ La legislación uruguaya (Decreto 54/92 del 7/2/92 y modificativo del 19/7/95) define a las micro, pequeñas y medianas empresas en función de personal ocupado, ventas anuales y activos. Según esta categorización, las micro empresas son aquellas que ocupan hasta cuatro personas, tienen ventas inferiores a los US\$60.000 anuales y activos por US\$20.000; las pequeñas empresas son aquellas que ocupan entre cinco y diecinueve personas, tienen ventas anuales inferiores a US\$180.000 y activos menores a US\$50.000; y las empresas medianas, son las que ocupan entre veinte y noventa y nueve personas, tienen ventas inferiores a US\$5.000.000 y activos menores a US\$350.000.

reciben del sector bancario, las MiPyMEs si hacen uso de servicios financieros, lo que pone en evidencia su potencial demanda. Sobresale el uso de tarjetas de crédito y de cheques como promesas de pago que pueden ser descontadas, instrumentos a los que sólo se tiene acceso si no se tiene un registro crediticio negativo.

- 2.3 La falta de acceso a crédito de las MiPyMEs en general responde a un comportamiento racional por parte del sector financiero. Para los bancos, es difícil cuantificar el riesgo de prestarle a las MiPyMEs. Primero, para estas compañías usualmente no existen análisis independientes, tales como “*ratings*” o valor en el mercado de acciones que permitan evaluar su desempeño, tal como existe para empresas más grandes. Segundo, las MiPyMEs desempeñan actividades en muchos sectores diferentes de la economía, lo que hace difícil desarrollar indicadores de éxito para el sector como un todo. Tercero, muchas veces es complejo para el analista bancario separar las finanzas de la compañía de las finanzas familiares. Los bancos que sí atienden a las MiPyMEs responden a esta escasez de información haciendo estudios detallados de cada plan de negocio presentado por cada compañía (lo que encarece el costo para el banco de prestarles, y por lo tanto el precio del crédito) y requiriendo colateral de ellas. Ambas prácticas ponen el crédito fuera del alcance de las MiPyMEs².
- 2.4 ¿Cómo solventar esta situación? Según un informe presentado al Banco³, los sistemas de registro crediticio e información comercial pueden facilitar el acceso al crédito a cualquier empresa – incluidas las MiPyMEs – porque crean una nueva forma de colateral - la reputación. Estos sistemas de registro recogen datos históricos y estandarizados sobre empresas individuales, datos que las instituciones financieras pueden fácilmente utilizar para deducir la capacidad y la disposición de repagar un crédito. En Latinoamérica, ya existe una historia de sistemas de registro crediticio. Según el estudio de Galindo y Miller (2001), estos sistemas han facilitado el acceso al crédito porque, a la hora de analizar el riesgo crediticio, han permitido que las instituciones financieras Latinoamericanas presten menos atención al flujo de caja existente en las empresas prestatarias que a las perspectivas de éxito del proyecto propuesto⁴.

B. Beneficios para las MiPyMEs del uso de información comercial

- 2.5 Los beneficios concretos para las MiPyMEs del uso de la información comercial son los siguientes:

² Galindo, A y M. Miller. 2001. “*Can Credit Registries Reduce Credit Constraints? Empirical Evidence on the Role of Credit Registries in Firm Investment Decisions*”. Este informe fue presentado en las reuniones anuales de la Asamblea de Gobernadores del Banco Interamericano de Desarrollo en Santiago Chile, 2001.

³ Ibid.

⁴ Es de hacer notar que el estudio de Galindo y Miller no tenía suficientes datos de MiPyMEs para evaluar si los efectos documentados arriba, que se constataron para las grandes y medianas empresas que suelen utilizar estos registros crediticios, también beneficiaron a las empresas más pequeñas de la misma forma.

- 2.6 **Mayor acceso a opciones financieras:** Uno de los principales costos del proceso crediticio es la búsqueda de información que permita evaluar correctamente las solicitudes de crédito y así poder decidir sobre el nivel de riesgo que puede asumir un cliente determinado. Si la información no está disponible, debe ser levantada, lo que implica altos costos unitarios que son transferidos a los clientes directa o indirectamente. Los servicios de información comercial proporcionan a las entidades financieras una herramienta valiosa para reducir el costo y el tiempo para tomar decisiones sobre sus inversiones. De la perspectiva de las MiPyMEs, que tienden a sufrir de limitaciones de garantías reales, las informaciones sobre su buen comportamiento crediticio se convierten en un activo de gran importancia para acceder al financiamiento.
- 2.7 **Aumento de la transparencia en las relaciones inter-empresariales:** Dada la dificultad de obtener financiamiento por parte del sector bancario, es común que las MiPyMEs busquen financiamiento mediante créditos y/o garantías inter-empresariales. Usualmente, estos créditos son a muy corto plazo (30-90 días) y están atados a compras específicas. Sin embargo, aquí también presentan desventajas las MiPyMEs. En un levantamiento realizado en Uruguay en el marco de las Agendas de Competitividad, se constató que el crédito de proveedores representa apenas un 6% del financiamiento de la MiPyME. También aquí, las MiPyMEs necesitan información comercial o garantías de las que no disponen. En este sentido, las propias empresas participantes consideraron que un “*clearing*” empresarial las ayudaría a obtener crédito de proveedores, así como a evaluar el riesgo de extender crédito a sus compradores⁵. En forma general, este “*clearing*” empresarial ayudaría a obtener información rápida de la confiabilidad del socio comercial, aumentando así la transparencia de la transacción y evitando malas prácticas comerciales.
- 2.8 **Mayores oportunidades de negocios y de alianzas con otras empresas:** Contar con un sistema que permita proveer la información precisa y detallada sobre los antecedentes de las empresas, es un elemento importante para aumentar la credibilidad de las mismas. Para las MiPyMEs, un informe comercial completo sirve como una carta de presentación valiosa que les permite entrar en contacto con el mercado nacional e internacional, facilitando el crecimiento de sus redes de proveedores y compradores.

C. Los sistemas de información comercial

- 2.9 En Uruguay, las entidades principales que ofrecen servicios de información comercial son: (i) el *Clearing* de Informes, el buró de crédito más reconocido en el país; (ii) la Central de Riesgo de la Superintendencia de Instituciones de Intermediación Financiera, una central de riesgo del organismo regulador y supervisor del sistema financiero; y (iii) la Liga de Defensa Comercial (LIDECO),

⁵ Si bien la mayoría de las ventas de las PyMEs están orientadas al consumidor final, el 20% se destinan a mayoristas, comerciantes minoristas, gobierno, otras empresas y el exterior (Programa de Apoyo a las Buenas Prácticas en los Créditos Comerciales, 2002).

una asociación gremial empresarial sin fines de lucro que viene dedicándose a la defensa del crédito y la competencia leal entre las empresas, y constituye el mayor proveedor de información comercial del Uruguay.

- 2.10 La información de la Central de Riesgo de la Superintendencia⁶ tiene un uso continuo por parte del sector financiero regulado. Sin embargo, su circulación está restringida sólo a las instituciones financieras reguladas. Por su parte, los servicios del “*Clearing*” de Informes son utilizados por prácticamente todos los intermediarios financieros tanto regulados como no regulados, así como por las empresas comerciales e industriales medianas y grandes. Su uso es más generalizado para los créditos de consumo, aunque también es importante para los créditos empresariales, para los cuales se consulta a la empresa misma así como a sus accionistas y gestores.
- 2.11 La LIDECO, cuyos objetivos son la defensa del crédito, del consumo y de la corrección comercial, estableció desde su fundación en 1915, un sistema de información inter-empresarial disponible a su membresía, pero que recoge datos de todo el espectro empresarial uruguayo. Para cada empresa registrada, la LIDECO elabora un informe que abarca el reporte de crédito, antecedentes comerciales y bancarios, datos constitutivos, marcas registradas, estados financieros, comercio exterior, referencias y seguros, entre otros.
- 2.12 La base de datos de la LIDECO se alimenta de los registros públicos, del Banco Central, de tribunales judiciales, de información voluntaria y de investigaciones propias. La información se actualiza individualmente dependiendo del número de solicitudes de informes sobre una empresa determinada. La base de datos abarca unas 125,000 empresas, número que representa la mayoría (97%) de las empresas registradas en Uruguay. De éstas, unas 25.000 mantienen sus datos actualizados y se hacen unas 20.000 consultas por mes. La percepción extendida en el mercado indica que la LIDECO presta servicios útiles que son efectivamente utilizados en el momento de tomar decisiones de negocios y, particularmente, al momento de otorgar créditos⁷. Sin embargo, las empresas medianas y grandes son las que más utilizan esta información.
- 2.13 A pesar de que la base de datos de LIDECO incluye a micro, pequeñas y medianas empresas, la mayoría de éstas no ha podido sacar provecho de sus servicios debido a que: (i) actualmente LIDECO no tiene métodos adecuados para atender la necesidad de las MiPyMEs; y (ii) las MiPyMEs no están conscientes de

⁶ Esta Central de Riesgo recopila información de las operaciones crediticias del sector financiero regulado que sobrepasan los US\$8.000. Estas instituciones están obligadas por Ley a entregar estas informaciones a la Superintendencia cada tres meses. La Central agrupa estas informaciones y las coloca a la disposición exclusiva de las instituciones reguladas mediante conexión en línea. Además de estos datos, la Superintendencia publica en el Internet los cheques devueltos y las cancelaciones de cuentas corrientes con sus titulares.

⁷ Se realizaron unas 20 entrevistas a empresarios (empresas de dimensiones diversas), funcionarios de créditos de bancos y grandes empresas, e informantes calificados, especialmente gerentes de instituciones que prestan servicios a MiPyMEs y coordinadores de programas financiados por el Banco/FOMIN.

las ventajas de disponer de la información comercial. La LIDECO, con miras a expandir sus servicios hacia las MiPyMEs, solicitó al Banco una cooperación técnica con los recursos del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) para superar estas deficiencias.

- 2.14 Considerando los potenciales beneficios de los informes comerciales para las MiPyMEs, y la amplitud de este sector en la economía uruguaya, se considera de suma importancia incrementar el uso que hacen estas empresas de ellos. Se desea también poder contar con un centro de registro empresarial moderno y eficiente que aumente la transparencia de las relaciones inter-empresariales y la confianza en las empresas nacionales, y así permita ampliar el comercio nacional e internacional. Se considera que la LIDECO es la organización que está en mejores condiciones para jugar el papel protagonista en este tema.

III. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

- 3.1 Las beneficiarias directas del Proyecto son aproximadamente 800 micro, pequeñas y medianas empresas que serán motivadas a utilizar los registros de información comercial, y cuyo acceso al crédito el Proyecto busca facilitar. El sector financiero se beneficiará del Proyecto porque le dará instrumentos para fácilmente incluir a las MiPyMEs dentro de su cartera de clientes. Los sectores empresariales también se beneficiarán ya que el Proyecto contribuirá a una mayor transparencia en las relaciones comerciales.

IV. OBJETIVOS, COMPONENTES Y ACTIVIDADES DEL PROYECTO

A. Objetivos

- 4.1 El fin del Proyecto es mejorar la posibilidad de acceso al crédito por parte de las MiPyMEs uruguayas, y perfeccionar un instrumento que ayude a aumentar la transparencia de las relaciones inter-empresariales en Uruguay.
- 4.2 El propósito del Proyecto es integrar un mayor número de empresas uruguayas, en particular MiPyMEs, al sistema privado de información comercial existente, así como ampliar y mejorar los servicios ofrecidos por este sistema y su cobertura geográfica.
- 4.3 El Proyecto propuesto está compuesto por dos componentes complementarios, que se describen a continuación. El primero busca mejorar la oferta de servicios por parte de la LIDECO para las MiPyMEs y ampliar el uso de los servicios de la LIDECO por empresas internacionales. El segundo busca motivar a las MiPyMEs en general y a las empresas del interior de Uruguay a utilizar la información comercial de la que dispone y dispondrá LIDECO.

B. Componentes y actividades

1. Componente I: Mejorar la oferta de los servicios ofrecidos por LIDECO, en particular para las MiPyMEs

- 4.4 Readequación de los Servicios de Información Empresarial para MiPyMEs: Este subcomponente tiene como objetivo desarrollar la capacidad de la LIDECO para atender a las MiPyMEs. Para ello, se contempla: (a) la revisión de los servicios existentes de la LIDECO; y (b) la adecuación de los servicios de información comercial a la realidad de las MiPyMEs. Las actividades concretas serían, entre otras: (i) revisión de los formatos existentes y los métodos de recopilación de datos comerciales, y adecuación (simplificación) de los mismos para facilitar la obtención, procesamiento y entrega de información comercial relevante a las MiPyMEs; (ii) definición de una estrategia para aumentar la eficiencia del procesamiento y la entrega de datos, para así reducir los costos de servicio y hacerlos accesibles a la mayoría de las MiPyMEs; (iii) desarrollo de métodos de capacitación adecuados para empresarios MiPyMEs sobre el desarrollo y uso de la información comercial; (iv) desarrollo de manuales operativos internos para integrar las MiPyMEs dentro de la clientela de la LIDECO, y capacitación del personal de LIDECO en la materia; (v) diseño de una imagen corporativa que incentive la mayor participación de las MiPyMEs; y (vi) desarrollo de materiales de divulgación y comunicación.
- 4.5 Para asegurar que las necesidades de las MiPyMEs estén debidamente reflejadas, en el proceso de desarrollo de los servicios de este subcomponente, se organizará un taller con 30 MiPyMEs.
- 4.6 Desarrollo de nuevos Servicios de Información Comercial, mejoramiento de la rapidez de acceso, y ampliación de su alcance geográfico: El objetivo de este subcomponente es facilitar el uso de la información comercial sobre empresas uruguayas por empresas internacionales. Para ello, se desarrollarán nuevos servicios de información comercial orientados a inversionistas y a empresas que buscan oportunidades de negocio en el mercado uruguayo. Las actividades concretas serían las siguientes: (a) fortalecer los esfuerzos de la LIDECO para informatizar sus servicios, y así permitir que pueda ofrecerlos en el interior de Uruguay, así como fuera del país. Para ello es necesario recibir asistencia externa así como adquirir equipos y software que permita soportar la red de organizaciones que accederán a las bases de informes por esta vía. (b) Desarrollar nuevos servicios, que serán examinados cuidadosamente durante la etapa de análisis.
- 4.7 En base a la experiencia exitosa de las agencias de información comercial en otros países de la Región (SERASA en Brasil y Fidelitas, S.A en Argentina, entre otras), se pueden listar los siguientes como posibles servicios a ser desarrollados: (i) sistema de calificación para personas físicas (scoring) y entidades jurídicas (rating), incluyendo a las MiPyMEs, para identificar de manera inmediata factores de riesgos y seguridad; (ii) análisis de comportamiento sectorial; (iii) análisis de

grupos de empresas asociadas; (vi) información de proveedores y compradores interesados en invertir en empresas uruguayas; y (v) suministro de información en inglés.

2. Componente II: Motivación a las MiPyMEs y a empresas del interior para incrementar su uso de información comercial

- 4.8 El objetivo de este componente es promover el mayor uso de la información comercial entre las MiPyMEs uruguayas. Para lograr dicho objetivo, se propone realizar al menos 35 talleres de trabajo y seminarios en diferentes ciudades del país, organizados a través de instituciones que agrupen a las MiPyMEs, para implementar las siguientes actividades: (i) difundir la importancia de la información comercial como buena práctica en los negocios y presentar las fuentes y la información actualmente disponible; (ii) promover la utilización de la información comercial para la toma de decisiones en cuanto a financiamiento, negocios y relacionamiento con otras empresas; (iii) capacitar, con los métodos desarrollados en el Componente I, a los empresarios de las MiPyMEs en las técnicas para una mejor utilización de esta información; y (iv) capacitar a ejecutivos de empresas grandes, incluyendo instituciones financieras, a utilizar el registro de información comercial para evaluar el riesgo crediticio de pequeñas empresas. Se prevé que por lo menos 800 MiPyMEs y 30 ejecutivos de empresas grandes participarían en estos talleres.
- 4.9 A medida que se realicen estos talleres, se propone vincular a centros industriales, comerciales y organizaciones intermedias de empresarios del interior del país, a la LIDECO, utilizando sistemas de comunicación virtual para facilitar el intercambio de información. Para ello, se realizará talleres con estas organizaciones y sesiones de capacitación de sus operadores (que deberán asignar las organizaciones correspondientes), donde se dejará instalado un equipo informático conectado a la base de información de la LIDECO. Esto requerirá un acuerdo institucional entre la organización y la LIDECO, que establezca los deberes y derechos de cada parte, la forma de acceso a los servicios y el pago por los mismos.

V. COSTO, FINANCIAMIENTO Y TIEMPO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO

- 5.1 El costo total del Proyecto alcanza los US\$942.000, los cuales se financiarán del siguiente modo: US\$567.000 (60%) aportados por el FOMIN y US\$375.000 (40%) aportados por la LIDECO. El período de ejecución del Proyecto será de 36 meses y el período de desembolsos será de 42 meses.
- 5.2 La LIDECO asume el compromiso de los recursos de contrapartida, los cuales por lo menos un 50% deberá ser en efectivo. En cuanto a la sostenibilidad del Proyecto, se contempla recuperar los costos del mismo a través de los cobros a los usuarios de servicios ofrecidos por el Proyecto. Al respecto, la LIDECO tiene

comprobada trayectoria de auto-sostener sus servicios mediante aportes por parte de sus afiliadas (ver párrafo 6.3).

VI. ORGANISMO EJECUTOR

- 6.1 La LIDECO fue fundada en 1915, y su actividad se mantiene hasta el presente en defensa de la lealtad y corrección comerciales. Adicionalmente, presta a sus asociados una variada gama de servicios, entre los que merecen destacarse: informes comerciales; representación en concordatos, concursos y quiebras; cobranza judicial de cuentas morosas y asesoramiento jurídico en documentación comercial.
- 6.2 Según estadísticas de la LIDECO, entre el 2000 y 2001 se recibieron unas 5.748 solicitudes de informes, 3.205 de las cuales fueron en línea, y se realizaron 15.171 revisiones de antecedentes. Los datos registrados acumularon en dicho período 59.226 consultas, de las cuales el 80% fueron realizadas por el sector financiero.
- 6.3 LIDECO cuenta con unas 28 instituciones afiliadas del sector financiero, las cuales generan el 66% de los ingresos de la sección de informes. Los estados financieros de los últimos años muestran que la LIDECO ha registrado ingresos por más de US\$1 millón, que aplica a salarios de su personal y a gastos necesarios para la prestación de los servicios que ofrece a sus asociados.

VII. RESULTADOS PREVISTOS Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

- 7.1 Los principales resultados esperados del Proyecto son: (i) desarrollo de los servicios y métodos que permitan impulsar mayor uso de la información comercial entre las MiPyMEs; (ii) instrucción a más de 800 MiPyMEs sobre el uso eficiente de los servicios de información empresarial; (iii) sensibilización de 30 ejecutivos de empresas grandes, incluyendo instituciones financieras, acerca de la importancia de los registros comerciales para determinar el riesgo crediticio de pequeñas empresas; (iv) fácil acceso a la información comercial vía *internet*; y (v) una serie de nuevos servicios de información comercial que faciliten las inversiones y generen nuevas oportunidad de negocios.
- 7.2 Recientemente, tanto los organismos internacionales como los gobiernos han promovido el uso de la información comercial como instrumento para ayudar a establecer el riesgo financiero⁸. Sin embargo, todavía no hay mucha experiencia sobre qué impacto estos registros tendrían en la competitividad de pequeñas y medianas empresas en la Región⁹. En este sentido, se considera que Uruguay es

⁸ La información sobre riesgo crediticio fue uno de los temas principales de “Camino a la Competitividad”, la sesión técnica organizada durante la Asamblea de Gobernadores del Banco Interamericano de Desarrollo en Chile, 2001.

⁹ Sobre la promoción del uso de informes empresariales, el FOMIN aprobó, en 2001, una cooperación técnica regional, “Capacitación de analistas financieros para pequeñas y medianas empresas (ATN/ME-7308-RG)”, cuyo objetivo es transferir a las instituciones educativas latinoamericanas y a los analistas

un país ideal para ejecutar una operación de este tipo, ya que el reporte de información comercial es aceptado como un instrumento importante para la toma de decisiones financieras y empresariales. Del Proyecto propuesto, por lo tanto, se podrán extraer lecciones importantes para el resto de los países que integran la región.

VIII. ESTRATEGIA PARA LA INCORPORACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y ASPECTOS SOCIALES

- 8.1 Como parte del análisis técnico, se considerará, en la recopilación de los datos empresariales, inclusión de los datos de género y antecedentes en medio ambiente.

IX. TEMAS PRINCIPALES

- 9.1 Con el fin de expandir sus servicios a las MiPyMEs y facilitar el intercambio comercial entre empresas uruguayas, el Proyecto apoyará la implementación en la LIDECO de una serie de nuevos servicios de información comercial. Durante el análisis, el equipo de Proyecto del Banco, conjuntamente con la LIDECO, preparará una propuesta detallada sobre los servicios a ser desarrollados, basados en la viabilidad financiera, demanda y eficiencia de cada uno.

X. RECOMENDACIONES DE LA REPRESENTACIÓN DEL BANCO

- 10.1 La Representación del Banco en Uruguay (COF/CUR) considera que este Proyecto es prioritario para el país porque toca un área de gestión empresarial de las MiPyMEs que no está cubierta por ninguna de las organizaciones de servicio de desarrollo empresarial en Uruguay. Asimismo, la COF/CUR afirma que el solicitante es una prestigiosa entidad empresarial que brinda servicios muy reconocidos a la comunidad empresarial del país y a las autoridades nacionales, y que reúne los requisitos para ejecutar con éxito el Proyecto propuesto.

XI. ESTIMACIÓN DEL PERÍODO DE ANÁLISIS Y PREPARACIÓN DEL PROYECTO

- 11.1 Se estima que a partir de la aprobación del Abstracto se podría completar el análisis y la presentación del Memorando de Donantes en un período de 6 meses.

Elaborado por: Flora M. Painter (RE1/FI1) y Masami Yamamori (RE1/FI1).

Aprobado por: _____ Fecha: _____

financieros los conocimientos especializados de los informes para las PyMEs. Esta operación no abarca los temas directamente relacionados con el desarrollo del sistema de registro de información comercial.

Ricardo L. Santiago (RE1/MGR)