



Widening the circle, moving ahead

## Microenterprise Best Practices

Development Alternatives, Inc.  
7250 Woodmont Avenue, Suite 200  
Bethesda, MD 20814 USA  
Tel.: (301) 718-8699 • Fax: (301) 718-5136

# Las Microfinanzas y el Mercado de Información de Crédito en El Salvador

Tom Lenaghan

Marzo 2001

Este documento describe la mecánica de cómo las agencias de crédito operan en El Salvador. Trata sobre los actuales mercados y principales actores que existen en el país, y describe los requisitos que se deben cumplir para operar una agencia de crédito que tenga éxito. Finalmente, examina la repercusión que el contar con mejor información de crédito tendrá sobre las instituciones financieras, prestatarios y los supervisores del sector financiero, y analiza también la manera como la información sobre prestatarios micro-financieros puede incorporarse a las bases de datos de las agencias de crédito que operan en El Salvador.

## Antecedentes

Hace cinco años, existía únicamente una agencia de crédito comercial y una pública. En la actualidad existen tres agencias privadas a más de la pública, y los usuarios manifiestan que sus sistemas son cada vez mejores en general. Sin embargo, el sistema de generación de informes en El Salvador sigue adoleciendo de los obstáculos generados por las regulaciones sobre el sigilo bancario; además, los temas relacionados con la estructura de propiedad de las agencias todavía no se han resuelto, lo que va en menoscabo de la reputación de imparcialidad del sistema. La mayor falla que acusa el sistema de informes crediticios, es que no existe una fuente universal para información de crédito. Además, la mayor parte de los prestatarios micro-financieros siguen permaneciendo fuera de todos los sistemas que captan información de crédito.

## Funciones y Operaciones de las Agencias de Crédito

Las “Agencias de Crédito” son entidades que se especializan en recopilar y difundir información sobre los antecedentes de crédito de los clientes de empresas comerciales y financieras. Las funciones de los “centros de crédito” pueden dividirse en tres distintas operaciones: recolección de datos, manejo de bases de datos, y generación y difusión de informes. Para recopilar datos, las agencias de crédito llevan a ejecución convenios formales con instituciones que otorgan crédito, mediante los cuales tales instituciones convienen en proporcionar información a cambio de contar con acceso a la base de datos de la agencia de crédito. Una vez que los datos son aprobados para ser ingresados al sistema, se los añade a bases de datos que son altamente confiables y confidenciales. Las agencias de crédito emiten informes a petición de sus afiliados—al proporcionar a la agencia de crédito el nombre de la persona o el número de identificación a través del cual los afiliados pueden verificar todos los antecedentes de crédito que esa persona tiene. Como mínimo, estos informes incluyen la siguiente información: si es que el prestatario es persona natural o corresponde a una corporación, el nombre o tipo de institución acreedora, las principales características del préstamo, la situación actual del préstamo y los préstamos pendientes o saldos de crédito.

Las agencias de crédito han comenzado a ofrecer una gama de servicios complementarios relacionados, además de sus productos fundamentales de base de datos crediticios. Tales servicios complementarios incluyen la investigación de antecedentes de crédito, su verificación y



A USAID-funded project, implemented by Development Alternatives, Inc. in collaboration with ACCION International Foundation for International Community Assistance, Harvard Institute for International Development, International Management and Communications Corporation, Ohio State University Rural Finance Program, Opportunity International, and the Small Enterprise Education and Promotion Network.



búsqueda de información sobre nombres que no constan en el banco de datos, manejo de recaudación de cartera, “calificación” de crédito que se basa en modelos estadísticos muy sofisticados, utilizados para predecir la posibilidad de incumplimiento con un préstamo; y servicios de consulta al banco de datos que ayude a los clientes a mejorar la utilización y manejo de los datos pertinentes a sus propios clientes.

Los clientes de agencias de crédito pueden incluir a bancos e instituciones financieras, empresas que manejan tarjetas de crédito, empresas comerciales tales como almacenes de ventas al por mayor y menor, empresas de teléfonos y servicios públicos, y personas naturales tales como quienes dan en arriendo sus propiedades. Aunque existen importantes diferencias entre esta clientela, la diferenciación entre unos y otros se torna cada vez más difusa—la línea que divide a bancos y ONGs microfinancieras no bancarias, por ejemplo, se ha difuminado ahora que las ONGs han comenzado a operar con la concesión de préstamos.

Dado el importante nivel de superposición de la clientela entre todos estos tipos de instituciones crediticias, el autor argumenta que claramente vale la pena establecer en El Salvador agencias de crédito centralizadas. Sin tales sistemas centralizados de base de datos, los informes que emiten las agencias de crédito en El Salvador ofrecen únicamente un cuadro parcial de los antecedentes crediticios de las personas. A la fecha no existe ningún sistema en funcionamiento que genere informes y que junte una masa crítica de información; uno de los principales obstáculos para hacerlo radica en la falta de participación en cualquier tipo de sistema de información de crédito por parte de las instituciones micro-financieras más grandes.

## Agencias de Crédito en El Salvador

Las principales agencias de crédito que generan informes en El Salvador son:

- **DICOM**—Originalmente una sociedad entre los bancos Salvadoreños y un despacho de crédito Chileno, esta empresa cuenta con la mayor base de datos sobre antecedentes de crédito en El Salvador y es la que más se acerca a consolidar los datos provenientes de todos los sectores de la economía. DICOM ofrece varias opciones de evaluación de cartera, servicios de investigación de clientes, y un servicio de información de recursos humanos que cuenta con una base independiente de datos. En el año 2000, DICOM lanzó un nuevo producto de referencias de crédito dirigido hacia las instituciones micro-financieras no reguladas.

- **InfoRed**—USAID financió la creación de InfoRed, que había sido originalmente establecida a manera de un sistema centralizado de información de crédito para recopilar y difundir los nombres de deudores morosos provenientes de seis IMF's de El Salvador. En la actualidad constituye una empresa privada que persigue fines de lucro y que no mantiene ya vínculo alguno con USAID ni con las instituciones financieras que forman parte de sus metas estratégicas corporativas.
- **SSF**—La SSF (Superintendencia del Sistema Financiero) mantiene un registro público de crédito y las regulaciones obligan a todas las instituciones financieras normadas a proporcionar información actualizada sobre sus clientes de crédito a esta entidad.
- **Procrédito**—La más antigua agencia de crédito de El Salvador, Procrédito es una asociación que no persigue fines de lucro y que opera según el modelo de la fundación. Los afiliados están obligados a pagar una cuota de membresía que les permiten participar en procedimientos democráticos para elegir a los funcionarios de la empresa. Procrédito está más directamente dirigida hacia el sector comercial.
- **ABANSA**—ABANSA constituye una asociación profesional que no persigue fines de lucro, envía a sus miembros una lista de sus nuevos clientes morosos. El sistema es un medio que únicamente ofrece un complemento básico a los registros de crédito de la SSF.

## Factores Críticos para el Éxito de las Agencias de Crédito

El éxito que alcancen las agencias de crédito depende de varios requisitos:

**Obtención de Datos con Suficiente Amplitud:** El desafío competitivo fundamental para los despachos de crédito es el de suscribir convenios con tantas instituciones afiliadas que posean información sobre clientes pertenecientes a su nicho de mercado como sea posible. Este proceso se ve complicado por el hecho de que para obtener información de crédito en el mercado, los clientes de los despachos de crédito se encuentran pagando a los clientes y a los proveedores de materia prima para que proporcionen los respectivos informes. Los problemas de penetración de mercado se crean por el hecho de que

existe un umbral básico relacionado con el tamaño de la base de datos y su calidad ya que se precisa de una diversidad de fuentes para poder generar un informe de crédito que sea fiel reflejo de la realidad y que valga la pena.

**Frecuencia de las Actualizaciones:** La información debe actualizarse frecuentemente de manera que los datos que constan en los informes de crédito sean tan recientes como sea posible. Los despachos de crédito sí tienen procedimientos tendientes a promover la recopilación de información oportuna, pero los usuarios de virtualmente todo despacho de crédito en El Salvador se quejan de que la información que consta en los informes de crédito no está tan actualizada como deberían estarlo.

**Imparcialidad:** Es imperativo edificar una reputación de imparcialidad en la administración del despacho de crédito, y los incentivos contrastantes que se han mencionado hacen que la relación entre cliente y empresa de crédito se torne más complicada: los afiliados sienten que al participar estarán dando más a su competencia que lo que recibirán a cambio. Los despachos de crédito deberán hacer grandes esfuerzos para asegurarse de que se mantenga una imparcialidad y equidad absoluta en su trato entre afiliados, y que este hecho sea percibido por las partes interesadas. Un factor que exacerba la situación Salvadoreña es el de que no resulta poco común que las instituciones afiliadas sean también accionistas en los despachos de crédito. Para combatir esto, se han creado impedimentos que mantienen a los accionistas al margen del manejo operativo cotidiano.

**Detalle, Integridad y Flexibilidad de los Datos:** Es esencial que el diseño de un informe de crédito incluya datos que sean pertinentes para los clientes, ya que los clientes de distintos sectores precisan de diferentes necesidades. Los despachos de crédito más sofisticados pueden conformar la información, formatos de informes y nivel de detalle según las necesidades de clientes específicos.

**Infraestructura de Comunicaciones.** Una infraestructura de comunicaciones de calidad es otro de los componentes esenciales para que un sistema de información crediticia tenga éxito. El Salvador se encuentra desarrollando un sector competitivo de telecomunicaciones y el uso del Internet entre las empresas financieras, empresas comerciales, ONGs e IMFs es la norma en el país.

### **El Impacto de una Mejor Información de Crédito:**

Una mejor información de crédito beneficia a toda la economía de varias maneras. La información de crédito ayuda a las instituciones financieras a identificar a personas que se encuentran en alto riesgo con el fin de disminuir el porcentaje de préstamos que ofrecen problema. Adicionalmente, un sistema de información de crédito bien establecido motiva a los clientes a pagar sus préstamos. Para los prestatarios, un sistema de información crediticia eficiente no solamente multa a los deudores morosos sino que también puede compensar a los clientes puntuales. Para los supervisores del sistema financiero, los despachos de crédito también constituyen una fuente de información sobre los niveles de endeudamiento que prevalecen en el sistema financiero.

### **Integrando a los Clientes IMFs a los Sistemas de Información del Despacho de Crédito:**

En El Salvador hoy en día no existe una sola base de datos que ofrezca referencias de crédito y que capte toda la información proporcionada por la mayoría de las instituciones financieras reguladas, empresas comerciales e IMFs. Por una diversidad de razones, las IMFs en particular están sub-representadas. En primer lugar, el personal del despacho de crédito debe llevar a ejecución programas sobre la base de datos de sus afiliados a fin de recuperar la información; por lo general, los sistemas de las IMFs son menos sofisticados y precisan de mayor atención, y el trabajo de programación requerido posiblemente resulte muy costoso. Lo que es más, El Salvador no tiene un número universal de identificación personal - el número de contribuyente es el que típicamente se utiliza, pero son muy pocas las microempresas que tienen un número de contribuyente. Otro obstáculo que encara El Salvador radica en su propio código legal que prohíbe a los despachos de crédito difundir información sobre clientes, que se ha recibido de parte de las instituciones normadas para otras categorías de usuarios. El alto costo implicado en los servicios de información crediticia en sí evita que muchas de las IMFs participen del sistema. Finalmente, las IMFs con frecuencia aplican metodologías colectivas de crédito. Como resultado de ello, hacen muy poco análisis de la situación financiera de las personas involucradas, basando sus decisiones de crédito en la cohesividad del grupo y la garantía colectiva que pueden ofrecer. Estas metodologías colectivas de crédito no están de acuerdo con los estándares de contabilidad individualizada con que cuentan las agencias que emiten informes de crédito.

Existen dos modos de integrar a las IMFs más íntegramente al sistema de información de crédito:

- 1) *Que las IMFs participen en uno o más despachos de crédito general:* Probablemente este método sea el preferido ya que aportará a la cohesión general del sistema. Sin embargo, el mercado de las IMFs no normadas podría no resultar de suficiente interés comercial para los actores en escena como serían Procrédito y DICOM, ya que la rentabilidad al momento de atender a las necesidades de las IMFs es incierta.
- 2) *Las IMFs utilizan un despacho de crédito que se especializa en micro-finanzas:* Al utilizar esta metodología, los gerentes y personal pueden ceñir las operaciones del despacho de crédito de manera que reflejen las necesidades, capacidades e inquietudes específicas de sus clientes micro-financieros, constituidos principalmente por ONGs. Lo que es

más, la inversión inicial hacia un despacho destinado al nicho de crédito micro-financiero puede ser bastante más reducido. Pese a ello, este modelo no resuelve el problema principal en el sentido de que el mercado de información de crédito es fragmentado por naturaleza.

Para concluir, el autor plantea el argumento de que InfoRed va a tener que pasar a ser una agencia de información de crédito general y dejar atrás su nicho especializado. Por otra parte, uno de los despachos generales tendrá que hacer un esfuerzo concienzudo para tratar de dirigir su gestión hacia las IMFs. Antes de que esto suceda, El Salvador tendrá necesidad de reformar sus leyes actuales en lo relativo al sigilo bancario para hacer que su sistema sea más transparente. Las dudas que persisten respecto de la imparcialidad del sistema presentan aún otro serio desafío. Aunque un sistema que incluya a las IMFs dentro de una base de datos de créditos generales es la solución óptima para el programa de integración de las IMFs en El Salvador, el considerar una agencia que reporte sobre este nicho del mercado para atender específicamente a las IMFs constituye una alternativa viable.

Esta publicación MBP puede obtenerse *sin costo alguno* en nuestra página web <http://www.mip.org>. Se dispone de copias compiladas a un costo de \$.10/página. Todas las órdenes tienen que ser prepagadas. Para solicitar una copia, envíe su email a [mip@dai.com](mailto:mip@dai.com). Para recibir una lista completa de las publicaciones MBP, envíe un email a [content@dai-listserve.dai.com](mailto:content@dai-listserve.dai.com).