

*Un ejemplo de información especializada: la información comercial para la empresa**

José A. GOMEZ HERNANDEZ**

Las empresas deben disponer de sistemas informativos adecuados que gestionen sus requerimientos en este campo, posibilitando el aumento de la productividad, mejorando su capacidad de innovación, la anticipación de las tendencias del mercado, etc. Esta necesidad se acentúa en los momentos de crisis económica, en los que crece el riesgo que conlleva toda actividad comercial. Los cambios en el mercado, la influencia de la política gubernamental, la evolución de los hábitos de los consumidores y sobre todo el creciente nivel de competencia configuran un marco actual de las empresas caracterizado por su complejidad y por la tendencia a la concentración empresarial, sobreviviendo las empresas mejor adaptadas a la coyuntura.

Esta adaptación a la coyuntura, clave de supervivencia, resulta especialmente difícil para la pequeña y mediana empresa, que necesita ampliar su mercado pero que, entre otros factores, suele carecer de servicios de información y documentación propios, o no son lo bastante potentes para abarcar los diversos factores del mercado que precisa conocer para desenvolverse con la previsión de riesgos necesaria.

Dentro del espectro de necesidades informativas de la empresa nos centraremos en aquella información que las empresas requieren acerca de los clientes con los que operan, y que básicamente consideramos de tres tipos: información de *desarrollo comercial*, información de *riesgo financiero-comercial* e información *prejudicial*.

La primera información, de *desarrollo comercial*, es la que proporciona a las empresas los datos que le permiten configurar su cartera de mercado, identificar las empresas que pueden llegar a ser sus clientes. La respuesta

* Este trabajo es revisión de una comunicación presentada por el autor al 47º Congreso de la F.I.D., celebrado en octubre de 1992. Titulada "Necesidades informativas de las empresas acerca de sus clientes", se integró en la Sesión 6ª. del Congreso, centrada los problemas de la Información para la Industria y las Finanzas.

** Universidad de Murcia

a este requerimiento se satisface mediante la existencia de bases de datos con listados de clientes potenciales, de los que proporcionarán su actividad comercial, su volumen de facturación, número de empleados, capital social desembolsado, etc. Estos datos permiten ir clasificando las firmas comerciales para lograr perfilar los clientes idóneos para cada empresa, orientando su actividad hacia los que clientes que le resultarán óptimos. Las principales bases de datos² para estos temas serían principalmente las de:

- Dun & Bradstreet. Recoge en sus diversas bases de datos información crediticia y financiera sobre veinte millones de empresas de todo el mundo, de cara sobre todo a la gestión de riesgo y seguros de crédito, incluyendo datos sobre comportamiento de pagos, historial de la empresa y sus directivos, balances, principales bancos con los que trabajan, consideración en el mercado, etc. Destacan por su importancia Dun & Bradstreet Spain³ para nuestro país y DunsPrint Worldwide para empresas europeas.
- CAMERDATA, cuya base de datos homónima contiene registros con las licencias fiscales industriales y comerciales de las empresas físicas y autónomos, empresas jurídicas o sociedades, profesionales, empresas de comercio exterior y empresarios individuales, con datos que incluyen volumen de facturación, actividad, forma jurídica, número de empleados, etc.
- INCRESA. Produce dos bases de datos de empresas (MINIFORME y LISTADO), que abarcan 300.000 empresas españolas de todos los sectores industriales, recogiendo los datos de capital social, volumen de ventas, número de empleados, cargos directivos y consejeros, clasificación dentro del Código Nacional de Actividades Empresariales, etc.
- El Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa Industrial, IMPI, con 9 bases de datos entre las que destacaríamos BADASUB, sobre empresas subcontratistas industriales, BADEIN, que recoge 30.000 empresas industriales españolas conteniendo cada registro datos sobre sus trabajadores y directivos, su proceso productivo, cooperación empresarial, tipos de comercialización y distribución, volumen de ventas, y, finalmente, su base de datos de Empresas de Servicios. También informa de los Concursos Públicos a que pueden acudir las empresas.

² Para el conocimiento de las características de las bases de datos citadas, véase Ruiz González, B., y M. T. González Molina (eds.): Catálogo de servicios españoles de información electrónica ASCII. 6ª. ed., 1991. Madrid: Fuinca, 1991, y el repertorio periódico DIRECTORY of On-Line Databases. Detroit: London: Cuadra/Elsevier.

³ Una versión impresa es DUNS 30.000: Principales empresas españolas 1992. Barcelona: Duns, 1992.

- Promotora de Tecnología Punta, cuya “Base de Datos de Empresas y Productos del Sector Industrial” incluye datos de más de 2.000 empresas suministradoras de componentes, subsistemas y sistemas para la automatización de procesos de producción, accesible por empresa, producto, sector, marca, etc.
- El Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) produce “OFERES”, que recoge datos de 100.000 empresas exportadoras españolas, recogiendo sus datos, los productos exportados, marcas, países de destino, redes comerciales, etc., y “SYCE”, que recoge complementariamente a OFERES datos estadísticos de las empresas exportadoras españolas. Además, informa de concursos públicos en el mercado comunitario y facilita contactos con empresas interesadas en posibles operaciones con empresas españolas.

También es importante Iberinform Internacional, de la que hablaremos, y además hay directorios como los de *Fomento de la Producción*⁴ y servicios de información empresarial gestionados por organismos públicos de apoyo a la actividad económica, de carácter estatal, regional o local: Institutos de Fomento, Cámaras de Comercio, etc.

En segundo lugar, los intereses informativos acerca de los clientes se refieren también a su situación en relación con los *riesgos financieros* a afrontar respecto de estos, siendo necesaria para seleccionar y clasificar a los clientes con los que se va a operar de forma continuada, concediéndoles el nivel de riesgo o crédito comercial-financiero que la empresa puede mantener con ellos.

El desarrollo de la empresa obliga a ésta a ampliar su mercado y sus ventas, es decir, sus clientes y volumen de facturación. Pero esto supone riesgos por la inseguridad del tráfico comercial, basado en las ventas a crédito, a pago aplazado. Cuando se producen impagos se pone en peligro la continuidad de la empresa, o se frena su expansión. Para solventar este problema de riesgo de las ventas a crédito a los clientes se requiere una información precisa sobre los mismos. Esta información no puede ser normalmente obtenida por la empresa por sus propios medios, por su coste y el elevadísimo número de factores a considerar. Cabe confiar en la intuición y experiencia de directores comerciales o de ventas, o deducirlos a través de las bases de datos antes citadas, pero para la seguridad en este tipo de información resulta más adecuado contar con estudios e informes comerciales actualizados e individualizados de las firmas comerciales con las que se va a mantener un tráfico comercial habitual, considerando sus aspectos patrimoniales, jurídicos, económicos y relacionales con el resto

⁴ FOMENTO de la Producción. España 30.000. Barcelona: Fomento de la Producción, 1992. Publicación anual que recoge los datos de las empresas españolas de más de 200 millones de facturación, indicando su tamaño, número de trabajadores, ubicación, situación en el ranking de las empresas de cada sector, etc.

de agentes interlocutores del mercado. La elaboración de estos informes comerciales individualizados desborda la capacidad de la propia empresa, pero son fundamentales por el alto nivel de fiabilidad que los caracteriza, considerándolos un documento de síntesis informativa básico en el campo comercial, cuyas características describiremos más adelante.

Finalmente, las necesidades de información sobre los clientes de una empresa son también de tipo *jurídico*, con un interés “prejudicial”. Cuando, a pesar de la información financiero-comercial sobre los clientes se producen los temidos impagados, debe contarse con información sobre la situación de los clientes insolventes, que no han regularizado sus cuentas crediticias con nuestra empresa, con el fin de conseguir el recobro amistoso y urgente de lo debido basándonos en la fuerza que esta información actualizada tiene ante el deudor, que verá en riesgo de embargo sus bienes patrimoniales y reducida su capacidad futura de obtener crédito comercial. En caso de no lograrse el recobro amistoso, la información facilitará la reclamación judicial de los efectos impagados, con el apoyo del conocimiento de los datos patrimoniales de las empresas a las que se reclama. También en este campo la información sobre los clientes deudores debe ser por completo actual, fiable y contrastada, a través de informes comerciales específicos.

Los informes comerciales

Consideramos una triste realidad que en España las empresas no aprovechan suficientemente la información que las bases de datos les suministran. El sistema nacional de información y documentación ha carecido históricamente de la necesaria imagen en el sector privado, quizás por su deficiente desarrollo, el desconocimiento producido por la insuficiente promoción y difusión, razones subjetivas, etc. Observamos también que se está haciendo un importante esfuerzo público de sensibilización y mejora de la formación empresarial en el terreno de la información económica, pero lo cierto es que, en numerosas ocasiones, las empresas no consideran que la información sobre sus clientes contenida en las bases de datos tenga el suficiente nivel de análisis, actualización, elaboración e individualización que requieren cuando está en juego el capital propio. Por ello, suelen acudir a contratar sus necesidades informativas con gabinetes de consultores o empresas especializadas en la información comercial.

Hemos estudiado los rasgos de los informes comerciales analizando los elaborados por uno de esos servicios privados especializados en el tema, “Iberinform”, que elabora principalmente sus informes para la gestión de los impagados en los seguros de crédito contratados por la empresa de la que es filial, “Crédito y Caución”, y para las entidades financieras y empresas que se los solicitan. Iberinform Internacional S.A., cuya activi-

dad se encuadraría en el *Hipersector de la Información*, se dedica a la información, investigación y seguimiento de los clientes de las empresas. Fruto de su actividad, Iberinform dispone en la actualidad de datos comerciales de más de tres millones de empresas y particulares en todos los campos de la actividad comercial española, que se ponen al día continuamente incorporando cualesquiera datos relativos a incidencias tales como embargos ejecutivos, demandas, suspensiones de pagos, quiebras, etc., posibilitando a través de sus informes comerciales una planificación estratégica del mercado de cada empresa y una valoración de las rentabilidades previsibles. El producto que Iberinform pone en el mercado es precisamente la información comercial con un nivel de análisis y elaboración mayor que el de las bases de datos convencionales.

El informe comercial se inicia accediendo a:

1º: Fuentes Directas: Se obtiene información directa e individualizada de la empresa que va a ser objeto de estudio. Los informadores —Iberinform integra más de 500 que obtienen y actualizan datos de todas las empresas españolas— trabajan a partir de un formato de recogida de datos que posteriormente se incorporarán a la base de datos, y que incluye los siguientes campos:

- Datos identificativos de la empresa⁵: nombre o razón social correcta, domicilio social, fecha y lugar de constitución, datos de su inscripción en el Registro Mercantil, título comercial, número de empleados y actividad a que se dedica.
- Datos de los miembros del Consejo de Administración, componentes o socios privados, cargos de cada uno de ellos y porcentajes de participación.
- Datos económicos en cifras de la empresa estudiada: capital escrutado, inversiones del negocio y capital desembolsado; datos de tesorería, deudores, existencias, valoración de instalaciones, mobiliario, maquinaria, herramientas, terrenos y edificios; reservas, deudas a corto y largo plazo, evolución del volumen de ventas y los resultados o beneficios.
- Datos sobre las empresas relacionadas, ya sean sucursales, filiales, delegaciones, vinculadas o matriz, especificándose en cada caso su capital social y ubicación geográfica.
- Datos sobre las propiedades de la empresa: Fincas y edificios, su ubicación y extensión, carácter rústico o urbano, datos identificativos del Registro de la Propiedad indicando la existencia o no de cargas. Datos de flotas de vehículos, modelos y antigüedad.

⁵ Si se trata de personas físicas, del mismo modo se recogen sus datos personales, estado civil, régimen de bienes en caso de matrimonio, actividad, empleados a cargo, empresa en que se trabaja y actividad de la misma, cargo, ingresos, etc.

- Datos sobre los bancos con los que habitualmente trabaja, su clasificación y números de cuenta.
- Datos identificativos de sus proveedores principales y sus clientes habituales.
- Finalmente, pueden incluirse datos valorativos sobre la marcha o historial de la empresa, su nivel de cumplimiento de sus pagos, la existencia de problemas laborales, opinión que se tiene de ella en el mercado sobre su “moralidad comercial”, etc.

2º: Bases de Datos o Registros Patrimoniales: Además de los datos recogidos a través de los cuestionarios, de las entrevistas que los informadores mantienen con los directivos de las empresas investigadas, y de los balances, memorias e informes de gestión que éstas proporcionan, el informe comercial se completará con la consulta de los Registros de la Propiedad Rústica y Urbana, distribuidos por zonas geográficas, y el Registro de la Propiedad Industrial. Este último publica entre otros el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial y diversas bases de datos que permiten el acceso a la información tecnológica de patentes y modelos de utilidad (CIBEPAT), modelos y dibujos industriales (MODINDU), parte gráfica de las marcas registradas en España (GRAFMAR), y situación jurídica de los expedientes de patentes, modelos de utilidad, marcas, etc. (SITADIN, SITAMAR y SITADDEX)

3º: Registros Jurídicos y Contables; el Registro Mercantil, que incuna los balances, cuentas de explotación y memorias oficiales de las empresas.

4º: Datos obtenidos complementariamente por los informadores de los agentes externos —clientes, proveedores y bancos— de la empresa.

A continuación, se suele verificar la existencia de información sobre incidencias negativas registradas por los Bancos (a través de un polémico servicio coordinado por la Asociación Española de Banca, cuya legitimidad deberá someterse a las próximas leyes sobre Protección de Datos, y que consiste en la elaboración de listados de las demandas interpuestas por efectos impagados con los bancos en algún momento) en relación con los créditos financieros que la empresa tenga o haya tenido con ellos.

Finalmente, también se consideran, lógicamente, los informes disponibles sobre el Sector y los Estudios de Coyuntura, normalmente publicados por instituciones públicas regionales y estatales, las estadísticas sobre comercio disponibles, como las de Comercio Exterior (ESTACOM) producidas por el Instituto Español de Comercio Exterior, etc.

Criterios de análisis de la información comercial

La calidad de la información depende, además de la exhaustividad en su recolección, de su actualidad —puesto que tiene un uso económico en

el corto plazo, derivándose normalmente la inversión directa en un crédito a la empresa que se haya convertido en nuestro cliente— y su máxima individualización, de que sea adecuadamente analizada, permitiendo emitir una valoración que oriente de modo óptimo la actividad económica de la empresa en relación con sus clientes.

La valoración de la información comercial disponible sobre una empresa supone la consideración o atención principalmente de estos criterios:

- De carácter financiero: Analizando los datos de liquidez, solvencia y tesorería deducibles del informe; se trata de una valoración de los recursos circulantes disponibles por la empresa que va a ser nuestro cliente en el corto plazo.
- Valoración de la situación del sector en que se desenvuelve la empresa: el universo de factores externos que influyen en ésta, principalmente cuáles son sus clientes, proveedores y bancos con los que trabaja. Grado de diversificación, importancia de éstos, etc.
- Valoración de la marcha comercial y las incidencias de la empresa. Lo que en los términos de los informes suele denominarse, de modo quizás poco afortunado, “moralidad” comercial.

Además, como hemos dicho, la información comercial debe actualizarse continuamente, pues en Microeconomía se producen continuos cambios en el corto plazo que influyen en la valoración del riesgo comercial. Así, en el caso de la empresa que hemos estudiado, Iberinform Internacional, se actualizan anualmente cerca de un millón de expedientes comerciales sobre empresas españolas, profesionales, etc. Iberinform realiza esta actualización sobre todo informe que le sea pedido y que en su base de datos no haya sido puesto al día en los últimos seis meses. En este caso, y ante la petición de informe, ya sea por parte de Crédito y Caución o por cualquier otro cliente, se repite la visita del informador, recabándose de nuevo todos los datos. Pero también se actualiza la base de datos, sin que se pida expresamente el informe, obteniendo de modo periódico datos externos que se considera necesario tener sobre las empresas: incidencias negativas, impagados, suspensiones de pagos, variaciones de carácter jurídico de las empresas, últimos balances disponibles, etc. Para ello se recaba información de los Registros de la Propiedad, del Registro Mercantil, etc. Concretamente, Iberinform Internacional vacía todos los contenidos que considera de interés sobre las empresas que aparecen en el Boletín Oficial del Registro Mercantil, incorporándolos a su base de datos y a su archivo de balances de las empresas de las que informa.

Conclusiones

Consideramos fundamental para la actividad empresarial la llamada en general información comercial, que permite conocer a las firmas que ope-

ran en el mercado cuáles pueden ser sus clientes, que riesgo financiero puede mantenerse con ellos, y cómo lograr que cumplan con sus pagos con las empresas que les han concedido un determinado crédito comercial. La efectividad de esta información depende de su actualidad y la precisión de su análisis, que exige un profundo conocimiento del mercado, el sector en que se opera, la marcha de las empresas en relación con sus pagos, etc. Se trata de una actividad que entra de lleno en el campo de la actividad informativo-documental, pero debe realizarse de modo tan dinámico como la propia actividad económica sobre la que trata. Los profesionales de la información documental que aspiren a desempeñar funciones especializadas en esta información comercial deben integrarse muy estrechamente en la estructura de la empresa para la que trabajen, esforzarse por adquirir conocimientos, sobre todo, de Microeconomía y Economía Regional, y utilizar todos los cauces a su alcance para llegar a la información: contactos directos con las empresas y sus directores comerciales, bases de datos, instituciones oficiales y fuentes informales. El que los documentalistas tengan un lugar en este campo de la actividad económica, cumpliendo eficazmente una función informativa sobre las empresas —que hasta ahora han desarrollado directores comerciales o economistas dedicados al “consulting”— depende de que adecúen su formación tanto teórica como práctica⁶ en Documentación Económica a los requerimientos de las empresas.

⁶ La implantación de asignaturas como “Gestión de la Información en las Organizaciones”, “Documentación Empresarial”, etc., en las E. U. de Biblioteconomía y Documentación, que ya es una realidad en España en Escuelas como la de la Universidad de Murcia, y la creación de una especialidad en Documentación Económica dentro de la futura Licenciatura en Ciencias de la Documentación son fundamentales para ello, debiendo completarse o incluir prácticas y estancias en empresas que acerquen a los futuros documentalistas a la realidad de trabajo empresarial y al conocimiento de la microeconomía.