



República del Ecuador
Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil
Facultad de Posgrado e Investigación

Tesis en opción al título de Magister en:
Administración de Empresas

Tema de Tesis:
Estrategia para optimizar la gestión del riesgo crediticio para el manejo de
la tasa de morosidad en empresas del sector comercial pertenecientes a
la asociación de electrodomésticos del Ecuador

Autora:
Ing. María Auxiliadora Zambrano Molina

Director de tesis:
Ec. Otto Suárez Rodríguez, Ph.D.

Agosto 2021
Guayaquil – Ecuador

Declaración expresa

La responsabilidad de este trabajo de investigación, con sus resultados, conclusiones y recomendaciones, pertenece exclusivamente al autor.

.....
María Auxiliadora Zambrano Molina

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre, la Sra. Jenny Molina y a la memoria de mi padre el Sr. Rafael Zambrano, quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer ante las adversidades porque Dios está conmigo.

A mis hermanos Emanuel y José, por su cariño y apoyo incondicional, durante todo este proceso, por estar conmigo en todo momento.

A mi esposo Héctor quien con sus consejos, apoyo incondicional y guía me impulsó a cumplir con esta meta. A mis hijas Samantha y Luciana quienes son mi mayor motivación para ser cada día la mejor versión de mí.

Agradecimiento

Mis agradecimientos a esposo e hijas gracias porque me han sabido comprender y entender el sacrificio que conlleva este objetivo, gracias por el amor y por ser mis fieles compañeros en este camino maravilloso que es la vida.

Finalmente, mis agradecimientos a la empresa en la que he laborado 20 años por permitirme adquirir la experiencia para crecer profesionalmente, a mi jefe inmediato Xavier por su apoyo y a quienes aportaron con su experiencia en información relevante para el proceso y culminación de mi tesis.

RESUMEN

El objetivo fue determinar la influencia de las estrategias de gestión de riesgo crediticio en el manejo de las tasas de morosidad de la cartera de crédito en las empresas que pertenecen a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador. Se aplicó la metodología descriptiva, cuantitativa, de campo, con utilización de encuestas aplicada al personal de las empresas y a sus clientes. Los resultados obtenidos evidenciaron que no existe una política de crédito estable ni documentada en un modelo de gestión, tampoco una política de cobranzas para recuperar la cartera vencida de las deudas que mantienen los clientes morosos, generando dificultades para la medición del riesgo crediticio. Almacenes La Ganga tiene la tasa más elevada de morosidad entre el 13% y 16.20% tomándose 3.44 meses para recuperar su cartera vencida, entre tanto, Marcimex, Comandato, Artefacta, Crédito Económicos, Orbe Hogar y Japón, han mantenido las tasas de morosidad promedio entre 6.50% y 8%, y en el caso de Icesa y Jaher con una tasa de morosidad entre el 9% y 9.90% durante el periodo 2016 al 2019 de las empresas que pertenecen a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador. Se propuso un modelo de gestión para el control eficiente del riesgo crediticio basado en el modelo Z Score de Altman, para optimizar la recuperación de la cartera vencida. En conclusión, se demostró que la gestión de riesgos crediticio influyó en el manejo de las tasas de morosidad de la cartera de crédito en las empresas pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador.

Palabras claves: modelo, gestión, riesgos, crédito, recuperación, cartera.

ABSTRACT

The objective was to determine the influence of credit risk management strategies on the management of delinquency rates of the loan portfolio in companies in the commercial sector. The descriptive, quantitative, field methodology was applied, with the use of surveys applied to the personnel of the companies and their clients. The results obtained showed that there is no stable or documented policy in a management model that indicates the number of credit days in which the items sold can be marketed, nor a collection policy to recover the overdue portfolio of the debts that they maintain. delinquent customers, generating difficulties in measuring credit risk, in addition, Almacenes La Ganga is the company with the highest sales revenue, it is also the one with the highest delinquency rate, with more than three months for portfolio recovery Due, meanwhile, Marcimex, Comandato, Artefacta and Crédito Económica, have maintained average delinquency rates of 7% and 8%, with 1.30 to 1.70 months for the recovery of the past due portfolio, during the period 2016 to 2019 A management model was proposed for the efficient control of users' credit risk, based on the Altman Z Score model, reaching agreements with delinquent clients, to optimize the recovery of the overdue portfolio. In conclusion, it was shown that credit risk management influenced the management of delinquency rates of the loan portfolio in companies in the commercial sector belonging to the Association of Electrical Appliances of Ecuador.

Keywords: model, management, risks, credit, recovery, portfolio.

ÍNDICE GENERAL

Declaración expresa	I
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento	III
RESUMEN	IV
ABSTRACT	V
ÍNDICE GENERAL.....	VI
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE FIGURAS	XI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	4
1.1. Antecedentes de la investigación.....	4
1.2. Planteamiento del problema de investigación.....	5
1.2.1. Formulación del problema	8
1.2.2. Sistematización del problema.....	9
1.3. Objetivos de la investigación.....	9
1.3.1. Objetivo general	9
1.3.2. Objetivos específicos.....	9
1.4. Justificación de la investigación	10
1.5. Marco de referencia de la investigación.....	11
1.5.1. Estrategia de optimización	12
1.5.1.1. Concepto de estrategia	12
1.5.2. Gestión de crédito	13
1.5.2.1. Otorgamiento de crédito.....	14
1.5.2.2. Manejo y control de crédito	15
1.5.2.3. Las 5 C del Crédito.	16
1.5.3. Gestión de riesgos de crédito.....	17
1.5.3.1. Concepto de Gestión de riesgos	17
1.5.3.2. Concepto de Gestión de riesgos de crédito	18
1.5.3.3. Tipos de riesgo crediticio.....	20
1.5.3.4. Manejo de la tasa de morosidad	21
1.5.3.5. Morosidad	21
1.5.3.6. Política de crédito en manejo de morosidad	22

1.5.4. Gestión de cobranzas.....	24
CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO	26
2.1. Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación	26
2.1.1. Tipo de diseño.....	26
2.1.2. Alcance de la investigación	26
2.1.3. Enfoque de la investigación.....	27
2.2. Métodos de investigación.....	27
2.3. Unidad de análisis, población y muestra.....	28
2.3.1. Población.....	28
2.3.2. Muestra	29
2.4. Variables de la investigación, operacionalización	30
2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de la información..	33
2.5.1. Técnicas de investigación primaria para la recolección de la información.....	33
2.5.2. Instrumento de recopilación de información	34
2.5.3. Técnica de investigación secundaria para recolección de la información.....	34
2.6. Tratamiento de la información.....	35
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	36
3.1. Análisis de la situación actual	36
3.2. Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas	38
3.3. Presentación de resultados y discusión	39
3.3.1. Resultados de la encuesta aplicada al personal de la empresa ...	40
3.3.2. Resultados de la encuesta aplicada a los clientes	50
3.3.3. Discusión.....	60
3.3.4. Comprobación de hipótesis	61
3.3.5. Indicadores financieros más relevantes de las empresas comerciales	66
CAPÍTULO IV. PROPUESTA.....	69
4.1. Justificación	69
4.2.1. Propósito general	70
4.2.2. Propósitos específicos.....	70

4.3.1. Objetivo del modelo de gestión del riesgo crediticio.....	70
4.3.2. Alcance del modelo de gestión del riesgo crediticio	71
4.3.3. Definiciones del modelo de gestión del riesgo crediticio	71
4.3.4. Documentos relacionados con el modelo de gestión del riesgo crediticio	72
4.3.5. Política Generales de Crédito.....	73
4.3.6. Tiempos para el análisis y aprobación/rechazo de crédito	73
4.3.7. Clientes considerados no aptos para el otorgamiento de crédito .	73
4.3.8. Responsables del modelo de gestión del riesgo crediticio	74
4.3.9. Procedimiento para el otorgamiento de crédito	74
4.3.10. Modelo para la medición del riesgo crediticio.....	76
4.3.11. Procedimiento para la gestión de cobranzas al cliente	78
CONCLUSIONES	83
RECOMENDACIONES	85
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	86
ANEXOS	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Participación en el mercado nacional.....	6
Tabla 2 Operacionalización de variables	31
Tabla 3 Estabilidad de la política sobre días de crédito en ventas.....	40
Tabla 4 Estabilidad de la política sobre requisitos del cliente	41
Tabla 5 Sistema de gestión adecuado para medición del riesgo crediticio de los clientes.....	42
Tabla 6 Sistema de base de datos para reconocer historial de movimientos de clientes.....	43
Tabla 7 Necesidad de modelo de gestión de crédito para controlar riesgo crediticio.....	44
Tabla 8 Disponibilidad de política de cobranzas a clientes morosos	45
Tabla 9 Disponibilidad de sistema adecuado de cobranza a clientes morosos	46
Tabla 10 Apertura a reuniones con clientes morosos	47
Tabla 11 Plan empresarial para recuperación de cartera vencida	48
Tabla 12 Necesidad de modelo de gestión de cobranzas para recuperar cartera vencida.....	49
Tabla 13 Estabilidad de política para otorgar créditos a los clientes.....	50
Tabla 14 Veracidad de información crediticia empresarial.....	51
Tabla 15 Mantenimiento de sistema de medición de riesgo crediticio de clientes	52
Tabla 16 Satisfacción con requisitos exigidos por la empresa para otorgamiento de crédito	53
Tabla 17 Necesidad de mejoramiento de su sistema crediticio.....	54
Tabla 18 Estabilidad de política de cobranzas de créditos a clientes	55
Tabla 19 Justicia en incremento de intereses de deuda	56
Tabla 20 Mantenimiento de sistema adecuado para cobranza a clientes.....	57
Tabla 21 Satisfacción por acuerdo para flexibilizar su deuda	58
Tabla 22 Necesidad de mejorar sistema de cobranzas a los clientes.....	59
Tabla 23 Frecuencia observada.....	61
Tabla 24 Frecuencia esperada.....	62
Tabla 25 Chi cuadrado.....	63
Tabla 23 Frecuencia observada.....	64

Tabla 24 Frecuencia esperada.....	64
Tabla 25 Chi cuadrado.....	65
Tabla 26 Tasa de morosidad de almacenes comerciales. En porcentaje. Periodo 2016-2019.....	67
Tabla 27 Rotación de carteras de almacenes comerciales. En meses. Periodo 2016-2019.....	68
Tabla 28 Perfil del riesgo crediticio	72
Tabla 29 Documentos del modelo de gestión de riesgo crediticio	72
Tabla 30 Componentes de modelo Z – Score de Altman.....	77
Tabla 31 Rangos para la calificación del riesgo de quiebra empresarial.	78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Variación del PI.....	3
Figura 2 Las cinco “C” de los créditos.....	16
Figura 3 Tipo de riesgos crediticios.....	20
Figura 4 Elementos de la política de crédito	23
Figura 5 Ubicación de la empresa, Guayaquil: Matriz.....	37
Figura 6 Organigrama de la empresa.	38
Figura 7 Participación en el mercado nacional.....	39
Figura 8 Estabilidad de la política sobre días de crédito en ventas.....	40
Figura 9 Estabilidad de la política sobre requisitos del cliente	41
Figura 10 Sistema de gestión adecuado para medición del riesgo crediticio de los clientes	42
Figura 11 Sistema de base de datos para reconocer historial de movimientos de clientes.....	43
Figura 12 Necesidad de modelo de gestión de crédito para controlar riesgo crediticio	44
Figura 13 Disponibilidad de política de cobranzas a clientes morosos	45
Figura 14 Disponibilidad de sistema adecuado de cobranza a clientes morosos	46
Figura 15 Apertura a reuniones con clientes morosos	47
Figura 16 Plan empresarial para recuperación de cartera vencida	48
Figura 17 Necesidad de modelo de gestión de cobranzas para recuperar cartera vencida.....	49
Figura 18 Estabilidad de política para otorgar créditos a los clientes.....	50
Figura 19 Veracidad de información crediticia empresarial.....	51
Figura 20 Mantenimiento de sistema de medición de riesgo crediticio de clientes.....	52
Figura 21 Satisfacción con requisitos exigidos por la empresa para otorgamiento de crédito	53
Figura 22 Necesidad de mejoramiento de su sistema crediticio	54
Figura 23 Estabilidad de política de cobranzas de créditos a clientes	55
Figura 24 Justicia en incremento de intereses de deuda	56
Figura 25 Mantenimiento de sistema adecuado para cobranza a clientes.....	57

Figura 26 Satisfacción por acuerdo para flexibilizar su deuda	58
Figura 27 Necesidad de mejorar sistema de cobranzas a los clientes.....	59
Figura 28 Responsables del modelo de gestión del riesgo crediticio	74
Figura 29 Procedimiento para la gestión del crédito	75
Figura 30 Procedimiento para la gestión de cobranzas al cliente	79

INTRODUCCIÓN

El crédito y la morosidad son dos componentes de los negocios y de las finanzas, que se encuentran íntimamente asociados, por esta razón, los administradores se han preocupado por minimizar la probabilidad de aumento de la tasa de morosidad en las ventas a crédito, a través del uso de la herramienta de la gestión de riesgos, bajo la aplicación de metodologías cuantitativas.

En las empresas comerciales pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, donde se delimita el estudio, las ventas a crédito son un mecanismo para la captación de clientes, por lo que no es posible su eliminación, sin embargo, no siempre se suele otorgar el apelativo de sujeto de crédito a los usuarios que pagan de manera cumplida las cuotas de sus obligaciones contraídas, en ocasiones, puede otorgarse crédito a personas que caen siempre en morosidad y negarse el crédito a quienes sí cancelan de manera oportuna.

Esta problemática puede acarrear altas tasas de morosidad, de modo que la empresa comercial en estudio, requiere la implementación de una herramienta para minimizar la probabilidad de que aumente la cartera vencida en las finanzas organizacionales, para lo que se analiza la gestión de riesgos, como mecanismo para el fortalecimiento de la toma de decisiones.

La aplicación de una metodología adecuada para la gestión de riesgo del crédito en las ventas de las empresas comerciales pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, puede propiciar toma de decisiones acertadas, que contribuyan a garantizar el fortalecimiento de las finanzas organizacionales, con índices de solvencia y liquidez aceptables, que contribuyan a la permanencia sostenible de estas entidades en el mercado, con alta capacidad competitiva.

Con base en lo mencionado en los párrafos anteriores, se planteó como objetivo de la investigación, determinar la influencia de la gestión de riesgos crediticio en el manejo de las tasas de morosidad de la cartera de crédito en las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, en el año 2019.

La estructura de la tesis, obedece a la secuencia para el análisis y diagnóstico del problema, que conduzca a aportar con una propuesta para la solución del mismo, por consiguiente, primero se plantearon los antecedentes investigativos, luego el planteamiento de la problemática, sistematizando y formulando la misma, para proseguir con la declaración de los objetivos y de la justificación, continuando con el marco referencial, que incluyó la concepción de las variables.

Posteriormente, se analizó el marco metodológico, indicando tipo, alcance y enfoque de la investigación, así como los métodos utilizados, el detalle de la población y el cálculo de la muestra, la operacionalización de variables, las fuentes y técnicas de investigación escogidas, así como el instrumento de recolección de información empleado, prosiguiendo con el tratamiento de la información.

El siguiente capítulo incluyó los resultados del estudio, donde se indicó en primer lugar, la situación actual de la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, así como la descripción del análisis comparativo, además de la evolución, tendencias y perspectivas, para proseguir con la presentación de los hallazgos aplicados a los involucrados en la investigación y la discusión de los mismos.

El capítulo final incluyó la propuesta, justificación de la misma, su propósito, el desarrollo del modelo sugerido, que busca cumplir con los objetivos de la investigación, para continuar con el desarrollo de las conclusiones y recomendaciones, culminando con la bibliografía y los anexos.

Como referencia adicional del desarrollo del sector en la línea de electrodomésticos, se cita que en el año 2010, el PIB del sector tuvo una variación real de 3.4%, que aumentó en el año 2011 a 6%, a partir de lo cual se observó un menor ritmo que le llevó a cerrar el ejercicio 2012 con una variación real de 3.0%, debido a las variaciones que sufre la economía no ha sido un ingreso constante para los registros de PIB del Ecuador, pero siempre ha tenido una participación considerable de 5.1% para el total de la economía, de 3.3% para el 2013 y 4.5% para el PIB total (Banco Central del Ecuador, 2016).

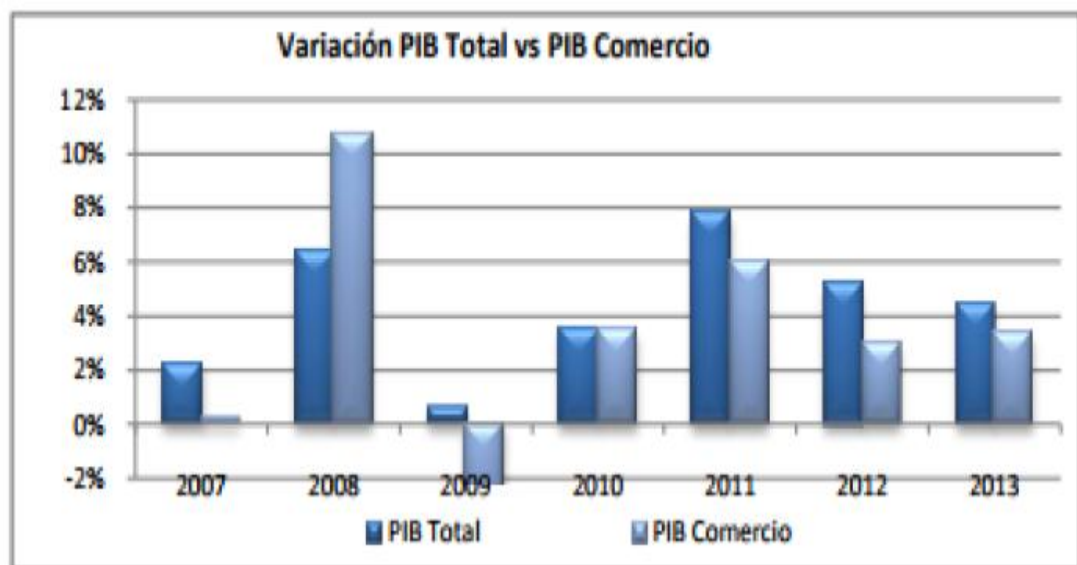


Figura 1 Variación del PI
Fuente: Banco Central del Ecuador

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

1.1. Antecedentes de la investigación

Es importante destacar que la gestión de riesgo en el crédito comercial y de consumo, ha sido estudiada por algunos autores, en otras obras, ya sea investigaciones de tesis de grado o trabajos de titulación, algunos de los cuales han sido tomados desde las páginas del Internet correspondientes y referenciados en los siguientes párrafos de este sub-apartado.

El estudio realizado por (González, 2017) tuvo como objetivo describir el análisis en el otorgamiento de los créditos comerciales en la empresa Industrial Litografía Manix S.A.C., donde se utilizó una metodología adecuada con el fin de elaborar la investigación desarrollada mediante el enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo. Además, una muestra para la elaboración de esta investigación fue que estuvo estructurado por 54 profesionales que trabajan en los departamentos o áreas vinculadas con la gestión crediticia de la entidad a través de Alfa Crombach, lo cual arrojó una fiabilidad aceptable del 0,825, además el 31,48% perciben que el otorgamiento de los créditos comerciales con el nivel bueno, un 51,85% nivel medio o regular y un 16,67% nivel malo o deficiente.

El estudio realizado por (Laimé & Patiño, 2014) denominado “análisis del riesgo de crédito en Comercial Benavides, en el año 2014”, tuvo el objetivo de analizar el riesgo de crédito en Comercial Benavides, mediante el estudio de las políticas de venta, normas de crédito y políticas de cobranzas establecidas en este negocio, análisis financiero en base a indicadores de liquidez, de gestión, solvencia y rentabilidad, llegando a la conclusión que la falta de control en el proceso de administración de créditos, desde su otorgamiento hasta la recuperación de cartera, implicó fortalecer los procedimientos, políticas y habilidades del personal, debido a que no cuentan con políticas claras que establezcan un límite en el otorgamiento de créditos, la provisión de cuentas

por cobrar fue baja, además de la falta de parámetros en la evaluación del cliente para el otorgamiento de un crédito de consumo.

El estudio elaborado por (Ramírez, 2016) en el tema de “Modelo de Créditos - cobranzas y gestión Financiera en la empresa "Comercial Facilito" de la parroquia Patricia Pilar, Provincia de Los Ríos”, tuvo por objetivo diseñar un modelo de crédito – cobranza para mejorar la gestión financiera, por medio de la metodología cuali – cuantitativa, utilizando procesos contables numéricos que permitieron contar información financiera y datos numéricos, con los cuales se obtuvo como resultado que no existe un modelo de crédito – cobranza que facilite el control de los procesos de los créditos y cobranzas que se otorgaron a los clientes, en la empresa comercial.

El estudio presentado por (Vera & Romero, 2015) tuvo el objetivo de diseñar un Sistema de Gestión para realizar de una manera efectiva la gestión del crédito y la cobranza a una empresa dedicada a la importación y distribución de materiales de tapicería en general. Las políticas y procedimientos dentro de la empresa TAPICENTRO S.A no se encuentran formalmente establecidas, además, se pudo conocer que el recaudador no utilizó recibos de cobros pre enumerados para el control del efectivo y/o cheques recibidos. Se concluyó que el Scoring bajo el Modelo de las 5 C's, suministró una evaluación completa del cliente, al área de cobranzas se le asignó demasiada carga de trabajo a la analista de cuentas por cobrar, provocando la ineficiencia de su trabajo. El análisis del ciclo de conversión del efectivo (CCE) permitió demostrar que la empresa presentó serias deficiencias en cuanto a la recuperación de la cartera y en la administración del inventario.

1.2. Planteamiento del problema de investigación

Contexto de la investigación. – La morosidad es uno de los mayores problemas que atraviesan las instituciones financieras y las empresas que comercializan bienes a crédito, en un Estado determinado. La tasa de morosidad se asocia al atraso en los pagos por parte de los usuarios y a la aparición de la cartera vencida en los estados financieros de las compañías.

La morosidad es un problema que ha concitado el interés de todos los países del mundo. Uno de los países europeos que publicó información sobre la morosidad de los créditos, fue España, quien reportó una tasa de morosidad de 7,79% en el año 2017, de acuerdo a lo expresado por las autoridades del Banco de España (Banco de España y Eurosistema, 2018).

La morosidad en Latinoamérica es cambiante dependiendo del país. En el año 2017, Uruguay registró una tasa de morosidad bancaria y comercial del 3%, con incremento del 2% anual. Perú, en el mismo año, se ubicó también cerca del 3% de morosidad y en Argentina, la morosidad se mantuvo en 2,77%. Mientras que Panamá presentó un incremento de 23,6% en su tasa de morosidad bancaria y comercial en el 2017 (ASOBANCA, 2018).

En el país, la Superintendencia de Bancos, destacó una morosidad del crédito de consumo, superior al 8,57% en el año 2017. A pesar que, la morosidad de los bancos, cooperativas de ahorro y crédito, y, mutualistas, fue menor, con 3,2%, 4,0% y 6 6,2%, respectivamente, en el mismo periodo anual, significando que la mayor morosidad se encuentra en el sector comercial (Superintendencia de Bancos, 2018).

En el caso de las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, en donde se desarrollará el presente estudio, se presentan algunos resultados relevantes correspondientes a la participación del mercado, observándose que La Ganga es el líder con 20 puntos porcentuales, Marcimex tiene 18 puntos porcentuales, Comandato 17,7% de ocupación del mercado nacional, seguido por Artefacta y Créditos Económicos, como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1 Participación en el mercado nacional.

Cadena	2016	2017	2018	2019
La Ganga	19%	20%	20%	20,8%
Marcimex	17%	17%	18%	18%
Comandato	22%	21%	19%	17,7%
Artefacta	13,1%	14,7%	14,4%	15,7%
Créditos Económicos	12%	12%	13%	12,2%

Orbe Hogar	12%	11%	11%	10%
Jaher	5%	4%	4%	5,6%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Superintendencia de Compañías (2020).

Los registros de las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, determinaron un problema latente, mismo que afecta a todas aquellas organizaciones que se dedican a la venta de productos a crédito entre 12 a 24 meses plazo, quienes han reportado tasas de morosidad entre 6% a 15%, por ejemplo, La Ganga a pesar de ocupar el primer lugar del ranking tiene más de 10% de morosidad crediticia, mientras que Comandato tiene 7,48%, encontrándose en situación casi similar a la de Artefacta y Créditos Económicos, mientras que Orbe Hogar se sitúa alrededor de los 10 puntos porcentuales. El problema se incrementa en el tiempo, mientras más plazo de crédito, más riesgo de que el cliente no logre cumplir con su obligación, por lo tanto, esta falta de pago ocasiona un impacto directo a la liquidez de la organización.

A nivel nacional por la asignación que se debe de realizar para cubrir las cuentas que ingresan a incobrabilidad con los históricos que se tienen para realizar el estudio, la empresa ha incurrido en pérdidas en el año 2011 y esta situación ha ido en incremento, debido a que a nivel nacional, cada vez más cuentas son vendidas, debido a que ya no es posible su recuperación por medio de los canales tradicionales que tiene la empresa.

Algunas de las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, tienen políticas de crédito muy flexibles para las ventas de sus electrodomésticos, incrementándose el riesgo inminente de que los clientes incurran en morosidad al momento de cancelar sus haberes mensuales contraídos en uno de estos almacenes. En estas investigaciones se detectará las causales de la morosidad y buscará proponer un modelo de crédito que contribuya a la disminución del ingreso de clientes riesgosos a la cartera de crédito de estas entidades.

Si bien, la tasa de morosidad representa un problema de gran envergadura, no es posible que las empresas comerciales suspendan el crédito para los

clientes, debido a que, en los países latinoamericanos, la estrategia para la captación de clientes consiste en ofrecer créditos a los clientes, para que puedan adquirir productos que superan el sueldo promedio de la ciudadanía. En este segmento de productos se encuentran los pertenecientes a la línea blanca, vehículos e incluso viviendas, que, por su alto costo, no pueden ser pagados al contado por gran parte de la población.

El crédito en las ventas de los almacenes comerciales, requiere de una gestión adecuada de crédito, porque de no ser así, se incrementa el riesgo de morosidad en la cartera de crédito, es decir que, en teoría, la principal causa de este evento, en el cual los clientes no cancelan sus cuotas mensuales en el tiempo oportuno, está asociada a las limitaciones de la gestión del riesgo en la empresa comercial.

Las consecuencias del incremento de la tasa de morosidad, tienen relación con la debilidad de los indicadores de solvencia y liquidez, porque la organización no contará con la capacidad económica suficiente para hacer frente a sus obligaciones, lo cual a su vez puede generar problemas internos en la compañía, con alto riesgo de desestabilización de los puestos de trabajo y reducción de la competitividad empresarial.

Esto significa que, si el problema continúa, seguirá incrementándose la tasa de morosidad en las ventas a crédito, lo que puede generar reducción de personal y de inversiones en la empresa, situación que está opuesta a la planificación nacional del desarrollo y a las estrategias estatales para el fortalecimiento de la matriz productiva, a nivel nacional.

1.2.1. Formulación del problema

¿Cómo influye la gestión de riesgo crediticio en el manejo de las tasas de morosidad de la cartera de crédito en las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador?

1.2.2. Sistematización del problema

- ¿Cuáles son los procesos relacionados con la gestión de riesgos crediticios en las empresas del sector comercial?
- ¿Cómo variaron las tasas de morosidad relacionadas con la cartera de crédito en los últimos tres años, en las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador?
- ¿Qué propuesta contribuirá a la incorporación y/o potenciación de la gestión de riesgos crediticios y el control de la morosidad en las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la influencia de las estrategias de gestión de riesgo crediticio en el manejo de las tasas de morosidad de la cartera de crédito en las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, en el año 2019.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar los procesos relacionados con la gestión de riesgos crediticios en las empresas del sector comercial.
- Examinar la variación de las tasas de morosidad relacionadas con la cartera de crédito en los últimos tres años, en las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador.
- Diseñar una propuesta para la incorporación y/o potenciación de la gestión de riesgos crediticios y el control de la morosidad en las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador.

1.4. Justificación de la investigación

Prosiguiendo con el análisis de la temática es necesario mencionar los estudios que anteceden al presente, como el realizado por (Picanyol, 2013) con el estudio titulado “diagnóstico financiero en la concesión del crédito a la pequeña y mediana empresa familiar”, el cual tuvo como objetivo estudiar la aplicación de los Acuerdos de Basilea II y el Nuevo Acuerdo de Basilea III, y sus efectos en la restricción del crédito bancario a pequeñas y medianas empresas (PYMES), mediante una muestra de empresas obtenida de informes bancarios, entre las que encontramos 23 empresas fracasadas y 48 empresas solventes a través de distintos criterios de clasificación de empresas, basados en el Análisis Discriminante Multivariante, descubriendo la llamada zona gris del modelo, en donde se permite la aprobación de un crédito solicitado por los clientes, debido a que su riesgo es menor.

La selección del tema de la investigación, obedeció al fenómeno de la morosidad, que es elevada en el sector de consumo y en los créditos que ofrecen las empresas comerciales cuando no venden al contado, según lo referido por la (Superintendencia de Bancos, 2018). Por lo que es necesario describir y analizar las herramientas que permiten minimizar el riesgo de morosidad del cliente y la aparición de cartera vencida en las cuentas por cobrar de los estados financieros de las organizaciones comerciales en estudio.

El desarrollo de la investigación es importante, porque promueve la aplicación de la gestión de riesgos, que es una herramienta en pleno apogeo, debido a que las normas internacionales de estandarización de la Gestión Administrativa, de la Calidad y Ambiental, Seguridad y Salud del Trabajo, Responsabilidad Social Corporativa, Contabilidad, entre otros, han incluido a esta técnica organizacional como parte relevante de la dirección de empresas.

Además, la presente investigación es innovadora, porque las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, no mantienen un sistema para la gestión adecuada del riesgo en las ventas a crédito, ni tampoco en el sistema de cobranzas, por lo que su análisis

será beneficioso para la empresa y contribuirá con un aporte importante para que la dirección fortalezca la toma de decisiones.

Se destaca también, que los resultados de las tasas de morosidad en las ventas a crédito, que se obtengan como hallazgo investigativo y la propuesta a aplicar relacionada con la gestión del riesgo de crédito, pueden ser de gran interés para la comunidad de profesionales en administración de empresas, para que puedan contar con una línea base teórica y práctica, para tomarla como referencia en el desarrollo de sus estudios, en el futuro inmediato o mediano.

Los principales beneficiarios del estudio serán los clientes, quienes tendrán mayor confianza al adquirir bienes a crédito, porque no siempre un sujeto de crédito es considerado como tal. También se benefician las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, al minimizar el riesgo de morosidad o reducirlas en niveles mínimos, lo que también repercute en el fortalecimiento de la estabilidad laboral y en la permanencia sostenible de la empresa, como lo establecen los objetivos cuarto y quinto del Plan Nacional de Desarrollo.

1.5. Marco de referencia de la investigación

La gestión de riesgos es un ámbito que adquirió mayor connotación en el siglo XXI, razón por la cual la mayoría de estándares internacionales, se encuentran incorporando esta herramienta para el control de las tasas de morosidad y la medición del desempeño de las organizaciones, en las diversas áreas relacionadas con la Administración de Empresas, Finanzas y Economía.

En la presente investigación se analizan las estrategias de optimización para la gestión de riesgo del crédito, con relación a las ventas en donde la empresa apertura una cuenta por cobrar con el cliente, debido a que este no puede cubrir el costo total del bien. Por consiguiente, las principales concepciones del estudio están asociadas a la estrategia de optimización, gestión del riesgo, al crédito y a la morosidad, esta última en calidad de la variable dependiente.

1.5.1. Estrategia de optimización

Debido a que el tema de estudio involucra la aplicación de estrategia de optimización, es necesario realizar la revisión de la literatura teórica acerca de dicho tópico, con la finalidad de exponer su definición y sus componentes, para esto se revisarán las fuentes secundarias situadas en libros y artículos de revistas especializadas en dicha área cuyos criterios más relevantes se detallarán a continuación.

1.5.1.1. Concepto de estrategia

La conceptualización de la terminología estrategia, ha pasado por diferentes definiciones desde su aparición, que en principio fue utilizado en el ámbito militar a la hora de elaborar planes para llegar hasta sus oponentes en el campo militar y que desde entonces se ha visto asociado a las áreas políticas, administrativas, económicas, religiosas, culturales y sociales, cada estrategia es empleada acorde a las necesidades de la organización con la finalidad de determinar la toma de decisiones y cumplir con las políticas y objetivos propuestos en la entidad.

De acuerdo a lo expresado por Contreras (2015), el término estrategia proviene del griego stratos, que significa ejército y agein que se refiere a guía, por otra parte, existe un origen en latín denominado estrategos que se indica como estratega. Ambos vocablos poseen el mismo significado de dirigir u orientar una actividad con la finalidad de obtener una respuesta positiva.

Considerando lo indicado el término estrategia ha sido utilizado durante las guerras pasadas para alcanzar acuerdos de paz, mientras que en el ámbito empresarial sirve para atribuir mayor relevancia a las actividades desarrolladas dentro de las mismas para cumplir los propósitos planteados, denominado de esa forma como fases a cumplir para alcanzar una meta, para esto se debe hacer una retroalimentación para orientar las decisiones adecuadamente.

Para implementar una estrategia se inicia realizando un esquema de participación auténtica que viene a transformar la cultura, estructuras y sistemas de trabajo de la empresa, donde la implantación como un proceso continuo de despertar organizacional, de afianzar en la organización un sentido estratégico compartido, un propósito, un hábito de dar lo mejor como única posibilidad de éxito. La implementación aporta al hecho estratégico atributos profundamente humanos, es el momento en que el hombre deviene en centro y todo se decide con su contribución (Ramírez, 2018).

Como se indica, la estrategia se asocia con los recursos de la empresa, ya que en base a estos se van a determinar las actividades y los objetivos para llevar a cabo los procesos o programas organizacionales, es decir, la estrategia permite interactuar con el ambiente y colaboradores para mejores resultados.

1.5.2. Gestión de crédito

Como parte de la gestión de riesgo crediticio es esencial conceptualizar la gestión de crédito, para conocer los mecanismos que se realizan ante un otorgamiento o disposición de crédito, además del control y manejo del mismo, como también la gestión de cobranza que es necesaria para evadir un riesgo de morosidad, por lo que las políticas de la empresa son importantes.

Velázquez (2016) describe a este término como “un contrato financiero que involucra a dos partes interesadas, denominándolos acreedor y deudor, el primer sujeto es quien facilita el crédito y el segundo el deudor quien se compromete a cumplir con los pagos bajos los parámetros establecidos”.

Si bien es cierto, los sujetos involucrados realizan un contrato de operación financiera donde se establecen políticas y responsabilidades para ambas partes, dentro de esta actividad se genera compromiso de pagos con intereses, de acuerdo al tiempo de cobranza, además la devolución del dinero implica los costos asociados y gastos de seguros, por esta razón es importante fijar condiciones previas a la solicitud.

Por otro lado, Topa define al crédito como la disposición de una cantidad de dinero dado a un sujeto interesado, el cual se responsabiliza de la devolución dentro de un determinado tiempo, además se cancela bajo intereses establecidos por parte del acreedor, por lo que su restitución debe ser inmediata para evitar el incremento de dicho interés (Topa, 2016).

En resumen, la gestión de crédito comprende la realización de varias actividades antes del otorgamiento del dinero, por lo que el acreedor dispone de varios requisitos y establece políticas para evitar que el deudor entre en mora de pagos o en atrasos de pagos que incrementan intereses. Por otro lado, el crédito beneficia a ambas partes, ya que uno dispone de un rubro y el otro obtiene rentas por la transacción del dinero.

1.5.2.1. Otorgamiento de crédito

El otorgamiento de crédito es parte de un procedimiento donde se analiza a los clientes que solicitan la disposición de dinero, por lo que se toma en consideración la fluidez de pago, bienes, capacidad de pago, entre otros, con la finalidad de que la institución financiera obtenga confiabilidad y liquidez para recuperar el dinero prestado, además se vincula actividades administrativas para asegurar las cuentas por cobrar.

El autor, manifiesta que el otorgamiento de dinero, es una actividad que implica una serie de mecanismos y de políticas que deben ser establecidas desde un inicio y donde ambas partes se comprometen a cumplir hasta el final (Endara, 2016). Por otra parte, dentro de esta etapa se genera la liquidez comercial que proyecta cerca del 80% de cobranza y recuperación del valor dado y el 20% se dirige a las diligencias del cobrador y departamento de cobranza de la institución (Rodríguez, 2015).

Con relación al otorgamiento del crédito, la institución financiera debe contar con personas capacitadas que gestionen todas las actividades antes y después de la disposición del dinero al deudor. Por lo que la responsabilidad debe estar

presente en ambas partes para mayor confianza y seguridad de los interesados.

Dadas las definiciones de los autores, se comprende que el otorgamiento forma parte de la identificación y estrategia para minimizar los riesgos de cobranza de los valores dados a la persona solicitante. Por esta razón, el otorgamiento de crédito supone un análisis oportuno y estratégico que permite reducir las probabilidades de pérdida y mejorar la actividad comercial.

1.5.2.2. Manejo y control de crédito

Otro punto importante de enfatizar es el manejo y control del crédito, cuyo propósito es contar con clientes que tengan la capacidad de pago y que esto no represente una pérdida de crédito, por lo que también asegura la confiabilidad entre los usuarios y la institución financiera. A esto se suma la reducción de las cuentas por cobrar que muchas veces son incobrables o la pérdida de liquidez.

Para (Brachfield, 2015) el manejo y control de dichos créditos, es poseer clientes con capacidad de pago con la finalidad de reducir el riesgo crediticio, por otro lado, este tipo de herramienta asegura la evaluación del cliente desde el momento de solicitar el crédito comercial, por lo que también se realiza el seguimiento y control de pagos.

Dentro del proceso de manejo y control del crédito se considera la administración y control de cuentas por cobrar, como resultado de los créditos otorgados, actuando como una herramienta para la productividad de los negocios, donde se realiza la planeación de las actividades que permitan reducir los tiempos y esfuerzos tanto para el otorgamiento como para la recuperación del crédito.

Según el criterio de Bermúdez (2013) el “manejo y control de créditos, es una herramienta de productividad de negocios, para optimizar la gestión de crédito, y los periodos de cobranzas en los tiempos adecuados, permitiendo reducir la desviación entre el efectivo y hacer posible su recuperación” (p.174).

El objetivo del manejo y control de crédito es proveer rendimiento de calidad en la información al cliente, acorde a la estructura de gestión financiera de la empresa y gestión comercial, el cual representa uno de los ámbitos más importantes, debido a que es posible la recuperación de los valores, donde se requiere el uso de estrategias acordes.

1.5.2.3. Las 5 C del Crédito.

En el ingreso de solicitudes de financiamiento es necesario examinar detalladamente la información contenida, a fin de determinar la solvencia en dicha solicitud; tal razón demanda de la revisión de las cinco C del crédito como formas de minimizar el riesgo crediticio, sus componentes se mencionan a continuación:

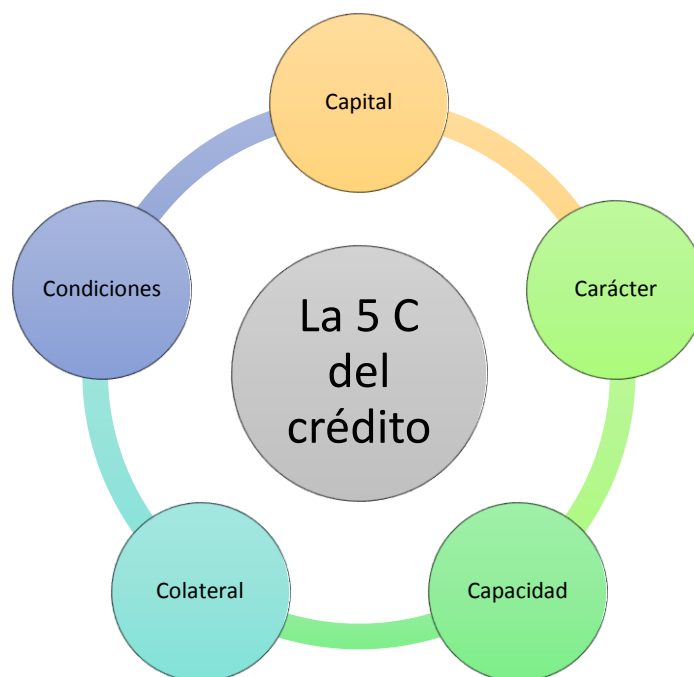


Figura 2 Las cinco “C” de los créditos.

Fuente: Wells Fargo (2016)

- **Carácter (historial de crédito):** es necesario revisar el historial para determinar los comportamientos financieros del solicitante en ocasiones anteriores, para asegurarse que la persona cumplió responsablemente con anteriores créditos a tiempo y posea una capacidad de endeudamiento responsable.

- **Capacidad:** La organización tiene el deber de verificar que el solicitante tenga un flujo de efectivo positivo, es decir el ingreso de dinero constante, con el cual pueda hacer frente a las responsabilidades financieras adquiridas.
- **Colateral:** conforma una persona que pueda servir de garantía, cuando el solicitante no pueda cumplir con el pago de un préstamo, esta persona sería la encargada de saldar la deuda cuando al cliente directo le sea imposibilitado, mediante ésta será posible recuperar los valores mediante la liquidación de activos.
- **Condiciones:** son premisas exigibles por parte de los acreedores como condiciones tales como el historial y el colateral o garante, que puedan elevar la capacidad del solicitante en obtener un crédito.
- **Capital:** una de las razones importantes a la hora de otorgar un crédito es la causa del mismo, cuando este formará parte de un capital de un negocio este puede ser una opción influyente para la toma de decisión del prestamista, en el que es de mayor posibilidad la recuperación de sus valores (Del Valle, 2018).

Dentro de los elementos de las cinco c del crédito se encuentran cada uno de los componentes que influyen en la calificación del crédito, el cual es puntuado y a partir del mismo se otorga o no la prestación, en este caso en préstamo comercial, es necesario conocer la capacidad de pago mediante la comprobación de un ingreso mensual, contar una persona que respalde la cobertura de los valores pendientes en caso de no contar con el mismo, entre otros.

1.5.3. Gestión de riesgos de crédito

Dentro del presente estudio se encuentra inmersa la variable correspondiente a la gestión de riesgo crediticio, para lo cual es necesario abordar conceptualmente dichos términos, utilizando la revisión de literatura existente en cuanto al tópico de estudio, tomando los conceptos con mayor relevancia, y detallarlos dentro de los apartados para su correcta comprensión.

1.5.3.1. Concepto de Gestión de riesgos

Al hablar sobre gestión de riesgo, se refiere a prevenir de la forma posible que ocurra un daño, en este caso en la gestión de riesgo de crédito, hace referencia a evitar la entrega de crédito a sujetos que puedan incumplir con el pago de los valores acreditados, para lo cual se requiere la implementación de estrategias eficientes para reducir el nivel de cartera vencida y morosidad que representa una amenaza para la empresa.

Al respecto, los autores Leal, Aranguiz, & Gallegos (2017), mencionan que “la gestión de riesgo, conforman las medidas que tomen los organismos o personas para evitar la ocurrencia de un evento que signifique un daño a la integridad”, en este caso a la liquidez de la organización, razón de su relevancia en las organizaciones que extienden a este tipo de servicios, en los que se desea un beneficio para ambas partes.

Según lo expuesto, la gestión de riesgo es un importante proceso, dentro del ámbito empresarial en cuanto crédito, esta implica exigir a los clientes la mayor cantidad de datos que garanticen que el riesgo de crédito sea menor, a fin de poder otorgarse, con ello reducir el nivel de cartera vencida y morosidad que afecta gravemente a la liquidez de la empresa.

De acuerdo a Leal, Aranguiz, & Gallegos (2017), la gestión de riesgo se refiere a “un enfoque estructurado para manejar la incertidumbre acerca de una relativa amenaza, mediante la secuencia de actividades humanas donde se encuentran inmersas la identificación, el análisis y la evaluación de riesgo, para posteriormente desarrollar estrategias para su tratamiento”.

Mediante la gestión de riesgo, es posible realizar diferentes procesos dirigidos a la identificación, análisis evaluación del riesgo, de modo que sea posible la creación de estrategias que eviten que sean afectados por los riesgos existentes dentro del crédito tales como la morosidad y cartera vencida, por tal razón a continuación se mencionarán la conceptualización del riesgo de crédito.

1.5.3.2. Concepto de Gestión de riesgos de crédito

La gestión de riesgos es un ámbito novedoso de la administración de empresas, que ha tenido un apogeo importante en la última década, después que los estándares internacionales han incorporado este tipo de gestión en sus procesos directivos, administrativos y operativos.

El término crédito proviene del latín *creditus* que significa tener confianza o creer, es decir, indica que se trata de mantener la confianza en que los valores otorgados serán devueltos en el plazo establecido, confiando en su solvencia, posibilidad y capacidad de ser cumplidos (Campoverde, 2016).

Alguna de las ventajas de otorgar créditos, nace de la estrategia para la maximización de las ventas, es decir, lo realizan para incrementar las ganancias por la venta de los bienes que comercializa, sin embargo, es necesario tener en cuenta la gestión del riesgo.

Al respecto Cortéz (2016) menciona que “la gestión de cartera de crédito incluye aspectos relevantes, entre estos se encuentran el establecimiento de políticas que cumplen con los parámetros requeridos, que sirven al momento de identificar si es concedido o no el crédito a un determinado cliente, analizando el riesgo de impago”.

La gestión del riesgo de crédito está orientada a conservar la solidez financiera y patrimonial de una entidad, la cual debe estar encaminada acorde con sus decisiones estratégicas, sus metas de crecimiento y rentabilidad. Con relación al riesgo de crédito, se incluyen los valores de todo el ciclo del crédito, compuesto por los procesos cronológicos de admisión, seguimiento y en caso de necesidad, la recuperación de la cartera.

Leal, Aranguiz, & Gallegos (2017), mencionan que el riesgo crediticio "se trata del incumplimiento del prestatario en operaciones directas e indirectas, lo que conlleva a una pérdida para la empresa, debido al pago parcial o la falta de oportunidad para el pago de obligaciones pactadas".

Como se puede deducir de las conceptualizaciones presentadas, la gestión de riesgo del crédito se trata de una de las principales funciones que debe realizar

el departamento financiero en función de obtener las ganancias proyectadas en ventas, para esto, es necesaria la vigencia de políticas que mejoren la concesión de crédito a los clientes.

La Gestión de Riesgos, se refiere a la probabilidad de que, al momento del vencimiento del plazo a cancelar, el sujeto de Crédito no haga frente, de forma parcial o su totalidad, a su obligación de devolver una deuda mediante un acuerdo documental financiero, causado por la quiebra, iliquidez o alguna otra razón, por tal razón es esencial la gestión del riesgo de mercado, como el riesgo de crédito (Campoverde, 2016).

Todas las actividades que realiza una entidad bancaria, y que involucran un compromiso de pago, están expuestas a que la contraparte no pueda cumplir con sus obligaciones financieras en las condiciones definidas contractualmente, dando lugar a pérdidas.

1.5.3.3. Tipos de riesgo crediticio

Al hablar del riesgo de crédito, este naturalmente se refiere a la falta de pago de los valores confiados, sin embargo, existen diferentes tipos de riesgo en el crédito, los cuales se mencionan continuación.

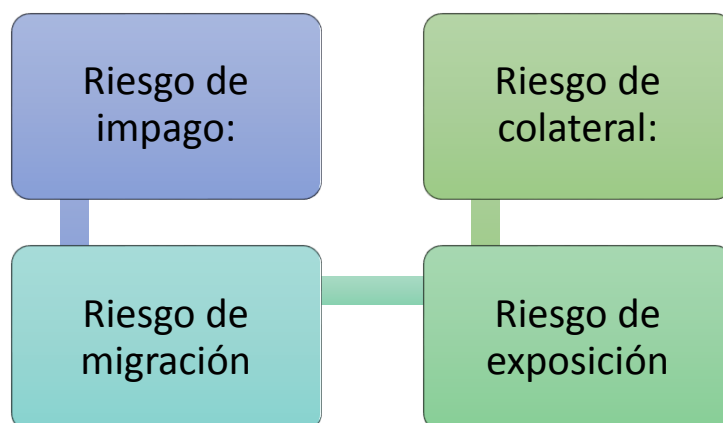


Figura 3 Tipo de riesgos crediticios.
Fuente: Wells Fargo (2016)

- Riesgo de impago: Es la posibilidad de incurrir en una pérdida si la contrapartida de una transacción no cumple plenamente las obligaciones financieras, acordadas por contrato.
- Riesgo de migración: cuando se produce una rebaja en la calificación crediticia
- Riesgo de exposición: Es la incertidumbre sobre los futuros pagos que se deben. Este riesgo puede estar asociado a la actitud del prestatario o bien a la evolución de variables del mercado.
- Riesgo de colateral: Es el riesgo de la tasa de recuperación, que varía según haya o no garantías o colateral en la operación (EALDE Business School, 2018).

De acuerdo a los tipos de riesgo presentados, estos son múltiples, en caso de las empresas comerciales que entregan la mercadería, y luego esperan el cumplimiento de los pagos es igual, ya que existe la incertidumbre del riesgo de completar la responsabilidad financiera con la empresa, por lo tanto, la calificación del crédito se realiza de forma detallada y minuciosa.

1.5.3.4. Manejo de la tasa de morosidad

Una vez que el cliente se encuentra en mora por el incumplimiento de las responsabilidades financieras pendientes de pago, requiere de un manejo de los mismos, con el uso de diferentes estrategias como la política de cobranzas u otros mecanismos que pueden generar la recuperación de cartera vencida de los créditos otorgados, por tal razón a continuación se abordará la conceptualización correspondiente a la morosidad para conocer detalladamente su concepción.

1.5.3.5. Morosidad

La morosidad se trata de la falta de oportunidad para el pago de las obligaciones pendientes de pago, las cuales pueden ser causadas por diferentes factores, forma parte de los mayores peligros a las que se exponen

las empresas, por lo que es necesario la aplicabilidad de gestiones y medidas para ser evitadas y reducir la pérdida por este factor.

(Cárdenas & Velasco, 2014), mencionan que: “la morosidad es la falta de puntualidad o retraso en el pago de un valor monetario o devolución de un bien dentro del plazo convenido, formándose el impago de las deudas contraídas, que mediante un comprobante documental se encuentran en estado de morosidad”.

Al hablar de morosidad se trata de una persona que adeuda una cuenta pendiente de pago el cual no ha sido cumplida en los plazos establecidos, a cuyos sujetos de créditos se lo llama morosos, que es una persona física o jurídica que no ha cumplido a su vencimiento, puede ser considerado de esta forma, según las políticas internas de la cartera de crédito.

Rodríguez, Piñeiro, & De Llano (2014), consideran que “la morosidad corresponde al vencimiento del plazo de pago, el cual al no ser cumplido entran en vigor otras políticas por incumplimiento de obligación de cancelaciones para los sujetos de crédito, que se encuentran estipulados en los documentos legalmente reconocidos”.

Como se indica la morosidad representa un problema cuantitativo en los estados financieros de las empresas, las cuales requieren de medidas oportunas para la recuperación de los valores, por esta razón es esencial contar con políticas de créditos que permitan garantizar, en la medida de lo posible, el cobro, el que una persona mantenga vigente un crédito, para no caer en estado de morosidad, por lo que debe cumplir con sus obligaciones para no convertirse en moroso, cuando este no ha hecho frente a sus obligaciones.

1.5.3.6. Política de crédito en manejo de morosidad

Para una empresa comercial que ofrece créditos, es necesario contar con una política de crédito de conformidad con sus características y requisitos

específicos, así pues, el producto, las condiciones del mercado, los clientes potenciales y la estacionalidad influyen directamente en el tipo de política a adoptar para evitar que los valores se conviertan en incobrables.

Vallejo, y otros (2017), señalan que “la política de crédito de una empresa es el resultado de la evaluación de numerosos factores, y no es modificable por cierto cambio temporal, la inteligente política de crédito se encuentra enmarcada por el propósito de conseguir un beneficio inmediato o temporal”.

Las políticas de las organizaciones deben basarse en factores relevantes que permitan obtener clientes a la vez que reduzcan el riesgo de entrar posteriormente en morosidad, algunos de los elementos que deben encontrarse inmersos son los mostrados en el siguiente esquema:

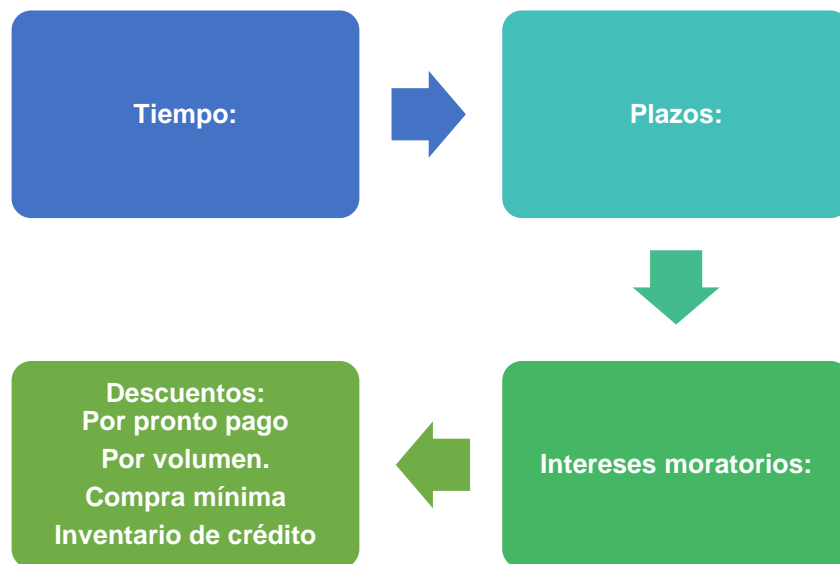


Figura 4 Elementos de la política de crédito

Fuente: (Del Valle, 2018)

Conforme a la figura mostrada entre los principales componentes se encuentran los siguientes:

- **Tiempo:** Esta política indica el tiempo máximo concedido a los clientes.
- **Plazos:** Se determina el plazo máximo que la organización está dispuesta a otorgar, este está delimitado por la temporalidad del producto, vida útil y las condiciones del mercado, las condiciones de la tecnología y sus

competidores. Este debe ser acordado por ambas partes y se deberán cumplir los días pactados para cada plazo, ya sean semanal, quincenal o mensual (Del Valle, 2008).

- **Intereses moratorios:** Es conveniente establecer una política uniforme con los competidores, estos intereses moratorios se cargarán en cuentas que han pasado al proceso judicial, ya que los moratorios se aplican a la deuda con interés.
- **Descuentos:** es posible realizar este tipo de promoción como parte de una promoción para obtener mayor ganancia o para incentivar al pago puntual de los créditos, entre las principales estrategias se encuentran:
 - **Pago a tiempo:** donde la empresa puede reducir o dar cierto porcentaje de descuento en los pagos para obtener los valores a tiempo, para esto se debe fijar un porcentaje que resulte atractivo. Para ello se realiza una evaluación del porcentaje de descuento en el pago al contado, para que sea productivo para la empresa.
 - **Por volumen:** sirve para el incremento de ventas, que significan utilidades mayores en cantidad.
 - **Artículos seleccionados:** sirve para vender artículos de poca demanda o de menor calidad, los que además sirven como gancho para que el cliente adquiera otros productos al mismo tiempo (Del Valle, 2008, p.43).
 - **Compra mínima:** se establece para acceder a créditos un valor mínimo de compra, para que esto tenga incluido la utilidad y cubra los costos de facturación, el surtido, el manejo de cuentas.
 - **Inventario de crédito:** mantener actualizado diariamente el inventario de una empresa, donde se visualice las cuentas por cobrar, con la finalidad que se realicen las gestiones pertinentes con los clientes que están próximos a vencer los pagos, evitando así que se llegue al cobro de interés por cuotas vencidas y finalmente llegue a la morosidad por falta de pagos.

1.5.4. Gestión de cobranzas

La gestión de cobranzas está ligada directamente al crédito, ya que donde se realiza el crédito se establecen las normativas pactadas por ambas partes para el cobro de los valores periódicamente, la cual guarda relación directa con la administración del proceso de cobranzas, por ello a continuación se realizará una breve descripción de la definición de dicho tópico mediante la revisión de documentos al respecto.

Izar e Ynzunza (2017), consideran que al hablar de gestión de cobranzas se refiere al hecho de “administrar por parte del departamento encargado de la consecución de los objetivos, en este caso que las obligaciones pendientes con la empresa se cumplan de forma óptima, minimizando el riesgo de cuentas incobrables”.

Según Gutiérrez (2017), el proceso de gestión de cobranzas, representa “un proceso formal que busca la liquidación de las cuenta por cobrar, para ello se desarrollan de forma efectiva, acciones planificadas y ejecutadas acordes a las políticas de la empresa, y los documentos acordados asentados en la facturación, los pagarés, letras de cambio, títulos valores, entre otros, es decir, es el proceso donde se desarrolla el proceso de cobranzas, de los valores generado por la adquisición de artículos concedidos por la organización.

Por esta razón el proceso de gestión de cobranza son el conjunto de actividades enfocadas en la obtención de los valores pendientes de pago, es decir, cuando la organización otorga la venta a crédito, la cual genera la cobranza durante los tiempos venideros, debido a que la empresa debe asignar un responsable, quien debe proceder a las actividades de cobranzas los valores que se encuentran pendientes de pago debido a que el crecimiento de estas cuentas por cobrar, impactan directamente en los indicadores de liquidez financiera y de contabilidad.

CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación

2.1.1. Tipo de diseño

Según lo expresado por Ávila (2016), la investigación no experimental “es conocida como una investigación ex post facto de tipo sistemático, donde el investigador no mantiene control sobre las variables independientes, las mismas que se limitarán a la observación de las situaciones o efectos presentes” (p. 25).

En el presente estudio se procederá a aplicar el diseño no experimental, ya que no será posible la manipulación deliberada de las variables inherentes a la gestión de riesgo de crédito y la tasa de morosidad de la cartera de crédito, cuando se efectúe la aplicación de la técnica de recolección de información para determinar los procesos relacionados con la gestión de riesgos en las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador y la variación de las tasas de morosidad.

2.1.2. Alcance de la investigación

Referente a la investigación descriptiva, Hernández, Fernández y Baptista (2016) indica que este tipo de estudio “busca especificar las características de los fenómenos sometidos al análisis, midiendo la información de cada variable, de manera independiente” (p. 17).

El alcance de la investigación es de tipo descriptivo, la cual establece las características de la problemática referente al incremento de la tasa de morosidad en las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, que ofrecen diferentes productos y mantienen plazos de crédito, como una estrategia para la captación de clientes, así como al detalle cuantitativo de las limitaciones de la gestión del riesgo en la

empresa comercial, por lo que es necesaria la identificación del grado de fortaleza de los indicadores de solvencia y liquidez.

La investigación también es correlacional, porque según lo expresado por Hernández, Fernández y Baptista (2016) este tipo de estudio “detalla el grado de relación existentes entre las denominadas variables de un fenómeno” (p. 6), es decir, “complementa a la descripción” (p. 6).

En efecto, luego de describir las variables, se debe establecer la relación entre la gestión de riesgos crediticios y su influencia en la tasa de morosidad de la cartera de crédito, de modo que este hallazgo fundamente el planteamiento de la propuesta para la recuperación de la cartera vencida y la potenciación de la liquidez organizacional.

2.1.3. Enfoque de la investigación

Con relación a la investigación cuantitativa Cook y Reichardt (2015) consideran que “se basa en la recolección de datos numéricos que se analizan, investigan y comprueban, siendo su principal característica la medición, para obtener resultados sobre un tema en específico que permita reconocer estadísticamente la situación o fenómeno en análisis” (p. 57).

La presente investigación tiene enfoque cuantitativo, porque permitirá identificar los procesos relacionados con la gestión de riesgos en las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador y examinar la variación de las tasas de morosidad relacionadas con la cartera de crédito en los últimos tres años, mediante la aplicación de la técnica de recolección de datos de la encuesta a los involucrados permitiendo conocer información numérica y porcentual que será analizada e interpretada para conocer la necesidad de la incorporación y/o potenciación de la gestión de riesgos y el control de la morosidad.

2.2. Métodos de investigación

La investigación aplica el método deductivo – inductivo, “el primero en referencia, parte de fenómenos generales para llegar a resultados particulares” (p. 23), mientras que el segundo en mención, en cambio, “toma los resultados particulares y efectúa conclusiones generales” (p. 24), es decir, la deducción y la inducción son procesos contrarios.

A pesar de que la deducción e inducción se contraponen, sin embargo, se utilizarán de manera conjunta en la presente investigación, porque se parte de conceptos generales, para continuar con la aplicación de una técnica e instrumento de recolección de datos, que facilitará la obtención de resultados particulares para cada pregunta de la herramienta cuantitativa. Luego se realizará el proceso contrario, con los hallazgos específicos se podrá realizar la discusión y las posteriores conclusiones del estudio.

2.3. Unidad de análisis, población y muestra

De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2016) la unidad de análisis de una investigación, hace referencia “al documento o comunicación que se considera como elemento que sirve de base para el estudio, identificando el tiempo, espacio y población involucrada” (p. 34).

La unidad de análisis que forma parte del presente estudio, son los siguientes involucrados:

- Clientes morosos de las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador.
- Personal del área de crédito y cobranza.
- Vendedores del almacén comercial.

2.3.1. Población

Con relación a la población (Hernández, 2015), añade que “es el conjunto definido, limitado y accesible de un universo que permite formar un referente para la posterior elección de la muestra, la población es el grupo de individuos

que presentan características comunes los mismos que son sujetos a medición” (p. 16).

La población que se encuentra involucrada en el estudio la constituyen los 6.000 clientes que han adquirido artefactos en las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, de los cuales 325 clientes se encuentran en morosidad quienes son considerados para efectos investigativos, además de los 10 colaboradores que hacen parte del Área de crédito y cobranza y los 20 vendedores.

2.3.2. Muestra

De acuerdo al criterio de (Arias, 2015), la muestra es “una parte de la población considerada cuando la población supera los 100 elementos, permitiendo reducir el tamaño de involucrados en el estudio” (p. 17), por lo tanto, se ha considerado aplicar la fórmula de la muestra estadística para el caso de los clientes que adquirieron sus artefactos en el almacén comercial y registran morosidad los mismos que suman 325, aplicándose la fórmula siguiente para el respectivo cálculo:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde la simbología de la ecuación, representa los siguientes parámetros:

- n = Tamaño de la muestra
- p = probabilidad de éxito = 0,5
- q = probabilidad de fracaso = 0,5
- N = tamaño de la población = 325 clientes morosos
- d = error máximo admisible (al 5%).
- Z = Coeficiente de corrección del error o nivel de confianza (1,96).

$$n = \frac{325 \times 3,8416 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2 \times (325 - 1) + 3,8416 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{312,13}{1,77}$$

n = 176 encuestas a los clientes morosos

La muestra seleccionada refleja que se requiere aplicar la técnica de la encuesta a 176 clientes en mora.

Debido a que la autora, colabora dentro de la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, en la casa comercial donde se desarrolla el presente estudio, la investigación de campo se desarrollará solamente en esta organización, con los clientes y personal perteneciente a esta entidad, justificándose esta decisión, debido a que por la competencia que mantienen estas empresas, era muy difícil que proporcionen información y facilidades. A pesar de ello, cabe destacar que algún tipo de información documental, se encuentra en los portales autorizados de la Asociación, de donde se tomó la misma, pero los datos de la encuesta, no se encuentran en este portal, motivo por el cual, se debió realizar tan solo en la casa comercial donde labora la autora, por la facilidad de su consecución.

2.4. Variables de la investigación, operacionalización

- **Independiente:** Gestión de riesgo de crédito.
- **Dependiente:** Tasa de morosidad de la cartera de crédito

Operacionalización de variables

Tabla 2 Operacionalización de variables

Objetivos Específicos	VARIABLES	Conceptualización	Dimensiones	Indicadores	Fuentes	Técnicas
Identificar los procesos relacionados con la gestión de riesgo crediticio en un almacén comercial de la ciudad de Guayaquil, que es la casa comercial donde labora la autora de la investigación, de donde se obtuvo la muestra	Gestión Riesgo Crediticio	El Riesgo Crediticio en la economía es la probabilidad de que la contraparte (deudor que puede ser persona natural o jurídica) no cumpla con los recursos financieros que son sus obligaciones, establecidas en los términos acordados; es decir el riesgo de que un deudor no cancele a la empresa comercial o bancaria el crédito o préstamo concedido en la fecha pactada.	a.- Socioeconómico	1.- Numero de créditos aprobados	Personal área de Crédito Personal de ventas	Entrevista- Cuestionario/Análisis Documental
			b.- Recursos Financieros	2.- Plazo de Crédito		
Examinar la variación de las tasas de morosidad relacionadas con la cartera de crédito en los últimos tres años, de un almacén comercial de la ciudad de Guayaquil	Morosidad de la Cartera de Crédito	La morosidad es la falta de puntualidad en el pago de un valor monetario dentro del plazo convenido, formándose el impago de las deudas contraídas, que mediante un comprobante documental se encuentran en estado de morosidad.	c.- Económica	3.- Tasa de Morosidad en la cartera	Jefe de Riesgo de la organización Clientes morosos	Entrevista/Análisis Documental
			d.- Cobranza del crédito a los clientes	4.- Cuentas Incobrables		
Evaluar la incidencia que	Recuperación de	Recuperación de Cartera Vencida: Monto	e.- Finanzas	5.- Cartera Vencida	Gerente de	Entrevista/Análisis

tiene el tiempo que se toma recuperar la cartera vencida en la liquidez del almacén comercial en Guayaquil	Cartera Vencida	total de créditos otorgados por una persona Física o Moral y que se convierte en un Activo de riesgo al tener los créditos en mora. La mora es cuando el adeudo llega a su vencimiento del plazo acordado, y el deudor incumple en su obligación de pagar.		6.- Tiempo de Recuperación	Cobranzas Gerente Financiero	Documental
	Liquidez	Liquidez: El grado en que una empresa puede hacer frente a sus obligaciones corrientes, es la medida de su liquidez a corto plazo. La liquidez implica la capacidad puntual en las finanzas para convertir los activos en líquidos o de obtener disponible para hacer frente a los vencimientos a corto plazo y obtener una economía rentable	f.- Cobranza del crédito a los clientes	7.- Razón de Liquidez		

2.5. Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de la información

De acuerdo a lo expresado por Leal y Navarro (2017), la investigación de campo consiste en la “recopilación de datos de las fuentes primarias, la misma que se realiza mediante la revisión, observación e indagación en el lugar de los hechos, permitiendo mantener datos precisos” (p. 13), este tipo de investigación precisa la planeación del estudio, la delimitación de los involucrados, el levantamiento de la información, el análisis de los resultados y la presentación del informe final.

2.5.1. Técnicas de investigación primaria para la recolección de la información

El estudio es de campo, porque se desarrollará mediante la recolección de información de las fuentes primarias de investigación, siendo necesario acudir a las instalaciones de la empresa comercial para aplicar los instrumentos de indagación, además de considerar el criterio de los colaboradores del área de crédito y cobranza para identificar los procesos relacionados con la gestión de riesgos y de los vendedores de las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador.

Según Urbano & Yuni (2015), la técnica de investigación se considera “un conjunto de instrumentos que se aplican en el proceso de la investigación, la misma que puede ser de dos formas documental o de campo, la primera permite el estudio de las teorías relacionadas con el fenómeno y la segunda permite la observación de los hechos para el análisis de la información” (p. 29).

Con relación a la técnica se expone el criterio de Tamayo (2014), quien conceptualiza la técnica de la encuesta como “la herramienta para la adquisición de datos de interés, la misma que se desarrolla mediante un cuestionario previamente elaborado” (p. 47).

La técnica considerada para cumplir con el objetivo de la investigación es la encuesta, la misma que permitirá identificar los procesos relacionados con la gestión de riesgos y examinar la variación de las tasas de morosidad relacionadas con la cartera de crédito en los últimos tres años.

2.5.2. Instrumento de recopilación de información

Con relación al instrumento de investigación Pardinás (2015), señala que es “la herramienta que se utiliza por el investigador para recopilar información de una muestra seleccionada, la misma que le facilita al investigador el desarrollo de la medición” (p. 24).

Mientras que, Arias (2015), expone que el cuestionario es “un instrumento básico para la observación de un determinado hecho o acontecimiento, este se formula mediante el desarrollo de preguntas dirigidas a conocer hechos reales de una determinada situación” (p. 34). El instrumento de recolección de datos es el cuestionario de preguntas cerradas que se aplicará a los clientes en morosidad (ver anexo No. 1), vendedores y personal del área de crédito y cobranza de una de las empresas representativas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador (ver anexo No. 2).

Las encuestas se realizaron a los clientes morosos, por vía telefónica, aprovechando la facilidad de la información del teléfono de los clientes morosos dado que la autora trabaja en la matriz de la casa comercial, salvo aquellos clientes que sí enfrentaron su problema de morosidad y acudieron al almacén, quienes fueron encuestados personalmente.

2.5.3. Técnica de investigación secundaria para recolección de la información

Según Pardinás (2015), la técnica de investigación secundaria es “de tipo documental, porque extrae información clave para la investigación, de los

documentos organizacionales” (p. 24). En el presente estudio se aprovecharán los datos de la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador.

2.6. Tratamiento de la información

Referente al procesamiento de la información se indica el criterio de Pardinás (2015), estableciéndose que para realizar el procesamiento se deben efectuar tres pasos básicos “la revisión de la documentación, la investigación de campo y el análisis de los resultados” (p. 24).

Para el procesamiento de la información se realizará los siguientes pasos:

- Recabar datos mediante el cuestionario aplicado de preguntas cerradas.
- Posteriormente se tabulará los resultados obtenidos.
- Se procederá a ingresarlos en la hoja de cálculo del programa Microsoft Excel.
- Se obtendrá tablas y figuras estadísticas que serán analizadas e interpretadas.

Mediante el desarrollo de la investigación de campo es posible cumplir con los objetivos específicos que involucra la identificación de los procesos relacionados con la gestión de riesgos, el examen de la variación de las tasas de morosidad relacionadas con la cartera de crédito en los últimos tres años, para posteriormente identificar la necesidad de diseñar una propuesta para la incorporación y/o potenciación de la gestión de riesgos y el control de la morosidad en las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, comprobando la viabilidad económica para la implementación de la propuesta.

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Análisis de la situación actual

Debido a que la autora, colabora dentro de la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, en la casa comercial donde se desarrolla el presente estudio, se realiza un breve análisis de la situación actual de la organización. Por ello, a continuación, se detalla la ubicación de la empresa y ciertos servicios a disposición de los ecuatorianos.

Comandato S.A., se estableció el 02 de febrero de 1934, La compañía tiene más de 85 años de experiencia en el mercado, dentro de sus actividades principales esta la importación, comercialización, la distribución de productos nacionales e importados, como los aparatos de la casa: las cocinas, lavadoras, refrigeradores, aires acondicionados, en general artefactos para el hogar, y como una línea fuerte en los últimos años tienen la línea de transporte que encierra la venta al por mayor y menor de motores fuera de borda, motos y repuestos de motos como representantes de la marca SUZUKI en el Ecuador.

Con aproximadamente 60 puntos de venta a nivel nacional a partir del año 2018 su administración decidió darle mayor fuerza a la línea motos Suzuki debido a la alta demanda en varios puntos del país donde no existía presencia de Comandato por ello a la fecha se han aperturado 10 locales exclusivos Comandato Suzuki a nivel nacional.

Es importante recalcar la misión y visión de la organización y su aportación al país. La empresa tiene como **misión**, ser el líder en la comercialización de, electrodomésticos, muebles, electrónicos y otros productos en los mercados que opera, contribuyendo a la satisfacción de las necesidades de sus clientes con productos y servicios financieros innovadores, fomentando un ambiente profesional para el desarrollo de nuestros colaboradores y proveedores.

Su **visión** es ser una empresa comercial y de servicios financieros de clase mundial que logra sus objetivos de negocio y responsabilidad social, mediante el liderazgo de un ambiente profesional que promueva integridad, honestidad y respeto hacia los demás.

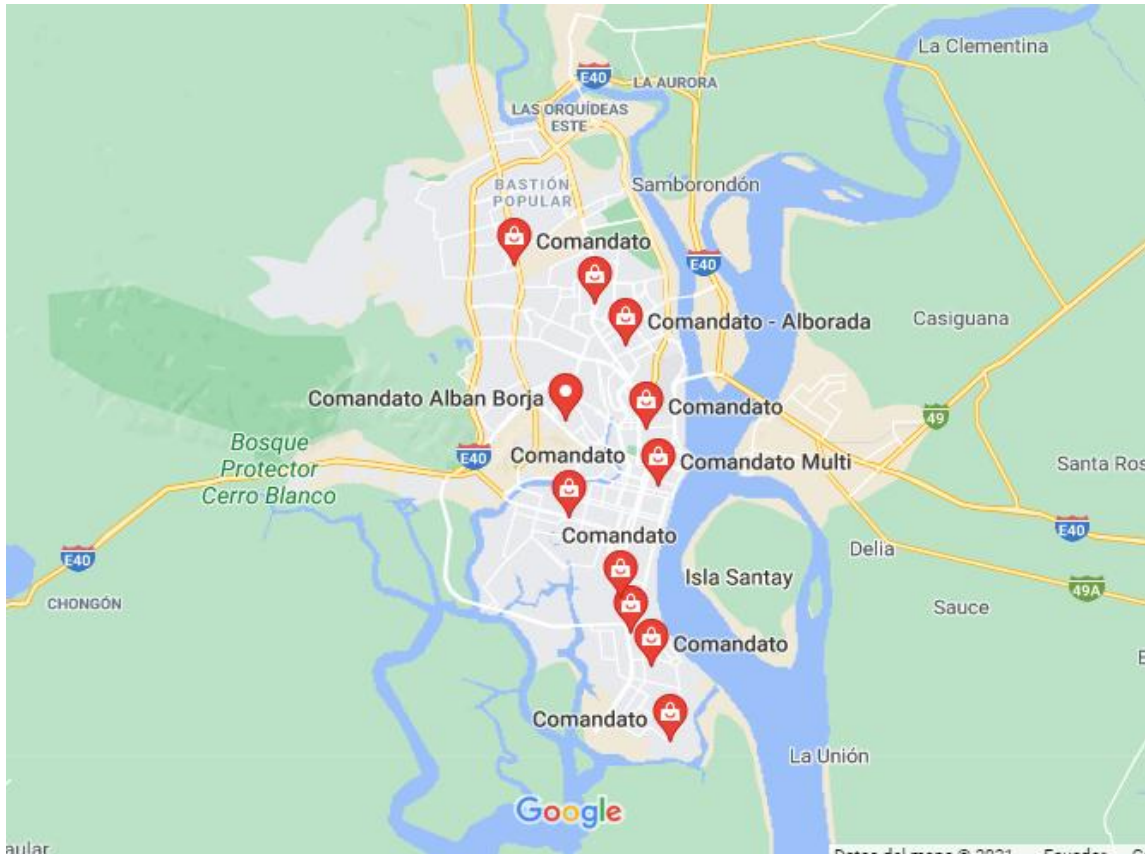


Figura 5 Ubicación de la empresa, Guayaquil: Matriz

Fuente: (Google map, 2021)

Dentro de los servicios que ofrece la empresa se considera los artículos de línea blanca, los cuales son las siguientes:

- Cocinas
- Refrigeradoras
- Lavadora
- Secadoras
- Microondas
- Licuadoras
- Tostadora
- Televisores

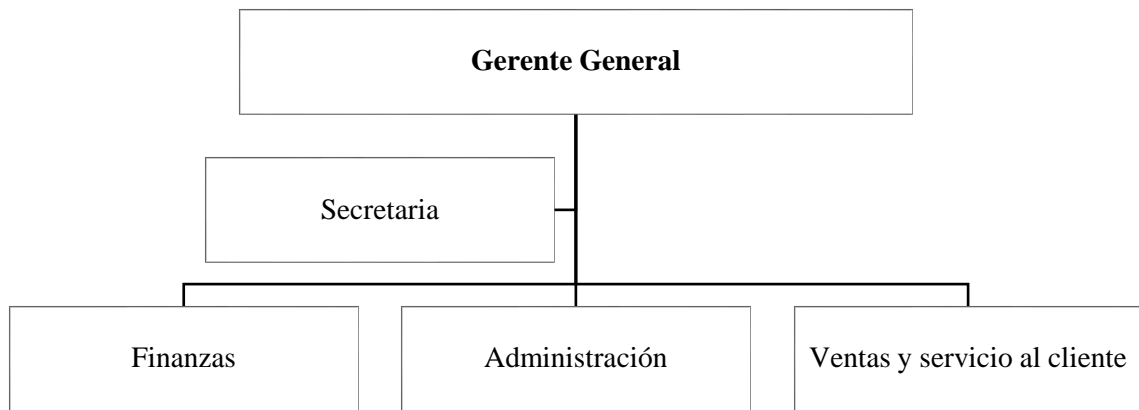


Figura 6 Organigrama de la empresa.

Fuente: Autora.

La organización cuenta con el gerente general, él cumple con la función de organizar y direccionar a sus colaboradores del área financiera y de ventas, tiene la misión de archivar y receptor la información de sus superiores, el área financiera se encarga de registrar los valores financieros y de la disponibilidad de los recursos monetarios, el área de ventas ayuda a los clientes, otorgando buen trato y satisfacción en la atención.

3.2. Análisis comparativo, evolución, tendencias y perspectivas

En este apartado se describirá la situación actual de las empresas comerciales pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, considerando la sección de la línea blanca que es una de las más fuertes en venta de estos establecimientos, quienes, por lo general, expenden sus principales artículos en modalidad de crédito directo.

A continuación, se presentan las principales cadenas comerciales y la posición que cada uno de ellas ha obtenido durante los cuatros años de competitividad:

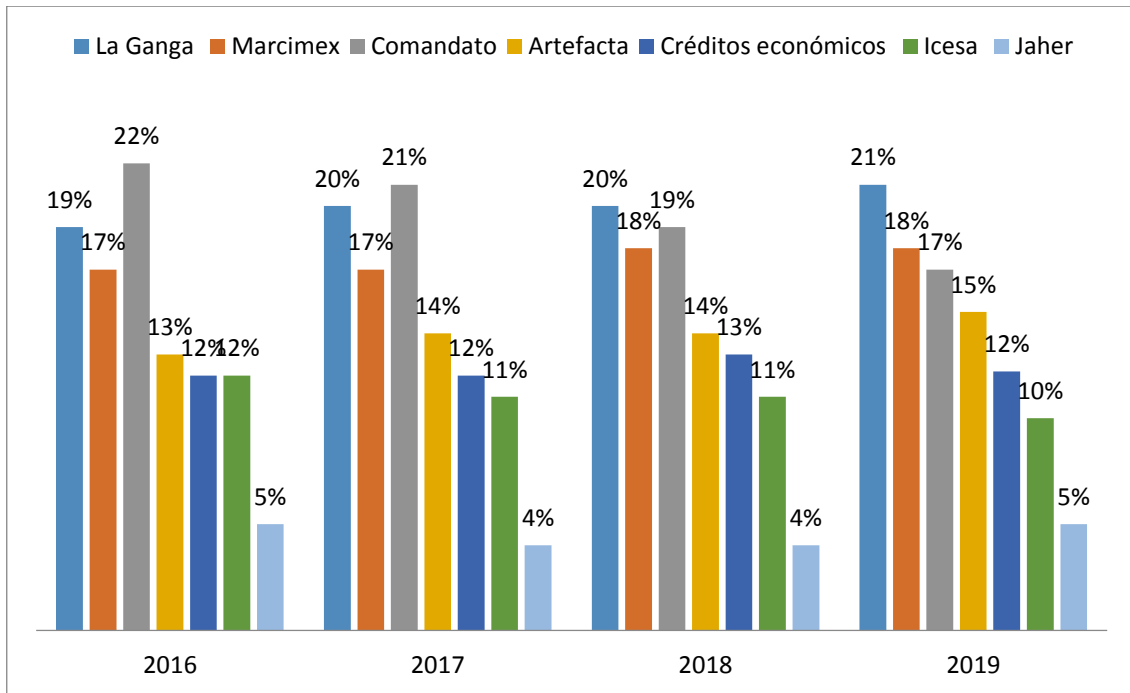


Figura 7 Participación en el mercado nacional.

Fuente: Superintendencia de Compañías (2020).

En la gráfica anterior, se evidencia que durante los años 2016 y 2017 la casa comercial Comandato obtuvo mayor participación a nivel nacional con un porcentaje del 22% y 21%, debido a que el establecimiento contenía estrategias agradables para el público ecuatoriano, sin embargo, en los siguientes años (2018 y 2019) la empresa comercial denominada La Ganga se impuso a la competencia llegando a alcanzar el 20% y 21% de su participación, esto fue gracias a las tácticas que la empresa propuso a los consumidores, como la estrategia de adquirir artefactos sin poseer algún tipo de garante y de efectuar pagos por adelantado, sin embargo esto resultó contraproducente, ya que se presentaron problemas de morosidad en los pagos de las cuotas que se efectúan cada mes por parte de los usuarios.

3.3. Presentación de resultados y discusión

En el presente apartado se presentan los resultados de las encuestas aplicadas al personal de la empresa comercial donde se realiza el estudio, así como a los clientes de esta organización, como se detalla en el siguiente sub-numeral.

Para el efecto, en primer lugar, se presenta el detalle de los resultados de las encuestas aplicadas al personal de la empresa comercial donde se realizó el estudio.

3.3.1. Resultados de la encuesta aplicada al personal de la empresa

1) ¿Mantiene la empresa una política estable de días de crédito en ventas?

Tabla 3 Estabilidad de la política sobre días de crédito en ventas

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	2	7%
De acuerdo	8	27%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3%
En desacuerdo	11	37%
Totalmente en desacuerdo	8	27%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

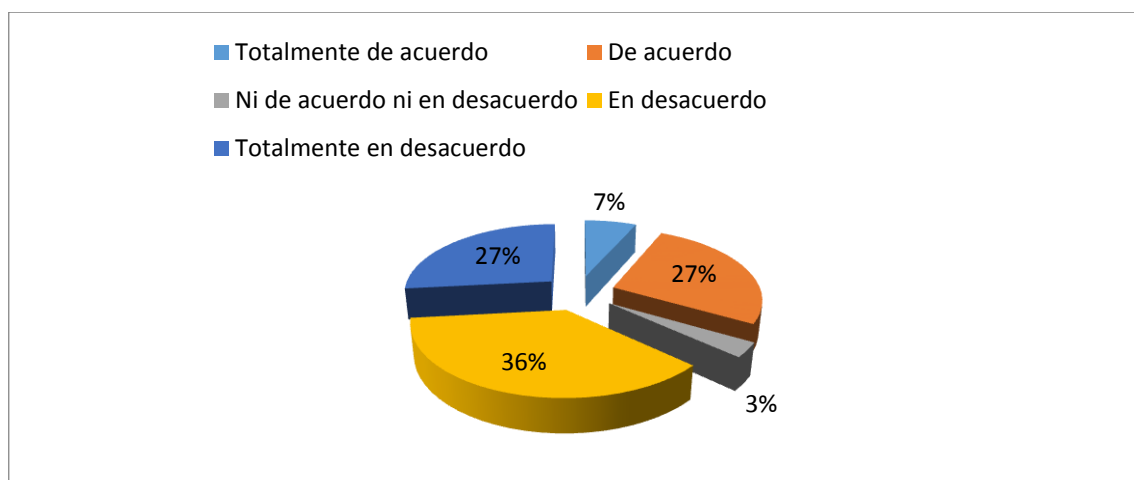


Figura 8 Estabilidad de la política sobre días de crédito en ventas

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

Consultando al personal de la empresa que comercializa a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía mantiene una política estable de días de crédito en ventas, el 7% estuvo totalmente de acuerdo y el 27% de acuerdo, no obstante, el 37% estuvo en desacuerdo y el 27% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización no ha mantenido una política estable ni documentada en un modelo de gestión.

2) ¿Mantiene la empresa una política estable sobre los requisitos que debe solicitárseles a los clientes, previo al crédito?

Tabla 4 Estabilidad de la política sobre requisitos del cliente

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	2	7%
De acuerdo	8	27%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3%
En desacuerdo	11	37%
Totalmente en desacuerdo	8	27%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

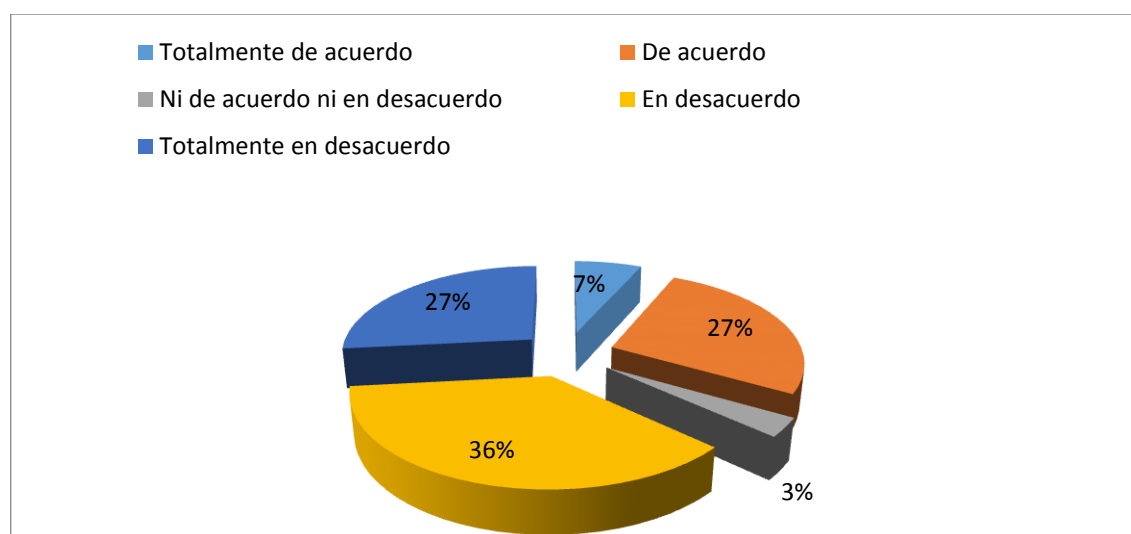


Figura 9 Estabilidad de la política sobre requisitos del cliente

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

Consultando al personal de la empresa que comercializa a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía mantiene una política estable sobre los requisitos que debe solicitárseles a los clientes, previo al crédito, el 7% estuvo totalmente de acuerdo y el 27% de acuerdo, no obstante, el 37% estuvo en desacuerdo y el 27% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización no ha mantenido una política estable ni documentada en un modelo de gestión, que indique los requisitos que deben cumplir los clientes que desean comprar artículos a crédito.

3) ¿Dispone la empresa de un sistema de gestión adecuado para la medición del riesgo crediticio de los clientes?

Tabla 5 Sistema de gestión adecuado para medición del riesgo crediticio de los clientes

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	1	3%
De acuerdo	7	23%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3%
En desacuerdo	12	40%
Totalmente en desacuerdo	9	30%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

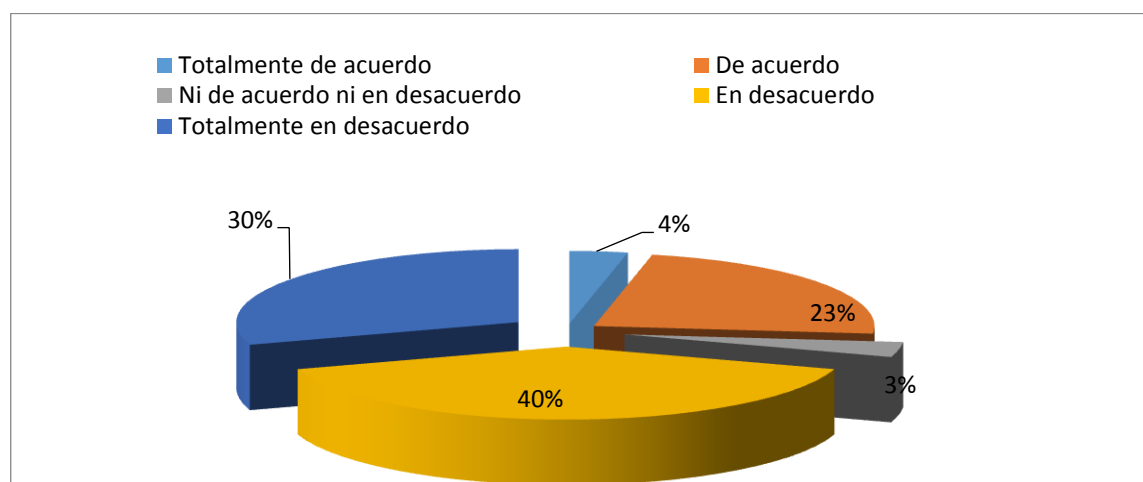


Figura 10 Sistema de gestión adecuado para medición del riesgo crediticio de los clientes

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

Consultando al personal de la empresa que comercializa a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía mantiene un sistema de gestión adecuado para medición del riesgo crediticio de los clientes, el 3% estuvo totalmente de acuerdo y el 23% de acuerdo, no obstante, el 40% estuvo en desacuerdo y el 30% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización no ha mantenido un modelo de gestión apropiado que facilite medir el riesgo crediticio de los usuarios, previo a la venta a crédito.

4) ¿Mantiene la empresa un sistema informático de base de datos para reconocer el historial de movimientos de los clientes?

Tabla 6 Sistema de base de datos para reconocer historial de movimientos de clientes

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	5	17%
De acuerdo	15	50%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3%
En desacuerdo	7	23%
Totalmente en desacuerdo	2	7%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

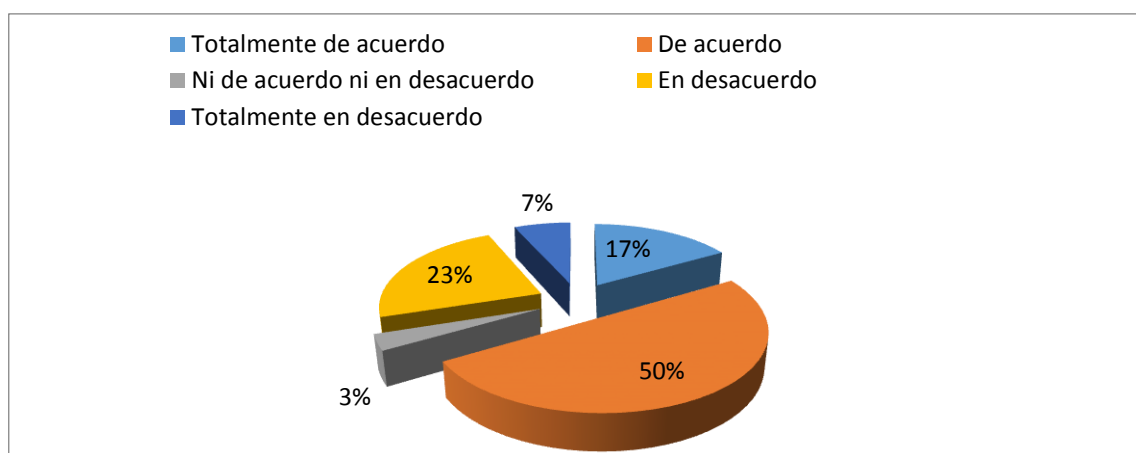


Figura 11 Sistema de base de datos para reconocer historial de movimientos de clientes

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

Consultando al personal de la empresa que comercializa a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía mantiene un sistema informático de base de datos para reconocer el historial de movimientos de los clientes, el 17% estuvo totalmente de acuerdo y el 50% de acuerdo, no obstante, el 23% estuvo en desacuerdo y el 7% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización sí dispone de un sistema de base de datos donde se puede conocer los movimientos de los clientes que ya han comprado artículos a crédito en la compañía.

5) ¿Necesita la empresa de un modelo de gestión de crédito para controlar el riesgo y asegurar la transparencia financiera de las cuentas por cobrar y su evolución?

Tabla 7 Necesidad de modelo de gestión de crédito para controlar riesgo crediticio

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	8	27%
De acuerdo	19	63%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3%
En desacuerdo	2	7%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

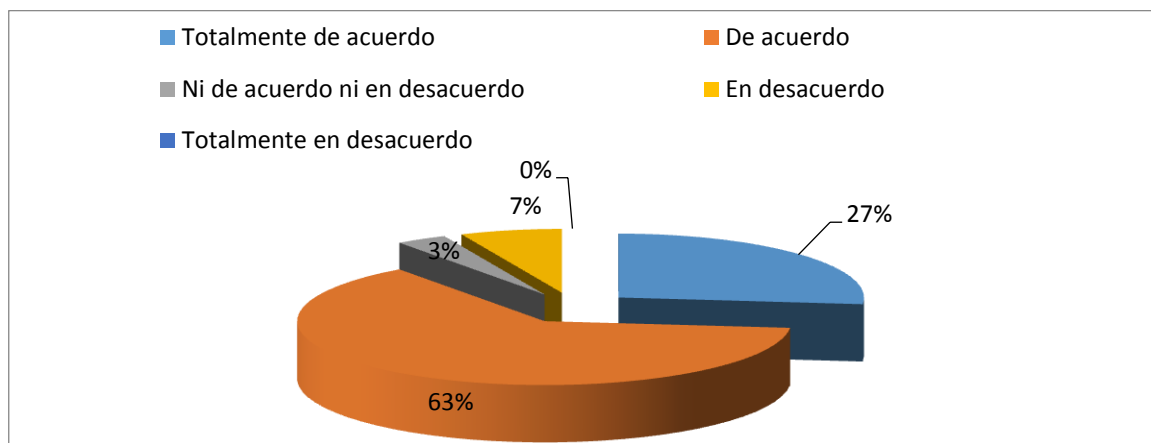


Figura 12 Necesidad de modelo de gestión de crédito para controlar riesgo crediticio

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

Consultando al personal de la empresa que comercializa a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía necesita un modelo de gestión de crédito para controlar el riesgo y asegurar la transparencia financiera de las cuentas por cobrar y su evolución, el 27% estuvo totalmente de acuerdo y el 63% de acuerdo, solo el 7% estuvo en desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización necesita la implementación de un modelo de gestión de crédito para controlar el riesgo y asegurar la transparencia financiera de las cuentas por cobrar.

6) ¿Dispone la empresa de una política de cobranzas a los clientes morosos?

Tabla 8 Disponibilidad de política de cobranzas a clientes morosos

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	2	7%
De acuerdo	8	27%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3%
En desacuerdo	11	37%
Totalmente en desacuerdo	8	27%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

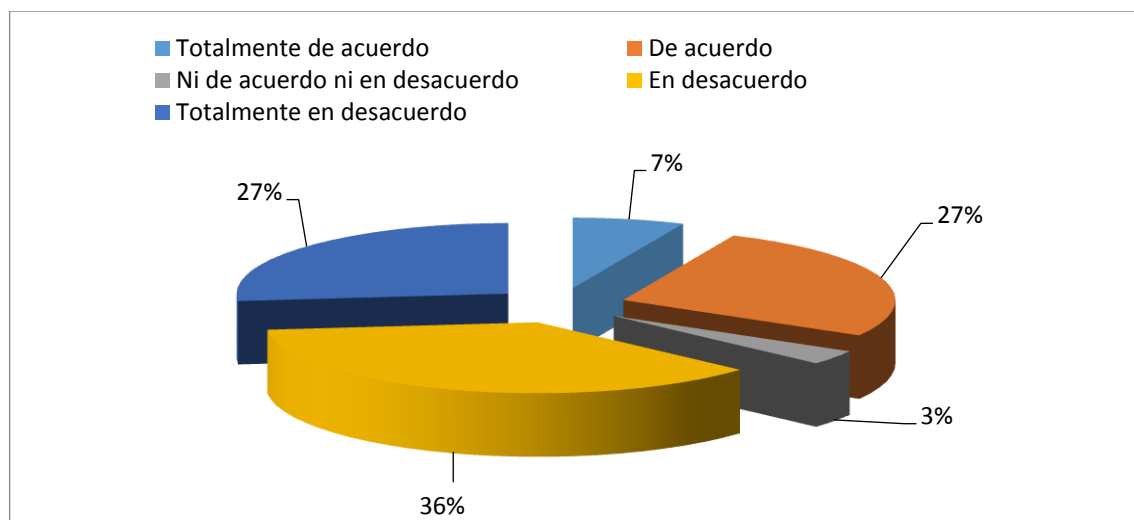


Figura 13 Disponibilidad de política de cobranzas a clientes morosos

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

Consultando al personal de la empresa que comercializa a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía mantiene una política de cobranzas a los clientes morosos, el 7% estuvo totalmente de acuerdo y el 27% de acuerdo, no obstante, el 37% estuvo en desacuerdo y el 27% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que la organización no ha mantenido una política de cobranzas para recuperar la cartera vencida por concepto de las deudas que mantienen los clientes morosos.

7) ¿Dispone la empresa de un sistema adecuado para la cobranza a los clientes morosos?

Tabla 9 Disponibilidad de sistema adecuado de cobranza a clientes morosos

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	2	7%
De acuerdo	8	27%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3%
En desacuerdo	11	37%
Totalmente en desacuerdo	8	27%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

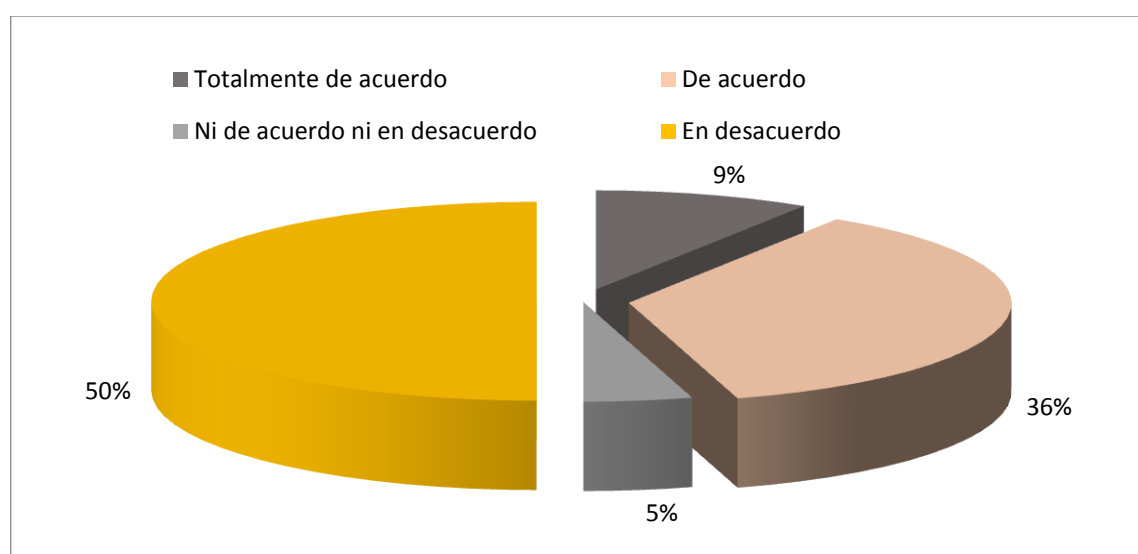


Figura 14 Disponibilidad de sistema adecuado de cobranza a clientes morosos

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

Consultando al personal de la empresa que comercializa a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía dispone de un sistema adecuado para la cobranza a los clientes morosos, el 7% estuvo totalmente de acuerdo y el 27% de acuerdo, no obstante, el 37% estuvo en desacuerdo y el 27% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización no tiene un sistema apropiado para ejecutar el proceso de cobranzas para recuperar la cartera vencida por concepto de las deudas que mantienen los clientes morosos.

8) ¿Ha concertado la empresa reuniones con los clientes morosos?

Tabla 10 Apertura a reuniones con clientes morosos

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	0	0%
De acuerdo	5	17%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3%
En desacuerdo	15	50%
Totalmente en desacuerdo	9	30%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

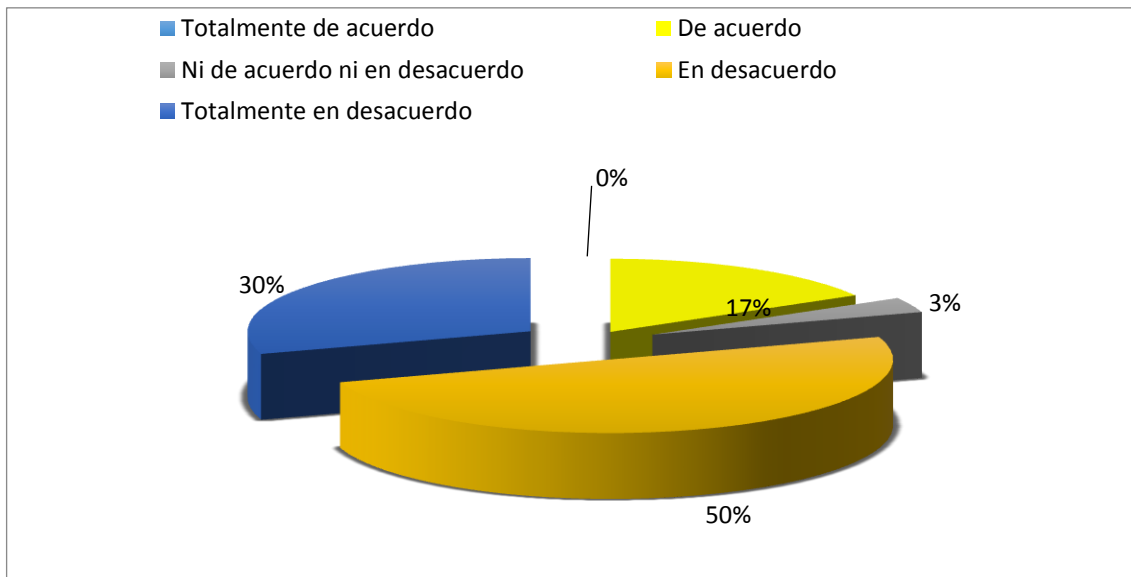


Figura 15 Apertura a reuniones con clientes morosos

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

Consultando al personal de la empresa que comercializa a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía ha concertado reuniones con los clientes morosos, el 17% de acuerdo, no obstante, el 50% estuvo en desacuerdo y el 30% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización no ha hecho una buena gestión para convencer a los clientes morosos a que cancelen sus deudas y así poder recuperar su cartera vencida.

9) ¿Existe un plan en la empresa para la recuperación de la cartera vencida?

Tabla 11 *Plan empresarial para recuperación de cartera vencida*

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	1	3%
De acuerdo	6	20%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3%
En desacuerdo	13	43%
Totalmente en desacuerdo	9	30%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

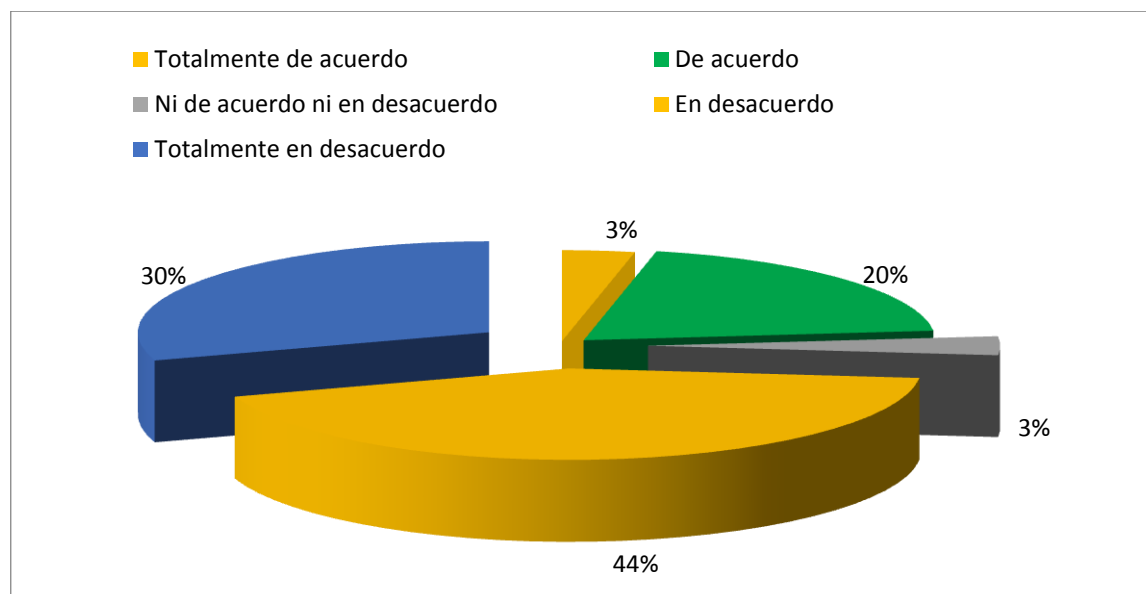


Figura 16 Plan empresarial para recuperación de cartera vencida

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

Consultando al personal de la empresa que comercializa a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía dispone de un plan para la recuperación de la cartera vencida, el 3% estuvo totalmente de acuerdo, el 20% de acuerdo, no obstante, el 43% estuvo en desacuerdo y el 30% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización no cuenta con un plan eficaz para recuperar la cartera vencida, actualmente.

10) ¿Necesita la empresa de un modelo de gestión de cobranzas para la recuperación de la cartera vencida y aseguramiento de la transparencia financiera del activo corriente?

Tabla 12 Necesidad de modelo de gestión de cobranzas para recuperar cartera vencida

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	7	23%
De acuerdo	19	63%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	3%
En desacuerdo	3	10%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	30	100%

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

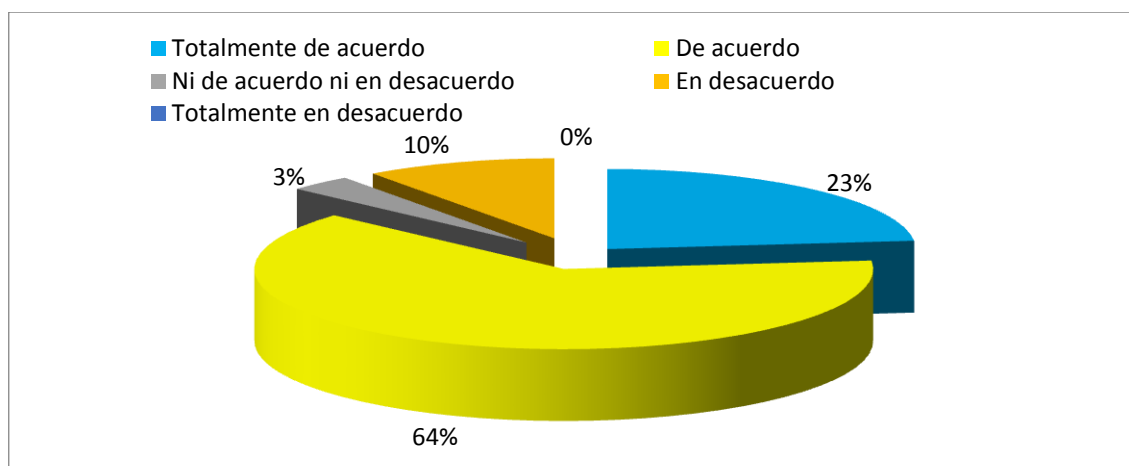


Figura 17 Necesidad de modelo de gestión de cobranzas para recuperar cartera vencida

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

Consultando al personal de la empresa que comercializa a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía necesita un modelo de gestión de cobranzas para la recuperación de la cartera vencida y aseguramiento de la transparencia financiera del activo corriente, el 23% estuvo totalmente de acuerdo y el 64% de acuerdo, solo el 10% estuvo en desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización necesita la implementación de un modelo de gestión de cobranzas para la recuperación de la cartera vencida.

3.3.2. Resultados de la encuesta aplicada a los clientes

1) ¿Considera usted que la empresa tiene una política adecuada para otorgar créditos a los clientes?

Tabla 13 *Estabilidad de política para otorgar créditos a los clientes*

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	10	6%
De acuerdo	44	25%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	1%
En desacuerdo	71	40%
Totalmente en desacuerdo	49	28%
Total	176	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

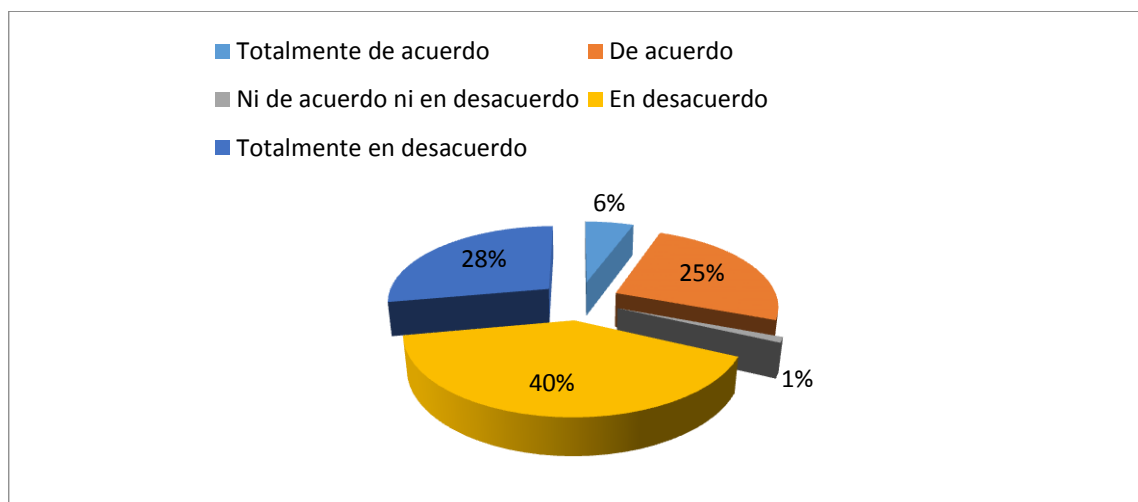


Figura 18 *Estabilidad de política para otorgar créditos a los clientes*

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

Consultando a los clientes que compran a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía tiene una política adecuada para otorgar créditos a los clientes, el 6% estuvo totalmente de acuerdo y el 25% de acuerdo, no obstante, el 40% estuvo en desacuerdo y el 28% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización a la que solicitó el crédito respectivo, no dispone una política crediticia adecuada.

2) ¿Considera usted que la empresa le dijo toda la verdad cuando le ofreció el crédito?

Tabla 14 Veracidad de información crediticia empresarial

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	10	6%
De acuerdo	44	25%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	1%
En desacuerdo	71	40%
Totalmente en desacuerdo	49	28%
Total	176	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

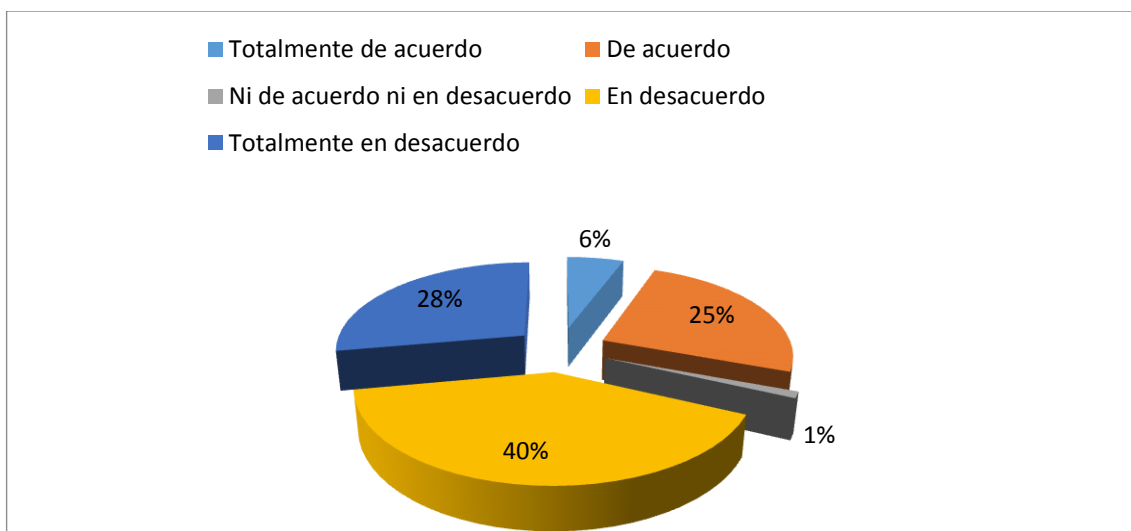


Figura 19 Veracidad de información crediticia empresarial

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

Consultando a los clientes que compran a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía le dijo toda la verdad cuando le ofreció el crédito, el 6% estuvo totalmente de acuerdo y el 25% de acuerdo, no obstante, el 40% estuvo en desacuerdo y el 28% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización a la que solicitó el crédito respectivo, no actuó con toda la honestidad esperada por el cliente, en el momento de ofrecerle el crédito.

3) ¿Considera usted que la empresa mantiene un sistema adecuado para medir el riesgo crediticio de los clientes?

Tabla 15 *Mantenimiento de sistema de medición de riesgo crediticio de clientes*

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	5	3%
De acuerdo	28	16%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	1%
En desacuerdo	90	51%
Totalmente en desacuerdo	51	29%
Total	176	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

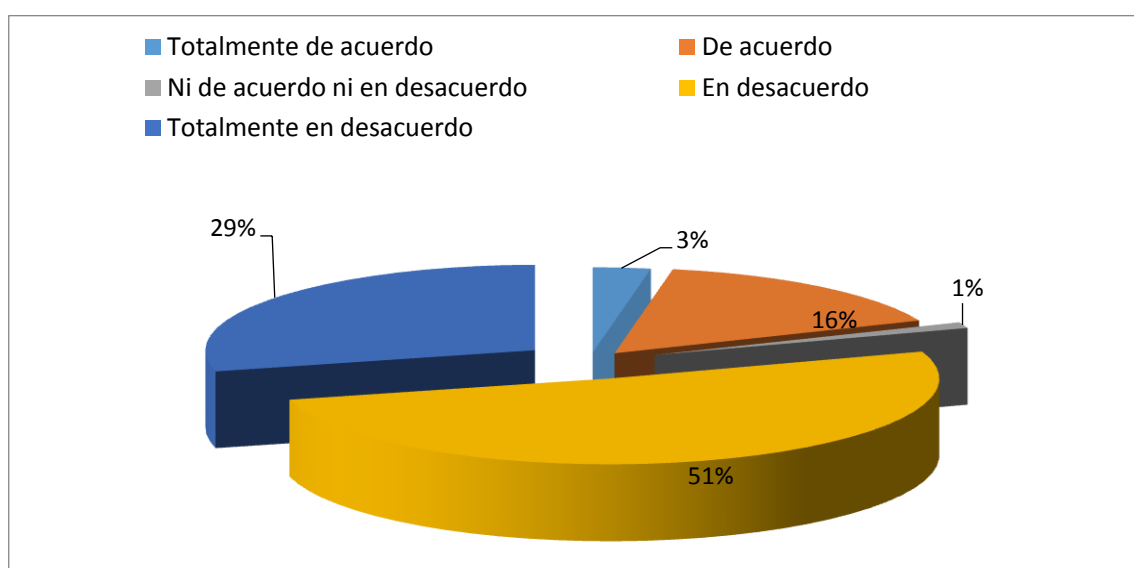


Figura 20 *Mantenimiento de sistema de medición de riesgo crediticio de clientes*

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

Consultando a los clientes que compran a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía mantiene un sistema adecuado para medir el riesgo crediticio de los clientes, el 3% estuvo totalmente de acuerdo y el 16% de acuerdo, no obstante, el 51% estuvo en desacuerdo y el 29% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización a la que solicitó el crédito respectivo, no dispone de un sistema adecuado para medir el riesgo crediticio de los clientes.

4) ¿Está satisfecho usted con la documentación que le exigió la empresa para otorgarle el crédito?

Tabla 16 Satisfacción con requisitos exigidos por la empresa para otorgamiento de crédito

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	21	12%
De acuerdo	56	32%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	1%
En desacuerdo	60	34%
Totalmente en desacuerdo	37	21%
Total	176	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

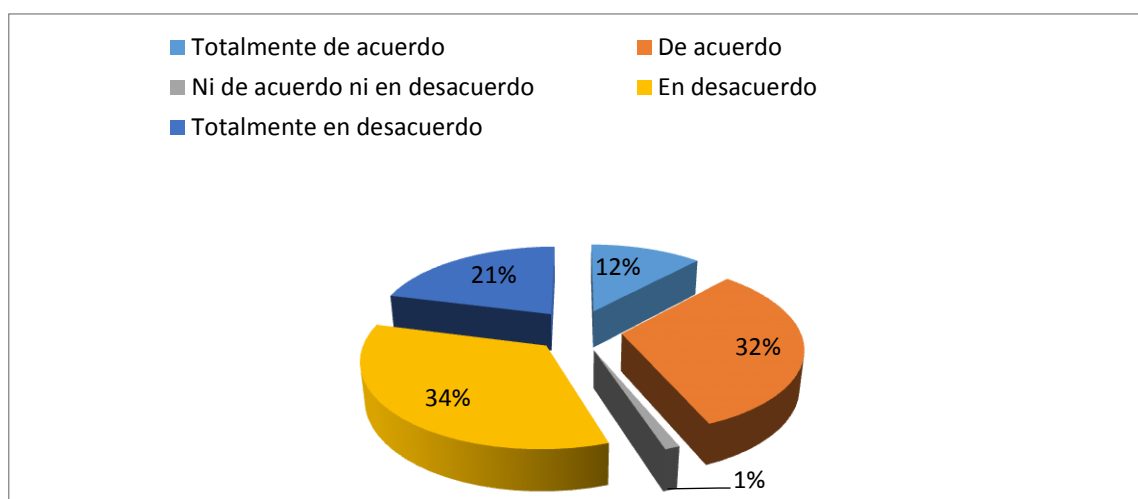


Figura 21 Satisfacción con requisitos exigidos por la empresa para otorgamiento de crédito

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

Consultando a los clientes que compran a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, si está satisfecho con la documentación que le exigió la empresa para otorgar el crédito, el 12% estuvo totalmente de acuerdo y el 32% de acuerdo, no obstante, el 34% estuvo en desacuerdo y el 21% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, hay opiniones divididas que discrepan sobre la documentación que exige la compañía para otorgar el crédito a los clientes.

5) ¿Considera usted que la empresa necesita mejorar su sistema crediticio?

Tabla 17 Necesidad de mejoramiento de su sistema crediticio

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	44	25%
De acuerdo	111	63%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1%
En desacuerdo	14	8%
Totalmente en desacuerdo	6	3%
Total	176	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

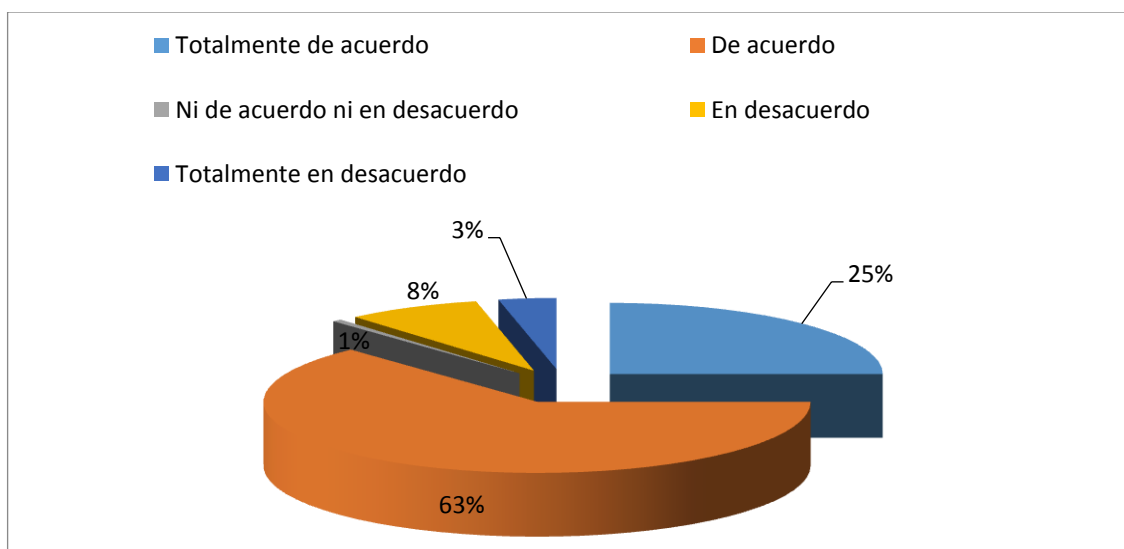


Figura 22 Necesidad de mejoramiento de su sistema crediticio

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

Consultando a los clientes que compran a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía necesita mejorar su sistema crediticio, el 25% estuvo totalmente de acuerdo y el 63% de acuerdo, solo el 8% estuvo en desacuerdo con esta premisa y el 3% en total desacuerdo. Esto significa que, la organización necesita la implementación de un modelo de gestión de crédito para controlar el riesgo y asegurar la transparencia financiera de las cuentas por cobrar.

6) ¿Considera usted que la empresa tiene una política adecuada para cobrar los créditos a los clientes?

Tabla 18 Estabilidad de política de cobranzas de créditos a clientes

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	10	6%
De acuerdo	44	25%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	1%
En desacuerdo	71	40%
Totalmente en desacuerdo	49	28%
Total	176	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

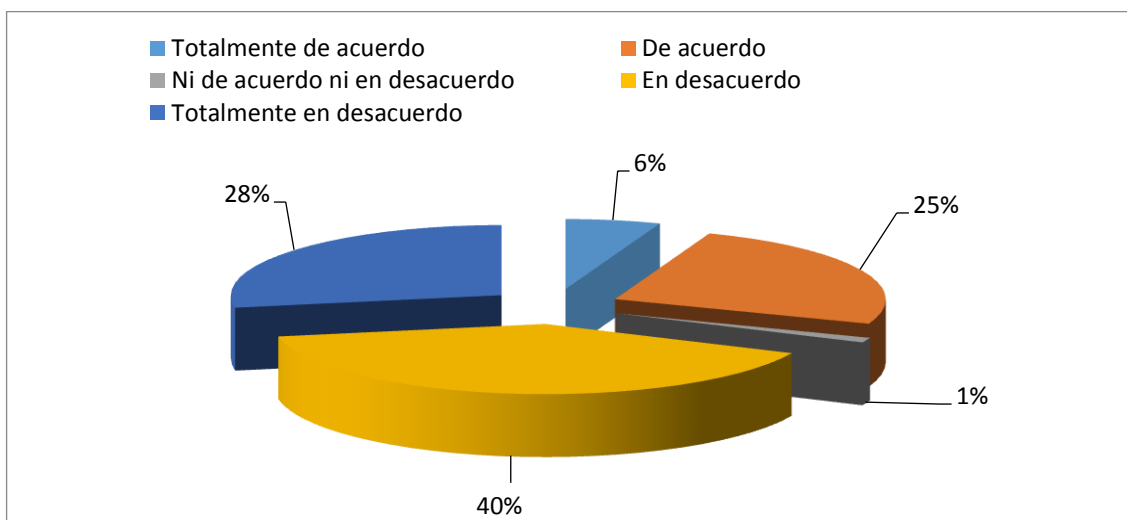


Figura 23 Estabilidad de política de cobranzas de créditos a clientes

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

Consultando a los clientes que compran a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía tiene una política adecuada para cobrar los créditos a los clientes, el 6% estuvo totalmente de acuerdo y el 25% de acuerdo, no obstante, el 40% estuvo en desacuerdo y el 28% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización a la que solicitó el crédito respectivo, no dispone una política adecuada de cobranzas a los clientes.

7) ¿Considera usted que la empresa actúa apegada a la justicia, cuando le subió los intereses a su deuda?

Tabla 19 Justicia en incremento de intereses de deuda

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	2	1%
De acuerdo	29	16%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	1%
En desacuerdo	82	47%
Totalmente en desacuerdo	61	35%
Total	176	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

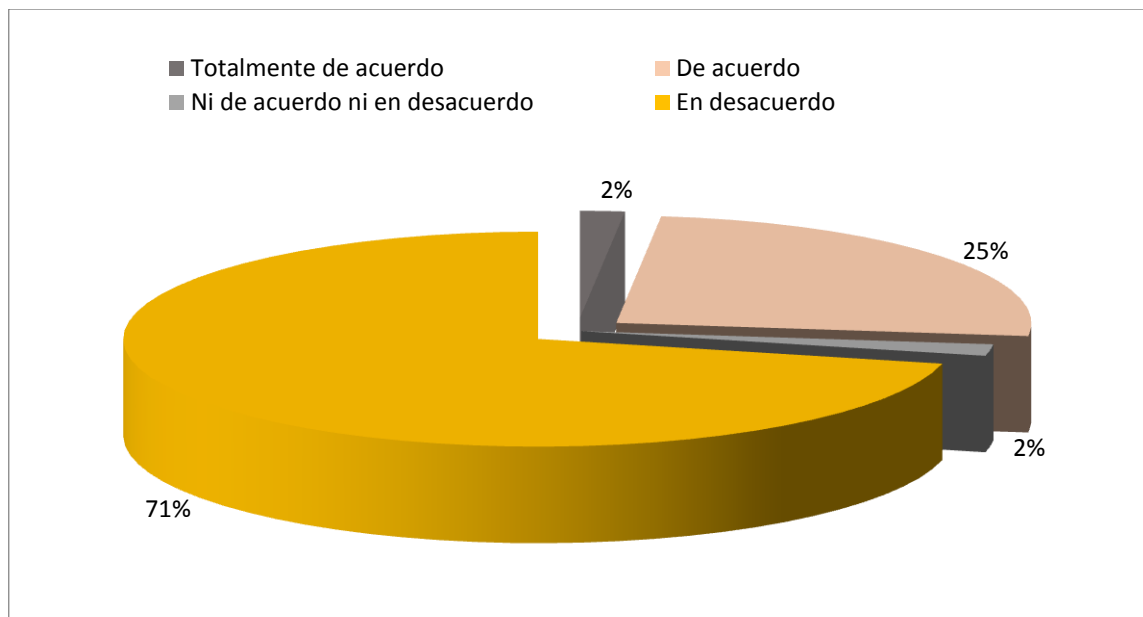


Figura 24 Justicia en incremento de intereses de deuda

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

Consultando a los clientes que compran a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía actuó apegada a la justicia, cuando le subió los intereses a su deuda, el 1% estuvo totalmente de acuerdo y el 16% de acuerdo, no obstante, el 47% estuvo en desacuerdo y el 35% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, a los clientes no les gustó el incremento de los intereses de los clientes.

8) ¿Considera usted que la empresa mantiene un sistema adecuado para la cobranza a los clientes?

Tabla 20 *Mantenimiento de sistema adecuado para cobranza a clientes*

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	10	6%
De acuerdo	44	25%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	1%
En desacuerdo	71	40%
Totalmente en desacuerdo	49	28%
Total	176	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

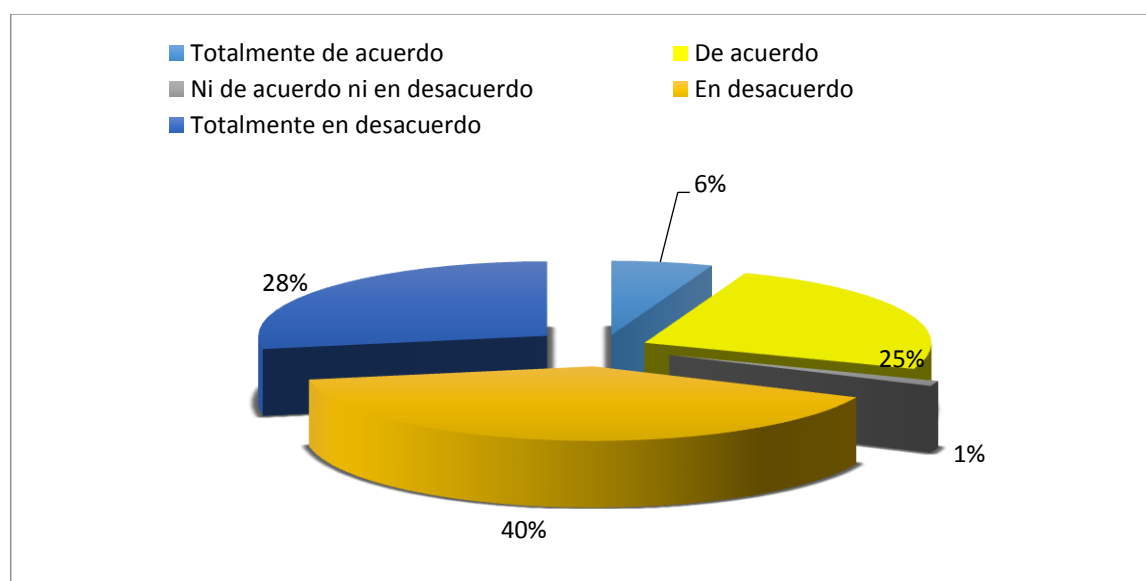


Figura 25 *Mantenimiento de sistema adecuado para cobranza a clientes*

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

Consultando a los clientes que compran a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía mantiene un sistema adecuado para la cobranza a los clientes, el 6% estuvo totalmente de acuerdo y el 25% de acuerdo, no obstante, el 40% estuvo en desacuerdo y el 28/% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización no tiene un sistema apropiado para ejecutar el proceso de cobranzas a los clientes.

9) ¿Está satisfecho usted con la reunión o acuerdo que logró con la empresa para que le extienda o flexibilice el pago de su cartera vencida?

Tabla 21 Satisfacción por acuerdo para flexibilizar su deuda

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	3	2%
De acuerdo	30	17%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1%
En desacuerdo	92	52%
Totalmente en desacuerdo	50	28%
Total	176	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

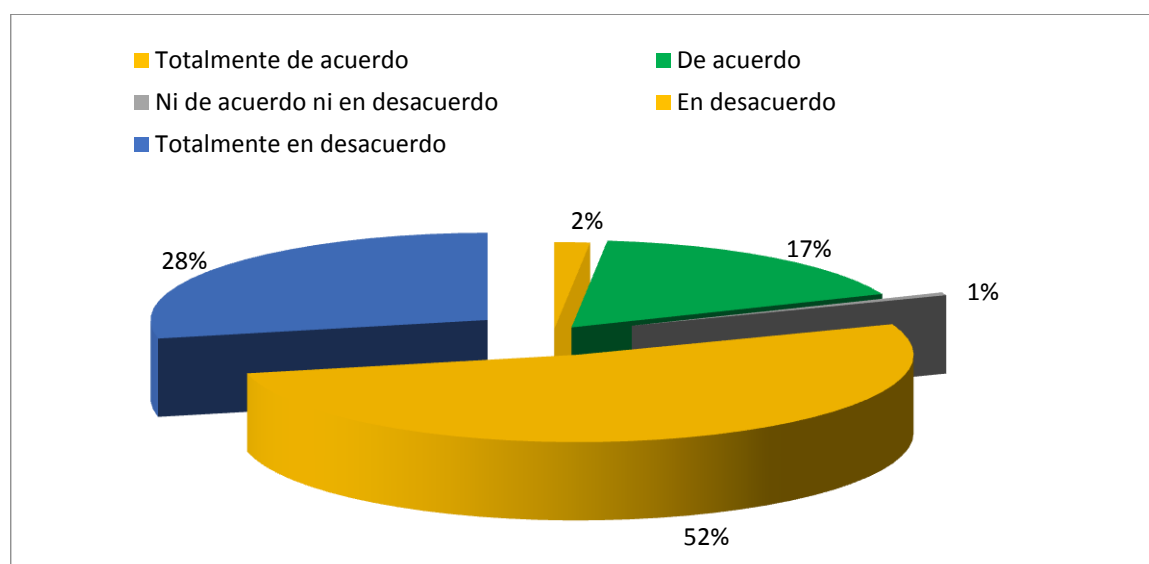


Figura 26 Satisfacción por acuerdo para flexibilizar su deuda

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

Consultando a los clientes que compran a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si está satisfecho con la reunión o acuerdo que logró con la empresa para que le extienda o flexibilice el pago de su cartera vencida, el 2% estuvo totalmente de acuerdo y el 17% de acuerdo, no obstante, el 52% estuvo en desacuerdo y el 28/% en total desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización no ha llamado a los clientes para reunirse con ellos y acordar un mecanismo para que los usuarios puedan cancelar las deudas impagas.

10) ¿Considera usted que la empresa necesita mejorar su sistema de cobranzas a los clientes?

Tabla 22 Necesidad de mejorar sistema de cobranzas a los clientes

Descripción	Frecuencia	Porcentajes
Totalmente de acuerdo	46	26%
De acuerdo	121	69%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1%
En desacuerdo	8	5%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	176	100%

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

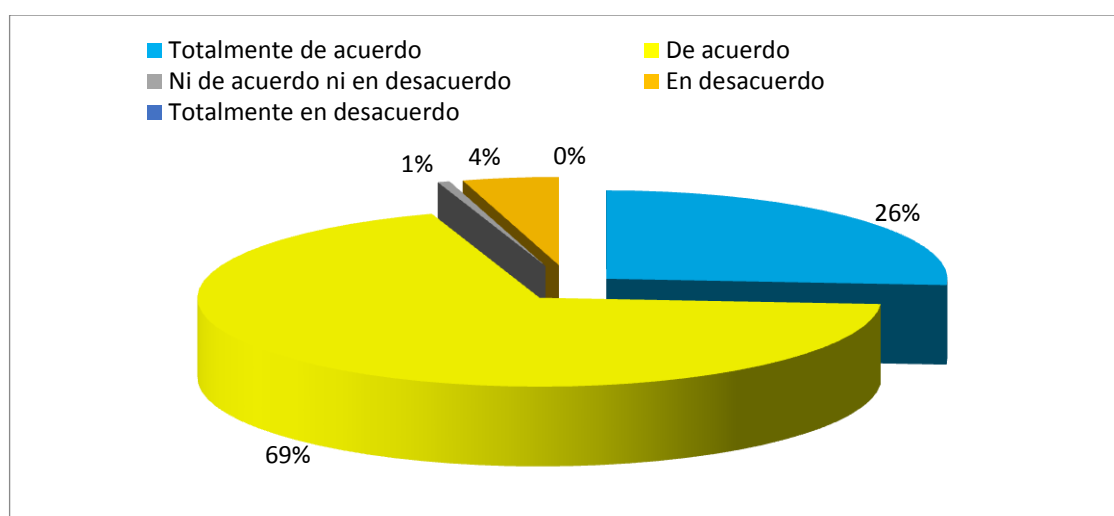


Figura 27 Necesidad de mejorar sistema de cobranzas a los clientes

Fuente: encuesta aplicada a los clientes.

Consultando a los clientes que compran a crédito, artículos pertenecientes a la línea blanca, sobre si esta compañía necesita mejorar su sistema de cobranzas a los clientes, el 26% estuvo totalmente de acuerdo y el 69% de acuerdo, solo el 5% estuvo en desacuerdo con esta premisa. Esto significa que, la organización necesita la implementación de un modelo de gestión de cobranzas para la recuperación de la cartera vencida.

3.3.3. Discusión

La organización no ha mantenido una política estable ni documentada en un modelo de gestión, que indique el número de días de crédito en que se puede expender los artículos en mención, ni los requisitos que deben cumplir los clientes que desean comprar artículos a crédito, lo que ocasionó que los usuarios consideren que la entidad no actuó con toda la honestidad esperada el cliente, en el momento de ofrecerle el crédito. Tampoco existe la facilidad para medir el riesgo crediticio de los usuarios, previo a la venta bajo esta modalidad, a pesar de ello, la organización si dispone de un sistema de base de datos donde se puede conocer los movimientos de los clientes que ya han comprado antes al almacén comercial.

La organización no ha mantenido una política de cobranzas para recuperar la cartera vencida por concepto de las deudas que mantienen los clientes morosos, además, carece de un sistema apropiado para ejecutar el proceso de cobranzas para recuperar la cartera vencida por concepto de las deudas que mantienen los usuarios impagos, sin que se haya hecho una buena gestión para convencer a los clientes morosos a que cancelen sus deudas y así poder recuperar su cartera vencida, porque no se los convocó a reuniones a los clientes, por ello, algunos usuarios estimaron que la entidad no actuó apegada a la justicia, cuando le subió los intereses de las deudas impagas, por consiguiente no cuenta con un plan eficaz para recuperar la cartera vencida, actualmente.

El criterio unánime del personal de la organización y de los clientes, es que la empresa comercial en estudio, necesita la implementación de un modelo de gestión de crédito para controlar el riesgo y asegurar la transparencia financiera de las cuentas por cobrar que incluya la gestión de cobranzas para la óptima recuperación de la cartera vencida.

3.3.4. Comprobación de hipótesis

Una vez obtenidos los hallazgos de campo, se procedió diligentemente a plantear las siguientes hipótesis:

- H_0 : la gestión de riesgos crediticio no influye en el manejo de las tasas de morosidad de la cartera de crédito en las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador.
- H_1 : la gestión de riesgos crediticio influye en el manejo de las tasas de morosidad de la cartera de crédito en las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador.

En primer lugar, se construyó la tabla de contingencia correspondiente a la frecuencia observada, tomando las respuestas del personal de la empresa:

Tabla 23 Frecuencia observada

Alternativas	Opciones					Total	Porcentaje	
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo			
Variable independiente: Gestión de riesgo crediticio	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Dispone la empresa de un sistema de gestión adecuado para la medición del riesgo crediticio de los clientes? 	1	7	1	12	9	30	25%
	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Necesita la empresa de un modelo de gestión de crédito para controlar el riesgo y asegurar la transparencia financiera de las cuentas por cobrar y su evolución? 	8	19	1	2	0	30	25%
Variable dependiente: Mejoramiento de la cartera vencida	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Existe un plan en la empresa para la recuperación de la cartera vencida? 	1	6	1	13	9	30	25%
	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Necesita la empresa de un modelo de gestión 	7	19	1	3	0	30	25%

de cobranzas para la recuperación de la cartera vencida y aseguramiento de la transparencia financiera del activo corriente?

Total 17 51 4 30 18 120 100%

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

En segundo lugar, se construyó la tabla de contingencia correspondiente a la frecuencia esperada:

Tabla 24 Frecuencia esperada

Alternativas	Opciones					Total	
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo		
Variable independiente: Gestión de riesgo crediticio	• ¿Dispone la empresa de un sistema de gestión adecuado para la medición del riesgo crediticio de los clientes?	4,25	12,75	1	7,5	4,5	30
	• ¿Necesita la empresa de un modelo de gestión de crédito para controlar el riesgo y asegurar la transparencia financiera de las cuentas por cobrar y su evolución?	4,25	12,75	1	7,5	4,5	30
Variable dependiente : Mejoramiento de la cartera vencida	• ¿Existe un plan en la empresa para la recuperación de la cartera vencida?	4,25	12,75	1	7,5	4,5	30
	• ¿Necesita la empresa de un modelo de gestión de cobranzas para la recuperación de la cartera vencida y aseguramiento de la transparencia financiera del activo corriente?	4,25	12,75	1	7,5	4,5	30
Total	17	51	4	30	18	120	

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

En tercer lugar, se construyó la tabla de cálculo del chi cuadrado correspondiente a la obtención del valor del X^2 :

Tabla 25 Chi cuadrado

Frecuencia Observada Fo	Frecuencia esperada Fe	Diferencia Fo - Fe	Diferencia ² (Fo - Fe) ²	(Fo - Fe) ² / Fe
1,00	4,25	-3,25	10,56	2,49
8,00	4,25	3,75	14,06	3,31
1,00	4,25	-3,25	10,56	2,49
7,00	4,25	2,75	7,56	1,78
7,00	12,75	-5,75	33,06	2,59
19,00	12,75	6,25	39,06	3,06
6,00	12,75	-6,75	45,56	3,57
19,00	12,75	6,25	39,06	3,06
1,00	1,00	0,00	0,00	0,00
1,00	1,00	0,00	0,00	0,00
1,00	1,00	0,00	0,00	0,00
1,00	1,00	0,00	0,00	0,00
12,00	7,50	4,50	20,25	2,70
2,00	7,50	-5,50	30,25	4,03
13,00	7,50	5,50	30,25	4,03
3,00	7,50	-4,50	20,25	2,70
9,00	4,50	4,50	20,25	4,50
0,00	4,50	-4,50	20,25	4,50
9,00	4,50	4,50	20,25	4,50
0,00	4,50	-4,50	20,25	4,50
Valor calculado X²				53,82

Fuente: encuesta aplicada al personal de la empresa.

Posteriormente, con el valor calculado del X^2 de 53,82, se procedió a extraer el valor del X^2 de la tabla estadística correspondiente:

- $Gl = (\text{No. de columnas} - 1) * (\text{No. de filas} - 1)$.
- $Gl = (5 - 1) * (4 - 1)$.
- $Gl = 12$

Se pudo determinar que con 12 grados de libertad y nivel de significancia asintótica de 0.05 (5% de error), la cifra de la tabla estadística es igual a 21,03, que es el valor crítico, por lo que se plantearon las siguientes restricciones:

- Si el valor de X^2 calculado > valor crítico, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se aprueba la hipótesis alternativa (H_1).
- Si el valor de X^2 calculado < valor crítico, se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis alternativa (H_1).

Luego, como X^2 calculado (53,82) > valor crítico (21,03); se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa (H_1), es decir que, a criterio del personal de la empresa, la gestión de riesgos crediticio influye en el manejo de las tasas de morosidad de la cartera de crédito en una de las empresas del sector comercial, perteneciente a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador (<https://www.youtube.com/watch?v=ZyPrsSR7Abc>).

Posteriormente, se construyó la tabla de contingencia correspondiente a la frecuencia observada, tomando las respuestas de los clientes de la empresa:

Tabla 26 Frecuencia observada

Alternativas	Opciones					Total	Porcentaje	
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo			
Variable independiente: Gestión de riesgo crediticio	• ¿Considera usted que la empresa mantiene un sistema adecuado para medir el riesgo crediticio de los clientes?	5	28	2	90	51	176	25%
	• ¿Considera usted que la empresa necesita mejorar su sistema crediticio?	44	111	1	14	6	176	25%
Variable dependiente: Mejoramiento de la cartera vencida	• ¿Está satisfecho usted con la reunión o acuerdo que logró con la empresa para que le extienda o flexibilice el pago de su cartera vencida?	3	30	1	92	50	176	25%
	• ¿Considera usted que la empresa necesita mejorar su sistema de cobranzas a los clientes?	46	121	1	8	0	176	25%
Total	98	290	5	204	107	704	100%	

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de la empresa.

En segundo lugar, se construyó la tabla de contingencia correspondiente a la frecuencia esperada:

Tabla 27 Frecuencia esperada

Alternativas	Opciones				Total
	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	

		ente de acuerdo	acuerdo	acuerdo ni en desacuerdo	desacuerdo	nente en desacuerdo	
Variable independiente: Gestión de riesgo crediticio	• ¿Dispone la empresa de un sistema de gestión adecuado para la medición del riesgo crediticio de los clientes?	24,5	72,5	1,25	51	26,75	176
	• ¿Necesita la empresa de un modelo de gestión de crédito para controlar el riesgo y asegurar la transparencia financiera de las cuentas por cobrar y su evolución?	24,5	72,5	1,25	51	26,75	176
Variable dependiente: Mejoramiento de la cartera vencida	• ¿Existe un plan en la empresa para la recuperación de la cartera vencida?	24,5	72,5	1,25	51	26,75	176
	• ¿Necesita la empresa de un modelo de gestión de cobranzas para la recuperación de la cartera vencida y aseguramiento de la transparencia financiera del activo corriente?	24,5	72,5	1,25	51	26,75	176
Total		98	290	5	204	107	704

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de la empresa.

En tercer lugar, se construyó la tabla de cálculo del chi cuadrado correspondiente a la obtención del valor del X^2 :

Tabla 28 *Chi cuadrado*

Frecuencia Observada F_o	Frecuencia esperada F_e	Diferencia $F_o - F_e$	Diferencia ² $(F_o - F_e)^2$	$(F_o - F_e)^2$ F_e
5,00	24,50	-19,50	380,25	15,52
44,00	24,50	19,50	380,25	15,52
3,00	24,50	-21,50	462,25	18,87
46,00	24,50	21,50	462,25	18,87
28,00	72,50	-44,50	1980,25	27,31
111,00	72,50	38,50	1482,25	20,44
30,00	72,50	-42,50	1806,25	24,91
121,00	72,50	48,50	2352,25	32,44
2,00	1,25	0,75	0,56	0,45
1,00	1,25	-0,25	0,06	0,05
1,00	1,25	-0,25	0,06	0,05
1,00	1,25	-0,25	0,06	0,05
90,00	51,00	39,00	1521,00	29,82
14,00	51,00	-37,00	1369,00	26,84
92,00	51,00	41,00	1681,00	32,96
8,00	51,00	-43,00	1849,00	36,25

51,00	26,75	24,25	588,06	21,98
6,00	26,75	-20,75	430,56	16,10
50,00	26,75	23,25	540,56	20,21
0,00	26,75	-26,75	715,56	26,75
Valor calculado X^2				385,41

Fuente: encuesta aplicada a los clientes de la empresa.

Posteriormente, con el valor calculado del X^2 de 385,41, se procedió a extraer el valor del X^2 de la tabla estadística correspondiente:

- $GI = (\text{No. de columnas} - 1) * (\text{No. de filas} - 1)$.
- $GI = (5 - 1) * (4 - 1)$.
- $GI = 12$

Se pudo determinar que con 12 grados de libertad y nivel de significancia asintótica de 0.05 (5% de error), la cifra de la tabla estadística es igual a 21,03, que es el valor crítico, por lo que se plantearon las siguientes restricciones:

- Si el valor de X^2 calculado $>$ valor crítico, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se aprueba la hipótesis alternativa (H_1).
- Si el valor de X^2 calculado $<$ valor crítico, se acepta la hipótesis nula (H_0) y se rechaza la hipótesis alternativa (H_1).

Luego, como X^2 calculado (385,41) $>$ valor crítico (21,03); se rechaza la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alternativa (H_1), es decir que, a criterio de los clientes de la empresa, la gestión de riesgos crediticio influye en el manejo de las tasas de morosidad de la cartera de crédito en una de las empresas del sector comercial, perteneciente a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador (<https://www.youtube.com/watch?v=ZyPrsSR7Abc>).

3.3.5. Indicadores financieros más relevantes de las empresas comerciales

Los indicadores financieros más importantes de los almacenes comerciales en estudio, fueron obtenidos con base en la aplicación del cálculo financiero, claro

está, con fundamento en la información encontrada en la Superintendencia de Compañías acerca de las cuentas por cobrar de cada establecimiento económico, la cartera vencida y los activos totales de estas organizaciones comerciales.

En primer lugar, se detallaron las tasas de morosidad de algunos de los almacenes comerciales más representativos, los cuales expenden artículos a crédito, para realizar el análisis financiero referido a este indicador de gran relevancia en las finanzas organizacionales de cada establecimiento económico, como se aprecia seguido:

Tabla 29 *Tasa de morosidad de almacenes comerciales. En porcentaje. Periodo 2016-2019.*

Posición en el mercado (2019)	Cadena de almacenes	2016	2017	2018	2019
1	La Ganga	13,00%	13,50%	15,00%	16,20%
2	Marcimex	8,00%	7,20%	7,40%	7,60%
3	Comandato	7,36%	7,12%	7,25%	7,48%
4	Artefacta	7,44%	7,20%	7,30%	7,50%
5	Créditos económicos	8,20%	7,80%	7,70%	8,00%
6	Orbe Hogar	6,50%	5,80%	6,10%	6,25%
7	Japón	7,00%	6,60%	6,50%	6,40%
8	Icesa	9,00%	7,60%	7,80%	8,10%
9	Jaher	11,00%	9,00%	9,50%	9,90%

Fuente: Superintendencia de Compañías (2020).

Se observa que, Almacenes La Ganga, es la empresa que tiene la tasa de morosidad más elevada, sobrepasando el 10% de morosidad o cartera vencida en sus cuentas por cobrar, pero también es la organización líder en este mercado. A pesar de ello, Marcimex, Comandato, Artefacta y Créditos Económicos, han mantenido tasas promedios entre 7% y 8%, durante el periodo 2016 al 2019, conservando una buena posición en el mercado.

Más abajo de estos almacenes, se encuentran Orbe Hogar y Japón, que, a pesar de estar en la sexta y séptima posición, mantienen bajas tasas de morosidad, a diferencia de Jaher, que, a pesar de tener altas tasas de morosidad, ocupa la última posición en el mercado de almacenes comerciales.

Tabla 30 *Rotación de carteras de almacenes comerciales. En meses. Periodo 2016-2019.*

Cadena	2016	2017	2018	2019
La Ganga	2,61	2,44	2,81	3,44
Marcimex	1,60	1,30	1,39	1,62
Comandato	1,50	1,35	1,40	1,59
Artefacta	1,49	1,30	1,37	1,60
Créditos económicos	1,64	1,41	1,44	1,70
Orbe Hogar	1,30	1,05	1,14	1,33
Japón	1,40	1,19	1,22	1,36
Icesa	1,80	1,37	1,46	1,72
Jaher	2,21	1,62	1,78	2,10

Fuente: Superintendencia de Compañías (2020).

Los indicadores de rotación de cartera indican que Almacenes La Ganga, tiene la rotación más lenta de cartera, en el periodo de un año, porque según este análisis, el actual líder en el mercado, requiere más de 3 meses (3,44) para recuperar su cartera, a diferencia de Marcimex, Comandato, Artefacta y Crédito Económicos, que han podido recuperar su cartera en transcurso de 1,3 a 1,70 meses, aproximadamente. No obstante, la recuperación más rápida de cartera, la mantiene Orbe Hogar y Japón, con 1 mes a 1,33 meses, aproximadamente, denotando que su fortaleza es mayor, porque disponen de liquidez suficiente para realizar operaciones de compraventa de artículos para el hogar y para asumir sus responsabilidades con los proveedores y con su personal.

CAPÍTULO IV. PROPUESTA

4.1. Justificación

Los hallazgos investigativos demostraron que actualmente, una de las empresas del sector comercial, perteneciente a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, no dispone de un modelo de gestión adecuado para medir el riesgo crediticio de las ventas bajo la modalidad de crédito, a lo que se añade que tampoco dispone de mecanismos apropiados para realizar la gestión de cobranzas a los clientes y generar una rápida y eficaz recuperación de la cartera vencida de sus almacenes.

En base a lo mencionado por el personal de la empresa y por los clientes que compran en las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, se planteó como propuesta de investigación, el diseño de un modelo de gestión de riesgos crediticios y de cobranzas para minimizar la probabilidad de morosidad y para procurar una óptima recuperación de cartera vencida, que tenga impacto directo en el fortalecimiento de la liquidez de la compañía y en la reducción de las cuentas por cobrar del activo corriente.

La propuesta generará un beneficio muy importante para los clientes, para el personal que trabaja en las empresas del sector comercial, perteneciente a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, y, para los accionistas e inversionistas propietarios de estas entidades, porque evitará que los usuarios adquieran problemas económicos, estabilizará las fuentes de trabajo del personal que forma parte de estos entes y mejorará la liquidez financiera de las compañías en mención.

4.2. Propósito general

4.2.1. Propósito general

Diseñar un modelo de gestión de riesgos crediticios y cobranzas para recuperación de cartera vencida, en las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador.

4.2.2. Propósitos específicos

- Desarrollar el modelo de gestión de riesgos crediticios para medir el riesgo del cliente, cuando solicita una venta bajo la modalidad de crédito.
- Desarrollar el modelo de gestión de cobranzas a clientes morosos, para la recuperación de la cartera vencida en la empresa, con expectativa de fortalecimiento de la liquidez financiera.

4.3. Desarrollo

En las siguientes páginas se desarrolla el modelo de gestión de riesgos crediticios y cobranzas para recuperación de cartera vencida, en las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, el cual incluye los procesos y técnicas para la medición de los riesgos financieros, a través de modelos matemáticos específicos, así como también, los procesos de la gestión de cobro a los usuarios morosos, mediante estrategias para recuperar de manera óptima, la cartera vencida en estos establecimientos comerciales.

4.3.1. Objetivo del modelo de gestión del riesgo crediticio

Diseñar y establecer los lineamientos que aseguren y garanticen un adecuado control en la concesión de créditos, para el manejo de la tasa de morosidad en las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador.

4.3.2. Alcance del modelo de gestión del riesgo crediticio

El alcance del manual de gestión del riesgo crediticio para el manejo de la tasa de morosidad en las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, aborda los procesos de otorgamiento del crédito y gestión de las cobranzas.

4.3.3. Definiciones del modelo de gestión del riesgo crediticio

Riesgo de Crédito: corresponde a la probabilidad de pérdida por causa del impago de obligaciones resultantes de operaciones directas o indirectas con la organización, por el pago parcial o la falta de oportunidad incumplimiento de obligaciones pactadas.

Incumplimiento: hace referencia a la no cobertura de los valores pactados dentro del período predeterminado; o, luego de la fecha programada.

Calificación de Clientes: son un tipo de niveles que se otorgan a los clientes de acuerdo al comportamiento crediticio.

Cobro de Contado: son los pagos realizados de forma directa por recibo y cheque o depósito que luego de reflejado como efectivizado en las cuentas por cobrar.

Riesgo de Liquidez: escasez de fondos e incumplimiento de las obligaciones, es necesario conseguir recursos alternativos o vender activos pueden incluir pérdidas de valorización.

Riesgo Legal: Expuestos a situaciones de mayor vulnerabilidad por la inobservancia, incorrecta o inoportuna de disposiciones legales o normativas, entre otras.

Verificación de campo: El Analista de Crédito y RTC realizan visita de confirmación al cliente en su distribuidora o finca previo a la creación de un nuevo cliente o ampliación de cupo.

Factor Morosidad: Es un indicador cuantitativo del cumplimiento oportuno de las obligaciones y es considerado como un elemento de riesgo progresivo, a más días de mora mayor riesgo, así también la frecuencia de la mora.

Tabla 31 *Perfil del riesgo crediticio*

PERFIL DE RIESGO	CATEGORIAS DE RIESGO	DÍAS DE MOROSIDAD	
		DESDE	HASTA
Normal	A1	0	0
	A2	1	15
	A3	16	30
Potencial	B1	31	60
	B2	61	90
Deficiente	C1	91	120
	C2	121	180
Dudoso recaudo	D	181	360
Perdida	E	361	

Fuente: Elaborado por autora.

4.3.4. Documentos relacionados con el modelo de gestión del riesgo crediticio

Tabla 32 *Documentos del modelo de gestión de riesgo crediticio*

Registro de cuentas por pagar
Registros de Cuentas por Cobrar
Registros de Cobros y Gestión de cartera
Registro De Cuentas Por Cobrar
Registro De Cobros y Gestión De Cartera
Solicitud de Crédito
Creación de Clientes
Lista de Requisitos de Análisis de Crédito

Fuente: Elaborado por autora.

4.3.5. Política Generales de Crédito

La empresa responsable, procederá con la identificación, verificación y medición de los clientes potenciales y futuros, solicitando que se llene la respectiva solicitud de crédito, la misma que será evaluada y verificada a través de un proceso minucioso para la obtención de la aprobación definitiva de parte del Gerente Financiero.

El manejo de la documentación será de manera responsable por parte de los encargados del área de crédito – cobranza y finanzas, garantizando el control de las cuentas evitando la morosidad en las empresas del sector comercial y logrando la reducción del riesgo crediticio a fin que se mejore el proceso de ventas, crédito y cobranza.

4.3.6. Tiempos para el análisis y aprobación/rechazo de crédito

Las solicitudes se analizarán con un tiempo determinado para su aprobación o rechazo, considerando los siguientes plazos:

- Para la recepción completa de solicitud y documentación pueden ser tomadas de 1 a 5 días laborables, durante este periodo se revisa si aplica o no el crédito.
- Posterior al sexto y décimo día laborable en las solicitudes de crédito, en este momento se realizan las notificaciones de aprobación o rechazo de crédito, indicando los clientes no aptos para el otorgamiento de créditos.
- Se revisa que la documentación se encuentre completa, así como también se hacen las debidas verificaciones de los documentos receptados en caso de hacer falta alguno de los requisitos es rechazada, y se repite el proceso nuevamente.

4.3.7. Clientes considerados no aptos para el otorgamiento de crédito

- Personas naturales o jurídicas que se hayan encontrado durante el último período anual dentro de una cartera castigada por el sistema financiero, es decir, clientes comerciales
- Aquellos que presentan demandas por letras vencidas provenientes de casas comerciales.

- Clientes antiguos que hayan tenido un proceso legal anterior

4.3.8. Responsables del modelo de gestión del riesgo crediticio



Figura 28 Responsables del modelo de gestión del riesgo crediticio

Fuente: Elaborado por autora.

4.3.9. Procedimiento para el otorgamiento de crédito

El procedimiento del departamento responsable del Crédito y Cobranza, para la optimización de la gestión del riesgo crediticio para el manejo de la tasa de morosidad en Comandato, se presenta seguidamente:

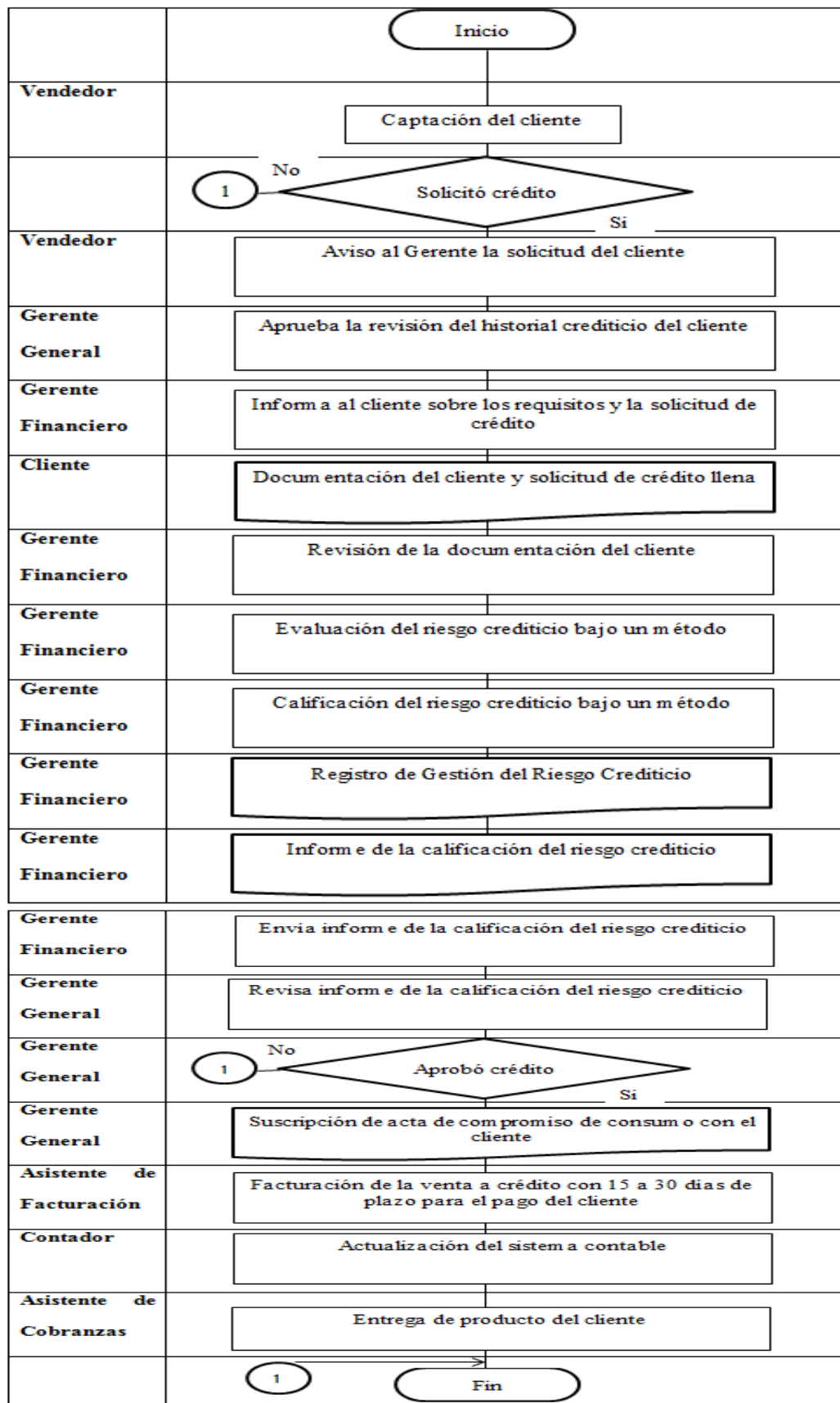


Figura 29 Procedimiento para la gestión del crédito
Fuente: Elaborado por autora.

El Gerente Financiero es el responsable de la revisión y análisis de la documentación que se entrega al cliente, mediante el uso del método adecuado para la evaluación del riesgo, además realiza el cálculo del resultado para la evaluación del riesgo y da aviso al Gerente General a través de un memorándum por escrito con copia al mail, indicando las novedades obtenidas y las recomendaciones del caso, posterior a las verificaciones se entrega los productos al cliente.

4.3.10. Modelo para la medición del riesgo crediticio.

El modelo de riesgo crediticio propuesto guarda relación con el propósito esperado de reducir las tasas de morosidad en los almacenes comerciales, a través de un método que permita realizar un pronóstico algo acertado de la probabilidad que un cliente tiene para cancelar las obligaciones contraídas con la empresa, cuando efectúa la compra de mercaderías, especialmente, en lo inherente a la línea blanca.

El modelo crediticio escogido se refiere al modelo Z Score de Altman, el cual mantiene vínculos estrechos con el modelo Credit Risk Modeling, el cual es uno de los más frecuentes en el uso, que se encuentran incluidos en los procedimientos de las instituciones financieras norteamericanas, aunque claro está, en la presente investigación se lo desarrolla para medir el riesgo al que se somete un almacén comercial, cuando ofrece ventas a crédito a sus clientes, de modo que, este método puede servir para medir el riesgo de morosidad en este tipo de empresas.

A pesar que el modelo Z Score fue creado por Edward Altman en la década de los 60, con el propósito de conocer la posibilidad de quiebra de una empresa, sin embargo, bien puede ser utilizado para medir el riesgo crediticio para el otorgamiento de crédito en las ventas a clientes que solicitan artículos pertenecientes a la línea blanca, que deben ser cancelados por el usuario cada mes, por dos a tres años, aproximadamente (Muammar, Falahuddin, & Ayu, 2017).

El modelo Z de Altman es un buen indicador del riesgo crediticio, porque toma los datos sobre los ingresos, activos y pasivos de los clientes, como es el caso de sus sueldos y salarios y su propio patrimonio, para determinar si es alta o baja su probabilidad de pago, dependiendo de su capacidad de ahorro, ingresos y gastos que trabaja directamente sobre el sujeto de crédito.

Para el cálculo del indicador del modelo Z Score, es necesario realizar un análisis discriminante multivariado, el cual necesita que se le asignen los datos cuantitativos pertinentes, entre los que se citan al capital de trabajo, activo total, utilidades, patrimonio y ventas, del individuo que solicita el crédito en sus ventas de electrodomésticos (Niresh & Pratheepan, 2015). La ecuación del método Z Score se presenta seguido:

- $Z = 0,717Z_1 + 0,847Z_2 + 3,107Z_3 + 0,420Z_4 + 0,998Z_5$ (Rodríguez, 2017).

Al respecto, se presenta los símbolos que representa la ecuación del Modelo Z Score, tomado para la medición del riesgo crediticio:

Tabla 33 *Componentes de modelo Z – Score de Altman.*

Literal	Descripción	Fórmulas	Representación para sujeto de crédito
Z ₁	Z ₁ representa la liquidez financiera:	<u>Capital de trabajo</u> Activo total	<u>Cuenta bancaria</u> Pertenencia del sujeto
Z ₂	Z ₂ indicadores de rentabilidad y liquidez	<u>Utilidades retenidas</u> Activo total	<u>Ganancia</u> Pertenencia del sujeto
Z ₃	Liquidez financiera	<u>Utilidades antes intereses/impuestos</u> Activo total	<u>Ganancia (sin considerar impuestos)</u> Pertenencia del sujeto
Z ₄	Nivel de endeudamiento	<u>Valor en libro del patrimonio</u> Pasivo total	<u>Patrimonio</u> Deuda
Z ₅	Indicador de rentabilidad	<u>Ventas netas</u> Activo total	<u>Sueldos o ingresos</u> Pertenencia del sujeto

Fuente: (Rodríguez, 2017).

En cuanto a la escala del modelo Z Score, esta se sujeta a las siguientes condiciones a saber:

Tabla 34 Rangos para la calificación del riesgo de quiebra empresarial.

Calificación o resultado	Probabilidad de quiebra o mora	Z promedio
=<1,80	Muy alta	Liquidación (quiebra)
1,81-2,67	Alta	
2,68-2,99	Media	Buena salud financiera
=>3,00	Baja	

Fuente: (Rodríguez, 2017).

Realizado el cálculo de los datos cuantitativos, el almacén comercial correspondiente, puede manifestar el grado de solvencia asignado al sujeto de crédito, por consiguiente, puede pronosticar si cubrirá sus deudas, con relación a su capacidad adquisitiva y de ahorro, sin que se haya involucrado en este análisis probabilístico, la voluntad del sujeto de crédito para pagar la obligación contraída con el almacén.

4.3.11. Procedimiento para la gestión de cobranzas al cliente

El procedimiento del departamento responsable del Crédito y cobranza, para la optimización de la gestión de cobranza, se presenta seguido:

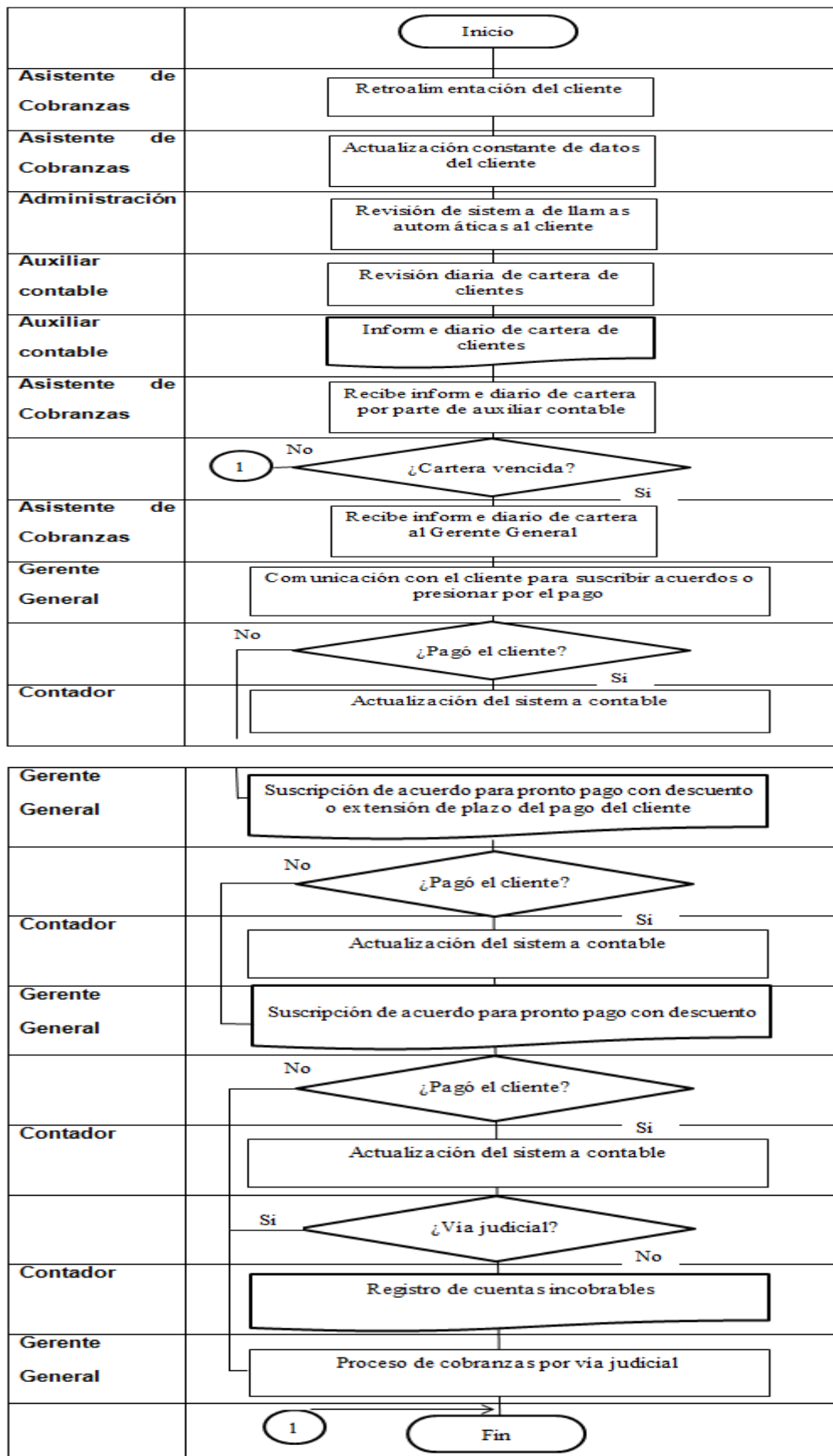


Figura 30 Procedimiento para la gestión de cobranzas al cliente
Fuente: Elaborado por autora.

El proceso de cobranza busca asegurar que se efectuó la respectiva recuperación de las cuentas por cobrar, para esto es necesario conocer los clientes que se encuentran en morosidad que se deben mantener actualizados a través del proceso sistematizado, se procederá a realizar la respectiva notificación de mora y el cobro de las cuotas vencidas, en caso de no recibir una adecuada respuesta se procederá de manera judicial de acuerdo a lo acordado en el contrato de venta.

CLIENTES VINCULADOS

- Está prohibido efectuar operaciones de crédito con personas naturales o jurídicas vinculadas a Colaboradores o Ex colaboradores de la Organización
- La excepción a esta política debe presentarse a consideración del Comité de Crédito en el que interviene el Gerente General en conjunto con el Gerente Financiero o el Comité Corporativo de acuerdo a los niveles de aprobación
- Se debe considerar como sujeto de crédito vinculado a las siguientes personas (Natural o Jurídica):
- Empresas en las cuales los representantes legales, funcionarios o colaboradores de Crédito, Cartera y área Comercial de Interoc posean directa o indirectamente más del tres por ciento (3%) del capital de dichas empresas
- Cónyuges o parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o primero de afinidad de los representantes legales, funcionarios o colaboradores de Crédito, Cartera o área Comercial de Interoc
- Empresas en las que los cónyuges y parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o primero de afinidad de los representantes legales, funcionarios o colaboradores de Crédito, Cartera o área Comercial de Interoc, posean acciones por un tres por ciento (3%) o más del capital de dichas empresas.

De las acciones en caso de créditos otorgados en morosidad

- Acciones respecto a créditos otorgados que alcanzan niveles de morosidad una vez los intereses por mora de acuerdo a la ley, serán calculados a partir de los 30 días del vencimiento de la deuda en la que se demuestre que no tiene valores a vender y equivalen a una deuda con otro tipo de cliente, en ésta se debe cobrar intereses por mora,
- Según las especias permitidas a partir de los 30 días de la deuda vencida las acciones se autorizarán, según el nivel de aprobación de crédito, las facturas vencidas deben ser reportadas a la central de riesgo para la difusión de la morosidad del cliente dentro del sistema financiero.
- Es necesario considerar los gastos de cobranza por facturas vencidas según lo permitido por la ley, los abonos de facturas vencidas serán aplicadas dentro de un orden de precancelación según corresponda
 - gasto de cobranza
 - intereses por Mora
 - capital vencido
- Una vez la factura llegué a 60 días de vencido, se requiere efectuar el retiro de la mercadería a los clientes, con la finalidad de reducir la deuda, el cual debe encontrarse en buen estado y su calidad debe ser verificada.

De las acciones en caso de créditos otorgados en morosidad

- Los clientes que tengan un vencimiento mayor a 90, se requiere pasar por una gestión pre legal sin excepción,
- Los clientes que tengan periodos de vencimiento de 150 días deben atravesar una gestión legal, con excepción de aquellos que hayan asegurado los acuerdos para reducir el riesgo y permitir la recuperación de la cartera vencida, en caso de no lograrse la reestructuración
- Posterior a los 360 días de vencimiento con el respaldo de los documentos de mérito se procederá la fase legal con recepción del comité corporativo.
- Cuando los clientes presenten vencimiento y tengan seguro de crédito estos deben ser reportados forma obligatoria, según las condiciones de la póliza que tiene dicha contingencia se realizará los 30 días antes de realizar acciones legales o de control únicamente por el comité corporativo de crédito.
- No se podrán emitir facturas a clientes con 90 días vencidos, ya que en este caso la cartera la rechazara excepto que tenga una aprobación de seguro de crédito..

CONCLUSIONES

Se identificaron los procesos relacionados con la gestión de riesgos crediticios en las empresas del sector comercial, evidenciándose que las organizaciones comerciales no han mantenido una política estable ni documentada en un modelo de gestión que indique el número de días de crédito en que se puede expender los artículos a sus clientes, ni tampoco una política de cobranzas para recuperar la cartera vencida por concepto de las deudas que mantienen los clientes morosos, además, existe dificultad para la medición del riesgo crediticio de los usuarios, además, se demostró la hipótesis de que la gestión de riesgos crediticio influyó en el manejo de las tasas de morosidad de la cartera de crédito en las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador.

Se examinó la variación de las tasas de morosidad relacionadas con la cartera de crédito en los últimos tres años, en las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, evidenciándose que, Almacenes La Ganga, es la empresa que tiene la tasa de morosidad más elevada, sobrepasando el 10% de cartera vencida y requiriendo más de 3 meses para recuperarla, pero también es la organización líder en el mercado; mientras tanto, Marcimex, Comandato, Artefacta y Crédito Económicos, han mantenido tasas de morosidad promedio de 7% y 8%, con 1,30 a 1,70 meses para la recuperación de la cartera vencida, durante el periodo 2016 al 2019, conservando una buena posición en el mercado. Orbe Hogar y Japón, a pesar de estar en la sexta y séptima posición, mantienen bajas tasas de morosidad, a diferencia de Jaher, que, a pesar de tener altas tasas de morosidad, ocupa la última posición en el mercado de almacenes comerciales.

Se diseñó la propuesta para la incorporación y/o potenciación de la gestión de riesgos crediticios y el control de la morosidad en las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, la cual incluye políticas de crédito adecuadas y la sugerencia para la

incorporación del modelo Z Score de Altman como método para la medición del riesgo crediticio, así como también el logro de acuerdos con los clientes morosos, para evitar llegar a la vía judicial y procurar el uso de estrategias óptimas para la rápida recuperación de la cartera vencida.

RECOMENDACIONES

Se sugiere a los directivos que dirigen las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, que fortalezcan los procesos relacionados con la gestión de riesgos crediticios en las empresas del sector comercial, a través de políticas estables y documentadas en un modelo de gestión que indique el número de días de crédito en que se puede expender los artículos que expende, así como una política de cobranzas para recuperar la cartera vencida.

Se recomienda a los directivos que dirigen las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, que mantengan controlada las tasas de morosidad, para que no sobrepasan el 5% con relación a la cartera vencida y que promuevan acciones para que la rotación de las cuentas por cobrar se aproxime cada vez más a un mes, posterior al crédito realizado al cliente, dándole mayor importancia a la liquidez y fortaleza financiera, antes que a ser líder en el mercado por corto periodo de tiempo.

Es recomendable que los directivos que dirigen las empresas del sector comercial pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, acepten e implementen la propuesta para la incorporación y/o potenciación de la gestión de riesgos crediticios y el control de la morosidad en las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, la cual incluye políticas de crédito adecuadas y el modelo Z Score de Altman como método para la medición del riesgo crediticio, así como también el logro de acuerdos con los clientes morosos, para evitar llegar a la vía judicial y procurar el uso de estrategias óptimas para la rápida recuperación de la cartera vencida.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. (2015). *Metodología de la investigación*. Buenos Aires: Cuarta edición. Editorial Depalma.
- ASOBANCA. (21 de 05 de 2018). *Boletín Macroeconómico*. Quito, Ecuador: ASOBANCA. Obtenido de Boletín Macroeconómico.
- Ávila Baray, H. (2016). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/2i.htm>.
- Banco Central del Ecuador. (12 de 01 de 2016). *Evolución del PIB*. Recuperado el 04 de 07 de 2019, de Evolución del PIB: www.bce.org.ec
- Banco de España y Eurosistema. (24 de 09 de 2018). *Evolución reciente del mercado de crédito en España*. Recuperado el 25 de 09 de 2018, de Evolución reciente del mercado de crédito en España: https://www.bde.es/bde/es/secciones/informes/boletines/relac/Boletin_Economico/Informes_trimes1/
- Bermudez. (2013). *Universidad Santo Tomas*. Obtenido de http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/margaritapena_ingenieriaorganizacion/modelo_de_kurt_lewin.html
- Brachfield, P. (2015). *Gestión del crédito y cobro*. Barcelona: Bresca Profit Editorial.
- Campoverde, M. (2016). Crédito. *Finanzas*, p.p. 45-86.
- Cárdenas, M., & Velasco, B. (2014). Incidencia de la morosidad de las cuentas por cobrar en la rentabilidad y la liquidez estudio de caso de una Empresa Social del Estado prestadora de servicios de salud. *Dialnet*, <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5079744>.

- Contreras, E. (2015). El concepto de estrategia como fundamento de la planeación estratégica. *Pensamiento y Gestión*, 152-181.
- Cook, T., & Reichardt, C. (2015). *Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa*. España: Morata S.L.
- Cortez, D. (2016). LA GESTIÓN DE CARTERA DE CRÉDITO Y EL RIESGO
CLa gestión de cartera de crédito y el riesgo crediticio como determinante de morosidad o liquidez de las empresas comerciales. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador*, En línea: <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2016/riesgo.html>.
- Del Valle, E. (. (2018). *Crédito y cobranzas*. Mexico: Universidad Nacional Autónoma de México. pp. 1–75. Recuperado de http://fcasua.contad.unam.mx/apuntes/interiores/docs/98/opt/credito_cobranza.pdf.
- EALDE Business School. (20 de Marzo de 2018). *Los 4 tipos de Riesgo de Crédito*. Obtenido de FINANZAS: <https://www.ealde.es/gestion-de-riesgos-de-credito/>
- Endara, C. (13 de Marzo de 2016). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestión efectiva de cobranzas. 5 claves de éxito: <http://www.gestiopolis.com/gestionefectiva-de-cobranzas-5-claves-de-exito/>
- González, A. (2017). *Análisis en el Otorgamiento de los Créditos Comerciales en la Empresa Industrial Litografía Manix S.A.C., 2015-2016* . Lima, Perú: UNIVERSIDAD PERUANA DE LAS AMÉRICAS.
- Google Map. (25 de Septiembre de 2019). *Ubicación Empresa Artefacta*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2019, de

<https://www.google.com/maps/place/2%C2%B011'31.3%22S+79%C2%B052'52.3%22W/@-2.1920266,-79.8814806,20z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x0!8m2!3d-2.1920314!4d-79.881184>

- Gutiérrez, K. (2017). Gestión de créditos y cobranzas, y la rentabilidad. *Revisión de la Literatura. UPNBOX*, 1(1), 15.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2016). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, B. (2015). *Técnicas estadísticas de investigación social*. Madrid: Diaz de Santos.
- Izar, J., & Ynzunza, C. (2017). El impacto del crédito y la cobranza en las utilidades. *Poliantea*, 13(24), 15.
- Laime, M., & Patiño, D. (2014). *Análisis del riesgo de crédito en Comercial Benavides, en el año 2014*. Cuenca: Universidad de Cuenca. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
- Leal, A., Aranguiz, M., & Gallegos, J. (2017). Análisis de riesgo crediticio, propuesta del modelo credit scoring. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, v. 26, n. 1, p. 181-207.
- Leal, R., & Navarro, V. (2017). *La investigación de campo como base para la reflexión docente*. Bloomington: Copyright.
- Muammar, K., Falahuddin, M., & Ayu, N. (2017). Analysis Z-score to Predict Bankruptcy in Banks Listed in Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Economics and Financial Issues*, pp. 326-330.

- Niresh, A., & Pratheepan, J. (2015). The Application of Altman's Z-Score Model in Predicting Bankruptcy: Evidence from the Trading Sector in Sri Lanka. *International Journal of Business and Management*, pp. 269-275.
- Pardinas, F. (2015). *Métodología y técnicas de investigación en Ciencias Sociales*. México: Siglo XXI editores S.A.
- Picanyol, J. (2013). *Diagnóstico financiero en la concesión del crédito a la pequeña y mediana empresa familiar*. Lleida, España: Universidad de Lleida. .
- Ramírez, L. (2018). *La planeación estratégica y su aporte en la gestión administrativa de la agencia de viajes Muristour Expediciones en el Cantón Ambato de la Provincia de Tungurahua*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Ramírez, V. (2016). *Modelo de Créditos- cobranzas y gestión Financiera en la empresa "Comercial Facilito" de la parroquia Patricia Pilar, Provincia de Los Rios*. Santo Domingo, Ecuador: Univerdad Regional Autónoma De los Andes. UNIANDES.
- Rodriguez, F. (2017). *Finanzas 2. Finanzas Corporativas: Una propuesta metodológicas*. Ciudad de México: 1° Edición. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Rodríguez, M., Piñeiro, C., & De Llano, P. (2014). Determinación del riesgo de fracaso financiero mediante la utilización de modelos paramétricos, de inteligencia artificial, y de información de auditoría. . *Estudios de Economía*, , vol.41, n.2.

- Rodríguez, O. (2015). El crédito comercial: marco conceptual y revisión de la literatura. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 14(3), 15.
- Superintendencia de Bancos. (07 de 07 de 2018). *Reporte de tasas de morosidad*. Obtenido de Reporte de tasas de morosidad: <https://www.superbancos.gob.ec/bancos/>
- Superintendencia de Compañías. (2020). *Tasas de morosidad comercial*. Guayaquil: Superintendencia de Compañías.
- Tamayo, M. (2014). *El proceso de la investigación científica*. México: LIMUSA, Noriega Editores.
- Topa, L. (2016). *La gestión crediticia: la evaluación y cuantificación del riesgo en la administración*. Buenos Aires, Argentina: Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Económicas.
- Urbano, C., & Yuni, J. (2015). *Técnicas para investigar y formular proyectos de investigación*. Argentina: Brujas.
- Vallejo, d., Izurieta, M., Moncayo, Y., Pilaguano, J., & Ajitimbay, C. (2017). *Políticas y estrategias para minimizar el índice de morosidad en las cooperativas de ahorro y crédito del Cantón Riobamba*. Riobamba : Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (septiembre 2017).
- Velázquez, A. (2016). *Procedimientos y políticas de gestión del crédito comercial*. México: Estrategia financiera.
- Vera, L., & Romero, M. (2015). *Diseño de un sistema de gestión aplicado al área de crédito y cobranzas, para disminuir el riesgo de incobrabilidad de la cartera de una empresa comercial en la ciudad de Guayaquil*.

Guayaquil – Ecuador : ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL.

Wells Fargo. (07 de Febrero de 2016). Obtenido de <https://www.wellsfargo.com/es/financial-education/credit-management/five-c/>

ANEXOS

ANEXO No. 1. CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA APLICADA A CLIENTES MOROSOS.

Objetivo: Determinar la influencia de las estrategias de gestión de riesgos crediticio en el manejo de las tasas de morosidad de la cartera de crédito en las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, en el año 2019.

Instructivo:

- a) Responda cada pregunta en el casillero de su elección.
- b) La encuesta es anónima, no requiere su identificación.
- c) Escoja solo un casillero.

Datos generales:

Sexo:

- Masculino
- Femenino

Edad:

- 18 a 35 años
- 36 a 64 años
- Mayor de 64 años

Estado civil:

- Soltero/a
- Casado/a
- Unido/a
- Divorciado/a
- Viudo/a
- Otros

Ocupación:

- Empleado público
- Empleado privado
- Cuenta propia
- Jubilado

- Otros (Especifique)

Cuestionario:

Ítem	Pregunta	Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	En desacuerdo (4)	Totalmente en desacuerdo (5)
1	¿Considera usted que la empresa tiene una política adecuada para otorgar créditos a los clientes?					
2	¿Considera usted que la empresa le dijo toda la verdad cuando le ofreció el crédito?					
3	¿Considera usted que la empresa mantiene un sistema adecuado para medir el riesgo crediticio de los clientes?					
4	¿Está satisfecho usted con la documentación que le exigió la empresa para otorgarle el crédito?					
5	¿Considera usted que la empresa necesita mejorar su sistema crediticio?					
6	¿Considera usted que la empresa tiene una política adecuada para cobrar los créditos a los clientes?					
7	¿Considera usted que la empresa actúa apegada a la					

	justicia, cuando le subió los intereses a su deuda?					
8	¿Considera usted que la empresa mantiene un sistema adecuado para la cobranza a los clientes?					
9	¿Está satisfecho usted con la reunión o acuerdo que logró con la empresa para que le extienda o flexibilice el pago de su cartera vencida?					
10	¿Considera usted que la empresa necesita mejorar su sistema de cobranzas a los clientes?					

ANEXO No. 2

CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA APLICADA AL PERSONAL DE LA EMPRESA.

Objetivo: Determinar la influencia de las estrategias de gestión de riesgos crediticio en el manejo de las tasas de morosidad de la cartera de crédito en las empresas del sector comercial, pertenecientes a la Asociación de Electrodomésticos del Ecuador, en el año 2019.

Instructivo:

- a) Responda cada pregunta en el casillero de su elección.
- b) La encuesta es anónima, no requiere su identificación.
- c) Escoja solo un casillero.

Datos generales:

Sexo:

- Masculino
- Femenino

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Edad:

- 18 a 35 años
- 36 a 64 años

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Cuestionario:

Ítem	Pregunta	Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)	En desacuerdo (4)	Totalmente en desacuerdo (5)
1	¿Mantiene la empresa una política estable de días de crédito en ventas?					
2	¿Mantiene la empresa una política estable sobre los requisitos que debe solicitárseles a los clientes, previo al crédito?					
3	¿Dispone de la empresa de un sistema de gestión adecuado para la medición del riesgo crediticio de los clientes?					
4	¿Mantiene la empresa un sistema informático de base de datos para reconocer el historial de movimientos de los clientes?					
5	¿Necesita la empresa de un modelo de gestión de crédito para controlar el riesgo y asegurar la transparencia financiera de las cuentas por cobrar y su evolución?					
6	¿Dispone la empresa de una política de cobranzas a los clientes morosos?					
7	¿Dispone la empresa de un sistema adecuado para la cobranza a los clientes morosos?					
8	¿Ha concertado la empresa reuniones con los clientes morosos?					
9	¿Existe un plan en la empresa para la recuperación de la cartera vencida?					
10	¿Necesita la empresa de un					

	modelo de gestión de cobranzas para la recuperación de la cartera vencida y aseguramiento de la transparencia financiera del activo corriente?					
--	---	--	--	--	--	--