



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

RESUMEN

En la presente tesis consta un análisis del Riesgo de Crédito en Comercial Benavides en el año 2009, en donde se muestra las políticas y procedimientos que esta empresa aplica al momento de otorgar, controlar y recuperar un crédito de consumo.

En la primera parte se da a conocer una breve introducción de la Empresa, con una descripción de misión, visión, objetivos, etc. y de los conceptos que nos guiaron para la realización del presente trabajo.

En la segunda parte consta un análisis a los factores tanto internos como externos que afectan directamente al mercado en el que la Empresa desarrolla sus actividades, tales como: oferta y demanda de productos, remesas, tecnología, competencia, importaciones y la influencia que tienen las Políticas Gubernamentales sobre importaciones.

En la tercera parte esta un análisis de la Administración de Riesgo de Crédito de Comercial Benavides, enfocada al segmento consumo dentro del sector económico del comercio de electrodomésticos y aparatos electrónicos para el hogar, mediante el estudio de las políticas de venta, normas de crédito y políticas de cobranzas establecidas en este negocio, además contiene un análisis financiero en base a indicadores de liquidez, de gestión, solvencia y rentabilidad.

En la siguiente parte se presentan las conclusiones y recomendaciones basadas en el desarrollo del presente trabajo.

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

Palabras claves:

Crédito, Crédito de Consumo, Riesgo de Crédito, Cuentas por Cobrar, Cartera Vencida, Provisiones, Políticas de Venta, Políticas de Cobranzas y Gestión de Cobranzas.

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



ÍNDICE GENERAL

Dedicatoria

Agradecimiento

Resumen

Introducción

CAPITULO I: ANTECEDENTES

1.1

Descripción del Objeto de Estudio

1.2

Aspectos Conceptuales

CAPITULO II: IMPACTO ECONÓMICO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS

2.1 MERCADO OBJETIVO

2.1.1 Segmentación del Mercado

2.1.2 Segmentación Geográfica

2.1.3 Segmentación Demográfica

2.2 FACTORES IMPLÍCITOS

2.2.1 Oferta y Demanda de Productos

2.2.2 Remesas de los Migrantes

2.2.3 Tecnología

2.2.4 Importaciones

2.2.5 Competencia

CAPITULO III: ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO

3.1 POLÍTICAS DE CRÉDITO

3.2 EVALUACIÓN CREDITICIA

AUTORAS:

LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

3.3 CLIENTES

3.3.1 Cartera Vencida

3.3.2 Provisiones

3.4 RIESGO DE CRÉDITO DE CONSUMO

3.4.1 Por Productos

3.4.2 Por sectores geográficos

3.5 ANÁLISIS FINANCIERO (INDICADORES)

3.5.1 Análisis de Liquidez

3.5.2 Análisis de Gestión

3.5.3 Análisis de Solvencia

3.5.4 Análisis de Rentabilidad

CAPITULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Recomendaciones

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

DISEÑO DE TESIS

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”**

UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA



**“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL BENAVIDES,
EN EL AÑO 2009”**

**Tesis previa a la Obtención del Título de
Contador Público – Auditor CPA**

AUTORAS:

LAIME SUMBA MAYRA VANESSA

PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ

DIRECTOR:

ING. EDGAR MOSCOSO

CUENCA – ECUADOR

2009 – 2010

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

RESPONSABILIDAD

El desarrollo del presente trabajo de investigación, las conclusiones y recomendaciones son de exclusiva responsabilidad de sus autoras

Cuenca, marzo del 2010

Laime Sumba Mayra Vanessa

Patiño Sari Deysi Beatriz

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación a DIOS, por haberme dado el don de la vida y la sabiduría necesaria para culminar mis estudios.

A mi padre Carlos Laime que con su esfuerzo me brindó su ayuda moral y económica, y en especial a mi Madre y a mi Tía Elvia por el constante apoyo y por los desvelos que pasaron durante mi vida estudiantil.

A mi familia y amigos que siempre me aconsejaron y nunca me dejaron sola.

Mayra Vanessa Laime S.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

DEDICATORIA

Al haber alcanzado uno de mis sueños, que es culminar mis estudios superiores quiero dedicar esta tesis a mis padres Silvio Patiño y Silvia Sari quienes con su amor, sacrificio, esfuerzo y consejos me supieron apoyar y guiar en este trayecto de mi vida; de igual manera a mis tíos y hermanos Mario, Boris, Maritza y Juan que estuvieron a mi lado.

De manera muy especial quiero dedicar, a los amores de mi vida con quien comparto cada momento, mi esposo Wilson Guiñanzaca y; mis hijos Josué Patricio Guiñanzaca Patiño y el angelito que llevo en mi vientre, por llenar mi vida de amor y ternura.

Deysi Patiño



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”**

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento sincero a todos nuestros maestros y maestras, que nos transmitieron sus conocimientos en nuestra vida universitaria, de manera especial al Ing. Edgar Moscoso y a la Eco. Silvana Moscoso, quienes sabiamente nos brindaron su tiempo y nos orientaron en el desarrollo de la presente tesis.

Mayra y Deysi

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



INTRODUCCIÓN

En el Ecuador y el mundo la inestabilidad económica es un tema de gran controversia social, el cual ha provocado consecuencias en la comercialización de bienes y/o servicios, que constituyen la razón de ser de las empresas comerciales que cada día se van desarrollando y convirtiéndose en un sector fundamental para el desarrollo económico del país, así también con el paso del tiempo, se han ido desarrollando diferentes mecanismos para adquirir productos e instrumentos como tarjetas de crédito, de descuento, etc., que benefician a los consumidores, siendo el mecanismo más riesgoso el crédito directo.

En el medio Comercial se dice que: “es fácil vender lo difícil es recuperar los créditos que se otorgan para vender”. Esto representa uno de los mayores problemas para las empresas comerciales, debido a que gran parte de sus ventas se realizan a crédito, es decir, le permite al cliente adquirir un bien y realizar sus pagos en cuotas mensuales, pero ahí es donde se origina el problema, ya que existe la probabilidad de que los clientes no cumplan con sus obligaciones, lo cual afecta a su flujo de efectivo debido al riesgo de incumplimiento en el pago.

Las cuentas por cobrar representan una inversión en activos y un porcentaje significativo de las ventas totales, integra una parte esencial para la administración del capital de trabajo. Las políticas de crédito constituyen un eje fundamental para la administración de la cartera, que muchas veces son descuidadas, cabe recalcar que una mala administración trae consigo una pérdida financiera.

En la actualidad, la falta de liquidez ha incrementado el consumo de productos mediante el crédito directo, por lo tanto, las empresas en su afán de vender y rotar sus inventarios no analizan el índice de su cartera y siguen acumulando el saldo de cuentas por cobrar.

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”**

Es importante que las empresas cuenten con estrategias claras y oportunas para la recuperación de sus créditos, permitiéndoles reducir el riesgo de crédito sin afectar las relaciones con sus clientes.

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

CAPÍTULO

I

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

En este capítulo consta un abreve descripción de la Empresa en la que se va a realizar el análisis del Riesgo de Crédito.

1.1. DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

Comercial Benavides empezó sus labores en el año de 1979, en Paute, como un negocio familiar siendo el principal distribuidor de la línea de Electrodomésticos en la marca “Phillips”, desde su inicio a mantenido a una gran parte de clientes del sector, así como de pobladores de los Cantones Orientales. Desde entonces su desarrollo ha sido constante pues con el incremento de la población ha implementado nuevas líneas entre ellas: audio y video hogar, celulares, entre otros. Constituyéndose en uno de los sectores comerciales más importantes. Sus 30 años de buen servicio es su mejor garantía.

Se encuentra ubicado en el Centro Cantonal, frente al Parque Central, su ubicación estratégica y sus precios bajos lo convierten en un negocio de gran competencia para los demás locales de Paute. El negocio es administrado por el Lcdo. Gerardo Benavides R. Gerente Propietario, quien junto a su hijo y esposa han obtenido una buena posición en el mercado local de Paute.

Misión

“Brindar a nuestros clientes una atención oportuna y productos de tecnología y calidad que satisfagan sus necesidades; con precios competitivos y garantía; para ello es nuestro compromiso ofrecer apoyo resolviendo inquietudes e informando en todo momento.”

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



Visión

“Consolidarse como la Empresa líder en la comercialización de productos de tecnología personal y para el hogar, que nos permita llegar a más clientes; comprometidos en ofrecer un buen servicio y adaptándonos constantemente a las nuevas preferencias, gustos y deseos de nuestros consumidores”

Objetivos Estratégicos

1. Mejorar la imagen corporativa ofreciendo productos de calidad, con garantía y precios al alcance de los consumidores.
2. Incrementar las ventas en cada línea a través de estrategias establecidas por el negocio para obtener utilidades y seguir desarrollando sus actividades.
3. Asociar nuestra marca de local como una empresa comprometida con la colectividad, en el desarrollo económico del Cantón Paute y sus alrededores.
4. Realizar análisis mensuales de ventas y rentabilidad de cada línea ofrecida para fortalecer las líneas de menor rotación en el inventario e impulsar las que den buenos resultados.
5. Conocer permanentemente el movimiento de nuestro mercado y las preferencias de los clientes con respecto a los productos que ofrecemos en cuanto a cantidad y variedad.
6. Optimizar la gestión de cobro de cartera vencida.
7. Mejorar la calidad de atención al usuario

En la actualidad, este negocio comercializa una gran variedad de productos que satisfacen las diferentes necesidades del Mercado de Paute, clasificados en las siguientes líneas:

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

- **Electrodomésticos.-** Artefactos eléctricos para el hogar en línea blanca, equipos de audio y video, y accesorios.
- **Amplificación:** Artefactos de amplificación para DJ: mezcladoras, potencias, parlantes, y accesorios.
- **Musical:** Instrumentos musicales: guitarras, bajos, órganos y accesorios.
- **Celulares:** Equipos y accesorios.
- **Computación:** Equipos de computación de escritorio, laptop y periféricos
- **Video Juegos:** Equipos de video Juegos y accesorios.
- **Deportiva:** Implementos Deportivos, Trofeos y accesorios.
- **Audio y Video Personal:** Dispositivos de audio portátiles: MP3, Cámaras Digitales, Dvd portátil
- **Audio y Video para Carro:** Equipos de Carro, parlantes y accesorios
- **Juguetería:** Todo en juguetes.
- **Bazar y artículos Personales:** Relojes, Gafas, Lámparas.

Las marcas más comercializadas son:

SONY, LG, PANASONIC, SAMSUNG, INDURAMA, OSTER, HP, TOSHIBA, PIONEER, NOKIA, SONY ERICSSON, PRIMA, etc.

A través del tiempo Comercial Benavides ha adquirido nuevos nichos de mercado logrando incrementar su actividad diaria, permitiendo satisfacer los gustos y preferencias de todos sus clientes.



1.2. MARCO TEORICO CONCEPTUAL

CRÉDITO

Es la confianza dada o recibida a cambio de un valor. El crédito coloca una obligación a pagar por el comprador y da el derecho de cobro al vendedor.

El crédito es usado como medio de cambio y como un agente de producción. Da flexibilidad a la oferta y la demanda hace más productivo al capital, acelera la producción y la distribución, aumenta el volumen de los negocios, facilita la transferencia de dinero y sirve para elevar el nivel de manejo de los negocios.

Un vendedor debe tener total confianza en la capacidad y buena voluntad del comprador para pagar; también debe protegerse contra la falsa confianza. La necesidad de un medio de cambio varía con el estado de negocios.¹

POLITICAS DE CRÉDITO

Las políticas son normas de conducta o de acción dictadas por la dirección que deben observar todos los empleados de la empresa. Dichas políticas deben expresarse por escrito e indican qué es lo que se puede hacer y lo que no se debe hacer.

Las políticas se establecen de acuerdo con el objetivo de la empresa, , así como con las directrices que establezcan los dueños de la Empresa.

¹ Basado en ETTIGER Richard P. y GOLIEB , David E, 1984, “CREDITOS Y COBRANZAS”, Cía. Editorial Continental, S.A. de C.V., México.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

En la empresa se establece políticas para cada función específica de acuerdo a cada línea del negocio, como: políticas de venta, de compras, de producción, de persona, de crédito, de cobranzas, etc.”.²

RIESGO DE CRÉDITO

Es la posibilidad de pérdida debido al incumplimiento del prestatario o de la contraparte en operaciones directas, indirectas o de derivados que conlleva el no pago, el pago parcial o la falta de oportunidad en el pago de las obligaciones pactadas.³

CRÉDITOS DE CONSUMO

Son los otorgados a personas naturales para la adquisición de bienes de consumo o pago de servicios, que generalmente se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas y cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio del deudor, entendiéndose por éste el promedio de los ingresos brutos mensuales del núcleo familiar menos los gastos familiares estimados mensuales⁴.

PROVISIONES:

Se entiende por provisión de cartera el valor que la empresa, según análisis del comportamiento de su cartera, considera que no es posible recuperar, y por tanto debe provisionar. Siempre que una empresa realice ventas a crédito corre el riesgo que un porcentaje de los clientes no paguen sus deudas, constituyéndose para la empresa una pérdida, puesto que no le será posible recuperar la totalidad de lo vendido a crédito.

² MONTAÑO, Agustín, 1987, ADMINISTRACION DE LA COBRANZA: PROGRAMACION Y CONTROL:
Editorial Trillas S.A

³ Normas Generales para la Aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.: DE LA GESTION Y ADMINISTRACION DE RIESGOS, Art. 2 P2.4

⁴ Normas Generales para la Aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero: ELEMENTOS DE LA CALIFICACION DE ACTIVOS DE RIESGO Y SU CLASIFICACION: Art 5, párrafo .2

AUTORAS:

LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

El valor de las ventas a crédito no canceladas por los clientes constituye una pérdida para la empresa que debe reconocerse en el resultado del ejercicio, por tanto se debe llevar como un gasto. La provisión de cartera, una vez calculada disminuye el valor de la cartera y se reconoce como gasto.”⁵

El método más común para estimar las provisiones para cuentas incobrables es:

- **Método del 1% del Total de las cuentas por cobrar clientes**

GESTIÓN DE COBRANZA

“es fácil vender lo difícil es recuperar los créditos que se otorgan para vender”.

La gestión de cobro se refiere a exigir el pago, es una actividad ajena a la empresa, pues al interior del área de cuentas por cobrar la visión debe ser la de completar ventas y hacer espacio para nuevos pedidos, entendiendo que un componente básico para ello es recibir el pago. La administración de la cobranza es un problema cotidiano de cualquier empresa que afecta negativamente su flujo de efectivo.⁶

Recuperar deudas requiere de planificación, orden y constancia. Un compromiso con el cliente que se refleja en la pronta respuesta a los pagos pactados.

La administración del Riesgo de crédito no es sólo el proceso de otorgamiento de un crédito y de recuperación de la cartera, implica también, fortalecer los procedimientos, políticas y habilidades del

⁵ Provisión de cartera: <http://www.gerencie.com/provision-de-cartera.html>

⁶ Basado en: Cobranza: http://informacion\internet riesgos\el_valor_comercial_del_credito.htm

AUTORAS:

LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

personal para cumplir con este objetivo y generar así, una utilidad para el negocio.

“Cobranza Pre-legal

Método de cobro altamente efectivo en donde se logra la recuperación de cartera morosa o difícil, mediante la utilización de métodos extrajudiciales.

Esto implica:

- Investigación y localización del deudor.
- Aclaración del saldo adeudado.
- Notificación del estado del adeudo a cada deudor.
- Negociación del adeudo.
- Recuperación de saldos.
- Reportes del estado de la cartera.

Cobranza Legal

Es utilizada al agotarse todas las instancias anteriores y previa autorización del cliente.

Acciones:

- Se complementa la documentación que amparan los adeudos.
- Juicios Ejecutivos Mercantiles: cheques, letras de cambio y pagarés.
- Ordinarios: Facturas, contra recibos, etc.
- Negociaciones y convenios.
- Cobro o embargo de bienes ⁷

⁷ Servicio de Gestión de Cobranzas: info@gestiondecobranzas.com



DIVERSIFICACIÓN:

Si bien no se puede eliminar completamente el riesgo, éste puede controlarse, para ello la diversificación de la cartera es una manera de administrar una parte del riesgo existente. La diversificación es el equivalente en inversión del antiguo refrán que dice: "No ponga todos los huevos en la misma canasta".⁸

TASAS DE INTERÉS:

Es un monto en dinero que corresponde a un porcentaje del crédito aprobado. Este dinero debe ser pagado al emisor en retribución por el préstamo en dinero recibido.

A nivel individual, la tasa de interés representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia de la utilización de una suma de dinero en una situación y tiempo determinado.

BURÓ DE CRÉDITO:

“Es una Sociedad de Información Crediticia orientada a integrar información sobre el comportamiento del crédito de las personas y de las empresas. A la fecha, sirve de marco de referencia para que las empresas comerciales, instituciones financieras, distribuidoras de automóviles (entre otras entidades), decidan respecto a otorgar o negar un crédito a quienes lo hubiesen requerido. En dicha sociedad se va integrando un expediente de todas y cada una de las personas

⁸ Diversificación: <http://www.es.yourmoneycounts.com/ymc/goals/investing/diversification.html>



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

(físicas o morales) que ya disfrutaban o han disfrutado de un crédito, a fin de conocer su comportamiento crediticio.⁹

“**Art. 1.-** La prestación del servicio de referencias crediticias será realizada únicamente por los burós de información crediticia, los que deberán ser previamente autorizados para operar por la Superintendencia de Bancos y Seguros. En su denominación se incluirá obligatoriamente la frase "Buró de información crediticia".

Art. 2.- Los burós se constituirán ante la Superintendencia de Bancos y Seguros, como sociedades anónimas, cuyo objeto social exclusivo debe ser la prestación de servicios

de referencias crediticias que versará sobre las operaciones activas y contingentes para identificar adecuadamente a los deudores del sistema financiero, de seguros privados, de seguridad social y del sector real de la economía, con el objeto de conocer su nivel de endeudamiento y su nivel de riesgo crediticio.”¹⁰

⁹ Buró de crédito: http://www.economia.com.mx/conoce_y_sabe_para_que_sirve_un_buro_de_credito_.htm

¹⁰ Normas Generales para la Aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero: Capítulo IX.- De los Buros de Información Crediticia.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

CAPÍTULO

II

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



CAPÍTULO II

IMPACTO ECONÓMICO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS.

En este capítulo se realiza un estudio de factores que afectan directamente al mercado en el cual Comercial Benavides desarrolla sus actividades.

2.3 MERCADO OBJETIVO

“Un mercado objetivo es un grupo específico de consumidores a quienes se pretende vender un determinado producto de la empresa. Un buen conocimiento de los hábitos de compra de los consumidores son esenciales para elaborar buenas estrategias de ventas”¹¹.

El mercado objetivo de Comercial Benavides está orientado a la venta de productos electrónicos, decorativos, etc., a las personas de clase media y media baja, con capacidad adquisitiva propia o financiada por sus familiares, una gran parte de las ventas de Comercial Benavides se efectivizan a través de las remesas que reciben de sus familiares del exterior, y también de la industria local floricultora.

La empresa, está orientada a brindar sus productos y servicios a los siguientes sectores:

- El Centro Cantonal
- 8 Parroquias pertenecientes al Cantón Paute
- Cantones Aledaños: como: Guachapala, El Pan, Sevilla del Oro, importante mercado que al tener limitados proveedores de productos de tecnología acuden a Paute por la cercanía y única vía de salida hacia el Norte.

¹¹ Basado en : ¿Qué Significa Un “Mercado Objetivo”? : <http://www.TuMercadeo.Com>



“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

- Fuerza laboral Peruana.- Que laboran principalmente en las instalaciones de flores ubicadas en las cercanías del cantón.
- Turistas de Cuenca, Gualaceo y otros lugares del país.- Importante mercado que acude a Paute los fines de semana y días festivos.¹²

2.3.1 Segmentación del Mercado

La diversificación en el mercado en distintos sectores de la economía implica que Comercial Benavides debe tomar decisiones oportunas para satisfacer toda la demanda, ya que sus necesidades y costumbres de compra varían. Todo negocio debe evaluar los diferentes segmentos que existen, para así obtener mayor rendimiento y cumplir con sus objetivos.

2.1.1.1 Segmentación Geográfica

El mercado geográfico está enfocado al área urbana y rural de Paute, Cantones aledaños y personas que visitan el cantón, en los últimos años se ha integrado también un nuevo sector significativo compuesto por empleados de las Compañías floricultoras.

2.1.1.2 Segmentación Demográfica

Los productos que ofrece Comercial Benavides están dirigidos a personas de clase media y media baja, con un promedio de ingresos mensuales mayores a doscientos dólares.

Cabe indicar que Comercial Benavides, para cada línea tiene un mercado específico y otras comparten un mismo mercado, de la siguiente manera:

- Video juegos y Computación.- Orientado para la utilización de un grupo de personas entre los 12 y 30 años, los mismos que son

¹² Basado en el Plan de Marketing de Comercial Benavides.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

adquiridos por personas mayores de edad, que sustentan su poder de compra.

- Celulares.- Dirigido a la utilización de personas mayores de 12 años, a través de la compra de personas mayores de edad, que sustentan su poder de compra, cabe recalcar que representa una de las líneas más importantes debido a su enfoque tecnológico, su alta necesidad de comunicación y servicios adicionales que prestan estos equipos
- Audio y Video para el hogar y personal.- Orientado a personas que perciban ingresos por encima de los USD. 200,00.

2.1.1.3 Beneficio, ocasión y frecuencia de uso.

Beneficio.- Depende de las diferentes necesidades y gustos de los clientes, quienes exigen a Comercial Benavides

- Calidad
- Precios accesibles
- Garantía

En cada uno de los productos que comercializa.

Ocasión Hace referencia a los días de mayor demanda de los productos, originados por los días festivos detallados a continuación:

FECHAS	OCASIONES	PRODUCTOS
Febrero:	Días del Amor:	Artículos de bazar
Mayo:	Día de La madre:	Línea blanca, audio-video para el hogar, Artículos de bazar
Junio:	Día del Padre:	Artículos de bazar
Agosto:	Vacaciones:	Video juegos, audio-video personal, línea deportiva
Septiembre- Octubre:	Inicio de Clases:	Maquinas de escribir, calculadoras, computación
Diciembre:	Navidad	Todas las líneas de productos, principalmente celulares

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



Frecuencia de Uso.- Al tratarse de productos electrónicos, que además son de constante evolución los clientes buscan renovación permanente, de acuerdo al siguiente análisis:

- Audio y video de hogar.- Enfocado a personas en general con capacidad económica, y que presentan un ciclo largo de vida debido principalmente a los altos costos que tiene estos productos.
- Celulares, Audio y video personal.- Son productos de alta rotación, por lo que son también de uso frecuente y venta permanente debido a la innovación tecnológica y valores agregados que constantemente se mercadean y mejoran.
- Video Juegos.- Productos orientados a un segmento de compra a mediano plazo, por las características mismas del bien y por el precio medianamente representativo, la frecuencia se da mayormente en los accesorios como memorias, juegos, etc.”¹³

2.2 FACTORES IMPLÍCITOS

2.2.1 OFERTA Y DEMANDA DE PRODUCTOS

OFERTA:

La oferta es la cantidad de productos que Comercial Benavides quiere y puede vender en el mercado a un precio y en un periodo de tiempo determinado para satisfacer necesidades, costumbres, gustos de sus clientes.

Comercial Benavides pone a disposición de sus clientes diferentes productos como los detallamos a continuación:

³ Basado en el Plan de Marketing de Comercial Benavides.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

PRODUCTO	USUARIO	COMPRA	FINANCIAMIENTO	MOTIVO
Video Juegos	Niños y Jóvenes	Mayor de edad	Familiares y Propios	Diversión
Celulares	Jóvenes y Mayores	Mayor de edad	Propios	Necesidad, Lujo, Tecnología
Audio Y Video	Familias y Jóvenes	Mayor de edad	Propios	Necesidad Lujo
Hogar, Línea Blanca	Familias y Jóvenes	Mayor de edad	Propios	Necesidad Lujo
Audio Y Video Portátil	Jóvenes y Mayores	Mayor de edad	Propios	Necesidad, Lujo, Tecnología

Los factores que afectan la oferta son:

- 1. Bienes Alternativos:** Otros bienes que puede ofrecer la competencia con las mismas características.
- 2. Tecnología:** aparición de bienes o productos innovados.

Cabe indicar que existen aspectos importantes que Comercial Benavides debe tener en cuenta para una buena oferta de sus productos, entre ellos esta:

- ✓ Conocimiento de la Competencia.
- ✓ Ofrecer productos más actualizados.
- ✓ Ofrecer los productos a crédito directo.
- ✓ Oferta de precios accesibles, garantía, calidad, tecnología y variedad en sus productos.
- ✓ Ofrecer combos de varios artículos, en los que se promocióne marcas, modelos, precios, ahorrando tiempo y costos.

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

Los productos de Comercial Benavides son adquiridos por personas de clase media y media baja para satisfacer sus distintas necesidades, por su diversificación, precios bajos, calidad, garantía y facilidad de compra a través de un tipo de crédito de consumo, abarcando gran parte del nicho de mercado del Cantón Paute y de lugares aledaños; cabe mencionar que la posición competitiva en esta área de mercado es muy importante, por lo que comercial Benavides tiene establecido un plan de marketing que consecuentemente es analizado debido a factores que afectan la comercialización.

DEMANDA

Es la cantidad de bienes que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.¹⁴

Constituye una actividad de todo negocio, que se fundamenta en la cantidad de productos que adquieren los clientes a un precio específico.

¹⁴ Basado en: <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

La demanda dependen de factores como:

FACTORES	DESCRIPCIÓN
INGRESO	El ingreso mensual de las personas
RIQUEZA	Es el valor que una persona dispone para gastarlo en lo que desee.
PRECIO DE BIENES RELACIONADOS	Bienes que pueden usarse a cambio de otro y que posee casi los mismos beneficios y características.
POBLACION	Nicho de mercado que posee el comercial.
GUSTOS	Preferencia de los clientes de algunos productos

Cabe indicar que Comercial Benavides tiene que tomar en cuenta, otros elementos que requieren los clientes y que influyen directamente en la demanda:

Calidad: Que posean una larga duración.

Garantía: Que les brinde seguridad a los clientes en sus compras

Crédito: Que facilite el pago de su compra, debido a la falta de liquidez.

Atención: Que le brinden el servicio de atención al cliente.

2.2.2 REMESAS DE LOS MIGRANTES

Los rubros más significativos en la Balanza de Pagos de nuestro país son las exportaciones Petroleras, originadas por el creciente precio del barril en el mercado internacional y las remesas de los trabajadores.

Las malas condiciones socio-económicas y la inestabilidad de nuestro país ha originado una emigración de muchos ciudadanos ecuatorianos hacia países más desarrollados como Estados Unidos, España, Italia entre otros. Cabe indicar que el proceso emigratorio, logra en muchos

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

casos una relativa estabilidad económica, estas personas, con el dinero que obtienen de sus trabajos sustentan sus necesidades en el país residente y, envían dinero (remesas) a sus familiares en el Ecuador, es por eso que las remesas representan uno de los ingresos más importantes en nuestra economía.

Las remesas, al tener un efecto multiplicador en la inversión y el consumo, se transforman en un ingreso en la economía ecuatoriana; a diferencia de la inversión extranjera, las remesas no se transforman en propiedades de extranjeros en el territorio nacional y tampoco suponen el envío de dividendos.¹⁵

La mayor parte de envíos de las remesas son utilizados en: Gastos Diarios (salud, alimentación, vestuario, recreación), en la industria de la construcción, comercio de electrodomésticos y vehículos, educación, y adquisición de terrenos de manera especial en zonas rurales¹⁶.

2.2.2.1 EVOLUCIÓN DE REMESAS EN EL 2009

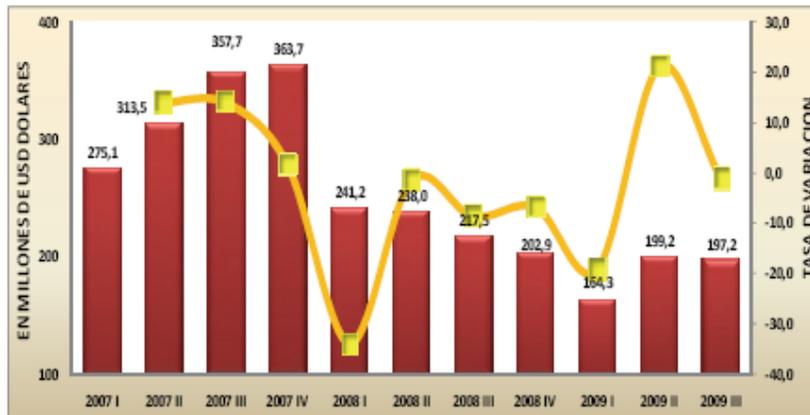
Según datos del Banco Central del Ecuador, la evolución de las remesas desde el año 2007 se presenta de la siguiente manera:

¹⁵ Basado en Juan Castings Teillery. “*Los emigrantes, esenciales para la economía*. La Insignia. México, julio de 2005

¹⁶ Basado en www.bce.ec/reportes



**REMESAS DE TRABAJADORES RECIBIDAS
REGIÓN DEL AUSTRO
2007 IT – 2009 IIIT
TASAS DE VARIACIÓN TRIMESTRAL
MILLONES DE USD**



Fuente: Banco Central del Ecuador

A partir del año 2008, se ha registrado una disminución del ingreso de remesas, debido a consecuencias tales como: la fase de recesión que atraviesa principalmente EEUU y España, en donde residen la mayor parte de emigrantes del Azuay, y además por el estricto control que existe para el ingreso de emigrantes a estos países.

1º TRIMESTRE 2009

La provincia del Azuay en el primer trimestre del 2009 recibió por concepto de remesas USD 94.9 millones, provenientes de EEUU y España.

Las principales ciudades de la provincia del Azuay que recibieron remesas, en el 2009 fueron:

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”**

**PRINCIPALES LOCALIDADES BENEFICIARIAS
DE REMESAS**

PROVINCIA DE AZUAY

Primer Trimestre 2009

En miles de dólares

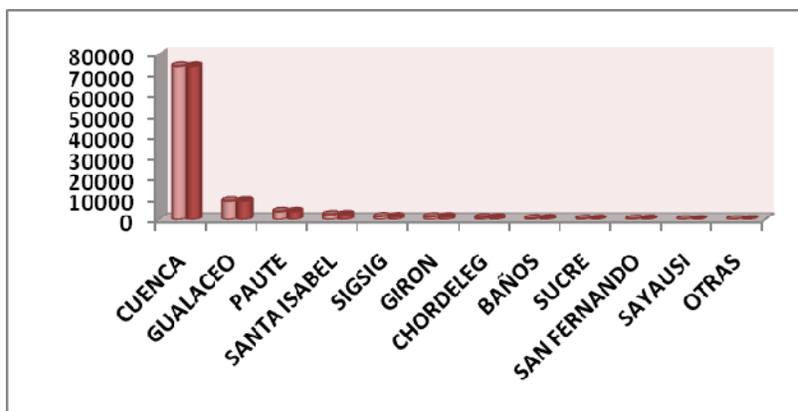
LOCALIDAD	VALOR	%
CUENCA	73950,00	77,9%
GUALACEO	8894,80	9,4%
PAUTE	4007,50	4,2%
SANTA ISABEL	2523,40	2,7%
SIGSIG	1577,00	1,7%
GIRON	1482,20	1,6%
CHORDELEG	1054,30	1,1%
BAÑOS	557,70	0,6%
SUCRE	340,60	0,4%
SAN FERNANDO	307,10	0,3%
SAYAUSI	85,90	0,1%
OTRAS		
LOCALIDADES	108,50	0,1%
TOTAL AZUAY	94889,00	100%

Fuente: Banco Central del Ecuador

PRINCIPALES CIUDADES BENEFICIARIAS DE REMESAS

PRIMER TRIMESTRE 2009

EN MILES DE USD



Fuente: Banco Central del Ecuador

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

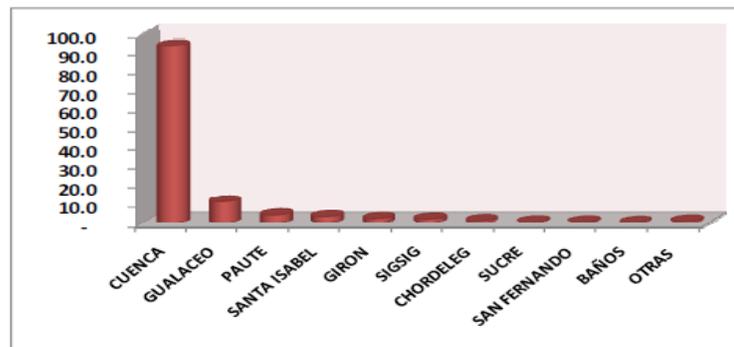
“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

Según información del Banco Central, el Cantón Paute en el primer trimestre del año 2009, recibió por concepto de remesas USD 4,007.50 dólares, que representa el 4.2% del total recibido en la provincia del Azuay.

2º TRIMESTRE 2009

Para el segundo trimestre del año 2009, la Provincia del Azuay recibió por remesas USD 119.9 millones, que representó un incremento de 26.4% con respecto al primer trimestre 2009 (USD 94.9 millones).

**REMESAS RECIBIDAS POR LA PROVINCIA DE AZUAY
SEGUNDO TRIMESTRE 2009
EN MILLONES DE USD**



Fuente: Banco Central del Ecuador

A pesar de la fase recesiva de EEUU y España, en el segundo trimestre del 2009 existió un significativo incremento en los ingresos de las remesas.

3º TRIMESTRE 2009

Para el tercer trimestre de 2009, la Provincia del Azuay, tuvo un ingreso de USD 113.7 millones por remesas, que representó una disminución de 5.2% con respecto a la registrada en el segundo trimestre de 2009.

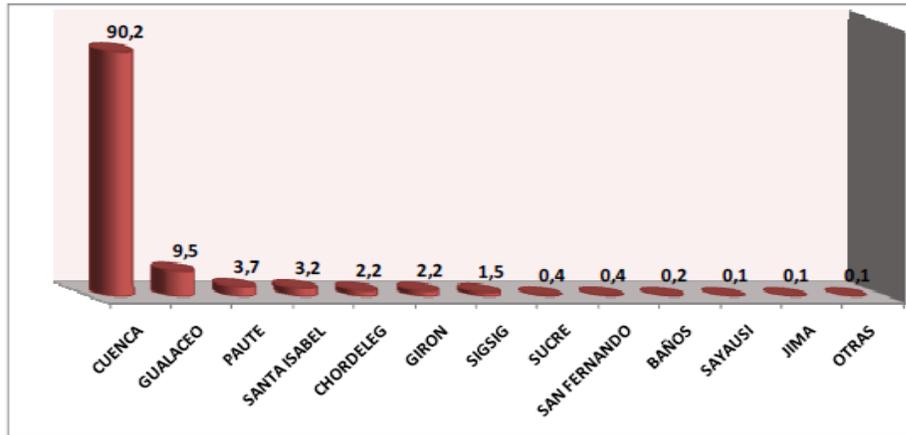
AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

REMESAS RECIBIDAS POR LA PROVINCIA DE AZUAY
TERCER TRIMESTRE 2009
EN MILLONES DE USD



Fuente: Banco Central del Ecuador

En el tercer trimestre de 2009, el Cantón Paute recibió USD 3.7 millones con relación a las principales ciudades de la Provincia de Azuay, lo que representó una disminución del 12% con respecto a los ingresos del primer (USD 4.2 millones) y segundo trimestre.

CONSECUENCIAS:

La reducción de remesas en la Provincia del Azuay y más aún en el Cantón Paute, provocó una significativa disminución en las ventas de Comercial Benavides, pues la mayoría de sus clientes son familiares de emigrantes que antes tenían alta liquidez para adquirir los productos al contado o diferir sus pagos hasta 3 o 4 meses, lo que resultaba rentable para este negocio, pues no existía el riesgo de incumplimiento de pago. Este comportamiento también está relacionado al incremento de aranceles que conllevó el incremento de los precios.

Esta reducción, no afectó del todo a Comercial Benavides, pues mientras sus clientes financiados por sus familiares en el exterior ya no tenían mucho poder adquisitivo y gracias a una política de diversificación del

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

mercado, es la fuerza laboral Peruana la que hizo que las ventas se incrementarán en un 22%, tanto en volumen y al aumento de precios debido al incremento de impuestos. No obstante el volumen total de ventas se habría reflejado aún mejor si los ingresos por remesas se hubieran mantenido

Por lo tanto tenemos:

**VENTAS DE COMERCIAL BENAVIDES
AÑO 2008 - 2009
EN MILES DE USD**

AÑO	VENTAS NETAS	% DE CRECIMIENTO
2008	178409.46	
2009	216880.90	22%
	38471.44	

Para el año 2009, las ventas en Comercial Benavides incrementaron en un 22%, porcentaje que no cumplió con las metas establecidas por los directivos (30% de crecimiento neto), en esta variación se refleja las consecuencias que trajo la crisis del 2009, misma que no fue considerada para un ajuste presupuestario a mediados del 2009.

2.2.3 TECNOLOGIA

La innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías, obliga a Comercial Benavides a desarrollar nuevas estrategias de marketing, para comercializar nuevos productos tecnológicamente sofisticados que demanden los consumidores.

Según datos de ventas de Comercial Benavides, en la mayoría de casos predominan las preferencias de marcas reconocidas mundialmente, muchas veces sin importarles el costo. Aunque uno de los factores importantes de este negocio es el precio, las marcas como SONY, LG,

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

PANASONIC, HP, NOKIA son algunas de las que presentan mayor demanda en el mercado.

En cuanto a modelos, existen nuevas líneas de aparatos electrónicos que llaman mucho la atención de los clientes y que están adquiriendo gran popularidad, entre ellos están: los plasmas, LCD, reproductores de Mp3, portátiles, etc.

Gracias al avance tecnológico, el comercio crece cada día, por la oferta de productos de alta calidad y cada vez con más servicios, que se han vuelto indispensables no solo en la clase alta si no también en la clase media y baja, pues se crea la necesidad de adquirirlos para estar actualizados tecnológicamente.

2.2.4 IMPORTACIONES

Cada Estado procurará vender a otros países aquellos bienes en los que es más competitivo internacionalmente y abastecerse de aquellos en los que no lo es, siempre que se cumplan con ciertos requisitos que permiten la libre comercialización en el país destino.¹⁷

El incremento de aranceles, establecidos el 22 de enero del 2009 en la resolución 466 y 467 respectivamente, hizo que algunos importadores se vean afectados, ya que el costo de su productos se elevaron, lo cual perjudicó a los comercios que se abastecían de estos proveedores puesto que implicaba traspasar el costo a los consumidores, consecuentemente Comercial Benavides, tuvo que adquirir productos a precios altos, para satisfacer la demanda.

El precio final de los productos adquiridos mediante intermediarios, depende de las políticas de cada negocio, en relación a la utilidad esperada (margen de utilidad), pues sus precios deben ser competitivos

¹⁷ Basados en: Los Aranceles Aduaneros: Por Alexis Carrera Reyes consultor, <http://IMPORTAEXPOR/los-aranceles-aduaneros-197241-197241>.



**“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”**

para atraer y conservar a sus clientes. Es por eso que, Comercial Benavides desde hace 2 años, está autorizado por el COMEXI para realizar importaciones directas, logrando con ello un margen competitivo.

En la actualidad, Comercial Benavides importa principalmente y en forma directa cámaras digitales, filmadoras y portátiles, productos muy demandados en el mercado y que hoy en día se han vuelto indispensables en los hogares y trabajos.

A pesar de los incrementos arancelarios, el importar cámaras, filmadoras, le da la ventaja de no tener competencia en su área de influencia y ofrecer a sus clientes productos de calidad al menor costo.

2.2.4.1 INFLUENCIA DE POLÍTICA GUBERNAMENTAL EN LAS IMPORTACIONES

El gobierno influye de diferentes formas en esta área, a través leyes, ordenanzas, acuerdos, etc. Las mismas que buscan impulsar la economía ecuatoriana.

El 22 de enero del 2009, se publicó en el Registro Oficial, la resolución 466 y 467, en la que se establece restricciones e incrementos arancelarios a alrededor de 627 productos, entre los productos afectados se encuentran: teléfonos móviles con un incremento del 35%, reproductores de "sonido e imagen ", aparatos de "almacenamiento permanente de datos a base de semiconductores", MP3-MP4, con un incremento del 30%. Cabe indicar que estos incrementos de impuestos afectan directamente a los consumidores finales, ya que su costo es traspasado al bien o producto.

Esta medida afecta negativamente a la economía ecuatoriana en cuanto a:



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

- Restricción en la adquisición de productos tecnológicamente avanzados: las empresas disminuyen la capacidad para adquirir productos tecnológicos que demandan sus clientes.
- Incremento de precios: los productos ingresan al país con un sobrecargo de aranceles, ya que se paga el impuesto por el ingreso más el recargo establecido a cada partida, generando altos precios y haciéndolos menos competitivos.
- Incrementa el contrabando: se evade impuestos al ingresar mercadería al país en forma ilegal y al comercializarla en el mercado.
- Afecta a la Producción Nacional.
- Afecta a las relaciones diplomáticas con países miembros del CAN.

2.2.5 COMPETENCIA

La competencia es un factor importante que influye en el desarrollo de todo negocio, la cual debe ser analizada constantemente, para ofrecer productos de calidad a menor precio, atraer y mantener a nuevos clientes.

En Paute, el constante crecimiento económico ha permitido el desarrollo y la aparición de nuevos locales que ofrecen a la población productos similares a los que proporciona Comercial Benavides, obligando a este negocio a permanecer alerta a las nuevas estrategias de su competencia.

En la actualidad los locales comerciales que representan una fuerte competencia, para Comercial Benavides, son:

- **Almacenes El Baratón:** Representa la mayor competencia en esta zona, comercializa principalmente productos en línea blanca, audio y vídeo, entre otras., una de sus estrategias es el otorgamiento de crédito a clientes sin entrada, tiene una fuerte

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

publicidad ya que patrocina varios eventos deportivos y culturales en el sector, además mantiene altos niveles de stock, lo que les hace ser más competitivo.

- **Comercial Torres:** Mantiene una gran proporción del mercado gracias a su popularidad, ya que también comercializa líneas tales como: audio y video para el hogar, línea blanca, suministros de oficina, etc.
- **Comercial Reinoso:** Es un comercio que desde hace 5 años se estableció en este sector y al igual que los anteriores también ofrece una gran diversidad de línea blanca, audio y video para el hogar, bicicletas, etc.
- **Cellular Exit,** es un local que ofrece celulares en distintos modelos de alta, mediana y baja tecnología, representa la principal competencia en esta línea, pues su ventaja es el conocimiento del mercado de estos productos, además ofrece a sus clientes un servicio técnico.
- **Celular Móvil:** También ofrece una gran variedad de celulares de alta, mediana y baja tecnología y servicio técnico, al igual que Comercial Benavides, está ubicado en el centro cantonal, en donde se concentra la mayor parte de la población y visitantes, sobre todo en días feriados, brindándoles una gran ventaja competitiva.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

CAPÍTULO

III

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

En el presente capítulo se realiza un análisis de la administración de Riesgo de Crédito de Comercial Benavides, enfocada al segmento consumo dentro del Sector económico del comercio de electrodomésticos.

3.1 POLÍTICAS DE CRÉDITO

Las políticas y normas establecidas por la empresa, son esenciales para el desarrollo de la actividad comercial de este negocio, cabe recalcar que dichas políticas están en función directa de los cambios en el mercado y de la evolución de la competencia.

En Comercial Benavides, encontramos las siguientes Políticas:

Política de venta

- Las ventas se realizan: en efectivo, cheque, a través de crédito de consumo y/o mediante tarjeta de crédito, dejando constancia de un documento para el cliente y el local, con el respectivo detalle de números seriales en el caso de aparatos electrónicos.
- Para ventas a crédito se solicita una entrada en efectivo del 30% sobre el valor del bien a adquirir, dejando constancia de dicha deuda en letras de cambio firmadas por el deudor y garante si fuera el caso, y se entrega la factura y/o Título de Propiedad cuando cancele la totalidad de la deuda.
Las excepciones en la cuota de entrada son aprobadas únicamente por la Gerencia.
- Si un cliente se acercase a cancelar el total de la deuda, antes de la fecha de vencimiento, se le realizará el recargo de interés solamente del tiempo que transcurre desde la fecha inicial de compra hasta la fecha de pago.

Normas de Crédito

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

Para nuevos clientes:

- Se requerirá de un garante con solvencia económica.
- La Solicitud de Crédito debidamente llenada y firmada
- Copia de Cédula, el pago de un servicio básico
- El plazo máximo de crédito es de 12 meses, salvo en aparatos eléctricos de precios elevados, en los que se concederá un plazo de hasta 18 meses.

Para clientes:

- Se analizará el kardex y la calificación del cliente en el sistema contable, y se otorgará el mismo siempre que la calificación sea mayor o igual a B.
- Actualización de datos en el sistema.

Políticas de cobranza y procedimientos para controlar el crédito.

- A partir del primer mes de atraso se hará una notificación telefónica o mensaje al celular, recordándole la deuda pendiente.
- A partir del segundo mes se hará llegar una notificación escrita por la deuda vencida, con la firma del dueño del negocio.
- A partir del tercer mes de atraso se hará llegar una notificación escrita del abogado, por la deuda suscrita.
- A partir del cuarto mes, se empezará la demanda legal y los tramites de cobranza.

La evaluación a las políticas y su adecuada aplicación será objeto de análisis en el capítulo de conclusiones y recomendaciones.

3.2 EVALUACIÓN CREDITICIA

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

La concesión de un crédito de consumo a un cliente, supone la aplicación de técnicas que nos ayuden a determinar si el cliente debe recibirlo o no, esto implica evaluar la capacidad de pago, la cual debe basarse en las políticas, normas de crédito y en los requerimientos mínimos establecidos por la empresa.

Nuestra empresa de estudio no cuenta con una técnica de evaluación crediticia, la cual nos obliga a sugerir una guía técnica que se encuentre al nivel de la actividad comercial de la misma.

Cabe mencionar que Comercial Benavides aplica distintas herramientas para la aprobación de un crédito, entre ellas:

Para clientes:

- El Programa contable que posee este local comercial tiene una característica particular, que es la de calificar a sus clientes de acuerdo a su comportamiento crediticio anterior dentro de la empresa, esto es los días de mora en que cancelaron sus deudas anteriores, esta información se basa en parámetros ingresados por el propietario del local, de la siguiente manera:

CUADRO DE CALIFICACIONES

CALIFICACIÓN	DÍAS	
Excelente	1 - 15	Cuando el atraso es 15 días
Buena	1 - 30	Cuando el atraso es de 1 mes
Regular	1 – 60	Cuando el atraso es de 2 mes
Malo	1 – 90	Cuando el atraso es de 3 mes
Pésimo	1-120	Cuando el atraso es de 4 mes
No aplicable	1 en adelante	Cuando el atraso es 5 meses en adelante

Basados en estas calificaciones que genera el sistema, el propietario del local observa si el cliente cumplió a tiempo con las cuotas de deudas

AUTORAS:

LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

anteriores; en casos excepcionales en los que se acepte conceder crédito a un cliente con calificación regular, mala o no aplicable, se le pide algunos requerimientos adicionales, como la presencia de un garante.

Cuando se trata de clientes excelentes, la concesión del crédito es casi inmediata pues son personas que no han fallado en el pago de sus cuotas, por lo que solo requieren actualización de sus datos.

- Otra base fundamental para conceder un crédito es observar la información que genera la aplicación “CALL CENTER” del sistema; en este programa se especifica la lista de clientes que mantienen deuda en el local, detallando: la fecha de emisión y de vencimiento, el número de letras vencidas, el saldo total de la deuda, el saldo vencido, el número de días que están vencidas las cuotas, si fue citado o si esta en demanda, y especialmente cuenta con un modulo en el q se registran todas las llamadas que se realizan a los clientes en mora, es decir, se trata de un aplicativo de gestión de cobranzas, que incluso genera automáticamente la citación legal para el cliente.

Para nuevos clientes:

El proceso resulta en algunos casos dificultoso, pues no se tiene información de estas personas, por lo que se requiere la presencia de un garante con experiencia crediticia en el comercial, que conozca a la persona y que esté dispuesto a asumir la deuda encaso que este cliente falle, lo cual resulta un problema, pues la mayoría no encuentran personas que le garanticen y es decisión del dueño del local asumir el riesgo de ganar o perder a un cliente.

La información que se requiere en estos casos es: ocupación, lugar de trabajo, propiedades, si tiene teléfono convencional, si cumplen con estos requisitos se presume q cumplirá con sus



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

pagos, pero si son personas que están de paso en el sector por razones de trabajo resulta un gran riesgo para el local.

3.3 CLIENTES

Un cliente de Comercial Benavides es cualquier individuo que a través de una transacción adquiere un producto de tipo electrónico, **tecnológico, decorativo, etc.**, cuya satisfacción se constituye uno de los pilares más importantes del negocio para su actividad diaria.

En el año 2009, Comercial Benavides registró una actividad comercial con 4129 clientes; conformados por residentes en el cantón Paute y sus comunidades así como personas provenientes de cantones orientales vecinos como Guachapala, El Pan, Sevilla de Oro, etc.

La estructura del mercado de Comercial Benavides presentamos en el Anexo N°1.

3.3.1 CARTERA VENCIDA

De acuerdo al Sistema Contable “SOFI”, implementado en Comercial Benavides, al 31 de Diciembre del 2009, se registró una cartera total de 52925,45 de las cuales USD 15498,15 están vencidas. Representando un indicador de morosidad del 30%.

Según datos del Sistema Contable tenemos:



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

DISTRIBUCIÓN DE LA CARTERA VENCIDA DE COMERCIAL
BENAVIDES POR SECTOR GEOGRÁFICO EN EL 2009

SECTOR	SALDO	SALDO VENCIDO	% SOBRE SALDO VENCIDO
PAUTE	24753,78	6468,51	41,74
ZHUMIR	2750,04	309,87	2,00
BULAN	1234,11	265,69	1,71
EL CABO	3367,79	1070,02	6,90
LA HIGUERA	2452,43	431,24	2,78
CHICAN	4309,86	1407,65	9,08
DUG DUG	1018,60	266,44	1,72
GUACHAPALA	4547,95	2065,62	13,33
SEVILLA DE ORO	2587,94	372,51	2,40
PALMAS-AMALUZA	2017,48	481,59	3,11
CUENCA	1713,06	1201,66	7,75
PERUANOS	270,56	130,60	0,84
OTRAS ZONAS	1901,85	1026,75	6,62
TOTAL	52925,45	15498,15	100 %

En el análisis de este cuadro podemos mencionar que:

Clientes:

$\frac{\text{CLIENTES}}{\text{ACTIVO TOTAL}} = \frac{52925.45}{166242,30} = 0,31 = 31\%$
--

Interpretación:

La cartera por cobrar representa el 31 % sobre el total del activo corriente de Comercial Benavides, es decir, que cuenta con un activo exigible de fácil realización (venta), para soportar la liquidez de la empresa.

Índice de morosidad:

$\text{INDICE DE CARTERA VENCIDA} = \%$

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

MOROSIDAD TOTAL CARTERA

INDICE DE			
=	$\frac{15498,15}{52925,45}$	= 0,30	= 30%
MOROSIDAD			

La cartera vencida de Comercial Benavides, representa el 30% sobre la cartera total.

3.3.2 PROVISIONES

Las provisiones constituyen una de las herramientas más importantes que ayudan a hacer frente a necesidades futuras que se derivan del incumplimiento de pago de sus clientes, dichas provisiones permiten tener cobertura futura sobre la pérdida de cartera.

Las provisiones no son más que la estimación de la pérdida esperada del negocio en su operación de financiamiento de cartera.

PROVISION CTAS INCOBRABLES	=	$\frac{1338,94}{15498,15}$	= 0,0864	8,64%
CLIENTES				

Con el presente análisis deducimos que el 8.64% del total de cartera vencida de Comercial Benavides se encuentra provisionada. Es decir, que el negocio no cuenta con suficiente cobertura sobre su cartera morosa, existe un desfase de alrededor del 91,36%.

3.4 RIESGO DE CRÉDITO DE CONSUMO

Es el riesgo de pérdida que corre Comercial Benavides, por el incumplimiento total o parcial del compromiso de pago adquirido por parte de sus clientes. La pérdida esperada es el resultado de la probabilidad de

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

incumplimiento de los clientes frente a la exposición de cartera y la severidad de la perdida.

$$\text{PÉRDIDA ESPERADA} = \text{PROBABILIDAD DEFAULT} \times \text{EXPOSICIÓN} \times \text{SEVERIDAD}$$

Cabe mencionar que este tipo de riesgo tiene una relación directa con factores como: el ingreso neto mensual promedio, las remesas de emigrantes, políticas salariales entre otras; los ingresos pueden variar, no son fijos.

El riesgo de crédito de consumo se basa en una buena definición de políticas, que suponen fijar criterios consistentes en la concesión de créditos, límites de exposición y el establecimiento de controles permanentes.

Las cuentas principalmente afectadas son clientes, Cartera, Provisiones y Patrimonio.

3.4.1 Por productos

Durante el año 2009, los productos que representaron mayor riesgo crediticio fueron:

SALDOS VENCIDOS POR PRODUCTO

	PRODUCTOS	SALDO	SALDO VENCIDO	% SOBRE EL SALDO VENCIDO
CELULARES	CELULARES	12441.9	5333.41	34.4%
COMPUTACION	PC - LAPTOPS - ACCESORIOS	18335.5	3525.27	22.7%
AUDIO Y VIDEO HOGAR	TELEVISORES - DVD-EQUIPOS SONIDO	7855.23	2615.34	16.9%

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

**“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
 BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”**

LINEA BLANCA	COCINA- REFRIEGERADORAS- LICUADORAS MICROONDAS	5178.18	1721.8	11.1%
LINEA MUSICAL	EQUIPOS DE AMPLIFICACION INSTRUMENTOS MUSICALES	2969.08	1298.47	8.4%
CAMARAS FILMADORAS	CAMARAS DIG. - FILMADORAS	3238.29	621.17	4.0%
PERSONAL ACC. GENERAL	MP4 – CALEFONES COLCHONES, ETC	958.46	382.69	2.5%
JUGUETERIA	BICICLETAS - MOTOS NIÑOS PLAY STATION	1948.8	0	0.0%
		52925.5	15498.15	

El mayor riesgo se encuentra en la venta de celulares con un 34.4% sobre cartera vencida total, seguido de la línea de Computación con un 22.7%; la línea audio y video hogar y línea blanca, se encuentran en 16.9% y 11.1% respectivamente

La venta menos riesgosa es la de cámaras digitales, filmadoras, productos de uso personal y juguetería.

3.4.2 Por sectores geográficos

El siguiente cuadro nos permitirá analizar los sectores de mayor riesgo crediticio, el cual nos ayudará a focalizar una gestión de cobro más eficiente.



SALDOS VENCIDOS POR SECTOR GEOGRÁFICO

SECTOR	SALDO	SALDO VENCIDO	% SALDO VENCIDO
PAUTE	22753,78	6468,51	41,74
ZHUMIR	2750,04	309,87	2,00
BULAN	1234,11	265,69	1,71
EL CABO	3367,79	1070,02	6,90
LA HIGUERA	2452,43	431,24	2,78
CHICAN	4309,86	1407,65	9,08
DUG DUG	1018,60	266,44	1,72
GUACHAPALA	4547,95	2065,62	13,33
SEVILLA DE ORO	2587,94	372,51	2,40
PALMAS-AMALUZA	2017,48	481,59	3,11
CUENCA	1713,06	1201,66	7,75
PERUANOS	270,56	130,60	0,84
OTRAS ZONAS	1901,85	1026,75	6,62
TOTAL	50925,45	15498,15	100 %

El mayor riesgo crediticio encontramos en el sector de Paute con un 41,74% sobre cartera vencida total, seguido de Guachapala con un 13,33%, Chicán con 9.08%, El Cabo con 6.90%, cabe mencionar que Comercial Benavides debería establecer normas de gestión de cobro dirigidas especialmente a estas zonas debiendo ser acatadas por todos los gestores.

3.5 ANÁLISIS FINANCIERO (INDICADORES)

Mediante un análisis de los Estados Financieros de Comercial Benavides estudiaremos el comportamiento operativo de las cuentas relacionadas con nuestro tema:

3.5.1 ANÁLISIS DE LIQUIDEZ

1. Factor de Liquidez:



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

Mide la capacidad de pago que tiene la empresa para hacer frente a sus deudas de corto plazo.

$$\text{FACTOR DE LIQUIDEZ} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \text{Veces}$$

Para Comercial Benavides el índice general de liquidez para el 2009, es:

$$\text{FACTOR DE LIQUIDEZ} = \frac{136777.75}{21055,38} = 6.50$$

Interpretación:

El activo corriente cubre 6.5 veces el pasivo corriente, es decir, que por cada dólar de deuda, la empresa cuenta con 6.50 dólares para pagarla.

Entre más elevado sea este coeficiente mayor será su capacidad para pagar sus deudas a corto plazo, pero podría a la vez significar una débil gestión financiera por el exceso de liquidez.

2. Prueba Defensiva: Nos indica la capacidad de la empresa para operar con sus activos más líquidos, sin recurrir a los flujos de ventas, en donde se considera solamente los activos CAJA-BANCOS y valores negociables.

$$\text{PRUEBA DEFENSIVA} = \frac{\text{Caja Bancos}}{\text{Pasivo Corriente}} = \$$$

En Comercial Benavides, tenemos:

$$\text{PRUEBA DEFENSIVA} = \frac{27429,35}{21055,38} = 1,30$$



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

Interpretación:

Para el 2009, Comercial Benavides contó con el 1,30 dólares totalmente liquidado para cubrir sus pasivos de corto plazo, es de notar q la empresa no tiene mayor endeudamiento y por ello sus altos indicadores de liquidez.

3. Capital de Trabajo: Es una relación entre Activos Corrientes y Pasivos Corrientes, que expresa lo que le queda a la empresa para poder operar en el día después de pagar sus deudas a corto plazo.

	Activo Corriente	-	Pasivo	
CAPITAL DE TRABAJO =	Corriente			= \$

Para Comercial Benavides el Capital de Trabajo en el 2009 es:

	136777,75	-		
CAPITAL DE TRABAJO =	21310,03 =		115567.72	

Interpretación:

Nos indica que Comercial Benavides si cuenta con capacidad económica para poder responder sus obligaciones con terceras personas.

4. Liquidez de las Cuentas por Cobrar: Es una medida que nos indica el tiempo promedio que tardan en convertirse en efectivo las cuentas por cobrar.

PERIODO PROMEDIO DE COBRANZA =	$\frac{\text{Ctas. x Cobrar} * \text{Días del año}}{\text{Ventas anuales a Crédito}}$	=	días
---------------------------------------	---	---	------

Para Comercial Benavides es:

PERIODO PROMEDIO				
=	50925.45	* 360 =	18333162	= 132.49

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”**

ROTACION DE	$\frac{[(30564,80 + 28329,55)]}{2} * 14265900,00$	67
=	$\frac{360}{360} =$	días
CARTERA	212888,40	212888,40
DE COBRANZA	138377.46	138377.46

Interpretación:

Las cuentas por cobrar de Comercial Benavides están rotando cada 132 días, es decir, tardan 132 días en convertirse en efectivo.

3.5.2 ANÁLISIS DE GESTIÓN

5. Rotación de Cartera: Proporciona el número de veces que la cuenta

ROTACION DE	=	$\frac{\text{Cuentas por Cobrar Promedio}}{360}$	*	=	días
CARTERA		$\frac{\text{Ventas}}{\text{Ventas}}$			

clientes rota en un promedio determinado, generalmente un año y mide la frecuencia de recuperación de las Cuentas por cobrar

En Comercial Benavides, tenemos:

Rotación Anual =	$\frac{360}{67}$	=	5 veces en el
			año

Interpretación:

En Comercial Benavides, las cuentas por cobrar se convierten en efectivo en 67 días o rotan 5 veces en el año.

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

El nivel óptimo de rotación de cartera en cifras es de 6 a 12 veces al año y de 60 a 30 días de periodo de cobro. En este punto, dado nuestro enfoque orientado a la administración del riesgo de crédito no basta con conocer el tiempo de recuperación de las cuentas por cobrar sino es necesario un estudio estadístico y dinámico del comportamiento de este rubro.

6. Rotación de Inventarios: Representa el tiempo en que los inventarios de las mercancías tardan en convertirse en efectivo.

ROTACION DE INVENTARIOS	=	Inventario Promedio	*	360	=	días
		Costo de Ventas				

Para Comercial Benavides tenemos:

ROTACION DE INVENTARIOS	=	$\frac{[(59554,19 + 48953,47)]}{2}$	*	19531378,80	=	103 días
		190313,06		190313,06		

Rotación Anual =	$\frac{360}{103}$	=	4 veces en el año
------------------	-------------------	---	-------------------

Interpretación:

En Comercial Benavides, los inventarios rotan en el mercado cada 103 días. Lo que demuestra una aceptable rotación del realizable: 4 veces al año. A mayor rotación mayor movilidad del capital invertido en inventarios y más rápida recuperación de la utilidad que tiene cada unidad de producto del inventario.

7. Rotación de Activos Totales

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

Proporciona, cuantas veces la empresa puede colocar entre sus clientes un valor igual

l a la inversión realizada.

Se lo obtiene dividiendo las ventas netas por el valor de los activos

ROTACION DE	=	Ventas	=	veces
ACTIVOS TOTALES		Activos Totales		

totales:

Para Comercial Benavides tenemos:

ROTACION DE	=	212888,40	=	1,28
ACTIVOS TOTALES		166242.30		

Interpretación:

Comercial Benavides colocó entre sus clientes 1.28 veces el valor de la inversión efectuada. Esta relación indica qué tan productivos son los activos para generar ventas, es decir, cuánto se está generando de ventas por cada dólar invertido

8. Rotación de Activo Fijo:

Mide la capacidad de la Empresa de utilizar el capital en activos fijos, es decir, cuántas veces podemos colocar entre los clientes un valor igual a la inversión realizada en activo fijo.

ROTACION DE	=	<u>Ventas</u>	=	veces
ACTIVO FIJO		Activo Fijo		

Para Comercial Benavides tenemos:

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

ROTACION DE	=	$\frac{212888,40}{27871,66}$	= 7,64
ACTIVO FIJO			

Interpretación:

Es decir, que Comercial Benavides está colocando en el mercado 7.64 veces el valor de lo invertido en activo fijo, este indicador es alto porque la empresa no tiene activos fijos de alto valor.

3.5.3 ANÁLISIS DE SOLVENCIA

9. Estructura del Capital:

Este coeficiente muestra el grado de endeudamiento con relación al patrimonio, evaluando el impacto del pasivo total con relación al patrimonio. Se calcula:

ESTRUCTURA DEL	=	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$	=	%
CAPITAL				

Para Comercial Benavides tenemos.

ESTRUCTURA DEL	=	$\frac{21210,034}{145032,27}$	= 15%
CAPITAL			

Interpretación:

Significa que en el 2009, el pasivo representó el 15% de su patrimonio, es decir, que la empresa se financia principalmente con fondos propios



10. Endeudamiento:

Mide el nivel global de endeudamiento de fondos aportados por los acreedores. Representa el porcentaje de fondos de participación de los acreedores, ya sea en el corto o largo plazo, en los activos.

RAZON DE ENDEUDAMIENTO			
=		$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$	= %

Para Comercial Benavides tenemos:

RAZON DE ENDEUDAMIENTO			
=		$\frac{21210,03}{166242,30}$	= 13%

Interpretación:

Para el 2009, el 13 % de los activos totales es financiado por terceros y de liquidarse estos activos totales al precio en libros quedarían un saldo de 87 % de su valor, después del pago de sus obligaciones vigentes.

11. Cobertura para Gastos Fijos

Permite medir la capacidad de la empresa para asumir sus costos fijos. “El margen bruto es la única posibilidad que tiene la compañía para responder por sus costos fijos y por cualquier gasto adicional, como por ejemplo, los financieros.”

COBERTURA GASTOS FIJOS			
=		$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Gastos Fijos}}$	= veces



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

Para Comercial Benavides tenemos:

COBERTURA GASTOS FIJOS	=	$\frac{26567,84}{15281,30}$	=	1,74
-------------------------------	---	-----------------------------	---	------

Interpretación:

Significa que por cada dólar de gasto q tenga, la empresa genera 1.80 dólares en utilidades para cubrir ese gasto.

3.5.4 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD

12. Rendimiento sobre el Patrimonio

Mide la capacidad de la empresa para generar utilidad a favor del propietario.

RENDIMIENTO SOBRE				
=		<u>Utilidad Neta</u>	=	%
EL PATRIMONIO		Patrimonio		

Para Comercial Benavides tenemos:

RENDIMIENTO SOBRE	=	$\frac{11286,54}{145032,27}$	=	8%
EL PATRIMONIO				

Interpretación:

Para el 2009, por cada 100 dólares de capital invertido, el negocio, generó un rendimiento de \$8

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



13. Rendimiento sobre la Inversión:

Es una medida de rentabilidad del negocio, que se obtiene dividiendo la utilidad neta entre los activos totales de la empresa, para así establecer la efectividad total de la administración.

$$\text{RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} = \%$$

Para Comercial Benavides tenemos:

$$\text{RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSION} = \frac{11286,54}{166242,30} = 7\%$$

Interpretación:

Por cada 100 dólares invertidos en el 2009 en los activos, se generaron \$7 de utilidad.

“Indicadores altos expresan un mayor rendimiento en las ventas y del dinero invertido”.

14. Utilidad Activo

Permite conocer la eficiencia en el uso de los activos de una empresa, se calcula:

$$\text{UTILIDAD ACTIVO} = \frac{\text{Utilidad antes de Impuestos}}{\text{Total Activo}} = \%$$

Para Comercial Benavides tenemos:

$$\text{UTILIDAD ACTIVO} = \frac{9593,56}{166242,30} = 6\%$$



Interpretación:

Comercial Benavides genera una utilidad de 6 % por cada dólar invertido en sus activos.

15. Utilidad Ventas:

Este coeficiente expresa la utilidad obtenida por la Empresa, por cada dólar de ventas, se calcula:

UTILIDAD VENTAS	<u>Utilidad antes de</u>		
=	<u>Impuestos</u>	=	%
	Ventas		

Para Comercial Benavides tenemos:

UTILIDAD VENTAS			
=	<u>9593.56</u>	=	5%
	212888.40		

Interpretación:

En el 2009, existe un rendimiento comercial del 5% (sobre las ventas). Este indicador es básico, puesto que permite efectuar comparaciones importantes frente a sus competidores y a su vez se trata de un dato utilizado permanentemente para las estrategias de mercado.

16. Margen Bruto

Nos indica la cantidad que se obtiene de utilidad por cada dólar de ventas, luego de que la empresa ha cubierto el costo de los bienes vendidos.

Cuanto más grande sea el margen bruto de utilidad, será mejor, pues significa que la operación de la empresa refleja un rendimiento saludable, toda vez que se maneja un bajo costo de las mercancías que vende

AUTORAS:

LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

**“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
 BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”**

MARGEN UTILIDAD BRUTA	$\frac{\text{Ventas} - \text{Costo de}}{\text{Ventas}}$	=		= \$
=	Ventas			

Para Comercial Benavides tenemos:

MARGEN UTILIDAD	<u>212888,40</u>	-			
=	<u>190313,06</u>			= <u>22575,34</u>	= 0,11
BRUTA	212888,40			212888,40	

Interpretación:

Es decir que Comercial Benavides obtiene 11 centavos, por cada dólar que adquiere por sus ventas después de cubrir el costo de los bienes vendidos.

17. Margen Neto

Mide el porcentaje de cada dólar de ventas que queda después de que todos los gastos incluyendo impuestos, han sido deducidos. Este índice relaciona la utilidad líquida con el nivel de las ventas netas.

Este ratio permite evaluar si el esfuerzo hecho en la operación durante el periodo de análisis, está produciendo una adecuada retribución para el empresario.

MARGEN NETO DE UTILIDAD	$= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$	=	%
--------------------------------	--	---	---

Para Comercial Benavides tenemos:

MARGEN NETO DE UTILIDAD		=	
=	<u>11286,54</u>		5%
	216880,90		

AUTORAS:
 LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
 PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

Interpretación:

En el 2009 Comercial Benavides, obtuvo una rentabilidad de 5%. En este punto es decisivo el hecho de la estimación adecuada de provisiones (necesarias para cubrir la pérdida esperada por riesgo de cartera) puesto que un valor subestimado de provisiones podría estar sobredimensionando el rendimiento y por tanto el accionista debería buscar mecanismos para mejorar su inversión caso contrario debe evaluar el rendimiento alternativo en otro negocio.

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

CAPÍTULO

IV

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIONES

Del análisis del riesgo de crédito realizado a Comercial Benavides, concluimos que la falta de control en el proceso de administración de créditos, desde su otorgamiento, hasta la recuperación de cartera, implica fortalecer los procedimientos, políticas y habilidades del personal; cabe recalcar que una buena administración del riesgo de crédito incrementa las utilidades y por ende genera valor agregado al negocio, por lo que concluimos:

1. En el cantón Paute, Comercial Benavides es uno de los comercios con mayor actividad económica en la venta de electrodomésticos, audio y video para el hogar, celulares y una gran variedad de accesorios, los mismos que son adquiridos por las personas de clase media y media baja, y de extranjeros (Peruanos) que laboran en las floricultoras; a través de los ingresos mensuales o remesas de los emigrantes que es uno de los ingresos más importantes en nuestra economía, cabe recalcar que para mantenerse dentro del mercado de su actividad económica, tiene que estar en un constante análisis de la competencia.
2. De acuerdo al análisis realizado a las políticas de venta y de crédito de Comercial Benavides, encontramos que no cuentan con políticas claras que establezcan un límite en el otorgamiento de créditos.
3. Comercial Benavides no cuenta con una técnica de evaluación crediticia, que le permita conocer la capacidad de pago y veracidad de los datos del cliente, pues se basa en el análisis de la información interna que proporciona el sistema “SOFI” y de la aplicación “CALL CENTER”, incrementado su riesgo pues no



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”**

confirma los datos, lo que impide realizar una buena segmentación del mercado.

4. En base al análisis de los Estados Financieros encontramos que la provisión de cuentas por cobrar es baja e irreal, debido a que en años anteriores no se realizaba la provisión de la cartera vencida. En este punto es indispensable la estimación adecuada de provisiones (necesarias para cubrir la pérdida esperada por riesgo de cartera) puesto que un valor subestimado de provisiones podría estar sobredimensionando el rendimiento y por tanto el propietario debería buscar mecanismos para mejorar su inversión caso contrario debe evaluar el rendimiento alternativo en otro negocio.
5. La falta de parámetros en la evaluación del cliente para el otorgamiento de un crédito de consumo, la falta de información del comportamiento histórico de pagos (buró), de herramientas estadísticas; y de una buena gestión de cobranzas en Comercial Benavides, según el análisis realizado (Cap. III) trae como consecuencia la no recuperación oportuna de la cartera.



4.2 RECOMENDACIONES

La deficiente situación económica que atraviesa nuestro país, deteriora el poder de compra de los clientes, lo que implica que Comercial Benavides tome medidas más cautelosas y preventivas al momento de otorgar un crédito a sus clientes, por lo que recomendamos:

1. Fortalecer las políticas de crédito y de cobranzas, comprometiendo al propietario y empleados al cumplimiento de las mismas.
2. En base al análisis de Cartera vencida de Comercial Benavides, recomendamos establecer límites en el otorgamiento de sus créditos de acuerdo a sectores económicos, por segmentos de clientes, niveles de ingresos, productos, etc.
3. Establecer políticas de excepción para la autorización del otorgamiento de un crédito de consumo, al no contar con la presencia del propietario del comercial.
4. Diversificar las relaciones con otras empresas a través de convenios de responsabilidad empresarial con el objetivo de incrementar sus ventas y mitigar el riesgo, promocionando precios bajos, calidad, garantía, paquetes promocionales, etc.
5. Implementar una guía técnica de evaluación crediticia basada en las 5Cs del crédito, que se encuentre al nivel de la actividad comercial de la misma, se recomienda también contratar los servicios del buró de crédito para que tenga conocimiento del comportamiento crediticio de sus clientes en otras áreas financieras y comerciales.



LAS CINCO C DEL CRÉDITO

Es una de las técnicas más utilizadas que proporciona un minucioso análisis de la concesión de créditos, debemos mencionar que debido al tiempo y el costo que implica este método, se utiliza para empresas con actividad de solicitudes de crédito de mucho dinero.

Proponemos a la empresa guiarse en esta técnica, la misma que no se fundamentará en un análisis minucioso como en las empresas grandes, ya que nuestro objetivo es que la empresa proporcione créditos a clientes con una buena capacidad crediticia, asegurando el cumplimiento de las obligaciones contraídas con la empresa sin recurrir a otras técnicas para su cobro. Esta comprende:

1. **Capital.-** Hace referencia a la solvencia del cliente, es decir el patrimonio que posee.
2. **Capacidad.-** Es la capacidad de liquidez que tiene el cliente para el pago del crédito solicitado, basado en los flujos de efectivo.
3. **Carácter.-** Es el comportamiento histórico del solicitante del crédito de consumo, que es proporcionado por el sistema contable que maneja la empresa y/o por los Burós de Créditos en la central de riesgos.
4. **Condiciones.-** Son las condiciones económicas actuales, es decir el entorno en el cual actúa el solicitante del crédito.
5. **Colateral.-** Hace referencia al garante, hipoteca o la prenda que ofrece el cliente, para que la empresa se asegure del pago de la obligación contraída por el deudor.
6. Realizar los ajustes necesarios en el presupuesto establecido por Comercial Benavides de acuerdo a las condiciones macroeconómicas del país y los cambios en el mercado mismos que deben ser coherentes con las metas establecidas.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

7. Crear una herramienta para el cálculo de provisiones que proporcione datos más reales y consistentes en la actividad de Comercial Benavides. Un sistema de administración del riesgo que maneje diversos parámetros según segmentos, productos, pérdida esperada o provisiones, etc.

8. Establecer técnicas estadísticas en base a datos históricos de la cartera que faciliten el análisis del comportamiento de la misma.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

ANEXOS

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

ANEXO Nº 1

ESTRUCTURA DE CLIENTES DE COMERCIAL BENAVIDES
DEL AÑO 2009

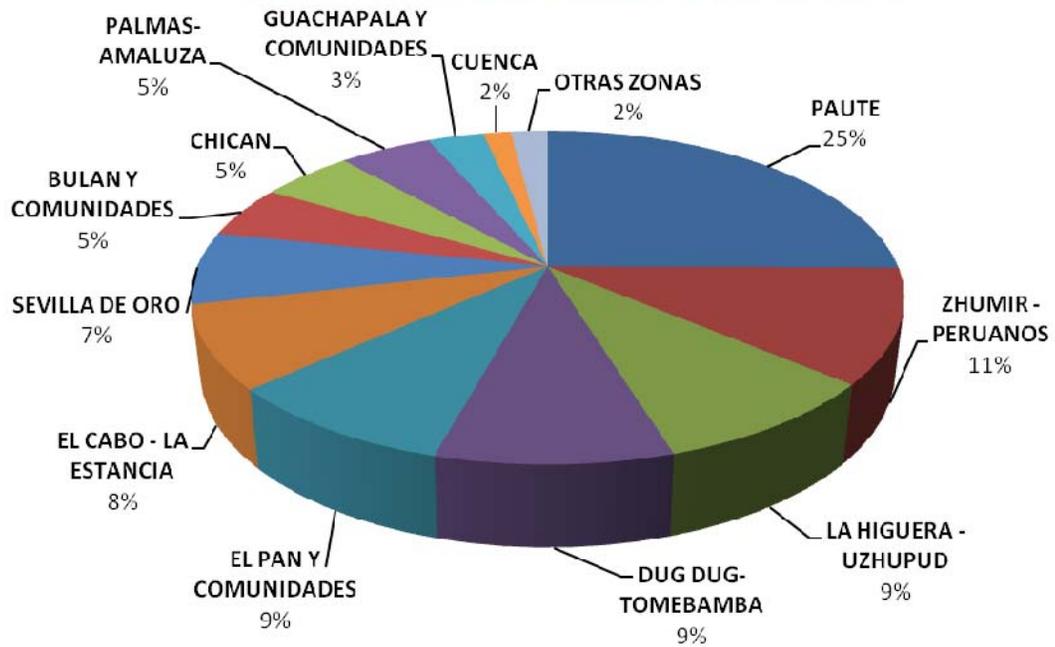
SECTOR	CLIENTES	% CLIENTES
PAUTE	1032	25%
ZHUMIR - PERUANOS	452	11%
LA HIGUERA - UZHUPUD	392	9%
DUG DUG- TOMBAMBA	371	9%
EL PAN Y COMUNIDADES	373	9%
EL CABO - LA ESTANCIA	330	8%
SEVILLA DE ORO	289	7%
BULAN Y COMUNIDADES	208	5%
CHICAN	206	5%
PALMAS-AMALUZA	209	5%
GUACHAPALA Y COMUNIDADES	123	3%
CUENCA	62	2%
OTRAS ZONAS	82	2%
TOTAL	4129	100%

GRÁFICO CLIENTES:

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



CLIENTES DE COMERCIAL BENAVIDES





UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

**“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
 BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”**

ANEXO Nº 2

	2009	2008
ACTIVOS	166242.3	110819.22
CORRIENTE	136777.75	92190.1
1.1.01 CAJA GENERAL	93.58	855.25
1.1.02.01 BANCO DEL PICHINCHA	4077.87	4219.00
1.1.02.03 BANCO DEL AUSTRO	23257.9	9438.67
1.1.03 CLIENTES	50925.45	28329.55
ANTICIPO A PROVEEDORES	-	35.75
1.1.09 PROVISION CTAS INCOBRABLES	-1338.94	-708.8
1.1.08 IMPUESTO A LA RENTA ANTICIPADO	207.7	1067.21
1.1.10 INVENTARIO FINAL MERCADERIA	59554.19	48953.47
FIJO	27871.66	15020.82
1.2.01 MUEBLES Y ENSERES	7385.44	7385.44
DEPRECIACION ACUMULADA		
1.2.02 MUEBLES Y ENSERES	-2130.58	-1392.04
1.2.03 EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1644.64	1606
DEPRECIACION ACUMULDADA EQ.		
1.2.04 COMPUTACION	-1083.84	-918.58
1.2.07 VEHICULOS	24960	12500
DEPRECIACION ACUMULADA		
1.2.08 VEHICULOS	-3744	-5000
SISTEMA DE FACTURACION Y		
1.2.09 CONTABILIDAD	1400	1400
AMORTIZACION ACUMULADDA SIST.		
1.2.10 FATC. Y CONTA	-560	-560
DIFERIDO	1592.89	3608.3
CREDITO TRIBUTARIO IVA	-	3541.25
CREDITO TRIBUTARIO RENTA (AÑO		
1.3.03 ANTERIOR)	718.86	67.05
1.3.03 CREDITO TRIBUTARIO AÑO ACTUAL	874.03	-
PASIVO	21210.03	15578.88
CORRIENTE	21055.38	15163.48
2.1.01 PROVEEDORES	20956.25	14984.11
RETENCION EN LA FUENTE IMP. R X		
2.1.04 PAGAR	99.13	179.37
IMPUESTO A LA RENTA DEL		
2.1.07 EJERCICIO	154.65	415.4
PATRIMONIO	145032.27	95240.34
3.1.01 CAPITAL SOCIAL	120767.43	70511.2
LAIME SUMBA MATISA VANESSA		
3.3.01 PATRIMONIO DE AÑOS ANTERIORES	12978.3	11750.84
3.3.02 UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	11286.54	12978.3

CONTADOR



UNIVERSIDAD DE CUENCA
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
 BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

GE



COMERCIAL BENAVIDES

RUC: 0100267053001
 Dir: Mariscal Sucre 4-44 y Bolívar
 Telf: 2 250-172
 PAUTE-ECUADOR

**ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
 DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2009**

ANEXO Nº 3



COMERCIAL BENAVIDES

RUC: 0100267053001
 Dir: Mariscal Sucre 4-44 y Bolívar
 Telf: 2 250-172
 PAUTE-ECUADOR

**ESTADO DE RESULTADOS
 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2009**

	2009	2008
4.1.01 VENTAS	212888.40	177595.27
DESCUENTO EN VENTAS		80.26
DEVOLUCION EN VENTAS		
TRANSPORTE EN VENTAS		
4.2.02 INTERESES GANADOS	3992.5	894.45
VENTAS NETAS	216880.90	178409.46
- COSTO DE VENTAS	190313.06	155560.3
INVENTARIO INICIAL DE		
1.1.06 MERCADERIAS	48953.47	29202.87
5.4.01 COMPRAS	200913.78	178090.37
4.2.02 DESCUENTO EN COMPRAS		2795.52
4.2.03 DEVOLUCION EN COMPRAS		3270.1
4.1.04 TRANSPORTE EN COMPRAS		3286.15
+ COMPRAS NETAS	200913.78	175310.9
= MERCADERIA DISPONIBLE PARA VENDER	249867.25	204513.77
- INVENTARIO FINAL DE		
1.1.06 MERCADERIAS	59554.19	48953.47
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	26567.84	22849.16
- GASTOS OPERACIONALES	15281.30	9870.86

AUTORAS:
 LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
 PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

5.1.01	SUELDOS Y SALARIOS	2371.44	543.8
5.1.02	HONORARIOS		525.15
5.1.03	GTO. APORTE PATRONAL	317.84	72.9
5.1.04	GTO. APORTE PERSONAL	244.60	56.1
5.1.05	DECIMO CUARTO SUELDO	218.00	
5.1.06	FONDOS DE RESERVA	54.48	
5.1.07	ENERGIA ELECTRICA	606.59	527.96
5.1.08	TELEFONO	493.57	322.87
5.1.09	TV CABLE	206.42	198.56
5.1.10	TRANSPORTE Y PEAJE	2032.34	25.5
5.1.11	SEGURIDAD DEL ALMACEN	26.79	410.04
5.1.12	PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	131.10	1401.7
5.1.14	INTERNET	322.13	
5.1.21	COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES SUMINISTROS Y MATERIALES DE	346.12	278.73
5.1.22	OFC MANT. Y REPARACION DE	519.41	236.92
5.1.23	ACTIVOS FIJOS	811.14	439.58
5.1.29	COMISIONES BANCARIAS	898.08	210.63
5.1.30	PROVISION CTAS INCOBRABLES DEPRECIACION MUEBLES DE	630.42	283.3
5.2.01	OFICINA DEPRECIACION EQUIPO DE	738.54	738.54
5.2.03	COMPUTACION	164.46	535.28
5.2.06	DEPRECIACION VEHICULOS AMORTIZACION SIST. DE	3744.00	2500
5.2.15	CONTABILIDAD	340.00	280
5.2.16	OTROS GASTOS	63.83	283.3
	= UTILIDAD NETA	11286.54	12978.3
	-15% PARTICIPACION TRABAJADORES	1692.981	1946.745
	= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	9593.56	11031.56

GERENTE
CONTADOR

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

BIBLIOGRAFÍA

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS:

- ✓ ETTIGER, Richard P. y Golieb , David E, 1984, CREDITOS Y COBRANZAS, Cía. Editorial Continental, S.A. de C.V., México.
- ✓ MONTAÑO, Agustín , 1987, ADMINISTRACION DE LA COBRANZA: PROGRAMACION Y CONTROL: Editorial Trillas S.A

LEYES:

- ✓ Normas Generales para la Aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero. DE LA GESTION Y ADMINISTRACION DE RIESGOS, Art. 2 párrafo 2.4
- ✓ Normas Generales para la Aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero. ELEMENTOS DE LA CALIFICACION DE ACTIVOS DE RIESGO Y SU CLASIFICACION: Art. 5 párrafo 1.2
- ✓ Normas Generales para la Aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero. CAPITULO IX: DE LOS BURO DE INFORMACION CREDITICIA

INTERNET:

- ✓ Provisión de cartera: <http://www.gerencie.com/provision-de-cartera.html>.
- ✓ Cuentas y documentos por Cobrar: <http://TESIS\informacion\CONCEPTOS\cuentas-y-documentos-por-cobrar.html>
- ✓ Cobranza: <http://informacion\internet>
- ✓ Cobranza. Recupero Crediticio: <http://gestiondecobranzas.com/recuperacion-de-deudas.aspx>
- ✓ Servicio de Gestión de Cobranzas: info@gestiondecobranzas.com

AUTORAS:

LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

- ✓ Diversificación:
<http://www.es.yourmoneycounts.com/ymc/goals/investing/diversification.html>
- ✓ Diversificar:
<http://www.franklintempleton.com.mx/mx/jsp/content.jsp?url=/education/diversificacion#2>
- ✓ Los beneficios de una buena diversificación:
asaizg@cwpanama.net
- ✓ Servicio de Gestión de Cobranzas: info@gestiondecobranzas.com
- ✓ Conociendo la Tasa de Interés:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Cr%C3%A9dito>
- ✓ Tasa de Interés: http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_interes
- ✓ Buró de Crédito:
http://www.economia.com.mx/conoce_y_sabe_para_que_sirve_un_buro_de_crédito.html



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

DISEÑO DE TESIS

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”**

**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR**



**DISEÑO DE TESIS PREVIA A LA OBTENCION DEL TITULO DE
CONTADOR PUBLICO AUDITOR**

TEMA:

**“ANALISIS DEL RIESGO DE CREDITO EN COMERCIAL BENAVIDES,
EN EL AÑO 2009”**

AUTORAS:

LAIME SUMBA MAYRA VANESSA

PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ

DIRECTOR:

ING. EDGAR MOSCOSO

AÑO:

2009

**AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ**



1. DEFINICIÓN DE LA PROBLEMÁTICA

En Comercial Benavides, se ha presentado diferentes dificultades dentro de la administración de la cartera de clientes durante el 2009, originada por la falta de control en el proceso de administración de créditos, desde su otorgamiento, control y recuperación de la cartera, situación que implica fortalecer los procedimientos, políticas y habilidades del personal para cumplir con este objetivo; cabe recalcar que una buena administración del riesgo del crédito genera utilidades y por ende un mayor valor agregado para el negocio.

2. DELIMITACIÓN DEL TEMA

1. Contenido

Análisis del Riesgo de Crédito

2. Espacio Geográfico o Institucional

En Comercial Benavides

3. Periodo

Año 2009

TEMA: “Análisis del Riesgo de Crédito en Comercial Benavides, en el año 2009

3. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

3.1 Justificación Académica

El presente trabajo aportará en esta área, un conocimiento sobre la administración del riesgo de crédito; que es la posibilidad de perdida debido al incumplimiento del prestatario o de la contraparte en operaciones directas o indirectas que implica el no pago, el

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

pago parcial o la falta de oportunidad en el pago de las obligaciones pactadas, mediante el análisis práctico de los conocimientos adquiridos durante nuestra formación académica.

3.2 Justificación Social

El objetivo de Comercial Benavides es satisfacer las diferentes necesidades de los clientes de clase media y baja, nuestro trabajo se sustenta en el control de endeudamiento de los clientes, el cual no solo proporciona un beneficio al negocio, sino también, permite a los clientes a evitar el sobre endeudamiento que conlleva dificultades financieras futuras, contribuyendo al control de la crisis social.

3.3 Justificación Institucional

Es generar valor al negocio, optimizando las utilidades a través de la reducción de pérdidas y gastos que conlleva el fortalecimiento de la administración del crédito.

3.4 Factibilidad

Para el desarrollo de este tema contamos con la autorización y disposición de toda la información necesaria, así como de la colaboración del Gerente y del Personal que labora en el negocio.



4. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

CRÉDITO

Es la confianza dada o recibida a cambio de un valor. El crédito coloca una obligación a pagar por el comprador y da el derecho de cobro al vendedor. El crédito es usado como medio de cambio y como un agente de producción. Da flexibilidad a la oferta y la demanda hace más productivo al capital, acelera la producción y la distribución, aumenta el volumen de los negocios, facilita la transferencia de dinero y sirve para elevar el nivel de manejo de los negocios.

Un vendedor debe tener total confianza en la capacidad y buena voluntad del comprador para pagar; también debe protegerse contra la falsa confianza. La necesidad de un medio de cambio varía con el estado de negocios.¹⁸

Aplicación:

Nuestro estudio se basará en la actividad diaria de Comercial Benavides que es la venta a efectivo o mediante la concesión de un crédito directo que conlleva un costo implícito, generalmente las personas no pueden adquirir productos de costo elevado con liquidez inmediata lo cual conlleva la existencia de los prestamos.

POLITICAS DE CRÉDITO

¹⁸ Basado en ETTIGER Richard P. y GOLIEB, David E, 1984, “CRÉDITOS Y COBRANZAS”, Cía. Editorial Continental, S.A. de C.V., México.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

Las políticas son normas de conducta o de acción dictadas por la dirección que deben observar todos los empleados de la empresa. Dichas políticas deben expresarse por escrito e indican qué es lo que se puede hacer y lo que no se debe hacer.

Las políticas se establecen de acuerdo con el objetivo de la empresa, , así como con las directrices que establezcan los dueños de la Empresa.

En la empresa se establece políticas para cada función específica de acuerdo a cada línea del negocio, como: políticas de venta, de compras, de producción, de persona, de crédito, de cobranzas, etc.”.¹⁹

Aplicación:

La actividad de todo negocio, conlleva tener un conocimiento de la evolución de la competencia y de los cambios en el mercado, por lo que es necesario actualizar permanentemente las políticas de la empresa, que son acatadas por todos los empleados; de manera que contribuyan a una adecuada colocación de crédito con la menor probabilidad de mora, que permita la disminución de Riesgo Crédito.

RIESGO DE CRÉDITO

Es la posibilidad de pérdida debido al incumplimiento del prestatario o de la contraparte en operaciones directas, indirectas o de derivados que conlleva el no pago, el pago parcial o la falta de oportunidad en el pago de las obligaciones pactadas.²⁰

Aplicación:

¹⁹ MONTAÑO, Agustín , 1987, ADMINISTRACION DE LA COBRANZA: PROGRAMACION Y CONTROL:
Editorial Trillas S.A

²⁰ Normas Generales para la Aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.: DE LA GESTION Y ADMINISTRACION DE RIESGOS, Art. 2 P2.4



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

Nos permitirá estudiar la probabilidad de incumplimiento de los clientes de Comercial Benavides en sus segmentos de créditos.

CREDITOS DE CONSUMO

Son los otorgados a personas naturales para la adquisición de bienes de consumo o pago de servicios, que generalmente se amortizan en función de un sistema de cuotas periódicas y cuya fuente de pago es el ingreso neto mensual promedio del deudor, entendiéndose por éste el promedio de los ingresos brutos mensuales del núcleo familiar menos los gastos familiares estimados mensuales²¹.

Aplicación:

Nuestro estudio se basara en la segmentación de los créditos que la empresa otorga especialmente a las personas naturales que nacen como consecuencia de la adquisición de bienes que son inaccesibles al contado debido a su falta de liquidez, los créditos de consumo son cancelados a través de cuotas establecidas, dichas cuotas deben acoplarse a un estudio promedio de los ingresos brutos mensuales de cada individuo.

PROVISIONES:

Se entiende por provisión de cartera el valor que la empresa, según análisis del comportamiento de su cartera, considera que no es posible recuperar, y por tanto debe provisionar. Siempre que una empresa realice ventas a crédito corre el riesgo que un porcentaje de los clientes no paguen sus deudas, constituyéndose para la empresa una pérdida, puesto que no le será posible recuperar la totalidad de lo vendido a crédito.

²¹ Normas Generales para la Aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero: ELEMENTOS DE LA CALIFICACION DE ACTIVOS DE RIESGO Y SU CLASIFICACION: Art 5, párrafo .2



“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

El valor de las ventas a crédito no canceladas por los clientes constituye una pérdida para la empresa que debe reconocerse en el resultado del ejercicio, por tanto se debe llevar como un gasto. La provisión de cartera, una vez calculada disminuye el valor de la cartera y se reconoce como gasto.”²²

El método más común para estimar las provisiones para cuentas incobrables es:

- **Método del 1% del Total de las cuentas por cobrar clientes**

Aplicación:

Las provisiones nos ayudan a hacer frente a necesidades futuras que se derivan del incumplimiento de pago de sus clientes, dichas provisiones ayudan a este negocio reducir la pérdida total de su cartera.

GESTION DE COBRANZA

“es fácil vender lo difícil es recuperar los créditos que se otorgan para vender”.

La gestión de cobro se refiere a exigir el pago, es una actividad ajena a la empresa, pues al interior del área de cuentas por cobrar la visión debe ser la de completar ventas y hacer espacio para nuevos pedidos, entendiendo que un componente básico para ello es recibir el pago. La administración de la cobranza es un problema cotidiano de cualquier empresa que afecta negativamente su flujo de efectivo.²³

Recuperar deudas requiere de planificación, orden y constancia. Un compromiso con el cliente que se refleja en la pronta respuesta a los pagos pactados.

²² Provisión de cartera: <http://www.gerencie.com/provision-de-cartera.html>

²³ Basado en: Cobranza: http://informacion\internet riesgos\el_valor_comercial_del_credito.htm



“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

La administración del Riesgo de crédito no es sólo el proceso de otorgamiento de un crédito y de recuperación de la cartera, implica también, fortalecer los procedimientos, políticas y habilidades del personal para cumplir con este objetivo y generar así, una utilidad para el negocio.

“Cobranza Pre-legal

Método de cobro altamente efectivo en donde se logra la recuperación de cartera morosa o difícil, mediante la utilización de métodos extrajudiciales.

Esto implica:

- Investigación y localización del deudor.
- Aclaración del saldo adeudado.
- Notificación del estado del adeudo a cada deudor.
- Negociación del adeudo.
- Recuperación de saldos.
- Reportes del estado de la cartera.

Cobranza Legal

Es utilizada al agotarse todas las instancias anteriores y previa autorización del cliente.

Acciones:

- Se complementa la documentación que amparan los adeudos.
- Juicios Ejecutivos Mercantiles: cheques, letras de cambio y pagarés.
- Ordinarios: Facturas, contra recibos, etc.
- Negociaciones y convenios.
- Cobro o embargo de bienes ^{“24}

²⁴ Servicio de Gestión de Cobranzas: info@gestiondecobranzas.com



“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

Aplicación:

Es importante examinar las cuentas por cobrar en forma periódica para determinar si los clientes están cumpliendo de acuerdo a las condiciones establecidas. La Gestión de Cobranzas se orientará a optimizar el desempeño, incrementando la rentabilidad, reduciendo costos y mejorando la relación con los clientes.

DIVERSIFICACIÓN:

Si bien no se puede eliminar completamente el riesgo, éste puede controlarse, para ello la diversificación de la cartera es una manera de administrar una parte del riesgo existente. La diversificación es el equivalente en inversión del antiguo refrán que dice: "No ponga todos los huevos en la misma canasta".²⁵

Aplicación:

La implementación de una buena diversificación en la concesión de créditos de consumo disminuye el riesgo crediticio; lo que conlleva a una buena administración del crédito a controlar y distribuir el riesgo en los diferentes sectores en los que este negocio labora y así mantener una cartera que genere un rendimiento óptimo.

TASAS DE INTERÉS:

Es un monto en dinero que corresponde a un porcentaje del crédito aprobado. Este dinero debe ser pagado al emisor en retribución por el préstamo en dinero recibido.

A nivel individual, la tasa de interés representa un balance entre el riesgo y la posible ganancia de la utilización de una suma de dinero en una situación y tiempo determinado.

²⁵ Diversificación: <http://www.es.yourmoneycounts.com/ymc/goals/investing/diversification.html>



Aplicación:

En la actualidad, las tasas de interés están fuertemente influidas por la inflación, las cuales varían según la actividad o sector en el cual es utilizado. Para nuestro estudio, el interés representa el precio futuro de un bien con relación al precio actual del mismo, es un costo adicional que el cliente acepta pagar en un tiempo y bajo condiciones establecidas.

BURÓ DE CRÉDITO:

“Es una Sociedad de Información Crediticia orientada a integrar información sobre el comportamiento del crédito de las personas y de las empresas. A la fecha, sirve de marco de referencia para que las empresas comerciales, instituciones financieras, distribuidoras de automóviles (entre otras entidades), decidan respecto a otorgar o negar un crédito a quienes lo hubiesen requerido. En dicha sociedad se va integrando un expediente de todas y cada una de las personas (físicas o morales) que ya disfrutaban o han disfrutado de un crédito, a fin de conocer su comportamiento crediticio.”²⁶

“**Art. 1.-** La prestación del servicio de referencias crediticias será realizada únicamente por los burós de información crediticia, los que deberán ser previamente autorizados para operar por la Superintendencia de Bancos y Seguros. En su denominación se incluirá obligatoriamente la frase "Buró de información crediticia".

Art. 2.- Los burós se constituirán ante la Superintendencia de Bancos y Seguros, como sociedades anónimas, cuyo objeto social exclusivo debe ser la prestación de servicios

²⁶ Buró de crédito: http://www.economia.com.mx/conoce_y_sabe_para_que_sirve_un_buro_de_credito_.htm



“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

de referencias crediticias que versará sobre las operaciones activas y contingentes para identificar adecuadamente a los deudores del sistema financiero, de seguros privados, de seguridad social y del sector real de la economía, con el objeto de conocer su nivel de endeudamiento y su nivel de riesgo crediticio.”²⁷

Aplicación:

El buró de crédito contribuye a formar la cultura del crédito entre las personas, promoviendo un consumo sano. En nuestro estudio su función será proporcionar toda la información referente al comportamiento crediticio de las personas, facilitando la apertura de crédito a sus clientes; apoyando así a la actividad económica de Comercial Benavides, en lo referente a: minimizar el riesgo crediticio, promover una buena administración del negocio y evitar el aumento de cartera vencida e incrementar su rentabilidad.

5. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El objetivo general es analizar el riesgo de crédito en Comercial Benavides, durante el año 2009, para fortalecer los procedimientos, políticas y la gestión de cobranzas de cartera vencida; logrando reducir el riesgo y optimizar sus utilidades.

OBJETIVOS PARTICULARES

- Identificar el impacto económico en la comercialización de productos a través de créditos.
- Recopilar y analizar la información obtenida en Comercial

²⁷ Normas Generales para la Aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero: Capítulo IX.- De los Buros de Información Crediticia.



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

Benavides

- Identificar el riesgo de crédito zonal y por producto.
- Implementar una nueva metodología de gestión de cobranzas
- Fortalecer las políticas de crédito

6. CONTENIDOS BÁSICOS DEL ESTUDIO

- INTRODUCCIÓN

CAPITULO I: ANTECEDENTES

1.1. Descripción del Objeto de Estudio

1.2. Aspectos Conceptuales.

- CAPÍTULO II: IMPACTO ECONÓMICO EN LA COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS.

2.1 Mercado Objetivo

2.2 Factores Implícitos

2.2.1 Oferta y Demanda de productos

2.2.2 Remesas de Emigrantes

2.2.3 Tecnología

2.2.4 Importaciones

2.2.4.1 Influencia de Política Gubernamental en las
Importaciones.

2.2.5 Competencia

- CAPÍTULO III: ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO

3.1 Políticas de crédito

3.2 Evaluación Crediticia

3.3 Clientes

3.3.1 Cartera vencida

3.3.2 Provisiones

3.4 Riesgo de Crédito de Consumo

3.4.1 Por productos

3.4.2 Por sectores geográficos

AUTORAS:
LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



**“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
 BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”**

3.5 Análisis Financiero (Indicadores)

- 3.5.1 Análisis de Liquidez
- 3.5.2 Análisis de Gestión
- 3.5.3 Análisis de Solvencia
- 3.5.4 Análisis de Rentabilidad

- CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- 4.1 Conclusiones.
- 4.2 Recomendaciones

- ANEXOS

- BIBLIOGRAFÍA

6. DIAGRAMA DEL ESQUEMA TENTATIVO

OBJETIVO GENERAL

“El objetivo general es analizar el riesgo de crédito en Comercial Benavides, durante el año 2009, para fortalecer los procedimientos, políticas y la gestión de cobranzas de cartera vencida; logrando reducir el riesgo y optimizar sus utilidades”.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CAPÍTULOS
	INTRODUCCIÓN CAPITULO I: ANTECEDENTES 1.1 Descripción del Objeto de Estudio 1.2 Aspectos Conceptuales.
Identificar el impacto económico en la comercialización de	CAPITULO II: IMPACTO ECONÓMICO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS. 2.1 Mercado Objetivo 2.2 Factores Implícitos

AUTORAS:
 LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
 PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



**UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”**

productos a través de créditos.	2.2.1 Oferta y demanda de productos 2.2.2 Remesas de Emigrantes 2.2.3 Tecnología 2.2.4 Importaciones 2.2.4.1 Influencia de Política Gubernamental 2.2.5 Competencia
Recopilar y analizar la información obtenida en Comercial Benavides e identificar el riesgo de crédito zonal y por producto - Implementar una nueva metodología de gestión de cobranzas y fortalecer las políticas de crédito	CAPITULO III: ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO 3.1 Políticas de crédito 3.2 Evaluación Crediticia 3.3 Clientes 3.3.1 Cartera vencida 3.3.2 Provisiones 3.4 Riesgo de Crédito de Consumo 3.4.1 Por productos 3.4.2 Por sectores geográficos 3.5 Análisis Financiero (Indicadores) 3.5.1 Análisis de Liquidez 3.5.2 Análisis de Gestión 3.5.3 Análisis de Solvencia 3.5.4 Análisis de Rentabilidad
	CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 4.1 Conclusiones. 4.2 Recomendaciones
	ANEXOS BIBLIOGRAFÍA

7. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

AUTORAS:
 LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
 PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

Para el desarrollo del presente trabajo nos basaremos en técnicas de investigación cuantitativas (registros, documentos, etc.) y cualitativas (entrevistas, observaciones, etc.). Con el siguiente proceso:

- a. Recolección de la Información de diferentes fuentes bibliográficas, como:
 - Plan Estratégico de Comercial Benavides
 - Registros del negocio
 - Documentos
 - Leyes
 - Libros
 - Revistas
 - Internet
- b. Análisis de la información recopilada, para proceder a realizar el contenido de los capítulos.
- c. Redacción del texto o contenido de los capítulos, para que sea revisado por el director, para su posterior elaboración y entrega definitiva.



8. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS:

- ✓ ETTIGER, Richard P. y Golieb , David E,
1984, CREDITOS Y COBRANZAS.

Cía. Editorial Continental, S.A. de C.V., México.

- ✓ MONTAÑO, Agustín , 1987,
ADMINISTRACION DE LA COBRANZA:

PROGRAMACION Y CONTROL: Editorial Trillas S.A

LEYES:

- ✓ Normas Generales para la Aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero. DE LA GESTION Y ADMINISTRACION DE RIESGOS, Art. 2 párrafo 2.4
- ✓ Normas Generales para la Aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero. ELEMENTOS DE LA CALIFICACION DE ACTIVOS DE RIESGO Y SU CLASIFICACION: Art. 5 párrafo 1.2
- ✓ Normas Generales para la Aplicación de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero. CAPITULO IX: DE LOS BURO DE INFORMACION CREDITICIA

AUTORAS:

LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ



UNIVERSIDAD DE CUENCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

“ANÁLISIS DEL RIESGO DE CRÉDITO EN COMERCIAL
BENAVIDES, EN EL AÑO 2009”

INTERNET:

- ✓ Provisión de cartera: <http://www.gerencie.com/provision-de-cartera.html>.
- ✓ Cuentas y documentos por Cobrar: <http://TESIS\informacion\CONCEPTOS\cuentas-y-documentos-por-cobrar.html>
- ✓ Cobranza: <http://informacion\internet>
- ✓ Cobranza. Recupero Crediticio: <http://gestiondecobranzas.com/recuperacion-de-deudas.aspx>
- ✓ Servicio de Gestión de Cobranzas: info@gestiondecobranzas.com
- ✓ Diversificación: <http://www.es.yourmoneycounts.com/ymc/goals/investing/diversification.html>
- ✓ Diversificar: <http://www.franklintempleton.com.mx/mx/jsp/content.jsp?url=/education/diversificacion#2>
- ✓ Los beneficios de una buena diversificación: asaizg@cwpanama.net
- ✓ Servicio de Gestión de Cobranzas: info@gestiondecobranzas.com
- ✓ Conociendo la Tasa de Interés: <http://es.wikipedia.org/wiki/Cr%C3%A9dito>
- ✓ Tasa de Interés: http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_interes
- ✓ Buró de Crédito: http://www.economia.com.mx/conoce_y_sabe_para_que_sirve_un_buro_de_crédito.html.

AUTORAS:

LAIME SUMBA MAYRA VANESSA
PATIÑO SARI DEYSI BEATRIZ