



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y
EMPRESARIALES**

“Efectividad en la colocación de tarjetas de crédito y su relación con el nivel de morosidad: Caso Institución Financiera del Ecuador”

Estudio de caso que se presenta como opción al título de Economista

AUTOR:

Gladys Ivonne Macías Zambrano

TUTOR:

Mgs. Brian Williams

Samborondón

2017

INDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
JUSTIFICACIÓN	3
ALCANCE O TIPO DE INVESTIGACIÓN	4
NOVEDAD O ASPECTO INNOVADOR	4
1. MARCO TEÓRICO	5
1.1 Historia bancaria del Ecuador	5
1.2 Código Orgánico Monetario y Financiero del Ecuador	6
1.3 Morosidad	7
1.4 Crédito	7
1.4.1 Segmentación de la Cartera de Crédito	8
1.4.2 Riesgo de crédito	8
1.4.3 Políticas de crédito	9
1.5 Crédito de Consumo Prioritario	10
1.5.1 Calificación de Crédito de Consumo Prioritario	10
1.6 Tarjeta de Crédito	12
1.6.1 Medios de ingreso de tarjetas de crédito	12
1.6.2 Sistema Informático de la entidad financiera	13
CAPÍTULO II	14
2. MARCO METODOLÓGICO	14
2.1 Tipo de investigación	14
2.2 Periodo y lugar de investigación	14
2.3 Hipótesis de la investigación	14
2.4 Variables de la investigación	14
Operacionalización de variables	15
2.5 Métodos, técnicas e instrumentos empleados	16
2.5.1 Método estadístico de investigación	16
2.5.2 Método analítico	16
2.5.3 Universo	16
2.5.4 Muestra escogida	16
2.5.5 Metodología de evaluación de crédito	17
Mercado objetivo de la entidad financiera	17
2.5.6 Manual de Usuario del Sistema Informático	19

CAPÍTULO III.....	25
3. RESULTADOS Y PROPUESTA.....	25
3.1 Análisis de datos	25
3.2 Propuesta	35
4. CONCLUSIONES.....	38
5. RECOMENDACIONES	39
6. BIBLIOGRAFÍA	40
7. ANEXO 1	41

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	11
Tabla 2	15
Tabla 3	16
Tabla 4	23
Tabla 5	27
Tabla 6	29
Tabla 7	30
Tabla 8	30
Tabla 9	32
Tabla 10	32
Tabla 11	34
Tabla 12	36
Tabla 13	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Líneas de Crédito por cantidad de emisión de tarjetas de crédito por cada medio de ingreso.	28
Figura 2. Cartera de clientes durante el periodo enero 2016 a mayo 2017	29
Figura 3. Porcentaje de clientes vencidos según medio de ingreso	29
Figura 4. Clientes sectorizados según el medio de ingreso	31
Figura 5. Representación porcentual de los sectores geográficos	32
Figura 6. Calificación de crédito según medio de ingreso	34

RESUMEN

La tarjeta de crédito se encuentra dentro de la cartera de Crédito Consumo Prioritario, debido a que este tipo de crédito que otorgan las entidades financieras con líneas de crédito únicamente puede hacer uso para consumo de bienes o servicios que no se encuentren vinculados con alguna actividad productiva o comercial.

Para realizar el estudio se tomó en consideración la Resolución 043-2015-F, 209-2016-F y 310-2016-F de la Junta d Política y Regulación Monetaria y Financiera y lo Artículos 99,204, 205 y 210 del Código Orgánico Monetario y Financiero y dentro de las resoluciones se establece que todas entidades financieras deben determinar metodologías de evaluación para el sujeto de crédito o guiarse por la metodología que se establece en las resoluciones y artículos del marco legal ya mencionadas para otorgar líneas de crédito.

La entidad financiera nacional donde fue realizado el estudio tiene diferentes medios de ingreso para la emisión de tarjetas de crédito, por esta razón se utilizó el método correlacional, ya que tiene como objetivo determina la relación de los medios de ingreso por contact center y mercado natural y su nivel de morosidad, realizando un análisis de los procesos y políticas de crédito de cada uno, debido a que por un medio de ingreso de emisión de tarjetas de crédito tienen más clientes que han caído vencidos durante el periodo enero del 2016 hasta mayo del 2017.

Se obtuvo como resultado que las tarjetas de crédito emitidas por contact center presentan mayor nivel de morosidad dado que no se establecen parametrizaciones aprobadas por el Directorio de la entidad financiera y que si las cumple el proceso por mercado natural.

Además se obtuvo que las líneas de crédito aprobadas son más elevadas son por Contact Center que por mercado natural, ya que dentro de la cartera de crédito, la entidad bancaria destinó \$1.312.875,00 repartido entre mercado natural el valor \$394.125,00 y contact center \$918.750,00 por ende se establece que por contact center se destina mayor líneas de crédito y este medio de ingreso tiene mayor riesgo de crédito debido a la falta de parametrizaciones sincronizadas en el sistema informático para las aprobaciones.

ABSTRACT

The credit card is within the portfolio of Priority Consumer Credit, because this type of credit granted by financial institutions with credit lines can only be used for consumption of goods or services that are not linked to any productive or commercial activities.

In order to carry out the study, it was taken into consideration Resolution 043-2015-F, 209-2016-F and 310-2016-F of the Monetary and Financial Policy and Regulation Board and Articles 99,204, 205 and 210 of the Monetary and Financial Organic Code. Within this resolutions it can be established that all financial institutions must determine evaluation methodologies in the subject of credit or be guided by the methodology established in the resolutions and articles of the legal framework previously mentioned to grant lines of credit.

The national financial institution where the study was carried out has different means of income for the issuance of credit cards. For this reason, the correlational method was used. This method has the objective to determine the relation between the means of income through contact center and natural market, and their level of delinquency. This was done by performing an analysis of the credit processes and policies of each one, due to the fact that by means of income from issuing credit cards more customers have fallen during the period from January 2016 to May 2017.

As a result, the credit cards issued by contact center had a higher level of delinquency, since no parameters were approved by the Board of Directors of the financial institution and it does comply with the process by the natural market.

In addition it was found that the higher lines of credit approved are by Contact Center, not by natural market. Within the credit portfolio, the bank allocated \$ 1,312,875.00 distributed between natural market the value \$ 394.125,00 and contact Center \$ 918,750.00 therefore it is established that by contact center greater lines of credit are allocated and this means of income has greater credit risk due to the lack of synchronized parameterizations in the computer system for approvals.

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia agradezco a Dios por las bendiciones que me da y guiarme en cada etapa de mi vida.

A mi madre por siempre ser mi apoyo incondicional y que gracias a todo su esfuerzo hemos podido salir adelante.

De manera muy especial agradezco a mi tutor el Econ. Brian Williams, por su guía en el trabajo de investigación.

DEDICATORIA

Dedico este estudio de caso sin duda alguno a mi madre por estar siempre conmigo y por ser mi pilar fundamental en vida, gracias a su dedicación y confianza he podido cumplir una de mis metas en la vida que es culminar mi carrera universitaria.

INTRODUCCIÓN

La institución financiera de la presente investigación que otorga servicios financieros a clientes corporativos y naturales tanto para el mercado local e internacional. El departamento de tarjetas de crédito llegó a formar parte de la institución financiera para la prestación de servicios a establecimientos de aparatos electrónicos que permite recibir pagos con tarjetas de crédito y también realiza la emisión de tarjetas de plásticos con cupos otorgados a tarjetahabientes para que el dinero prestado por la entidad financiera sea utilizado en establecimientos afiliados a la red de tarjetas de crédito para la realización de consumos.

En toda entidad financiera que otorga créditos a clientes es importante el nivel de morosidad para determinar si se está efectuando correctamente los paramentos y mercado objetivo de cada institución.

En el departamento de tarjetas de crédito la emisión de tarjetas de pago puede darse por dos medios de ingreso que son: Mercado Natural y Contact Center. El ingreso por mercado natural es cuando los clientes de manera voluntaria se acercan a cualquier agencia de la entidad financiera a solicitar una tarjeta de crédito. En cambio por contact center el banco crea una base de datos de posibles clientes con tarjeta de crédito pre aprobadas.

La emisión de tarjetas de crédito por Mercado Natural y Contact Center deben de cumplir con las políticas de crédito que establece el departamento de crédito y a su vez deben de estar sincronizadas con las parametrizaciones del sistema informático de ingreso para que puedan cumplir con el mercado objetivo de la institución financiera, ya que si sus parametrizaciones no se encuentran actualizadas con las políticas de crédito vigente del Banco, esto a largo plazo puede representar mayor morosidad en la cartera de crédito de consumo prioritario.

Por ello la presente investigación se refiere a la relación de efectividad en la colocación de tarjetas de crédito por mercado natural versus contact center y su nivel de morosidad dentro la entidad financiera. Es un estudio que analizará los parámetros y procesos que se utilizan en los dos medios de ingresos para la emisión de tarjetas de crédito.

En la investigación se revisará las políticas de crédito y procesos donde se establece las parametrizaciones que tiene cada medio de ingreso de tarjetas de crédito para determinar la efectividad de cada uno.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En sistema financiero “los sistemas de información son esenciales para el éxito de los mercados de crédito. Funcionan como una herramienta indispensable que utilizan las instituciones financieras para sus negocios de crédito minorista” (Corporacion Financiera Internacional, 2006, pág. 5).

Uno de los servicios que ofrecen las instituciones financieras es la prestación de créditos, según la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera (2015) dentro de la segmentación de cartera de crédito se encuentra el Crédito de Consumo Prioritario “es otorgado a personas naturales para la compra de bienes y servicios” (pág. 2)

Dentro del Crédito de Consumo Prioritario esta la tarjeta de crédito de pago o crédito es considerada en el Ecuador “como un medio de pago con línea de crédito para adquirir un bien o servicio, posteriormente puede realizar los pagos del consumo ya sea corriente que es el consumo del mes de debe ser cancelado en sus totalidad y diferido que es el pago del consumo mediante cuotas mensuales aceptadas por el tarjetahabiente” (Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, 2015)

De acuerdo al contexto, todas las entidades financieras que otorgan créditos a personas naturales o jurídicas deben de hacer un análisis del comportamiento crediticio al beneficiario del crédito para obtener rentabilidad inmediata de su inversión, disminuir la cartera vencida de los créditos, por ello se quiere determinar de manera cuantitativa ¿Cuál es el medio de ingreso de tarjetas de crédito que ha tenido más clientes que han caído vencidos y la razón por la que se da este comportamiento en la entidad financiera?

OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar la efectividad de colocación de tarjetas de crédito por mercado natural y contact center y su respectivo nivel de morosidad a través de sus procesos de ingresos y parametrizaciones en el sistema informático.

Objetivos Específicos

1. Conceptualizar los componentes teóricos y normativas que argumente la existencia de servicios financieros como las tarjetas de crédito.
2. Diagnosticar la situación de los clientes de tarjetas de crédito captados vía mercado natural vs contact center.
3. Proponer que se realicen las parametrizaciones dentro del sistema informático acorde al Código Orgánico Monetario y Financiero y Resolución 209-2016-F de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera por el medio de ingreso Contact Center.

JUSTIFICACIÓN

La presente investigación tiene como objetivo determinar la efectividad en la colocación de las tarjetas de crédito ingresadas por mercado natural y contact center con su nivel de morosidad y procesos de ingresos por el sistema informático y las parametrizaciones. Este estudio será útil para la institución financiera, para evitar captar clientes que se encuentren con otras entidades en mora o que sus ingresos se encuentren muy por debajo de su nivel de endeudamiento ya que son propensos a tener pagos vencidos por baja capacidad de pago.

Por lo antes expuesto, en este contexto se debe analizar cada una de las políticas de crédito o metodologías de evaluación que se establece en el ingreso de tarjetas de crédito por contact center, debido a la flexibilidad que tiene en comparación a

mercado natural; una vez realizado determinar el nivel de morosidad de cada cliente a través de las veces que se han vencido durante un determinado periodo para evitar posibles incumplimientos en los pagos y aumento de riesgo de cartera vencida. Después de realizar el estudio se analizará lo siguiente:

- Políticas de crédito que utiliza tanto en el ingreso por mercado natural y contact center.
- La morosidad por mercado natural y contact center dentro de la cartera de crédito.
- Procesos de ingresos de tarjetas de crédito por mercado natural y contact center.

ALCANCE O TIPO DE INVESTIGACIÓN

Se quiere investigar la relación que tiene el ingreso de tarjetas de crédito por Mercado Natural y Contact Center y su nivel de morosidad de 150,000.00 tarjetahabientes de una institución financiera dentro del territorio ecuatoriano.

NOVEDAD O ASPECTO INNOVADOR

El aspecto innovador dentro de la presente investigación es determinar la relación de ingreso de tarjetas de crédito por Mercado natural y Contact Center. Esto se lo realiza revisando los manuales de procesos como están siendo implementados dentro del sistema informático que utiliza la institución financiera para poder determinar si las parametrizaciones están sincronizadas con las políticas de crédito que son aprobadas por el directorio de la entidad financiera y evitar otorgar líneas de crédito a clientes que no cumple con el mercado objetivo.

Otro aspecto innovador es determinar nivel de morosidad que los clientes de tarjetas de crédito y esto se determina a través de las veces que han caído vencidos los tarjetahabientes en relación al medio de ingreso por el cual fue aprobada la tarjeta para que la de mayor nivel sea revisada y actualizada la parametrización en sistema informático de la entidad financiera.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Historia bancaria del Ecuador

En 1830 surgió la República del Ecuador, debido a que el territorio ecuatoriano sus principales actividades económicas eran agrícola y comercial, y su sistema económico monetario era insuficiente para realizar comercio al exterior, cada vez se quedaban con menos recursos monetarios.

En el año 1832 se establece la primera Ley de Monedas de la República del Ecuador para reestablecer la acuñación de monedas.

En 1869 según lo afirma la Superintendencia de Bancos y Seguros (SBS) “se promulgó la Ley de Bancos Hipotecarios, en el cual estuvo en vigencia durante más de cincuenta años” donde surge el crédito bancario en el territorio ecuatoriano. (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2017)

En 1899, se estableció una Ley de Bancos para la emisión de monedas y negociaciones en el sistema bancario, en el cual seis entidades bancarias realizaban la emisión de dinero para el país.

En 1914, se decretó como emergencia nombrar una autoridad de supervisión de bancos, para la vigilancia de creación y cancelación de billetes en los bancos autorizados a realizar dicha actividad.

En 1927, un economista muy reconocido a nivel mundial en ese tiempo por establecer medidas económicas modernizante el Sr. Edwin Walter Kemmerer en el territorio ecuatoriano estableció el Proyecto de Ley Orgánica del Banco Central del Ecuador (BCE), Ley Orgánica del Banco Hipotecario, por ende el presidente electo en ese entonces Isidro Ayora el 4 de marzo de 1927 aprueba la Ley y el 10 de agosto del mismo año el Banco Central del Ecuador se fundó como “una institución autorizada a emitir dinero, redescantar a tasa fija, constituirse en depositaria del gobierno y de los bancos asociados, administrar el mercado de cambios y fungir de agente fiscal” (Banco Central del Ecuador , 2017).

Como el objetivo del BCE era estabilizar y unificar la Moneda ecuatoriana, estableció la moneda el sucre con respaldo del oro, para que tenga mayor validez y el precio fijo.

En 1932, se solicita la consultoría al Sr. Manuel Gómez Morín para reformar la Ley del Banco Central y normativa monetaria y aconseja al BCE que establezca los tipos de créditos que ofrecen los bancos privados al sector productivo.

1.2 Código Orgánico Monetario y Financiero del Ecuador

De acuerdo al Proyecto Código Orgánico Monetario y Financiero aprobado el 02 de septiembre del 2014 por la Asamblea Nacional del Ecuador se tomara en consideración ciertos artículos que contribuyen con las operaciones de crédito que realizan las entidades financieras en el Ecuador.

Conforme a lo que indica en Art.99 “las tarjetas de crédito por ser un medio de pago se encuentran reguladas por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera” (Código Orgánico Monetario y Financiero, 2014)

En el Art. 204 “todas entidades financieras nacional, deben de reflejar la calidad de sus activos, contingentes y provisiones, que establece este código y además cumplir con las regulaciones de JPRMF, para que esos puedan cubrir los riesgos e incobrabilidad, la pérdida del valor de los activos y puedan desarrollarse en el desempeño macroeconómico” (Código Orgánico Monetario y Financiero, 2014, pág. 69)

En el Art. 205 trata sobre las provisiones de deben de tener todas entidades financieras nacional, “estas deben de valorar sus activos y contingentes, ya que si tiene perdidas esperadas de los activos de riesgos se cubrirán con provisiones, en cambio las perdidas inesperadas se cubrirán con capital.” (Código Orgánico Monetario y Financiero, 2014, pág. 69)

1.3 Morosidad

Se considera morosidad a pagos vencidos dentro de un crédito, es utilizado como indicador para la medición de riesgo, según (La economía , 2017) “un incremento en índice de morosidad puede subestimar el riesgo de crédito, ya que refleja menos que proporcionalmente los traspasos de cartera vigente a cartera vencida ocurridos durante el periodo considerado.”

1.4 Crédito

El surgimiento del crédito en la sociedad a lo largo de la historia se lo ha utilizado como un mecanismo de financiamiento que las personas utilizan para incrementar una actividad económica.

Se afirma que el crédito “se ha usado a lo largo de la historia como una herramienta diversa. En la época helénica, el crédito lo ocupaba los comerciantes y los negociantes para acrecentar sus empresas” (Morales Castro & Morales Castro, Crédito y Cobranza, 2014, pág. 2), por lo tanto el crédito es indispensable para el crecimiento y desarrollo en las compañías, personas, países y demás entes económicos para mejorar su actividad económica.

A través el crédito se puede obtener nuevas maquinarias, para el mejoramiento de producción o calidad en el caso de compañías. En el caso de personas suelen adquirir crédito ya sea crédito educativo, crédito hipotecarios, entre otros, con el objetivo de mejorar su estilo de vida.

“La reglamentación del préstamo con interés es un elemento central de los primeros corpus jurídicos de la antigüedad por esa razón algunos historiadores suponen que el crédito podría tener un origen más antiguo y remontarse a la sedentarización agrícola del Neolítico” (Morales Castro & Morales Castro, Crédito y Cobranza, 2014, pág. 1)

1.4.1 Segmentación de la Cartera de Crédito

La Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera estableció cambios en la segmentación de los créditos para las entidades financieras en el Ecuador, esta nueva regulación fue publicada el 21 de abril de 2015 en el Registro Oficial.

Segmentación de Crédito en un artículo del diario El Comercio (2015):

- a) Crédito productivo
- b) Crédito Comercial Ordinario
- c) Crédito Comercial Prioritario
- d) Crédito Consumo Ordinario
- e) Crédito Consumo Prioritario
- f) Crédito Educativo
- g) Crédito de Vivienda de Interés Público
- h) Crédito Inmobiliario
- i) Microcrédito
- j) Crédito de Inversión Pública

1.4.2 Riesgo de crédito

Como afirman Calvo Gonzalez & Martinez Alvarez (2007)“El riesgo de los instrumentos financieros radica en la posibilidad de no recuperar el valor completo de la inversión inicialmente realizada” esto quiere decir que toda inversión tiene la posibilidad de no obtener el rendimiento esperado, el hecho de que el gerente financiero establezca políticas de crédito determina una selección de clientes sujetos al crédito, realizando como método de evaluación estableciendo normas y condiciones no obstante un principio básico de la gestión de riesgo es no concentrarse en un segmento de cliente , sino diversificar la cartera de riesgos , de esta manera se puede reducir el riesgo del crédito.

1.4.3 Políticas de crédito

Son condiciones aprobadas por el Directorio, evaluadas y validadas por la Superintendencia de Bancos, con el fin determinar si se le debe de otorgar crédito al cliente, ya que el cliente óptimo para el crédito debe de cumplir con las normas y condiciones, sino cumple este no es sujeto al crédito. El hecho de establecer correctas políticas de crédito ayuda las instituciones financieras a evitar moras e impagos en el financiamiento, reducir los niveles de riesgo de crédito, menos carteras vencidas y retorno inmediato de la inversión.

Las políticas de crédito deben de ser manejadas con fuentes de historial crediticio y métodos para el analizar al cliente si cumple como el mercado objetivo.

Existe un método de análisis llamado las cinco c del crédito que son:

- a) Carácter (historial crediticio): registro de cumplimiento de obligaciones que ha tenido el cliente anteriormente.
- b) Capacidad: Disponibilidad de dinero que tiene el cliente para pagar el crédito otorgado.
- c) Capital: Estabilidad financiera del cliente, la deuda relacionada con el capital.
- d) Colateral: Cantidad de activos que disponga el cliente, así la institución asegura el reembolso de crédito a través de los activos del cliente, puede servir como garantía de su crédito.
- e) Condiciones: puede depender de las condiciones del mercado, decisiones políticas y económicas de un país y de la institución en específico. (Gitman, Las cinco Ces del crédito, 2003, pág. 506)

Las entidades financieras en el Ecuador se rigen bajo las normas que establece el Código Orgánico Monetario y Financiero (2014) “en el Art. 210 establece los límites de las líneas de crédito que otorgan los bancos en las carteras de crédito y determina que en ningún tipo de crédito se podrá exceder 200% del patrimonio del sujeto de crédito, salvo que existiesen garantías adecuadas que lo cubran.

Además si la entidad financiera no establece una metodología que cumpla con los requisitos que determina la Superintendencia de Bancos, podrá realizar su análisis de líneas de crédito a través de los siguientes parámetros:

- a) La cuota mensual no debe de sobrepasar el 50% del ingreso neto mensual promedio del sujeto de crédito.
- b) se establece que el ingreso neto mensual promedio = Ingreso mensual promedio – gasto mensual promedio - cuota mensual estimada promedio.
- c) El gasto mensual promedio está constituido por: Alimentación, vivienda, servicios básicos, vestimenta, transporte, salud, educación.

(Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, 2016, pág. 14)

1.5 Crédito de Consumo Prioritario

De acuerdo en la Resolución 209-2016-F de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera “es otorgado a personas naturales, destinado a la compra de bienes, servicios o gastos no relacionados con una actividad productiva, comercial y otras compras y gastos no incluidos en el segmento de consumo ordinario, incluidos los créditos prendarios de joyas” (Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, 2016, pág. 13)

Las tarjetas de crédito se encuentran dentro del Crédito de Consumo Prioritario, solo si “el consumo de la línea de crédito otorgada por la entidad financiera sea para bienes o servicios que no se estén vinculados con alguna actividad productiva o comercial” (Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, 2016, pág. 13)

1.5.1 Calificación de Crédito de Consumo Prioritario

“La calificación de crédito es un método de selección de crédito que se utiliza comúnmente con solicitudes de mucho volumen y poco dinero (...) mide el poder crediticio global del solicitante” (Gitman, Calificación de crédito, 2003, pág. 506). Por lo general este tipo de método es implementado por tarjetas de crédito por su rapidez y sin ningún costo debido a que el historial crediticio determina la calificación de clientes en las diferentes instituciones financieras, además si el

cliente tiene otros productos dentro de las instituciones, este también estaría medido por la calificación interna del banco.

De acuerdo a la resolución 209-2016-F los sujetos al Crédito de Consumo Prioritario “se los determina acorde a la capacidad de pago del deudor, y a la estabilidad de la fuente de sus recursos, provenientes de sueldos, salarios, honorarios, remesas, rentas promedios u otras fuentes de ingreso, estos deben de estar debidamente verificados por la entidad financiera prestamista.” (Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, 2016)

La calificación según la Resolución No. 209-2016-F de JPRMF (2016)

Tabla 1

Categoría de crédito de consumo prioritario y ordinario Ecuador

CATEGORIAS	DIAS DE MOROSIDAD
A-1	0
A-2	1-8
A-3	9-15
B-1	16-30
B-2	31-45
C-1	46-70
C-2	71-90
D	91-120
E	+120

Fuente: (Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, 2016)

Elaboración: La autora.

1.6 Tarjeta de Crédito

“A inicios del siglo XX empezó la emisión de tarjetas de crédito, las empresas petroleras creaban tarjetas de cortesía de cartón para clientes. En 1950 la compañía Diners Club estableció en el mercado la primera tarjeta de viajes y entretenimiento, los clientes podían realizar consumos fuera de su localidad, después de ocho años American Express presenta una tarjeta llamada Green Card también como tarjeta de viajes y entretenimiento, ambas compañías funcionaban en un circuito cerrado, esto quiere decir intercambio de información de clientes para obtener una base de datos y realizar una correcta segmentación del mismo.” (Johnson, 2011)

La tarjeta de crédito es una herramienta que se crea a través de convenios en el cual se le otorga al tarjetahabiente una línea de crédito para la realización de compras o arrendamiento de bienes o servicios, este crédito puede ser utilizado ya sea por avances de efectivos u otras operaciones que pueda realizar el pago del consumo.

“Un documento que permite a su titular o beneficiario de la tarjeta adquirir bienes o servicios en establecimientos afiliados al sistema, difiriendo su pago o a crédito. Estos créditos pueden o no incluir intereses. Su uso incluye algunas tarifas, costos de emisión, costo de estado de cuenta, intereses y comisiones. Las tarjetas de crédito son intransferibles y deben emitirse a nombre de su titular. El pago mensual puede efectuarse del monto total de la obligación o del monto mínimo; sin embargo; el realizar solo un abono mínimo implica el pago de intereses.” (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2017)

1.6.1 Medios de ingreso de tarjetas de crédito

1.6.1.1 Mercado natural

Término empleado por la institución financiera que se realiza la presente investigación, el mercado natural es un medio de ingreso de solicitudes de tarjetas de crédito, este proceso de ingreso se da de la siguiente manera: el solicitante se acerca voluntariamente a una agencia de la institución financiera ya sea donde un

asesor comercial o servicio al cliente de tarjeta de crédito para aplicar al crédito, el personal de la institución le entrega la solicitud y condiciones que debe cumplir el cliente, aprobadas por el Directorio, evaluados y validados por la Superintendencia de Bancos.

1.6.1.2 Contact center

También llamado centro de contacto, este tipo de gestión es implementado por empresas para la interacción entre cliente y empresa a través de distintos canales como: correo electrónico, telefonía, mensaje de texto, chats por páginas web, entre otros. (Mundo contact, 2013) “cada compañía tiene una manera propia de llevar a cabo esta gestión. Los atributos, valores y creencias de cada organización son los que definen su estilo, su forma de hacer las cosas.”, esto quiere decir que cada empresa realiza la gestión de centro de contacto de acuerdo al resultado que quiere obtener este puede ser por calidad de servicio o mejor rentabilidad para la empresa, también un contact center ayuda a reducir los costos de ventas, cobros entre otros, por interacción directa con el cliente.

1.6.2 Sistema Informático de la entidad financiera

Es un aplicativo que maneja procesos de negocios, en el cual se puede ingresar diversas parametrizaciones para que cumpla flujos o procesos de un producto que ofrece la institución financiera como: aperturas de cuentas ahorro o corriente, tarjetas de créditos, crédito vivienda, crédito rol, entre otros productos.

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Tipo de investigación

Como afirman Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010) los estudios de investigación se encuentran divididos en: exploratorio, descriptivo, correlacionar y explicativo, esta clasificación contribuye al desarrollo de la investigación, en el cual se debe escoger los tipos de investigación a emplear. En este caso los tipos de investigación que fueron utilizados fueron exploratorio y correlacionar, ya que tiene como propósito examinar la efectividad de la colocación de tarjeta de crédito por mercado natural y contact center, también conocer su relación con el nivel de morosidad.

2.2 Periodo y lugar de investigación

La presente investigación se realiza en una institución financiera dentro del territorio ecuatoriano, el estudio se establece desde enero del 2016 hasta mayo del 2017.

2.3 Hipótesis de la investigación

Mayor es el nivel de morosidad de tarjetas de crédito ingresadas por contact center que por mercado natural en una entidad financiera de Ecuador debido a políticas de crédito flexibles y carencia de información financiera de los clientes.

2.4 Variables de la investigación

2.4.1 Variable dependiente

Mayor es el nivel de morosidad de tarjetas de crédito ingresadas por contact center que por mercado natural en una entidad financiera de Ecuador.

2.4.2 Variable independiente

Debido a políticas de crédito flexible y carencia de información financiera de los clientes.

Tabla 2

Operacionalización de variables

	Variable		Definición	Indicadores	Instrumento
Dependiente	Mayor es el nivel de morosidad de tarjetas de crédito ingresadas por contact center que por mercado natural en una entidad financiera de Ecuador.	Morosidad	vencidos dentro del crédito de consumo específicamente por el medio de ingreso de contact center	Número de veces que han caído vencidos	Histórico de pagos internos de la institución
Independiente	Debido a políticas de crédito flexibles y carencia de información financiera de los clientes.	Políticas de crédito	Son aprobadas por el Directorio de la entidad financiera	Metodología de evaluación de crédito	Evaluación de políticas de crédito tanto por contact center y mercado natural a través del manual de usuario
	Información financiera	Herramienta fundamental de una institución financiera para otorgar crédito		Buró de crédito	Revisión de Central de riesgo

Fuente y elaboración: la autora.

2.5 Métodos, técnicas e instrumentos empleados

2.5.1 Método estadístico de investigación

Se utilizó este método que sirve para la recolección de información a través la base de datos de la entidad financiera alrededor de 150.000,00 tarjetahabientes y se tomó una muestra de 200 clientes por cada medio de ingreso de tarjetas de créditos que son por: mercado natural y contact center, permitiendo evaluar y examinar el comportamiento de cada uno y su relación directa con el nivel de morosidad ayudando a obtener porque medio de ingreso de tarjeta de crédito se caen más veces en vencidos o incumplimiento de pagos y donde se encuentran las líneas de crédito más altas aprobadas, en el periodo de enero del 2016 hasta mayo del 2017.

2.5.2 Método analítico

Se utilizó para calcular una tabla específicamente diseñada y medidas de resumen del conjunto de datos recopilados para relacionarlos entre sí, esta tabla se encuentra en el Anexo 1.

2.5.3 Universo

Universo bajo estudio está dado a nivel nacional, conformado por 150.000,00 tarjetahabientes aproximadamente de una institución financiera dentro del Ecuador.

2.5.4 Muestra escogida

Existen varias metodologías que nos ayudan a definir el tamaño de la muestra que se pretende analizar. Según la multinacional SurveyMonkey, empresa especialista en análisis de investigación de mercados, el tamaño de la muestra puede establecerse según el tamaño de la población que se desea investigar, por tal motivo nos facilitan el trabajo con la siguiente tabla:

Tabla 3

Formulación de tamaño de muestra

Población	Margen de error			Nivel de confianza		
	10 %	5 %	1 %	90 %	95 %	99 %
100	50	80	99	74	80	88
500	81	218	476	176	218	286

Población	Margen de error			Nivel de confianza		
	10 %	5 %	1 %	90 %	95 %	99 %
1,000	88	278	906	215	278	400
10,000	96	370	4,900	264	370	623
100,000	96	383	8,763	270	383	660
+ 1,000,000	97	384	9,513	271	384	664

Fuente y elaboración: SurveyMonkey

Como se puede observar ya se encuentran definidos los tamaños de las muestras en relación al universo, nivel de confianza y su margen de error.

En la actualidad existen alrededor de 150.000,00 tarjetahabientes, en el cual nos arroja a una población de 100.000,00 con nivel de confianza del 95%, un margen de error del 5% y una muestra de 383 clientes, por lo tanto se tomó una muestra de 400 clientes para estar más cercanos a la realidad; 200 clientes fueron ingresados por mercado natural y los otros 200 por contact center completando la muestra total.

El objetivo del estudio es determinar el grado de relación entre la colocación de tarjetas de crédito por mercado natural y contact center y su respectivo nivel de morosidad, en el cual se tomó datos específicos de los mismos como: número de veces que han caído vencidos, durante el periodo de enero del 2016 hasta mayo del 2017, calificación de central de riesgos, se establece los sectores geográficos como rural y urbano en el cual se coloca a que pertenece e ingreso de la tarjeta de crédito por mercado natural o contact center.

2.5.5 Metodología de evaluación de crédito

Mercado objetivo de la entidad financiera

Los tipos de segmentos se establecen de acuerdo a la actividad económica de donde provienen sus mayores ingresos del sujeto de crédito, este término es utilizado por la entidad financiera, en el cual se realiza el estudio.

Segmento Dependiente

Edad: Mínima 25 años. Edad máxima: 65 años.

- Antigüedad laboral: 2 años.
- Ingreso bruto mensual: \$1M ingreso del deudor.

Referencias bancarias¹: Al menos una cuenta bancaria (excepto cooperativas) mínimo de 1 año.

Ubicación: Se requerirá la última o penúltima planilla de alguno de los siguientes servicios: agua, luz, telefonía fija o móvil, o internet. Esta planilla debe venir a nombre del cliente o de un familiar (padres o hermanos), en caso de ser a nombre de un tercero deberá adjuntarse contrato de arrendamiento en el que conste el nombre que aparece en la planilla como arrendador.

Cliente debe constar en sector Urbano por score geográfico.

Nacionalidad: Deberá ser ecuatoriano.

Historial crediticio: El resultado del score crediticio debe ser aprobado o en revisión.

Segmento Profesional Independiente

Edad: Mínima 25. Edad máxima 65 años.

- Antigüedad laboral: 2 años.
- Ingreso bruto mensual: \$1M ingreso del deudor.

Referencias bancarias: Consumo al menos una cuenta bancaria (excepto cooperativas) mínimo de 1 año.

Ubicación: Se requerirá la última o penúltima planilla de alguno de los siguientes servicios: agua, luz, telefonía fija o móvil, o internet. Esta planilla debe venir a nombre del cliente o de un familiar (padres o hermanos), en caso de ser a nombre

de un tercero deberá adjuntarse contrato de arrendamiento en el que conste el nombre que aparece en la planilla como arrendador.

Cliente debe constar en sector Urbano por score geográfico.

Nacionalidad: Deberá ser ecuatoriano.

Historial crediticio: El resultado del score crediticio debe ser aprobado o en revisión.

Segmento Rentista

Edad: Mínima 25 años. Edad máxima 65 años.

- Antigüedad en la actividad: 2 años.
- Ingreso bruto mensual: \$1M ingreso del deudor.

Referencias bancarias: Consumo al menos una cuenta bancaria (excepto cooperativas) mínimo de 1 año.

Ubicación: Se requerirá la última o penúltima planilla de alguno de los siguientes servicios: agua, luz, telefonía fija o móvil, o internet. Esta planilla debe venir a nombre del cliente o de un familiar (padres o hermanos), en caso de ser a nombre de un tercero deberá adjuntarse contrato de arrendamiento en el que conste el nombre que aparece en la planilla como arrendador.

Cliente debe constar en sector Urbano por score geográfico.

Nacionalidad: Deberá ser ecuatoriano.

Historial crediticio: El resultado del score crediticio debe ser aprobado o en revisión.

2.5.6 Manual de Usuario del Sistema Informático

Documentos requeridos

- Solicitud, Adendum y contrato debidamente llenados y firmados.
- Copia de cédula de identidad.
- Copia de una planilla sea esta de agua, luz, teléfono, internet o factura de telefonía celular.
- Copia Certificado de votación vigente al momento de solicitar la tarjeta de crédito.
- Documento opcional a criterio del analista si aplica.
- En el caso de independientes que estén obligados por el SRI deben presentar formularios de Impuesto a la Renta.

Mercado Natural

1. Existe un primer flujo que es ventas y retención Bankard, este departamento se encarga de receptor todas las solicitudes de productos, en el cual antes ingresar al cliente al sistema realiza las siguientes gestiones:
 - 1.1 Revisar que el cliente no se encuentre en malas referencias, no registre central de riesgo con calificaciones B, C, D o E.
 - 1.2 Revisar que estén completos los documentos principales para la solicitud que son :
 - Copia de Cedula a Color
 - Certificado de votación
 - Certificado de ingreso, este varía dependiendo de la actividad ya sea rentista: contratos de arrendamientos; dependiente: certificado laboral o roles de pago; independiente: declaraciones de IVA e impuesto a la renta del año anterior.
 - Planilla de servicio básico.
 - 1.3 Verificar que todos los campos de la solicitud se encuentren llenos con los datos del cliente y este tenga relación con los documentos adjuntos.
 - 1.4 Se verifica que el solicitante cumpla con las políticas de crédito establecidas por el Banco Bolivariano C.A.
 - 1.5 Se devuelve o ingresa caso dependiendo si ha cumplido o no con todas las validaciones.

1.6 Una vez ingresado se genera un caso, se ingresa todos los datos del cliente.

1.7 Se va a central de verificaciones, donde confirman por teléfono los datos del cliente

1.7.1 Datos Personales:

- Sólo se aceptará para verificación los teléfonos convencionales.
- Los teléfonos celulares serán considerados como información adicional.
- La dirección domiciliaria se comprobará con la planilla de servicios básicos, en caso que esta se encuentre a nombre del solicitante, un familiar (padres o hermanos), o de estar a nombre de un tercero se deberá presentar contrato de arrendamiento.

1.7.2 Datos Laborales:

- Será vía telefónica.

1.7.3 Datos Bancarios.

- Será vía telefónica con los bancos referidos. (No aplica en el caso de campañas).

1.7.4 Datos del Garante.

- Se verificara de igual forma que el titular.

2. El segundo flujo de la solicitud es una vez gestionada la verificación de datos se va al departamento de crédito, en el cual realiza las siguientes gestiones:

2.1 Los Analistas de Crédito son los responsables de recomendar, aprobar o negar la solicitud utiliza la siguiente metodología:

2.1.1 Sistema de información acorde al objetivo de la institución financiera, también revisar el saldo promedio de las cuentas que el cliente registra en la solicitud.

2.1.2 comportamiento histórico para establecer una probabilidad de incumplimiento en el crédito de consumo prioritario.

2.1.3 Realiza una evaluación crediticia a través del Crédito Scoring y score geográfico.

2.1.4 Verifica que la actividad económica que establece el cliente tenga validez con los documentos adjuntos.

2.1.5 Confirma que el cliente cumpla con el mercado objetivo previamente aprobado por el Directorio de la entidad financiera.

2.1.6 Capacidad de pago, de acuerdo al ingreso neto mensual promedio y deudas externas que mantenga en otros productos ya sea dentro de la entidad financiera u otros bancos nacionales.

2.2 Para los casos que el analista solo posea el rol de recomendación, continua los niveles de aprobación hasta su nivel final.

2.3 En cada etapa de recomendación, negación y aprobación se incluirán las firmas responsables en el sistema.

2.4 El analista de crédito se encarga de revisar aspectos o factores mencionados anteriormente y se toma la decisión de aprobación o negación.

3. Se emite tarjeta de crédito siempre y cuando haya sido aprobado.

Contact Center

Desde el sistema informático se realiza las ventas por teléfono a clientes pre aprobados con el proceso de Campañas masivas, de acuerdo a las lineaciones del departamento de crédito, existe un usuario responsable de la administración de flujo de solicitud de crédito que debe seguir los siguientes parámetros:

1. Revisar y realizar la parametrización antes de las cargas de las campañas.
2. Se ingresa los clientes por carga masiva
3. Se Realiza el proceso **Carga Masiva de Solicitud de Productos en sistema informático**
4. En este proceso se adjunta el archivo en formato .txt con la siguiente descripción: Nombre del Archivo: CLCM_YYYYMMDD_NOMBRE_CARGA.TXT

Tabla 4

CAMPO	DESCRIPCIÓN
Identificación	Este campo contendrá el número de identificación del cliente (CI, RUC, Pasaporte).
Cliente	Este campo contendrá el Nombre del Cliente beneficiario de la campaña. El campo tendrá como máximo 256 caracteres.
Dirección	Dirección del cliente.
Número de telefono 1	Número de telefono para contactar al cliente opción 1
Número de telefono 2	Número de telefono para contactar al cliente opción 2

Fuente y elaboración: Entidad Financiera

5. El usuario encargado de realizar la base, coloca en el sistema informático los datos expuestos en el cuadro anterior.
6. El sistema emitirá un mensaje indicando que el proceso ha terminado satisfactoriamente.
7. El sistema determinará que el proceso de carga fue exitoso, caso contrario la base de datos no podrá ser cargada en el sistema informático y se requerirá que la estructura del archivo se encuentre depurada para su carga en el sistema.
8. El sistema pasara a la siguiente actividad "Consulta Resultado Carga Masiva", en el cual el usuario deberá consultar el caso y darle el botón siguiente.
9. El usuario puede solicitar o no que los clientes se envíen a buro de crédito y además debe colocar cupo máximo de los clientes.
10. Si se envía los clientes a buro y si es aprobado, se inicia el proceso de solicitud de productos en el sistema, una vez que el cliente haya aceptado el producto y cupo.
11. Se ingresa el caso del cliente.
12. Se selecciona el número de teléfono en el cual se contactó al cliente.
13. A través del servicio de contact center se llena datos faltantes en el sistema informático como:

- Estado civil
- Ocupación
- Situación laboral
- Profesión
- Nivel académico
- Dirección de trabajo y domicilio
- Activos y pasivos
- Referencia laboral

14. Se procesa toda la información ingresada en el sistema y se crea la tarjeta de crédito teniendo la respuesta del procesador.

15. Al finalizar del día llega un correo electrónico de notificación detallando todas las tarjetas creadas por el flujo de campañas masivas.

De acuerdo como se da el proceso de ingreso de clientes por contact center existen parámetros como: enviar cliente a Buró, esta parametrización el usuario tiene como opción si lo envía o no, nombre de campaña, modelo de campaña, fecha de carga, nombre del archivo que se realizar la carga y numero de cargas.

Se puede observar que no establece parámetros acorde al mercado objetivo de la entidad financiera, detalladas por cada segmento de cliente o actividad económica de los clientes, desde el inicio del proceso no existe una filtración de clientes para que el sistema arroje a solo clientes que cumple como mercado objetivo a través de sus políticas de crédito, ya que para poder crear la base el usuario solo debe ingresar: nombre del cliente, cedula, RUC o pasaporte y teléfonos para contactar.

En cuanto a la elaboración de cargas masivas, esta se da por clientes que ya poseen productos con la entidad financiera, el sistema automáticamente arroja una información básica que es identificación, nombres, Dirección y teléfonos de contacto, puesto que esa información le llega al usuario encargado de hacer la carga masiva.

También se obtiene información de cliente por cargas masivas a través de los proveedores de la entidad financiera, ellos envían la información básica ya antes mencionada, este a su vez gana comisión por la información que le otorga al banco

CAPÍTULO III

3. RESULTADOS Y PROPUESTA

3.1 Análisis de datos

En la presente investigación se pudo determinar que el ingreso de solicitudes por mercado natural cumple con las políticas de crédito, y que dentro del manual de procesos la parametrización de información del cliente esta sincronizada con las políticas de crédito como se encuentran estipuladas en la Resolución 209-2016-F por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera y Código Orgánico Monetario y Financiero sobre el límite de líneas de crédito en las operaciones activas y contingentes, además con su mercado objetivo aprobado por los Directivo que son: antigüedad laboral mínima, edad mínima y máxima, sector geográfico, sueldo mínimo, registro de documentos solicitados por el analista de crédito, para el análisis y validación correcta de la información que otorga el cliente, también el analista de crédito establece las líneas de crédito según el ingreso neto promedio, la evaluación crediticia que es el credit scoring, utiliza el sistema de información de acuerdo lo que necesite el banco para la aprobación y la administración de riesgo de crédito.

El ingreso de tarjetas de crédito por Contact center, utiliza el mismo sistema informático de creación de tarjeta de crédito por mercado natural, la diferencia está en que no establece las parametrizaciones que debe cumplir con el mercado objetivo mencionadas anteriormente en el proceso de mercado natural, ya que la información que posee el usuario que ingresa las cargas masivas es escasa, además dentro del proceso el sistema automáticamente la emisión de tarjeta de crédito, además el sistema informático no realiza automáticamente el rol del analista que es verificar y validar que se cumpla con las metodologías establecidas por el Banco para evitar riesgos de incobrabilidad.

Las políticas de crédito establecidas en la institución financiera son rígidas para la aprobación de tarjetas de crédito, pero la parametrización por contact center no se encuentra sincronizada con las políticas de crédito vigente del banco y validadas por la Superintendencia de Bancos, por lo tanto es más probable que se apruebe

una tarjeta de crédito por contact center que por mercado natural, además en el proceso de establecer las líneas de crédito, el usuario establece un límite máximo de cupo global, sin la aplicación de la metodología de evaluación que aprobó el Directorio en la entidad financiera.

En el manual de ingreso que tiene cada uno de los medios de creación de tarjeta de crédito, se observa que por mercado natural se ingresa datos del cliente con documentos soportados o certificados, y se realiza las verificaciones también por teléfono, en cambio por contact center, se llena los datos de acuerdo a lo que indica el cliente, sin ningún documento de respaldo, arrojando un score poco valido por la falta de documentación, provocando mayor riesgos de incobrabilidad en los créditos otorgados por cargas masivas.

En el Anexo 1 se establece una tabla sintetizada de la muestra obtenida de 400 tarjetahabientes para el análisis de una entidad financiera ecuatoriana, en la segunda fila están los números de cuentas que representan a cada tarjetahabiente, en la tercera fila las veces que han caído vencidos los tarjetahabientes durante el periodo de enero de 2016 hasta mayo del 2017, en la cuarta fila línea de crédito otorgada a cada tarjetahabiente representada en dolores americanos, en la quinta fila se encuentra la calificación de crédito estipulada en la Resolución 209-2016-F de la JPRMF la actualización de la calificación esta con corte de abril del 2017, sexta fila indica el sector domiciliario que pertenece cada cliente ya sea sector rural o urbano , séptima y octava fila indica con una "X" por cual medio de ingreso de tarjeta de crédito fue aprobada la línea de crédito de cada tarjetahabiente.

Cabe indicar que los números de veces que los clientes han caído vencidos no se encuentran vinculados con la Central de riesgo que tiene cada uno, ya que la entidad financiera tiene su historial de crédito interno de cada cliente, por ejemplo si un cliente realizó un abono al pago mínimo y no cancelo valor total , no se envía al cliente a la central de riesgos sino que la entidad financiera lo deja registros internos que cliente no cancelo el valor estipulado y pactado, por esta razón hay casos que clientes han caído siete veces venidos durante el periodo de tiempo establecido en la investigación pero en la central de riesgos tiene calificación A1 en

el corte de abril del 2017, al cliente se lo envía a central de riesgos siempre y cuando no realice ningún abono al pago.

Con este cuadro se puede afirmar que de los 200 tarjetahabientes ingresado por mercado natural, 134 tarjetahabientes tiene una línea de crédito entre \$ 0 - \$1,999; 46 entre \$2,000 - \$3,999; 6 entre \$4,000 – \$5,999; 9 entre \$6,000 – 7,999; 3 entre \$8,000 - \$9,999 y 2 tarjetahabientes con cupos entre \$10,000 - \$12,500 que es el cupo máximo que encontró en la base de datos, el comportamiento entre el mercado natural y líneas de crédito, es que entre menor sea el cupo mayor es la cantidad de clientes que pertenecen al rango de la línea de crédito y viceversa excepto por el rango de línea de crédito entre \$6,000 - \$7,999 es mayor por 3 clientes en comparación con el rango de \$4,000 - \$5,999.

El comportamiento por contact center esta dado en el rango de línea de crédito entre \$0 – 1,999 tiene apenas 17 tarjetahabientes; 86 tarjetahabientes entre \$ 2,000 – \$3,999; 43 entre \$4,000 – \$5,999; 33 entre \$6,000 – 7,999; 8 entre \$8,000 - \$9,999 y 12 tarjetahabientes con cupos entre \$10,000 - \$12,500.

Dentro de la colocación de tarjetas de crédito por mercado natural y contact center en la Tabla 5 se puede determinar que las líneas de crédito por contact center se concentran en valores más altos en comparación por mercado natural que la mayoría de tarjetahabientes dispone de un cupo entre \$ 0 - \$ 1,999, siendo más precavido al momento del análisis del cupo de crédito para evitar sobreendeudamiento en los clientes e incumplimiento en los pagos mensuales.

Tabla 5

Líneas de Crédito

MEDIO DE INGRESO/LINEA DE CREDITO (\$)	0 - 1.999	2000-3999	4000 - 5999	6000 - 7999	8000 – 9999	10000 – 12500
CONTACT CENTER	17	86	43	33	8	13
MERCADO NATURAL	134	46	6	9	3	2

Fuente: Entidad Financiera
Elaboración: La Autora

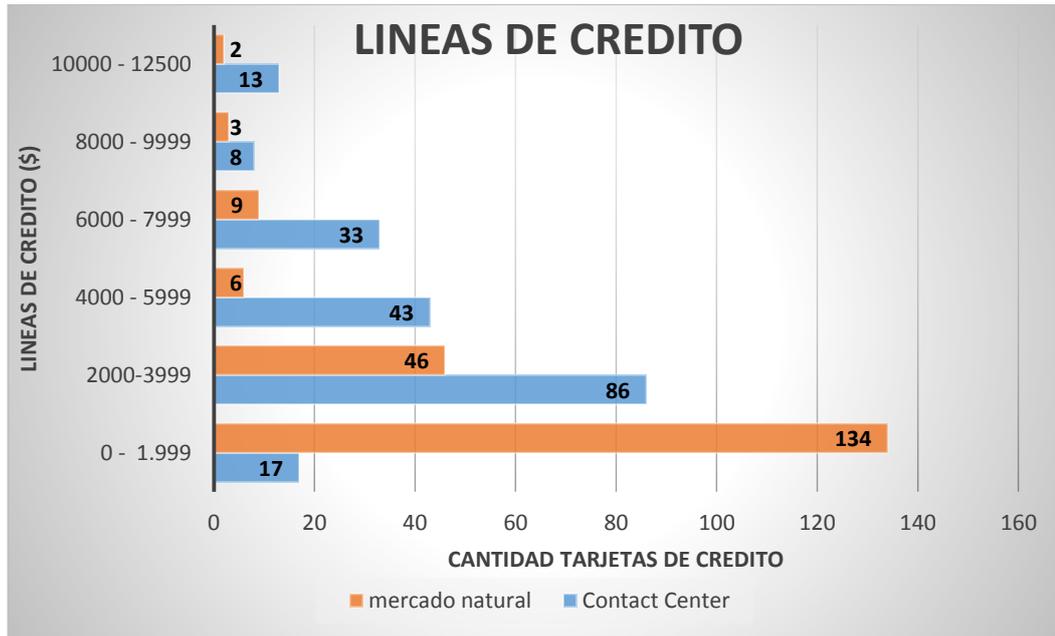


Figura 1. Líneas de Crédito por cantidad de emisión de tarjetas de crédito por cada medio de ingreso.

*Fuente: Entidad Financiera
Elaboración: La Autora*

Se puede definir a través de la Figura 2 dentro de la cartera total de crédito, el 82% de tarjetahabientes no se han vencido durante el periodo enero del 2016 hasta mayo del 2017, el 18% si han tenido pagos vencidos durante el periodo antes mencionado.



Figura 2. Cartera de clientes durante el periodo enero 2016 a mayo 2017

Fuente: Entidad Financiera
Elaboración: La Autora

Tabla 6

Cartera de clientes periodo enero 2016 a mayo 2017

NO VENCIDOS	330
VENCIDOS	70
TOTAL	400

Fuente: Entidad financiera
Elaboración: La Autora

En el gráfico de cliente vencidos y medio de ingreso se puede establecer el porcentaje que representan los clientes por mercado natural y contact center. De acuerdo al grafico se encontró que dentro de los clientes vencidos, el 69% pertenece al ingreso por contact center y el 31% por mercado natural, esto quiere decir que la mayor parte de clientes vencidos se da por el ingreso de contact center, cabe recalcar que los clientes con mayor monto pertenecen al contact center.



Figura 3. Porcentaje de clientes vencidos según medio de ingreso

Fuente: Banco Bolivariano C.A
Elaboración: La Autora

Tabla 7**Cientes vencidos según medio de ingreso**

MERCADO NATURAL	22
CONTACT CENTER	48
TOTAL	70

Fuente: Banco Bolivariano C.A

Elaboración: La Autora

En la tabla 8 se establece indicadores el sector geográfico que son: rural y urbano, cantidad de tarjetas de crédito otorgada en estos sectores y monto que representa en la cartera total de crédito y segmentadas por rango de valores de crédito.

Tabla 8

VALORES DE CREDITO (\$)	# TARJETAS DE CREDITO	SUMATORIA DE LINEAS DE CREDITO	
\$ 0 - \$1.999,00			
Rural	12	\$	15.575,00
Urbano	139	\$	141.200,00
\$2.000,00 – 3.999,00			
Rural	61	\$	190.450,00
Urbano	71	\$	204.550,00
\$4.000,00 – 5.999,00			
Rural	25	\$	115.500,00
Urbano	24	\$	110.800,00
\$6.000,00 – 7.999,00			
Rural	17	\$	112.900,00
Urbano	25	\$	166.300,00
\$8.000,00 – 9.999,00			

Rural	4	\$	34.750,00
Urbano	7	\$	62.200,00
\$10.000,00 – 12.500,00			
Rural	3	\$	31.100,00
Urbano	12	\$	127.550,00
Total general	400	\$	1.312.875,00

Fuente: Banco Bolivariano C.A
Elaboración: La Autora

En el gráfico de clientes sectorizados y medio de ingreso de tarjetas de crédito se observa que los 200 tarjetahabientes que pertenecen a mercado natural y todos registran que viven en el sector urbano, en cambio por contact center de los 200 clientes, 122 viven en sector rural y 78 urbano y la razón por la que en mercado natural todos son urbanos es que dentro de las políticas de crédito se establece que los tarjetahabientes deben de vivir en ese tipo de sector geográfico para ser mercado objetivo, en cambio por contact center no existe esta limitación o parametrización en el sistema que se le niegue tarjetas de crédito a clientes en sectores rurales, a través de este grafico determinamos que no se cumple las políticas de crédito por contact center.



Figura 4. Clientes sectorizados según el medio de ingreso

Fuente: Banco Bolivariano C.A
Elaboración: La Autora

Tabla 9

Clientes sectorizados según el medio de ingreso

MEDIO	RURAL	URBANO	TOTAL GENERAL
MERCADO NATURAL		200	200
CONTACT CENTER	122	78	200

Fuente: Banco Bolivariano C.A

Elaboración: La Autora

En el cuadro de representación porcentual de sectores geográficos, se demostró que de la muestra total de tarjetahabientes el 69,50% viven en sector urbano y el 30,50% en rural.



Figura 5. Representación porcentual de los sectores geográficos

Fuente: Banco Bolivariano C.A

Elaboración: La Autora

Tabla 10

Representación porcentual de los sectores geográficos

RURAL/URBANO	TOTAL
RURAL	122
URBANO	278
TOTAL GENERAL	400

Fuente: Banco Bolivariano C.A

Elaboración: La Autora

En este cuadro se puede determinar los valores de crédito por cada medio de ingreso de tarjetas de crédito, el valor total de la cartera de crédito y establecer porque medio se da más dinero, se tiene que el valor total de la cartera de crédito de tarjetas de crédito es de \$1.312.875,00, por contact center \$918.750,00 y por mercado natural es de \$394.125,00.

Esto quiere decir que los valores destinados para crédito de tarjetas de crédito de la entidad financiera se da más por contact center que por mercado natural y dado que las parametrizaciones por el ingreso de contact center no se establecen todas las metodologías de evaluación aprobadas por el Directorio para otorgar líneas de crédito, este llega a generar un aumento en el riesgo de crédito, ya que la mayor parte de los pagos vencidos se da por Contact center.

En el gráfico de calificaciones de central de riesgos y medios de ingreso de tarjetas de crédito, se puede determinar que los clientes ingresados por mercado natural en la actualidad 190 de 200 clientes se encuentran con calificación A1, para que un cliente se determine en dicha categoría, quiere decir que no ha tenido pagos vencidos dentro de su historial crediticio que repercuta en la central de riesgos, en cambio si observamos la calificación E en el grafico tenemos que de los 12 clientes 10 pertenece al contact center y esta calificación es otorgada a clientes con más de 360 días de morosidad.

Por lo tanto se puede determinar que los clientes por contact center tienden a largo plazo a caer vencidos en sus pagos, y esto se da por la falta políticas de crédito sincronizadas con el proceso que permita tener un mayor análisis de los clientes, ya que las políticas de crédito son establecidas para evitar clientes con pagos vencidos durante crédito que otorga el banco obtener retorno inmediato de la inversión.

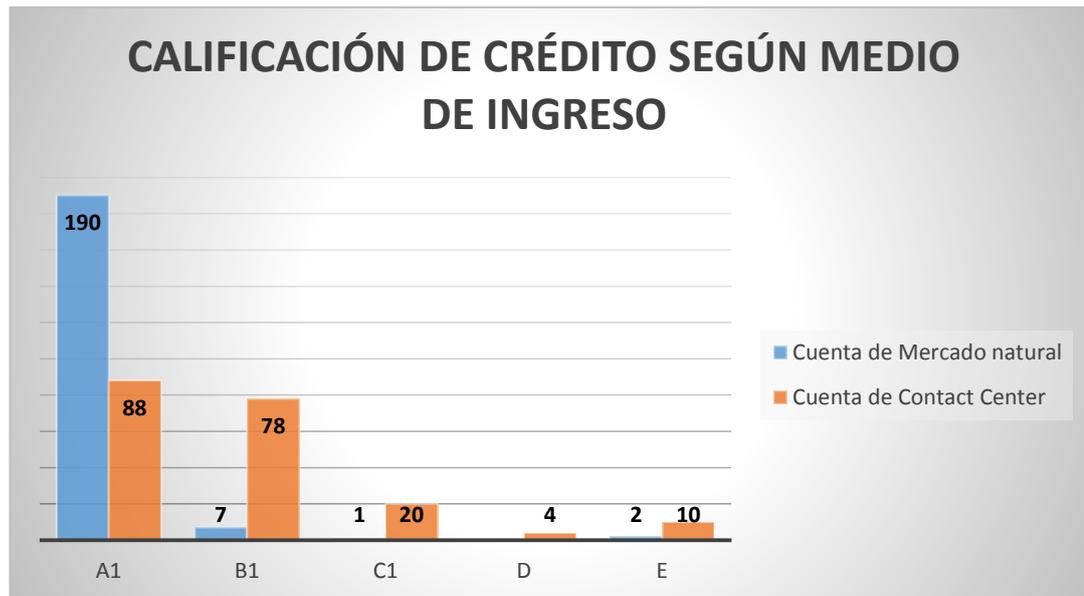


Figura 6. Calificación de crédito según medio de ingreso

Fuente: Banco Bolivariano C.A

Elaboración: La Autora

Tabla 11

Calificación de crédito según medio de ingreso

CALIFICACION CDR	MERCADO NATURAL	CONTACT CENTER
A1	190	88
B1	7	78
C1	1	20
D		4
E	2	10
Total general	200	200

Fuente: Banco Bolivariano C.A

Elaboración: La Autora

3.2 Propuesta

Implementación de la metodología de evaluación de Crédito Consumo Prioritario por Contact Center

En la presente investigación se determinó a través de los manuales de usuarios y procesos que tiene cada medio de ingreso de tarjetas de crédito que el medio de ingreso por mercado natural cumple con las normas, condiciones y parámetros que establece el Código Orgánico Monetario y Financiero y de la JPRMF, pero por contact center que son las emisiones de tarjetas de crédito por cargas masivas carecen de la metodología estipulada por entidades de control, aprobadas por el Directorio de la entidad bancaria, por esta razón se propone establecer la metodología de evaluación que tiene el mercado natural para evitar mayor morosidad en la cartera y riesgo de crédito en tarjetas de crédito.

1. comportamiento histórico para establecer una probabilidad de incumplimiento en el crédito de consumo prioritario
2. Realiza una evaluación crediticia a través del Crédito Scoring y score geográfico
3. Verifica que la actividad económica que establece el cliente tenga validez con los documentos adjuntos.
4. Confirma que el cliente cumpla con el mercado objetivo previamente aprobado por el Directorio de la entidad financiera.
5. Capacidad de pago, de acuerdo al ingreso neto mensual promedio y deudas externas que mantenga en otros productos ya sea dentro de la entidad financiera u otros bancos nacionales.
6. De acuerdo a la resolución 209-2016-F los sujetos al Crédito de Consumo Prioritario “se los determina acorde a la capacidad de pago del deudor, y a la estabilidad de la fuente de sus recursos, provenientes de sueldos, salarios, honorarios, remesas, rentas promedios u otras fuentes de ingreso, estos deben de estar debidamente verificados por la entidad financiera prestamista.” (Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, 2016)

7. Establecer los límites de las líneas de crédito que otorgan los bancos en las carteras de crédito y determina que en ningún tipo de crédito se podrá exceder 200% del patrimonio del sujeto de crédito, salvo que existiesen garantías adecuadas que lo cubran. (Código Orgánico Monetario y Financiero, 2014, pág. 69)
8. Sistema de información acorde al objetivo de la institución financiera, también revisar el saldo promedio de las cuentas.
9. Recopilar mayor información de clientes antes del proceso de análisis de tarjetas pre aprobadas por contact center y envío de documentos por vía correo electrónico para la verificación.

Tabla 12

Requisitos de documentos

DOCUMENTOS	INFORMACION
Segmento dependiente	
certificado laboral	antigüedad laboral, sueldo y cargo
certificado bancario	número de cuenta y tipo de cuenta
Segmento independiente	
RUC	inicio de actividad
Impuesto a la Renta	declaración del año anterior
certificado bancario	número de cuenta y tipo de cuenta
Segmento rentista	
contrato de arrendamientos	valores de arrendamientos
certificado bancario	número de cuenta y tipo de cuenta
Impuesto a la Renta	Declaración del año anterior

Fuente y elaboración: La autora

- Sincronizar las parametrizaciones del sistema del sistema informático junto con las condiciones y normas de crédito.

Tabla 13

Parametrización en el sistema de información para contact center

CAMPO	DESCRIPCIÓN
Identificación	El número de identificación del cliente (CI, RUC, Pasaporte).
Cliente	Este campo contendrá el Nombre del Cliente beneficiario de la campaña. El campo tendrá como máximo 256 caracteres.
Dirección	Urbano o rural
Número de telefono 1	Número de telefono para contactar al cliente opción 1
Antigüedad laboral	Minima 2 años
Referencia bancaria	Numero de cuenta y Nombre del banco
Ingreso mensual	Minimo \$1,000.00
Nacionalidad	Ecuatoriana
Edad	Entre 25 a 65 años
Calificacion de CDR	Solo A

Fuente y elaboración: La autora

Una vez colocada la parametrización el sistema debe de otorgar tarjetas a clientes que cumplan con todas las condiciones establecidas, caso contrario serian clientes que no cumplen con mercado objetivo.

4. CONCLUSIONES

1. Luego de revisar la teoría relacionada al presente caso de estudio, se puede concluir que todas las entidades financieras nacional deben de cumplir con las normativas establecidas por el Código Orgánico Monetario y Financiero y las resoluciones establecidas por la Junta de Políticas y Regulación Monetaria y Financiera para determinar los parámetros al que deben de ser evaluados los clientes que aplican para un crédito de consumo prioritario, además indica la calificación del cliente según sus días de morosidad, se establece límites en las líneas de crédito según el patrimonio del cliente, ya que no se puede exceder del 200% de su patrimonio y la cuota mensual no debe sobrepasar el 50% del ingreso neto mensual promedio.
2. Dentro del diagnóstico se obtuvo que las tarjetas de crédito ingresadas por contact center tiene presentan mayor nivel de morosidad que las ingresadas por mercado natural. Se evidenció que no se establecen parametrizaciones para pre aprobación de los clientes provenientes de contact center. De igual manera quedó demostrado que el ingreso de tarjetas de crédito por contact center mantiene aprobaciones en las líneas de crédito más elevadas que por mercado natural, dado que la cartera de crédito se estableció por el valor \$1.312.875,00, dentro de esta cartera de crédito \$918.750,00 pertenece al contact center y \$394.125,00 a mercado natural teniendo ambos la misma cantidad de tarjetas emitidas.

Así mismo el mayor número de clientes que han caído vencidos pertenecen a áreas rurales y han sido ingresados por contact center. En conclusión, por contact center se da mayormente la captación de clientes que han caído vencidos durante el periodo de enero del 2016 a mayo del 2017.

3. Con la propuesta planteada podemos corregir este desequilibrio que elevan los niveles de morosidad en la entidad financiera por tal motivo es sumamente indispensable que se aplique la revisión de políticas y parametrizaciones en el sistema informático.

5. RECOMENDACIONES

1. La bibliografía referente a la manera de realizar análisis crediticio en el segmento de tarjetas de crédito no es suficiente o es sumamente restringido su acceso, por tal motivo se recomienda que para poder analizar en mayor profundidad este tipo de casos se generen mayor cantidad de investigaciones respecto al tema abordado.
2. Es recomendable que para estudios posteriores se incluya una variable que es el grado de conocimiento de la política crediticia en materia de tarjetas de crédito por parte del personal que se encarga de realizar la venta masiva, así como también del personal que realiza las parametrizaciones en el sistema informático.
3. Se recomienda que en el proceso de ingreso por contact center se evalúe la línea de crédito por parte del analista de crédito, a través de la metodología aprobada por el Directorio y evaluada por la Superintendencia de Bancos, que considera que la cuota mensual no sobrepase el 50% del ingreso neto mensual.

6. BIBLIOGRAFÍA

- Banco Central del Ecuador . (10 de Julio de 2017). *Banco Central del Ecuador* .
- Calvo Gonzalez, J. L., & Martinez Alvarez, J. A. (2007). *Dinero y Banca Manual de Mercados Financieros*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- Código Orgánico Monetario y Financiero. (2014). *Of. No. SAN-2014-1305*. Quito .
- Corporacion Financiera Internacional. (2006). *Sistemas de información crediticia* . Washington D.C: Corporación Financiera Internacional.
- El Comercio. (22 de Abril de 2015). Tipos de créditos bancarios. *El Comercio*.
- Gelpi, R. M., & Labruyère, F. J. (2000). *The History of Consumer Credit*. Gran Bretaña: Macmillan Press Ltd.
- Gitman, L. J. (2003). Calificación de crédito. En L. J. Gitman, *Principios de administración financiera* (pág. 506). México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Gitman, L. J. (2003). Las cinco C's del crédito. En L. J. Gitman, *Principios de administración financiera* (pág. 506). México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. D. (2010). Definición del alcance de la investigación a realizar. En R. Hernández Sampieri, C. Fernández Collado, & M. D. Baptista Lucio, *Metodología de la investigación* (págs. 78-79). México: The Mc Graw Hill .
- Johnson, E. (24 de Marzo de 2011). When credit cards were cool: The golden days of plastic. *Credit Card News*.
- Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera, Resolución-310-2016-F (05 de Marzo de 2015).
- Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. (16 de junio de 2016). *Resolución 209-2016-F*. Quito.
- La economía . (04 de JUNIO de 2017). *LA ECONOMIA*. Obtenido de <http://laeconomia.com.mx/indice-de-morosidad-sistema-bancario%E2%80%8F/>
- Morales Castro, J. A., & Morales Castro, A. (2014). *Crédito y Cobranza*. México: Grupo Editorial Patria.
- Morales Castro, J. A., & Morales Castro, A. (2014). *Crédito y Cobranza*. Mexico : Grupo Editorial Patria.
- Mundo contact. (8 de enero de 2013). *Mundo contact*. Obtenido de <http://mundocontact.com/la-mision-en-el-centro-de-contacto/>
- Standard&Poor's Financial Services LLC. (18 de AGOSTO de 2016). S&P Global. *Standard&Poor's Financial Services LLC*.
- Superintendencia de Bancos y Seguros. (05 de mayo de 2017). *Superintendencia de Bancos y Seguros*. Quito .

7. ANEXO 1

Recopilación de información de la muestra de tarjetahabientes de una entidad financiera

No.	Cuenta	# pagos vencidos	cupo	CDR	rural/urbano	Mercado natural	Contact Center
1	1763	0	\$ 3.000,00	A1	rural		x
2	1779	0	\$ 1.500,00	A1	urbano		x
3	1781	8	\$ 5.700,00	C1	rural		x
4	1783	0	\$ 700,00	A1	urbano	x	
5	1784	0	\$ 900,00	A1	urbano	x	
6	1786	0	\$ 3.000,00	B1	rural		x
7	1787	0	\$ 2.500,00	A1	rural		x
8	2355	6	\$ 4.250,00	B1	rural		x
9	3181	9	\$ 6.500,00	E	urbano	x	
10	4416	7	\$ 3.500,00	B1	rural		x
11	4500	6	\$ 2.500,00	A1	urbano	x	
12	4525	10	\$ 9.050,00	E	rural		x
13	4580	5	\$ 3.000,00	B1	rural		x
14	4604	5	\$ 6.500,00	B1	rural		x
15	4663	4	\$ 4.000,00	B1	rural		x
16	4700	5	\$ 3.500,00	B1	urbano	x	
17	4741	9	\$ 7.750,00	E	rural		x
18	4858	5	\$ 3.650,00	B1	rural		x
19	4883	6	\$ 8.500,00	C1	urbano		x
20	4933	3	\$ 4.050,00	E	urbano	x	
21	4977	7	\$ 3.400,00	A1	urbano		x
22	5027	4	\$ 1.250,00	A1	urbano		x
23	5031	6	\$ 2.500,00	B1	rural		x
24	5078	6	\$ 3.500,00	A1	rural		x
25	5091	3	\$ 1.500,00	A1	urbano	x	
26	5127	7	\$ 3.400,00	B1	rural		x
27	5259	7	\$ 5.000,00	A1	rural		x
28	5278	5	\$ 2.800,00	A1	rural		x
29	5449	2	\$ 1.000,00	A1	urbano	x	
30	5477	7	\$ 10.050,00	D	rural		x
31	5642	8	\$ 5.000,00	B1	rural		x
32	5754	8	\$ 7.500,00	E	rural		x
33	5795	12	\$ 8.000,00	E	rural		x
34	5819	9	\$ 11.000,00	D	urbano		x
35	5828	0	\$ 3.650,00	C1	rural		x
36	5829	0	\$ 3.450,00	A1	rural		x
37	5830	0	\$ 1.500,00	A1	urbano	x	

38	5833	0	\$ 3.000,00	A1	rural		x
39	5844	8	\$ 8.800,00	E	urbano		x
40	6014	7	\$ 6.500,00	A1	urbano		x
41	6244	4	\$ 800,00	A1	urbano	x	
42	6326	0	\$ 1.100,00	A1	urbano		x
43	6327	0	\$ 2.500,00	A1	rural		x
44	6330	0	\$ 10.000,00	B1	urbano		x
45	6344	0	\$ 2.750,00	B1	rural		x
46	6345	0	\$ 3.100,00	B1	rural		x
47	6353	0	\$ 1.200,00	A1	urbano	x	
48	6354	0	\$ 550,00	A1	urbano	x	
49	6367	0	\$ 800,00	A1	urbano	x	
50	6369	0	\$ 3.500,00	A1	urbano	x	
51	6370	0	\$ 950,00	A1	urbano	x	
52	6382	0	\$ 600,00	A1	urbano	x	
53	6386	0	\$ 1.100,00	A1	urbano	x	
54	6389	0	\$ 2.500,00	A1	urbano	x	
55	6391	0	\$ 500,00	A1	urbano	x	
56	6393	0	\$ 9.500,00	A1	urbano	x	
57	6394	0	\$ 750,00	A1	urbano	x	
58	6395	0	\$ 1.800,00	A1	urbano	x	
59	6403	0	\$ 5.000,00	B1	urbano		x
60	6453	0	\$ 3.500,00	B1	rural		x
61	6455	5	\$ 3.650,00	A1	rural		x
62	6457	0	\$ 6.500,00	A1	rural		x
63	6466	0	\$ 4.000,00	A1	rural		x
64	6469	7	\$ 2.000,00	A1	urbano		x
65	6471	0	\$ 3.250,00	A1	rural		x
66	6518	0	\$ 10.000,00	A1	urbano		x
67	6521	0	\$ 2.500,00	A1	urbano	x	
68	6564	0	\$ 800,00	A1	urbano	x	
69	6566	0	\$ 3.200,00	B1	urbano		x
70	6570	0	\$ 10.000,00	B1	rural		x
71	6573	0	\$ 6.400,00	A1	urbano		x
72	6575	0	\$ 4.200,00	B1	urbano		x
73	6578	0	\$ 9.500,00	B1	urbano		x
74	6585	0	\$ 4.500,00	A1	urbano		x
75	6589	0	\$ 3.600,00	A1	urbano		x
76	6601	0	\$ 3.000,00	A1	urbano		x
77	6602	0	\$ 925,00	A1	urbano	x	
78	6625	0	\$ 4.000,00	A1	urbano	x	
79	6628	0	\$ 700,00	A1	urbano	x	
80	6635	0	\$ 900,00	A1	urbano	x	
81	6639	0	\$ 2.150,00	A1	urbano		x

82	6643	0	\$ 1.000,00	B1	urbano	x	
83	6660	0	\$ 4.500,00	B1	urbano	x	
84	6665	0	\$ 3.200,00	A1	urbano	x	
85	6673	0	\$ 3.025,00	B1	urbano		x
86	6674	0	\$ 7.250,00	B1	urbano		x
87	6675	0	\$ 4.500,00	A1	urbano		x
88	6679	0	\$ 10.000,00	C1	urbano		x
89	6681	0	\$ 6.500,00	A1	urbano		x
90	6685	0	\$ 4.500,00	B1	urbano		x
91	6691	0	\$ 2.000,00	A1	urbano	x	
92	6693	0	\$ 4.500,00	A1	urbano	x	
93	6696	0	\$ 1.025,00	B1	rural		x
94	6697	0	\$ 1.200,00	A1	urbano	x	
95	6703	0	\$ 1.000,00	A1	urbano	x	
96	6706	0	\$ 1.250,00	A1	urbano	x	
97	6710	0	\$ 2.100,00	B1	rural		x
98	6711	0	\$ 650,00	A1	urbano	x	
99	6713	4	\$ 7.500,00	A1	urbano	x	
100	6715	0	\$ 1.050,00	A1	rural		x
101	6720	0	\$ 6.500,00	B1	urbano	x	
102	6723	0	\$ 800,00	A1	urbano	x	
103	6726	0	\$ 2.250,00	B1	urbano		x
104	6735	0	\$ 1.050,00	A1	urbano	x	
105	6737	0	\$ 1.200,00	A1	urbano	x	
106	6741	0	\$ 2.050,00	A1	urbano	x	
107	6742	0	\$ 1.500,00	A1	urbano	x	
108	6743	0	\$ 3.200,00	A1	rural		x
109	6744	0	\$ 2.700,00	B1	rural		x
110	6745	0	\$ 5.000,00	A1	urbano		x
111	6749	0	\$ 6.500,00	A1	urbano		x
112	6768	0	\$ 8.200,00	C1	rural		x
113	6771	0	\$ 10.000,00	C1	urbano		x
114	6775	0	\$ 8.000,00	A1	urbano	x	
115	6777	0	\$ 5.000,00	A1	urbano		x
116	6780	0	\$ 700,00	A1	urbano	x	
117	6783	0	\$ 12.000,00	B1	urbano		x
118	6788	0	\$ 550,00	A1	urbano	x	
119	6789	0	\$ 1.000,00	A1	urbano	x	
120	6798	6	\$ 3.000,00	A1	rural		x
121	6815	0	\$ 3.500,00	B1	urbano		x
122	6818	0	\$ 1.000,00	C1	rural		x
123	6825	0	\$ 3.200,00	A1	urbano	x	
124	6832	4	\$ 1.500,00	A1	rural		x
125	6837	0	\$ 1.550,00	A1	urbano	x	

126	6847	0	\$ 7.800,00	B1	urbano		x
127	6849	0	\$ 2.750,00	A1	urbano	x	
128	6851	0	\$ 6.500,00	B1	urbano		x
129	6858	0	\$ 4.500,00	B1	urbano		x
130	6860	10	\$ 6.500,00	B1	rural		x
131	6861	0	\$ 3.100,00	B1	urbano		x
132	6872	0	\$ 2.300,00	A1	urbano	x	
133	6874	0	\$ 3.250,00	A1	urbano	x	
134	6876	0	\$ 550,00	A1	urbano	x	
135	6877	0	\$ 500,00	A1	urbano	x	
136	6881	0	\$ 3.500,00	A1	urbano	x	
137	6885	0	\$ 900,00	A1	urbano	x	
138	6893	0	\$ 750,00	A1	urbano	x	
139	6901	0	\$ 625,00	A1	urbano	x	
140	6903	0	\$ 925,00	A1	urbano	x	
141	6912	0	\$ 1.500,00	A1	urbano	x	
142	6922	0	\$ 6.750,00	C1	rural		x
143	6926	0	\$ 850,00	A1	urbano	x	
144	6931	0	\$ 1.850,00	A1	urbano	x	
145	6933	0	\$ 2.500,00	A1	urbano	x	
146	6934	0	\$ 900,00	A1	urbano	x	
147	6938	4	\$ 10.000,00	A1	urbano	x	
148	6939	0	\$ 6.000,00	C1	rural		x
149	6942	0	\$ 4.000,00	B1	rural		x
150	6945	0	\$ 1.350,00	A1	urbano	x	
151	6957	0	\$ 1.700,00	A1	urbano	x	
152	6958	0	\$ 6.100,00	A1	rural		x
153	6959	0	\$ 3.200,00	A1	urbano	x	
154	6961	0	\$ 6.500,00	A1	rural		x
155	6966	0	\$ 900,00	A1	urbano	x	
156	6968	0	\$ 1.100,00	A1	urbano	x	
157	6971	0	\$ 3.200,00	A1	rural		x
158	6990	0	\$ 3.500,00	A1	urbano	x	
159	7000	0	\$ 6.800,00	C1	urbano		x
160	7002	0	\$ 10.000,00	B1	urbano		x
161	7012	0	\$ 2.100,00	A1	urbano	x	
162	7021	0	\$ 900,00	A1	urbano	x	
163	7022	0	\$ 5.000,00	A1	rural		x
164	7024	0	\$ 6.500,00	A1	urbano	x	
165	7090	0	\$ 1.250,00	A1	urbano	x	
166	7158	4	\$ 2.500,00	A1	urbano	x	
167	7187	11	\$ 6.800,00	E	rural		x
168	7361	6	\$ 3.200,00	A1	urbano	x	
169	7374	6	\$ 5.050,00	B1	rural		x

170	7411	5	\$ 3.500,00	A1	urbano	x	
171	7422	6	\$ 3.600,00	B1	rural		x
172	7600	5	\$ 4.100,00	B1	rural		x
173	7622	0	\$ 1.500,00	A1	urbano	x	
174	7645	6	\$ 1.500,00	C1	rural		x
175	7711	0	\$ 550,00	A1	urbano	x	
176	7714	0	\$ 1.750,00	A1	urbano	x	
177	7724	0	\$ 1.400,00	A1	urbano	x	
178	7736	0	\$ 2.500,00	A1	rural		x
179	7742	0	\$ 4.000,00	B1	urbano		x
180	7745	0	\$ 3.200,00	B1	rural		x
181	7748	0	\$ 4.500,00	B1	rural		x
182	7753	0	\$ 5.000,00	B1	rural		x
183	7763	0	\$ 6.000,00	B1	urbano		x
184	7764	0	\$ 750,00	A1	urbano	x	
185	7774	0	\$ 1.200,00	A1	urbano	x	
186	7776	0	\$ 2.100,00	B1	rural		x
187	7784	0	\$ 2.100,00	A1	urbano	x	
188	7785	0	\$ 6.500,00	A1	urbano		x
189	7787	0	\$ 7.000,00	A1	urbano		x
190	7789	0	\$ 650,00	A1	urbano	x	
191	7793	0	\$ 800,00	A1	urbano	x	
192	7796	0	\$ 2.000,00	A1	urbano	x	
193	7801	0	\$ 1.300,00	A1	urbano	x	
194	7804	6	\$ 6.500,00	C1	rural		x
195	7806	0	\$ 2.150,00	A1	urbano	x	
196	7812	0	\$ 5.000,00	B1	urbano		x
197	7815	0	\$ 6.500,00	A1	rural		x
198	7823	0	\$ 900,00	A1	urbano	x	
199	7824	0	\$ 550,00	A1	urbano	x	
200	7826	0	\$ 1.200,00	A1	urbano	x	
201	7831	0	\$ 500,00	A1	urbano	x	
202	7835	0	\$ 10.050,00	B1	urbano		x
203	7842	0	\$ 3.650,00	A1	rural		x
204	7853	0	\$ 5.000,00	A1	rural		x
205	7860	0	\$ 4.500,00	B1	urbano		x
206	7861	0	\$ 1.850,00	A1	urbano	x	
207	7864	0	\$ 900,00	A1	urbano	x	
208	7866	0	\$ 650,00	A1	urbano	x	
209	7870	0	\$ 1.025,00	A1	urbano	x	
210	7871	0	\$ 750,00	A1	urbano	x	
211	7879	0	\$ 5.000,00	A1	urbano	x	
212	7884	0	\$ 6.500,00	A1	urbano	x	
213	7887	0	\$ 650,00	A1	urbano	x	

214	7888	0	\$ 2.000,00	A1	urbano	x	
215	7900	0	\$ 1.025,00	A1	urbano	x	
216	7904	0	\$ 3.500,00	A1	urbano	x	
217	7914	0	\$ 6.100,00	B1	urbano		x
218	7916	0	\$ 6.300,00	B1	urbano		x
219	7918	0	\$ 5.000,00	C1	urbano		x
220	7932	8	\$ 9.500,00	B1	rural		x
221	7940	0	\$ 2.100,00	A1	urbano	x	
222	7942	0	\$ 700,00	A1	urbano	x	
223	7946	0	\$ 1.000,00	A1	urbano	x	
224	7947	0	\$ 6.500,00	A1	urbano	x	
225	7948	0	\$ 550,00	A1	urbano	x	
226	7953	0	\$ 6.400,00	A1	urbano	x	
227	7959	0	\$ 1.200,00	A1	urbano	x	
228	7963	0	\$ 1.000,00	A1	urbano	x	
229	7968	0	\$ 5.050,00	D	rural		x
230	7970	0	\$ 1.000,00	A1	rural		x
231	7973	0	\$ 3.500,00	B1	rural		x
232	7981	0	\$ 3.600,00	B1	rural		x
233	7982	0	\$ 5.000,00	C1	rural		x
234	7986	0	\$ 550,00	A1	urbano	x	
235	7989	0	\$ 1.650,00	A1	urbano	x	
236	8005	0	\$ 1.800,00	A1	urbano	x	
237	8009	0	\$ 6.500,00	C1	rural		x
238	8010	0	\$ 3.200,00	B1	rural		x
239	8014	0	\$ 2.000,00	A1	rural		x
240	8018	0	\$ 3.200,00	C1	urbano		x
241	8019	0	\$ 4.250,00	B1	urbano	x	
242	8028	3	\$ 3.800,00	A1	urbano	x	
243	8030	0	\$ 1.025,00	A1	urbano	x	
244	8037	0	\$ 550,00	A1	urbano	x	
245	8038	0	\$ 3.500,00	A1	rural		x
246	8045	0	\$ 4.100,00	A1	rural		x
247	8048	0	\$ 3.650,00	B1	rural		x
248	8054	0	\$ 3.100,00	A1	rural		x
249	8062	0	\$ 3.250,00	A1	rural		x
250	8065	0	\$ 3.000,00	A1	rural		x
251	8066	0	\$ 5.000,00	A1	rural		x
252	8067	0	\$ 750,00	A1	urbano	x	
253	8070	0	\$ 600,00	A1	urbano	x	
254	8075	0	\$ 625,00	A1	urbano	x	
255	8080	0	\$ 1.000,00	A1	urbano	x	
256	8086	0	\$ 3.000,00	A1	urbano	x	
257	8089	0	\$ 1.400,00	A1	urbano	x	

258	8097	1	\$ 1.200,00	A1	urbano	x	
259	8104	0	\$ 725,00	A1	urbano	x	
260	8122	0	\$ 6.500,00	A1	urbano		x
261	8125	0	\$ 2.750,00	A1	urbano		x
262	8132	0	\$ 1.500,00	A1	rural		x
263	8139	0	\$ 3.200,00	B1	rural		x
264	8141	0	\$ 2.700,00	B1	rural		x
265	8146	0	\$ 2.800,00	A1	rural		x
266	8153	0	\$ 3.600,00	A1	urbano		x
267	8158	0	\$ 3.100,00	A1	rural		x
268	8162	0	\$ 3.000,00	A1	rural		x
269	8163	0	\$ 4.500,00	B1	urbano		x
270	8173	0	\$ 5.000,00	B1	urbano		x
271	8178	0	\$ 1.300,00	A1	urbano	X	
272	8179	0	\$ 950,00	A1	urbano	X	
273	8183	0	\$ 6.500,00	C1	urbano		x
274	8190	0	\$ 4.500,00	A1	rural		x
275	8191	0	\$ 6.000,00	A1	rural		x
276	8192	0	\$ 700,00	A1	urbano	X	
277	8201	0	\$ 3.600,00	A1	rural		x
278	8205	0	\$ 4.100,00	A1	rural		x
279	8208	0	\$ 3.500,00	A1	rural		x
280	8209	0	\$ 3.100,00	A1	rural		x
281	8213	0	\$ 800,00	A1	urbano	X	
282	8215	0	\$ 1.300,00	A1	urbano	X	
283	8216	0	\$ 850,00	A1	urbano	X	
284	8227	0	\$ 5.000,00	B1	urbano		x
285	8232	0	\$ 3.100,00	B1	rural		x
286	8239	7	\$ 5.000,00	E	rural		x
287	8243	0	\$ 3.500,00	B1	urbano		x
288	8248	0	\$ 3.200,00	B1	urbano		x
289	8256	0	\$ 1.200,00	A1	urbano	X	
290	8493	0	\$ 800,00	A1	urbano	X	
291	8495	0	\$ 1.700,00	A1	urbano	X	
292	8517	8	\$ 7.500,00	E	rural		x
293	8568	4	\$ 5.000,00	C1	rural		x
294	8569	0	\$ 1.500,00	A1	urbano	X	
295	8571	0	\$ 3.700,00	A1	rural		x
296	8574	0	\$ 5.100,00	B1	rural		x
297	8575	0	\$ 2.500,00	B1	rural		x
298	8579	0	\$ 6.500,00	A1	urbano	X	
299	8582	9	\$ 12.500,00	D	urbano		x
300	8593	4	\$ 3.650,00	A1	urbano	X	
301	8612	0	\$ 2.700,00	A1	rural		x

302	8613	0	\$ 3.900,00	A1	rural		x
303	8622	0	\$ 1.000,00	A1	rural		x
304	8625	0	\$ 1.300,00	A1	urbano	X	
305	8629	1	\$ 1.025,00	A1	urbano	X	
306	8769	0	\$ 3.000,00	A1	urbano		x
307	8770	0	\$ 1.250,00	A1	rural		x
308	8781	0	\$ 3.600,00	A1	rural		x
309	8785	0	\$ 3.250,00	A1	urbano		x
310	8795	0	\$ 1.500,00	A1	urbano	X	
311	8798	0	\$ 1.800,00	A1	urbano	X	
312	8806	0	\$ 700,00	A1	urbano	X	
313	8808	0	\$ 5.000,00	A1	urbano		x
314	8809	0	\$ 4.000,00	A1	rural		x
315	8812	0	\$ 3.350,00	A1	rural		x
316	8814	0	\$ 1.550,00	A1	rural		x
317	8815	0	\$ 3.650,00	A1	urbano		x
318	8817	0	\$ 550,00	A1	urbano	X	
319	8819	0	\$ 2.025,00	A1	urbano	X	
320	8827	0	\$ 1.200,00	A1	urbano	X	
321	8829	0	\$ 900,00	A1	urbano	X	
322	8830	0	\$ 600,00	A1	urbano	X	
323	8834	0	\$ 1.025,00	A1	urbano	X	
324	8835	0	\$ 750,00	A1	urbano	X	
325	8838	5	\$ 2.500,00	B1	urbano	X	
326	8839	0	\$ 1.100,00	A1	urbano	X	
327	8840	0	\$ 550,00	A1	urbano	X	
328	8848	0	\$ 1.075,00	A1	urbano	X	
329	8849	0	\$ 1.000,00	A1	urbano	X	
330	8854	0	\$ 625,00	A1	urbano	X	
331	8858	0	\$ 725,00	A1	urbano	X	
332	8861	0	\$ 2.000,00	B1	rural		x
333	8867	0	\$ 1.400,00	A1	urbano		x
334	8879	0	\$ 3.300,00	B1	urbano		x
335	8881	0	\$ 1.500,00	A1	urbano	X	
336	8885	10	\$ 6.500,00	E	rural		x
337	8890	0	\$ 1.150,00	A1	urbano	X	
338	8910	0	\$ 550,00	A1	urbano	X	
339	8912	0	\$ 4.500,00	A1	urbano		x
340	8913	0	\$ 2.500,00	A1	urbano		x
341	8914	0	\$ 1.450,00	A1	urbano	X	
342	8919	0	\$ 3.650,00	B1	urbano		x
343	8931	0	\$ 1.200,00	A1	urbano	X	
344	8932	0	\$ 550,00	A1	urbano	X	
345	8935	0	\$ 3.600,00	B1	urbano		x

346	8936	0	\$ 1.000,00	A1	urbano	x	
347	8937	0	\$ 6.500,00	A1	urbano	x	
348	8940	0	\$ 3.200,00	B1	rural		x
349	8991	0	\$ 2.000,00	A1	urbano	x	
350	8994	5	\$ 4.000,00	B1	rural		x
351	8999	0	\$ 2.500,00	B1	urbano		x
352	9001	0	\$ 1.750,00	B1	urbano		x
353	9002	0	\$ 12.000,00	A1	urbano		x
354	9003	0	\$ 2.800,00	A1	urbano		x
355	9006	0	\$ 1.250,00	A1	urbano	x	
356	9017	0	\$ 1.800,00	B1	rural		x
357	9136	0	\$ 3.900,00	B1	rural		x
358	9143	0	\$ 3.100,00	B1	rural		x
359	9145	3	\$ 2.500,00	A1	urbano	x	
360	9146	0	\$ 1.000,00	A1	urbano	x	
361	9151	0	\$ 600,00	A1	urbano	x	
362	9156	0	\$ 500,00	A1	urbano	x	
363	9169	0	\$ 10.000,00	A1	urbano	x	
364	9173	0	\$ 3.500,00	A1	urbano	x	
365	9181	0	\$ 2.750,00	A1	urbano	x	
366	9186	0	\$ 1.200,00	A1	urbano	x	
367	9197	0	\$ 1.400,00	A1	rural		x
368	9198	0	\$ 2.000,00	A1	urbano	x	
369	9201	3	\$ 8.400,00	C1	urbano	x	
370	9202	0	\$ 2.350,00	A1	urbano	x	
371	9206	0	\$ 3.650,00	A1	rural		x
372	9208	0	\$ 3.800,00	A1	urbano	x	
373	9293	8	\$ 6.500,00	C1	rural		x
374	9326	0	\$ 3.450,00	B1	rural		x
375	9333	0	\$ 600,00	A1	urbano	x	
376	9334	0	\$ 650,00	A1	urbano	x	
377	9341	5	\$ 4.050,00	A1	rural		x
378	9379	0	\$ 700,00	A1	urbano	x	
379	9408	0	\$ 950,00	A1	urbano	x	
380	9412	0	\$ 1.250,00	A1	urbano	x	
381	9428	0	\$ 9.500,00	C1	urbano		x
382	9449	3	\$ 3.650,00	A1	urbano	x	
383	9457	0	\$ 800,00	A1	urbano	x	
384	9461	0	\$ 2.500,00	A1	urbano	x	
385	9464	0	\$ 3.050,00	A1	urbano	x	
386	9470	0	\$ 1.275,00	A1	urbano	x	
387	9477	0	\$ 3.750,00	A1	urbano	x	
388	9480	8	\$ 11.050,00	E	rural		x
389	9527	0	\$ 1.800,00	A1	urbano	x	

390	9536	0	\$ 7.750,00	B1	urbano		x
391	9541	6	\$ 3.500,00	B1	rural		x
392	9543	0	\$ 1.250,00	A1	urbano	x	
393	9549	0	\$ 2.750,00	A1	urbano	x	
394	9552	4	\$ 2.500,00	A1	urbano		x
395	9554	0	\$ 4.800,00	A1	urbano		x
396	9595	0	\$ 3.100,00	A1	urbano	x	
397	9839	0	\$ 2.400,00	A1	urbano	x	
398	9963	5	\$ 2.050,00	A1	rural		x
399	10174	2	\$ 2.150,00	B1	urbano	x	
400	10187	5	\$ 1.250,00	A1	urbano	x	