

Clasificación crediticia de clientes de una empresa agrícola mediante metodología no supervisada PRIDIT

PROBLEMA

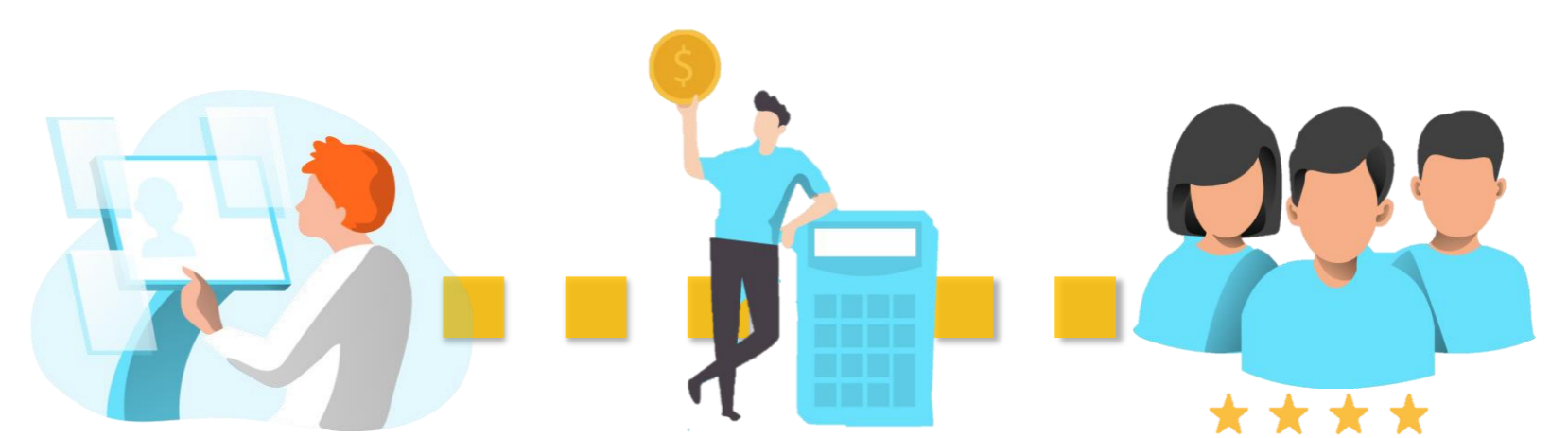
Sólo en 2019, de lo desembolsado y destinado al sector productivo tuvo un índice de morosidad del 6.85%, donde la compra de cartera por vencer alcanzó los 150 millones de dólares. Existen muchas causas que afectan este índice, pero, no saber a quién y cuánto de crédito otorgar, es decir, una mala clasificación de clientes pone en peligro la estabilidad financiera y productiva de la empresa.



ÍNDICE DE MOROSIDAD **4.7%**
Agricultores que emplean CRÉDITO **4.2%**

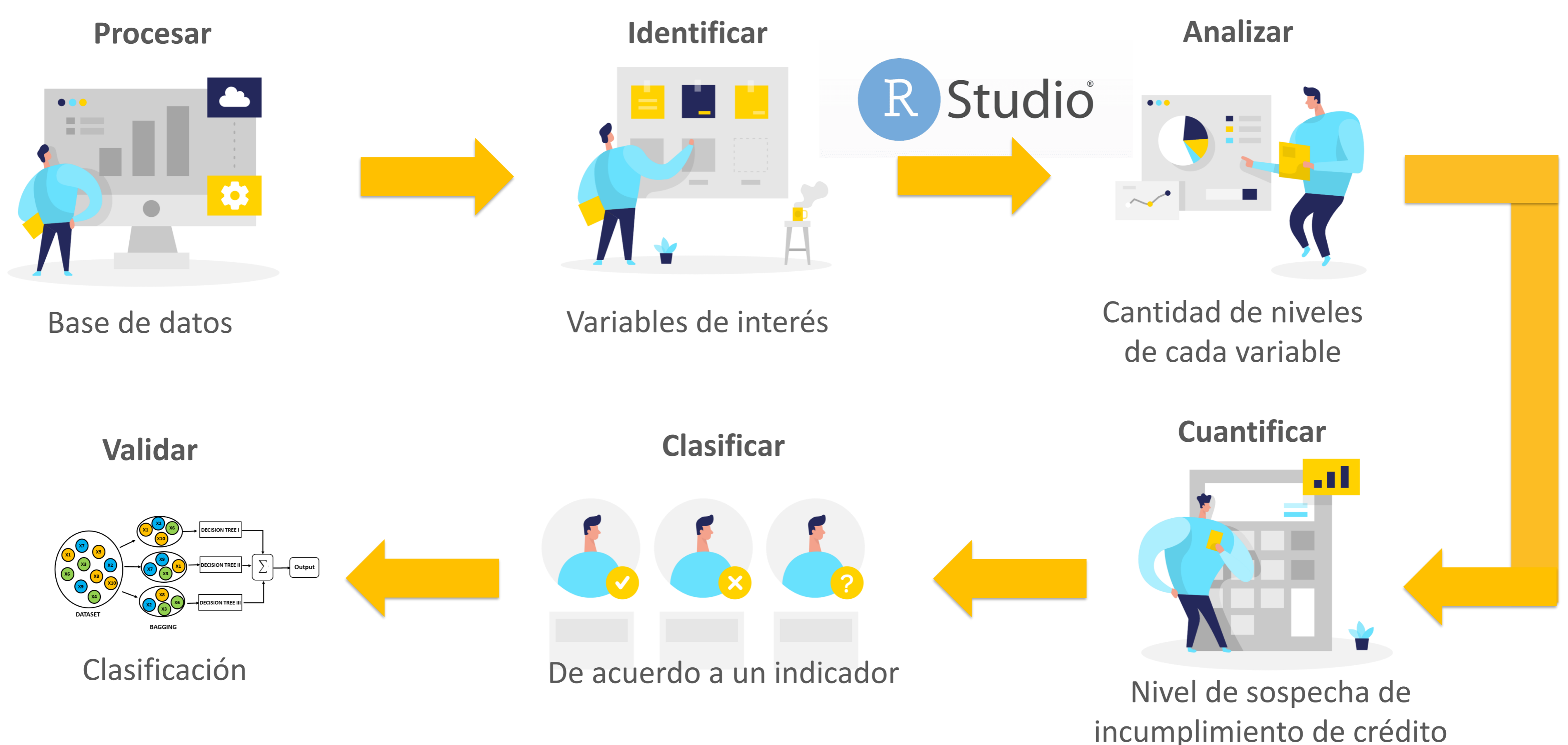
OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo credit scoring para una empresa del sector agrícola mediante la clasificación y cuantificación de riesgo del cliente usando la metodología PRIDIT, permitiendo la oportuna toma de decisiones en la gestión de crédito.

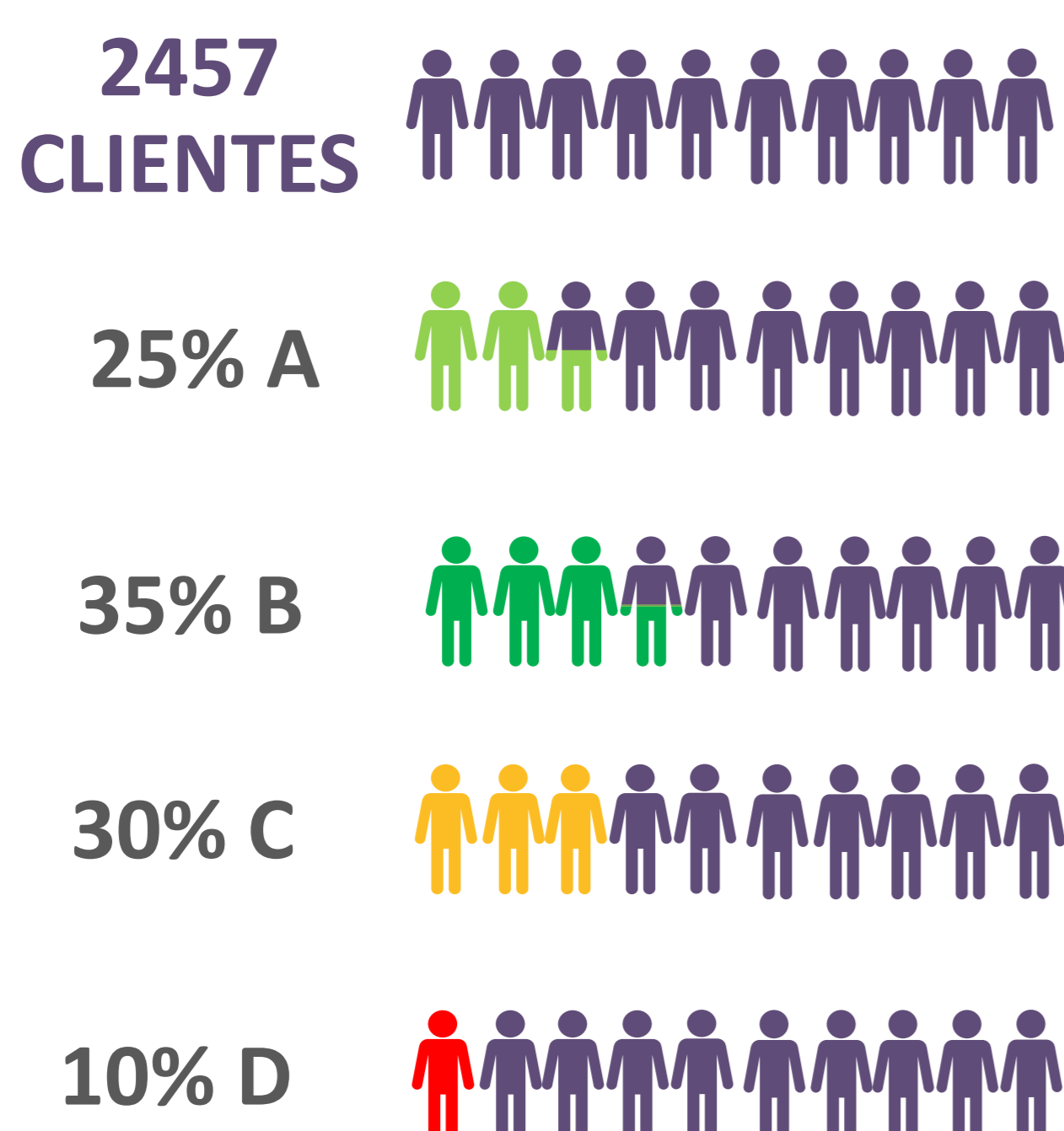


PROPUESTA

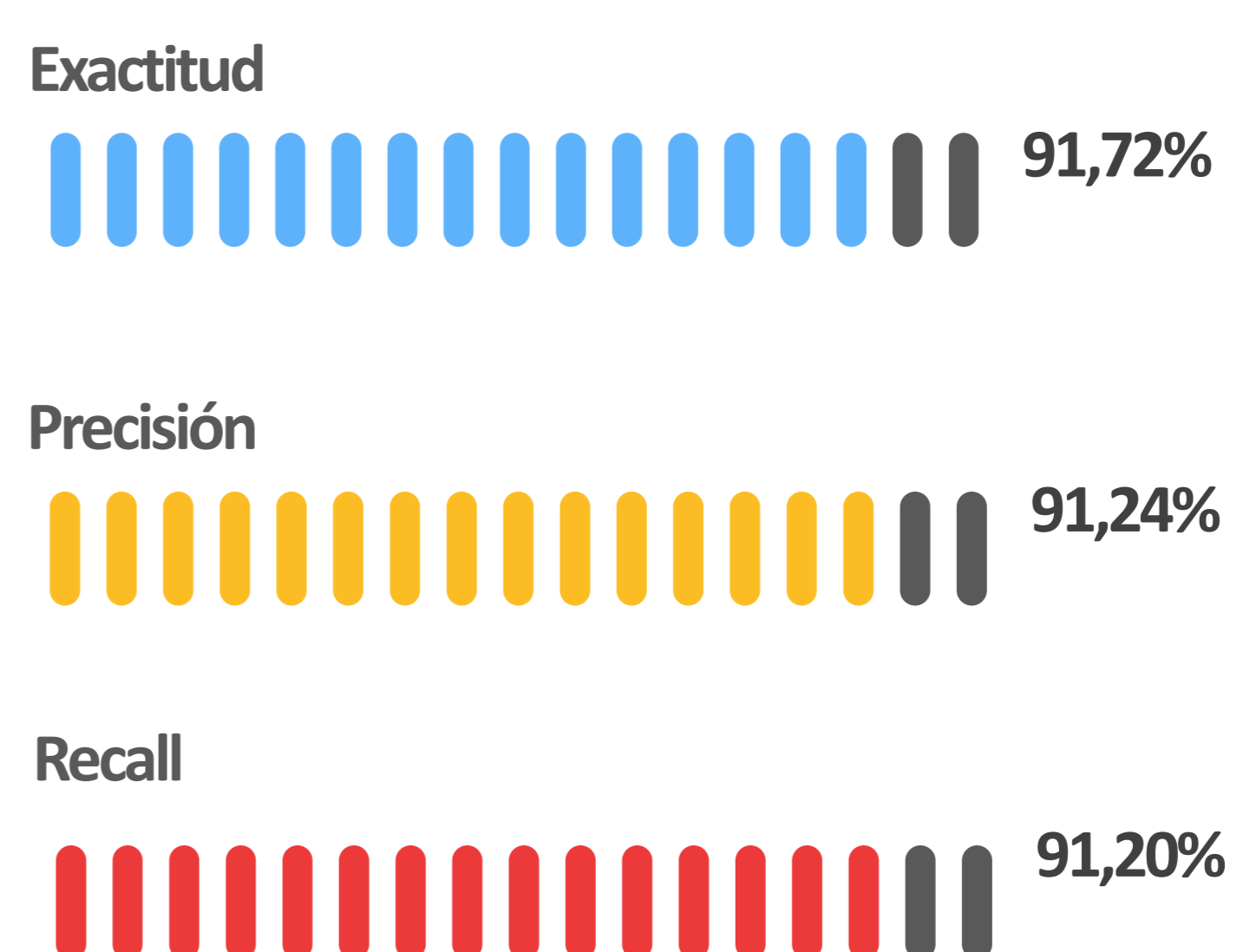
Analizar variables relacionadas al historial de compras de clientes de una empresa del sector agrícola, a los cuales mediante descomposición descriptiva se les otorgará una categorización medida en escala para aplicar una transformación de las variables. Luego a través de PRIDIT se empleará un indicador para la asignación de rankings acerca de la sospecha de incumplimiento de crédito que posee cada cliente.



RESULTADOS



CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE PRIDIT



De 2457 clientes de una empresa del sector agrícola el 25% estuvo dentro del ranking A, el 35% del ranking B, el 30% del ranking C y el 10% del ranking D.

CONCLUSIONES

- Aplicar este modelo credit scoring con metodología PRIDIT para empresas que no posean una buena estructura en sus bases de datos puede ser complicado sino se analizan los datos minuciosamente. Sin embargo, como se presenta en este trabajo, con un estudio cuidadoso de variables y su correspondiente categorización pueden llevar a tener buenas soluciones que permitan evaluarse para su correcta aplicación.
- La técnica PRIDIT dio puntuaciones altas a las variables: Compra promedio del cliente, Cupo Máximo, Frecuencia de compra, Monto promedio de devoluciones
- y Frecuencia de devoluciones, lo que evidencia un peso significativo de éstas en el nivel de incumplimiento de crédito. Por otro lado, las variables: Estado del Cliente y método de pago obtuvieron puntuaciones bajas por lo que podrían omitirse para este tipo de estudio.
- El 60% de los clientes tienen una menor sospecha de incumplimiento de crédito, encontrándose dentro de los ranking A y B, el 40% restante tienen mayor sospecha de incumplimiento de crédito ubicándose dentro de los ranking C y D.