

**COMMERCIAL MANAGEMENT AND ITS IMPACT ON REVENUE COLLECTION
OF THE POTABLE WATER AND SEWERAGE COMPANY, CANTON JIPIJAPA**

**LA GESTIÓN COMERCIAL Y SU INCIDENCIA EN LA RECAUDACIÓN DE LA
EMPRESA DE AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO SANITARIO, CANTÓN
JIPIJAPA**

Lcda. Mildred Andreina Castillo Viteri¹  <https://orcid.org/0000-0002-6571-7198>
Lcdo. Jairo Lenin Toala Ponce Mag.Edu.²  <https://orcid.org/0009-0007-1081-7726>
Ing. Roberto Carlos Parrales Baque Mag.Edu.³  <https://orcid.org/0000-0002-5657-3452>
Ing. Cinthia Viviana Castillo Viteri⁴  <https://orcid.org/0009-0000-7214-5864>

¹ **Email:** mildred.c.viteri@gmail.com

² **Email:** jainathy@hotmail.com

³ **Email:** roselyne20022020@gmail.com

⁴ **Email:** cinthia.vivi96@hotmail.com

Recibido:18-08-2024

Aprobado:06-09-2024

Publicado:18-11-2024

RESUMEN

El presente trabajo de investigación permitió el análisis de la gestión comercial y su incidencia en la recaudación de la empresa de agua potable y alcantarillado sanitario, cantón Jipijapa”, su problemática nace de las bajas recaudaciones que existen por la no existencia de un servicio eficiente y permanente, que garanticen un servicio de calidad y calidez como se encuentra enmarcado en la Constitución de la República del Ecuador. Definida la problemática de la entidad se estableció como objetivo ya que es la fuente con que subsiste y abastece a la empresa, para lo cual se desarrolló el análisis teórico, enmarcado en definiciones de varios autores, así como investigaciones y artículos que describen situaciones similares. La metodológica que se utilizó fue investigación de enfoque mixto, se recopiló información lo que permitió analizar y describir criterios del área de gestión comercial. Los datos recopilados fueron procesados, y obtuvieron los resultados del proceso investigativo.

Palabras claves: Recaudación, Incidencia, Gestión Comercial, Agua Potable, Alcantarillado Sanitario

ABSTRACT

This research work allowed the analysis of commercial management and its impact on the collection of the drinking water and sanitary sewerage company, Jipijapa canton. ”Its problem arises from the low collections that exist due to the non-existence of an efficient and permanent, that guarantee a service of quality and warmth as is framed in the Constitution of the Republic of Ecuador. Once the entity's problems were defined, the objective was established since it is the source with which it subsists and supplies the company, for which the theoretical analysis was developed, framed in definitions by various authors, as well as research and articles that describe similar situations. The methodology used was a mixed-focus research, information was collected which allowed the analysis and description of criteria in the commercial management area. The collected data were processed, and the results of the investigative process were obtained.

Keywords: Collection, Incidence, Commercial Management, Drinking Water, Sanitary Sewerage

INTRODUCCIÓN

La gestión comercial de la Empresa de Agua Potable y Alcantarillado de Jipijapa y la recaudación de deudas de los clientes son elementos fundamentales para la sostenibilidad del servicio y el cumplimiento de su misión social. Aunque la Constitución del Ecuador reconoce el acceso al agua como un derecho humano, este derecho enfrenta desafíos en su implementación debido a problemas de gestión en las instituciones encargadas de la administración y distribución del agua. La eficiencia de estas entidades se convierte en un pilar necesario, pues garantiza no solo la continuidad del servicio, sino también su capacidad para mejorar la calidad de vida de la comunidad a largo plazo.

Para que el derecho al agua sea efectivo, es esencial que las instituciones de agua potable logren un equilibrio entre la cobertura del servicio y la sostenibilidad financiera. Esto implica llevar a cabo procesos de recaudación que no solo aseguren el ingreso necesario para el funcionamiento operativo, sino que también contribuyan a un fondo de inversión en mejoras y mantenimiento de la infraestructura. En el caso de la Empresa de Agua Potable y Alcantarillado de Jipijapa, el historial de ineficiencia en su gestión sugiere que existen problemas estructurales y operativos que deben abordarse de manera integral.

El fortalecimiento institucional es un paso clave para superar estos problemas. Esto incluye no solo la implementación de mejores prácticas en la administración y recaudación, sino también la capacitación del personal en aspectos de transparencia y responsabilidad social. Asimismo, una gestión eficiente requiere un enfoque basado en datos y en la estandarización de procesos; es decir, que cada aspecto de la gestión, desde la atención al cliente hasta la recaudación de pagos y la gestión de deuda, debe estar alineado con normas de eficiencia y rendición de cuentas.

La autosostenibilidad de estas empresas depende también de una cultura de responsabilidad compartida con la comunidad. Al garantizar que los clientes entiendan la importancia de cumplir con sus obligaciones financieras, se fomenta una relación de colaboración que fortalece la viabilidad del sistema. Sin una recaudación efectiva, la empresa podría enfrentar un déficit que comprometería la calidad del servicio, afectando no solo a los clientes morosos, sino a toda la comunidad que depende de este recurso esencial.

Las empresas públicas de agua potable, al estar facultadas para manejar de manera autónoma los recursos hídricos, deben adoptar estrategias que maximicen la transparencia y la eficiencia. Esto implica una gestión moderna y basada en tecnología que permita automatizar procesos de facturación, cobro y monitoreo de deudas. La implementación de soluciones digitales puede mejorar el acceso y la puntualidad de los pagos, además de proporcionar datos precisos para una mejor toma de decisiones.

DESARROLLO

Según (Castillo Rosado, 2016), en su tesis, “Modelo de Gestión Comercial para la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado del Cantón Bolívar” Menciona que: los servicios públicos de agua potable y saneamiento constituyen servicios universales y no discriminatorios con un alto impacto sobre la salud pública y el medio ambiente que deben ser provistos en condiciones de cantidad y calidad adecuadas “El agua potable no es un recurso natural. Es un producto del procesamiento de agua dulce, un recurso natural cada vez más escaso, utilizado mayoritariamente por la agricultura de riego, y también en la generación hidroeléctrica y faenas minera” El costo en inversión para tener la infraestructura de producción y distribución de agua potable y de recolección y descarga final de aguas servidas a cursos receptores,

De acuerdo a (Alcívar, 2016), en su tesis. “Propuesta para Mejorar los Procesos de Recaudación en la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado del Cantón de Portoviejo (EMAPAP)” indica que: la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Portoviejo (EMAPAP), es la encargada de dotar del líquido vital a la capital de la provincia de Manabí desde el 2004, año en el que recibió de la Corporación Reguladora de Manejo Hídrico de Manabí –CRM-, la administración de los sistemas de producción y distribución del agua potable para Portoviejo, es decir, de una de las ciudades más importantes del país, con una población de 238.430 habitantes, según censo realizado en el año 2001 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

De acuerdo a (Nuñez Arias, 2019), en su tesis, “Gestión de Recaudación de Fondos de la Empresa Pública de Agua Potable y Alcantarillado del Cantón San Francisco de Pueblo viejo” menciona que: la Empresa Pública de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario de Pueblo viejo EPAP, ubicada en la Avenida Manuel Felipe Serrano y Abdón Calderón - Casa Consistorial es una institución pública cuyo objetivo radica en la recaudación de fondos a través de los servicios prestados de agua potable y alcantarillado, fue creada en el año 2011 mediante ordenanza municipal. La finalidad del trabajo de investigación radica en conocer los procedimientos que se utilizan al momento de realizar la recaudación de fondos, los lineamientos establecidos para la recuperación de cartera, los factores sociales, naturales y económicos que influyen en la misma e impiden el pago del servicio por parte de los usuarios y la falta de políticas de cobranzas.

Keynes en su “Teoría General de la Ocupación, el Interés y el Dinero (1936)

La crisis económica mundial de los últimos años es una crisis de gran envergadura que tendrá probablemente importantes repercusiones en años por venir en la teoría macroeconómica y su enseñanza, especialmente a nivel de posgrado. Durante esta crisis, los debates de política macroeconómica de los años 1930, cuando la macroeconomía nació como disciplina con la publicación de la Teoría General de la ocupación, el interés y el dinero

(1936) de Keynes, se han repetido nuevamente. Ello se debe, en parte, a la vigencia de la obra de Keynes que tiene por lo menos dos razones de ser. La primera es que la Teoría General es una obra muy moderna en el terreno de los hechos debido a que la actual crisis económica y financiera mundial ha vuelto a poner a los mercados financieros en el epicentro del mal funcionamiento del sistema económico en su conjunto. Y este es precisamente uno de los temas centrales de la Teoría General. La segunda es que esta obra es muy relevante en el terreno de las ideas, tanto para el presente como para el futuro, debido a la vigencia de la crítica de Keynes a lo que llamó la economía clásica. (Ros, 2017)

De acuerdo a (Pacheco, 2019), en su Tesis, “La gestión comercial en la empresa Supertasa de la ciudad de Riobamba y su incidencia en las ventas” indica que: la gestión comercial son todos aquellos recursos y técnicas diseñadas para dar a conocer una propuesta comercial, un producto o un servicio. Podría considerarse como el canal de comunicación que tiene una empresa con los consumidores, Su aplicación conlleva una serie de actividades, como un estudio exhaustivo del mercado, la planificación de objetivos concretos, los medios de distribución, entre otros aspectos. Es un proceso que define los pasos a seguir para alcanzar la meta de ventas, buscando sobretodo la satisfacción del cliente

De La Gestión Comercial de la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado

Art. 36.- Las funciones y responsabilidades mínimas que deberá desempeñar la Gestión Comercial son las siguientes:

- a) Elaborar el presupuesto anual de venta de agua, estadística y presupuesto de gastos e inversiones requeridas para el mantenimiento, operación y ampliación de las redes de Agua potable y saneamiento, así como el presupuesto que demanden las demás actividades que dependen del área de gestión,
- b) Elaborar con las áreas: financiera y de servicios domiciliarios de agua potable y de alcantarillado, la estructuración de un plan tarifario real que permita recuperar los costos de operación y mantenimiento; recomendar a la Gerencia General inversiones para la ampliación de los sistemas.
- c) Elaborar y mantener actualizada una base de datos sobre los usuarios de los servicios de agua potable y alcantarillado, niveles de consumo en las distintas categorías (domesticas, comercial e industrial), datos de los cortes, reconexiones, conexiones clandestinas identificadas;
- d) Realizar diversos estudios en el área de comercialización como: oferta - demanda, niveles de consumo, cartera vencida, pliegos tarifarios y otros que permitan recomendar a la Gerencia General los cambios en el sistema de comercialización, políticas procedimientos y normas para lograr un desarrollo integral, descentralizado y desconcentrado,
- e) Elaborar bases y especificaciones técnicas para las adquisiciones de bienes y contratación de servicios necesarios para su área de gestión, previniendo y

- corrigiendo conductas, acuerdos o prácticas tendientes a impedir, restringir, falsear o distorsionar las condiciones de acceso de los usuarios o dichos bienes y servicios;
- f) Aprobar las solicitudes de equipos, materiales, herramientas, etc., requeridas para el trabajo de las unidades a su cargo y velar por su correcta utilización.
 - g) Verificar la solución de problemas por reclamos de diferentes tipos, ya sea en la prestación de los servicios de agua potable, alcantarillado relacionados con las planillas de consumo:
 - h) Supervisar estadísticas de facturación, re facturación, servicio de agua no registrado, número de abonados y otros.
 - a. Fomentar la comunicación interdepartamental en labores afines y que promuevan la comercialización del agua y el alcantarillado,
 - i) Realizar listado de crédito de medidores, instalaciones nuevas y cambio de acometidas para el cobro respectivo o través de las facturas correspondientes;
 - j) Controlar que la prestación y el cobro de servicio de agua potable sean correctamente administrados de acuerdo a los pliegos tarifarios vigentes y demás condiciones contratados por los abonados,
 - k) Verificar aleatoriamente, la exactitud de la información que contienen las planillas de consumo, catastro de Facturación. cargos y estadísticas;
 - l) Programar los trabajos de inspección a los servicios Instalados y,
 - m) Proponer mecanismos confiables y aplicables para mejorar el sistema catastral comercial a su cargo;
 - n) Controlar que la prestación y el cobro del servicio de agua potable sean correctamente administrados de acuerdo a los pliegos tarifarios vigentes y demás condiciones contratadas por los usuarios del servicio;
 - o) Analizar la deuda morosa de clientes y realizar las acciones necesarias para la gestión de cobro;
 - p) Efectuar las acciones de cobranza extrajudicial a través de convenios de pago, con aquellos clientes a quienes se les ha suspendido el suministro de agua potable;
 - q) Identificar y reportar para el inicio de las acciones de cobranza judicial, por la vía coactiva a aquellos clientes que no han respondido o las acciones extrajudiciales de cobro
 - r) Diseñar planes o mecanismos que permitan la recuperación de la cartera vencida: y la depuración de la cartera vencida incobrable;
 - s) Disponer la suspensión del servicio y retiro de conexiones, de cuentas de difícil cobro
 - t) Efectuar los arqueos de caja sin previo aviso y por lo menos una vez cada dos meses;
 - u) Las demás que sean asignadas por el Gerente General, dentro del área de su competencia.

Importancia de la gestión comercial

La gestión comercial en las empresas, actúa como una especie de motor y en general, la función comercial activa a las demás, influyendo en ellas de forma directa o indirecta. Determina los volúmenes que se deben producir para atender la demanda, las especificaciones que requiere el cliente, los precios y formas de pago, la comunicación y tiene el poder incluso de alterar la dinámica de la estrategia corporativa.

Beneficios de la gestión comercial

- Facilita el cumplimiento de los objetivos financieros de la empresa;
- Permite estructurar los procesos de producción de forma acertada;
- Favorece la reputación de la empresa en el mercado;
- Mejora la relación con los clientes;
- Incrementa los indicadores de satisfacción del cliente y fidelidad;
- Aumenta la competitividad de la empresa;
- Maximiza la rentabilidad. (silva, 2020)

Recaudación por actividad económica

Esta actividad permite observar cuánto aporta cada sector económico a la recaudación total, en términos absolutos y en relación con el producto bruto o el valor agregado que genera cada sector. La clasificación por actividad económica responde a la estructura, definiciones y principios básicos de la Clasificación Internacional Uniforme de todas las Actividades 16 Económicas. La existencia de regímenes de retención e ingresos provenientes de Aduana dificultan la clasificación por actividad económica. Por ello, en los impuestos directos, como son Ganancias y Ganancia Mínima Presunta, se computa el impuesto determinado. (López Martínez, 2016),

La recaudación de impuestos directos e indirectos y los niveles de pobreza en el Ecuador durante el período 2011 – 2015. Esto, con el fin de analizar cuál es la influencia, y el verdadero alcance, que puede llegar a tener la recaudación tributaria sobre los niveles de pobreza en una sociedad. Como fuente de información para la recolección de datos se utilizaron las instituciones nacionales con competencia en los aspectos estudiados, los cuales, se conforman por los niveles de recaudación por tipo de impuestos, los mecanismos de distribución del Estado, las condiciones de vida (López Martínez, 2016),

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente estudio analiza a los Usuarios de la empresa de agua potable y alcantarillado Epmapas del Cantón Jipijapa obteniendo opiniones de los Usuarios mediante preguntas concretas de un problema en específico, los mismos que serán analizados y permitirán realizar un diagnóstico sobre la incidencia de la Gestión Comercial y recaudaciones de agua potable y alcantarillado en los usuarios del Cantón Jipijapa

Para el efecto se utilizó una investigación tipo cualitativo, que nos permitió obtener datos no cuantificables de calidad o la opinión de los participantes para llegar a la conclusión del proceso apoyado en los métodos inductivo y deductivo. Se emplea método deductivo por que se comienza con la teoría, y de ésta se derivan expresiones lógicas denominadas “hipótesis” que el investigador somete a prueba. Se usó principios generales para llegar a una conclusión específica y el método deductivo por que se utilizó para obtener antecedentes particulares para llegar a una conclusión general.

En el camino considerando para llegar a establecer los resultados de este estudio fundamentando en la revisión de una considerable lectura, entrevista y encuestas realizadas a los usuarios apoyadas en complicaciones bibliográficas de diversos recursos de consultoras en línea, tales como revistas científicas artículos, repositorios digitales, con distintos criterios sostenidos por autores que han tratado las variables de estudios con autoridad. Generando un espacio y puntos de vista del equipo de investigación, al fin encontrando resultados de interés sobre las variables de estudios.

RESULTADOS

La población del estudio ha sido los usuarios de la empresa Emapas del cantón Jipijapa con una población que se consideró dentro de esta investigación fue de 9.500 Usuarios registrados en la Empresa Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Jipijapa, según datos referenciales de la empresa

Una gran parte de los Usuarios no están satisfecho con el servicio que brinda la empresa de agua potable y Alcantarillado del Cantón Jipijapa por que no hacen una entrega a diario del agua potable, además de tuberías en mal estado hay mucho malestar de parte de los Usuarios del Cantón, Actualmente la empresa atraviesa mala gestión, debido a todas las irregularidades en la distribución del agua que no se aplica de forma continua, lo que genera malestar en los Usuarios del Cantón Jipijapa.

Anulo que el 20% indicó que regular, Mientras que el 10% indicó que excelente, con el 5% manifestaron que el servicio es bueno y muy Bueno.

Por otro lado la gestión comercial es Regular ya que su principal meta es la satisfacción del cliente y el segundo, la participación en el mercado, lo cual se está llevando de una manera regular, por lo que la gestión comercial de los servicios de agua potable y alcantarillado, llevando como su principal problema la no existencia de un servicio eficiente y permanente, con excelente cobertura y con estándares de calidad exigidos, que garanticen un servicio de calidad y calidez como se merecen los Usuarios del Cantón Jipijapa por lo cual el 5% nos manifestó que la gestión comercial es excelente, mientras que el 10% la califico de muy buena, y el 29% de buena, mientras que el 75% la califico de regular.

En torno a las recaudaciones el 70% manifestó que los precios del servicio de las recaudaciones han ido subiendo, mientras que el 28% indicó que los precios por el servicio de agua son medios, mientras que el 25% indicó que son bajos.

El malestar de los Usuarios por la poca distribución del agua, debido a este problema la empresa está implementando estrategias para una distribución diaria, y de esta manera tener los canales de recaudación en los cuales contamos con convenios con el Banco Pichincha (Mi vecino) y el Servicio Facilito. Además nos indicó que lógicamente como empresa una de nuestras metas es recuperar la cartera vencida pero el tema de la emergencia Sanitaria nos ha afectado porque la situación de cada abonado no es la misma.

DISCUSIÓN

Los usuarios del Cantón Jipijapa expresan insatisfacción con la Empresa de Agua Potable y Alcantarillado (EPMAPAS) debido a la falta de un abastecimiento regular de agua potable. La intermitencia en la distribución del agua no solo genera malestar, sino que afecta directamente a la economía familiar, ya que obliga a los residentes a comprar agua de tanqueros. Esto representa una carga financiera significativa, dada la importancia del agua como recurso vital para el bienestar humano.

Desde el punto de vista de la gestión comercial, EPMAPAS enfrenta desafíos en satisfacer dos objetivos críticos: la satisfacción del cliente y la participación en el mercado. Sin embargo, la falta de un servicio constante y de calidad en la distribución del agua sugiere que estas metas no se están cumpliendo de manera efectiva. Los altos precios del servicio, junto con una distribución deficiente, han llevado a que muchos usuarios retrasen o incumplan sus pagos, generando así un problema social y económico en el cantón.

Además, los niveles de recaudación se han reducido en aproximadamente un 50% respecto a los ingresos de 2019, en parte debido al impacto económico de la pandemia de COVID-19 y en parte por la inconformidad de los usuarios con el servicio. La empresa, consciente de este desafío, ha comenzado a implementar estrategias para mejorar la distribución del agua, buscando satisfacer las necesidades básicas de los usuarios y estabilizar su sostenibilidad financiera.

CONCLUSIONES

La gestión comercial de EPMAPAS en el Cantón Jipijapa no cumple con las expectativas de sus usuarios debido a la distribución insuficiente e irregular del agua en varios sectores. Esta situación ha generado un profundo malestar en los usuarios, quienes consideran que el servicio no cubre sus necesidades básicas y afecta sus economías al tener que recurrir a alternativas costosas para obtener agua.

La actual situación de la empresa refleja la necesidad de fortalecer la eficiencia operativa y asegurar un servicio continuo y de calidad. Las tuberías en mal estado y la falta

de suministro diario agravan los problemas, resultando en una pérdida de confianza por parte de los usuarios y afectando negativamente la recaudación.

EPMAPAS debe priorizar una estrategia de gestión comercial que satisfaga las necesidades básicas de los usuarios, enfocándose en mejorar la eficiencia en la distribución de agua y en incrementar su participación en el mercado. Es crucial restablecer la confianza mediante la implementación de un servicio confiable y estable, para así recuperar la estabilidad económica y contribuir positivamente al desarrollo del Cantón Jipijapa.

BIBLIOGRAFÍA

Alcívar, A. A. (2016). *Gestión de recursos en empresas de agua potable*. UTE. http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/3952/1/41142_1.pdf

Castillo Rosado, M. V. (2016). *Factores de satisfacción del usuario en empresas de servicios públicos*. Pontificia Universidad Católica del Ecuador. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/4965>

López Martínez, C. de (2016). *La administración pública y su impacto en la gestión de servicios básicos*. Universidad Andina Simón Bolívar. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/2243>

Núñez Arias, N. M. (2019). *Evaluación de la gestión financiera en empresas de servicios públicos*. Universidad Técnica de Babahoyo. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/6128>

Pacheco, M. (2019). *Desafíos en la recaudación y gestión comercial de empresas de agua potable*. Universidad Nacional de Chimborazo. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/3802>

Ros, J. (2017). *Aspectos críticos de la gestión comercial en empresas públicas de agua potable en México*. *Revista Mexicana de Administración Pública*, 30(1), 1-15. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16672012000100002

Silva, P. (2020). *Estrategias de gestión comercial en empresas de servicios básicos*. Óptima Suite. <https://www.optimasuite.com/gestion-comercial-empresa/#:~:text=La%20gesti%C3%B3n%20comercial%20es%20una,los%20comerciales%20llevar%20a%20cabo>