

Universidad de Costa Rica
Sistema de Estudios de Posgrado

Estudio de factibilidad financiera para la implementación de una tarjeta de crédito
bajo la modalidad de grupo de afinidad en una asociación solidarista

Trabajo Final de Graduación aceptado por la Comisión del Programa de Posgrado en
Administración y Dirección de Empresas, de la Universidad de Costa Rica, como
requisito parcial para optar por el grado de Magíster en Administración y Dirección de
Empresas con Énfasis en Finanzas.

Rigoberto Acuña Álvarez
Carné A30038

Ciudad Universitaria *Rodrigo Facio*, Costa Rica

2012

Dedicatoria

A mis padres, que siempre han creído en mí y han estado orgullosos de mis logros y que junto a mis hermanas han visto disminuido mi tiempo con ellos, debido a la asistencia a lecciones y realización de trabajos en todos estos años de carrera académica.

A Milagro, por su apoyo e interés en mi desarrollo académico y profesional.

A Dios, que me ha dado las fortalezas para poder llevar a cabo todas las acciones que me han colocado donde estoy actualmente.

Agradecimientos

A todos los profesores que me han enseñado tanto a lo largo de toda mi carrera académica y me han brindado las herramientas para ser un mejor profesional.

A la Asociación que me abrió las puertas profesionales y que gracias a su flexibilidad y comprensión he podido alcanzar mucho en el ámbito académico.

Hoja de aprobación

Este Trabajo Final de Graduación fue aceptado por la Comisión del Programa de Posgrado en Administración y Dirección de Empresas, de la Universidad de Costa Rica, como requisito parcial para optar al grado de Magíster en Administración y Dirección de Empresas con énfasis en Finanzas.

Dr. Aníbal Barquero Chacón
Director de Programa de Posgrado

Juan Ricardo Jiménez Montero, MBA
Profesor Coordinador

Lic. José Manuel Arias Porras MAE
Profesor Guía

Ing Walter Alonso Rojas Rodríguez
Supervisor Laboral

Lic. Rigoberto Acuña Álvarez
Estudiante

Contenido

Estudio de factibilidad financiera para la implementación de una tarjeta de crédito bajo la modalidad de grupo de afinidad en una asociación solidarista

Dedicatoria	ii
Agradecimientos.....	iii
Hoja de aprobación	iv
Índice de diagramas	ix
Índice de diagramas	ix
Índice de fórmulas	x
Índice de tablas	xi
Índice de imágenes	xii
Índice de anexos complementarios	xiii
Resumen.....	xiv
Introducción.....	16
Capítulo I - Marco teórico	19
1.1 Estudio de factibilidad	19
1.1.1 Componentes.....	20
1.1.2 Flujos de caja	26

1.1.3	Criterios de evaluación.....	30
1.1.4	Análisis de sensibilidad y de escenarios	44
1.2	Negocio de tarjetas de crédito en Costa Rica	47
1.2.1	Participantes	47
1.2.2	Funcionamiento.....	49
1.2.3	Tipos de tarjetas de crédito	52
1.2.4	Compañías emisoras en Costa Rica	54
1.2.5	Aspectos presentes en los plásticos	67
Capítulo II – Descripción de la empresa.....		69
2.1	Antecedentes de la empresa	69
2.1.1	Misión.....	70
2.1.2	Productos	70
2.1.3	Mercados	71
2.1.4	Soporte técnico	71
2.2	Historia de la Asociación Solidarista	72
2.2.1	Estructura organizacional.....	78
2.2.2	Productos y servicios	81

2.2.3	Descripción del grupo.....	84
Capítulo III – Funcionamiento tarjeta de crédito en grupo de afinidad		85
3.1	Tarjeta de Crédito en Grupo de Afinidad.....	85
3.1.1	Funcionamiento.....	86
3.2	Requisitos del grupo no comercial	88
3.3	Ventajas de la tarjeta de crédito en grupo de afinidad	90
Capítulo IV – Estudio de factibilidad financiera		92
4.1	Estudio de factibilidad financiera.....	92
4.1.1	Supuestos	92
4.1.2	Variables fijas.....	93
4.1.3	Factibilidad financiera.....	93
4.2	Análisis de escenarios	96
4.2.1	Pesimista.....	96
4.2.2	Optimista	97
Capítulo V – Conclusiones y recomendaciones		99
5.1	Conclusiones	99
5.2	Recomendaciones	100

Bibliografía	102
Anexo metodológico	106
Anexos complementarios	109

Índice de diagramas

Diagrama 1.1 Estructura general de un flujo de caja.....	29
Diagrama 2.1 Estructura administrativa Asociación Solidarista de Empleados de Litografía ABC SA	79

Índice de fórmulas

Fórmula 1.1 Cálculo del VAN	31
Fórmula 1.2 Cálculo de la TIR.....	35
Fórmula 1.3 Cálculo del PR con flujos iguales	38
Fórmula 1.4 Cálculo de la relación CB	41

Índice de tablas

Tabla 1.1 Ejemplo numérico del VAN.....	32
Tabla 1.2 Ejemplo numérico de la TIR	36
Tabla 1.3 Ejemplo numérico de la relación CB.....	42
Tabla 1.4 Escenario proyectado de un proyecto de inversión	45
Tabla 1.5 Escenario pesimista de un proyecto de inversión	46
Tabla 1.6 Escenario optimista de un proyecto de inversión	46
Tabla 4.1 Ingresos anuales del proyecto.....	95
Tabla 4.2 Ingresos anuales del proyecto, según escenario pesimista	96
Tabla 4.3 Ingresos anuales del proyecto, según escenario optimista	98

Índice de imágenes

Imagen 1.1 Logotipo comercial Credomatic	56
Imagen 1.2 Logotipo comercial Citi	58
Imagen 1.3 Logotipo comercial de HSBC	59
Imagen 1.4 Logotipo comercial BCR	61
Imagen 1.5 Logotipo comercial BNCR	63
Imagen 1.6 Logotipo comercial Bancrédito	65

Índice de anexos complementarios

Anexo 1	109
Anexo 2	132

Resumen

Acuña Álvarez, Rigoberto.

Estudio de factibilidad financiera para la implementación de una tarjeta de crédito bajo la modalidad de grupo de afinidad en una asociación solidarista

Programa de Posgrado en Administración y Dirección de Empresas.-San José, CR.:
R. Acuña A., 2012.
{133} h.- {6} il.- {31} refs.

El objetivo general del trabajo es desarrollar un estudio de factibilidad, para una asociación solidarista, de una nueva opción crediticia que brinde beneficios económicos a los asociados y a la asociación.

La organización investigada se dedica a satisfacer económica y socialmente a sus asociados, promoviendo la justicia y la paz social, para lo cual se encuentra facultada de realizar contratos de toda índole.

Para ello, el proyecto desarrolla una investigación de tipo cuantitativa para determinar la rentabilidad de la propuesta.

Dentro de sus principales conclusiones se encuentra que la Asociación no cuenta con una base neta de asociados que hacen atractivo el proyecto para los emisores de tarjetas de crédito.

Con base en todo lo anterior, se recomienda junto a la Asociación de la empresa hermana de Litografía ABC realizar un federación de asociaciones para hacer más atractivo para la entidad emisora de tarjetas de crédito el proyecto, así como inculcar un programa de buenas prácticas crediticias, para que los asociados mantengan una buena liquidez financiera.

Palabras claves:

ASOCIACIÓN SOLIDARISTA; ESTUDIO DE FACTIBILIDAD; GRUPO DE AFINIDAD; TARJETA DE CRÉDITO

Director de la investigación:

Lic. José Manuel, Arias Porras MAE

Unidad Académica:

Programa de Posgrado en Administración y Dirección de Empresas

Sistema de Estudio de Posgrado

Introducción

El presente estudio analizará la viabilidad financiera de la implementación en una asociación solidarista de un programa de tarjeta de crédito bajo la modalidad de grupo de afinidad.

Dicha asociación está conformada por un grupo de trabajadores de una misma empresa, que buscan satisfacer sus necesidades económicas y sociales. Además, promueve la justicia y la paz social, la armonía obrero-patronal y el desarrollo integral de sus asociados. Para cumplir con lo anterior, las asociaciones solidaristas se encuentran facultadas para realizar contratos de toda índole, siempre que no se comprometan los recursos de pagos y devoluciones de cesantía.

Considerando lo anterior, se identificarán parámetros que ayuden a determinar características de los asociados para mejorar la selección de los clientes potenciales y disminuir el riesgo crediticio.

El beneficio buscado con el desarrollo del proyecto es determinar si la propuesta planteada ofrece una alternativa de inversión que le permita a la asociación una mayor rentabilidad, así como mejores condiciones crediticias para sus asociados.

El alcance del proyecto es el desarrollo de un estudio de factibilidad del servicio de tarjeta de crédito bajo la modalidad de grupo de afinidad, para identificar la rentabilidad para la Asociación de ofrecer una alternativa crediticia distinta y que, además, implique un beneficio económico para los asociados.

El trabajo no abarcará la implementación y ejecución de la propuesta presentada ya que la decisión de llevar a cabo el proyecto recae en la

Asamblea General de la Asociación. Además, existe un bajo poder de negociación por parte de la Asociación para mejorar las condiciones impuestas por las entidades financieras que brinden el servicio de tarjeta de crédito bajo la modalidad de grupo de afinidad.

El objetivo general del proyecto es desarrollar un estudio de factibilidad para una asociación solidarista de una nueva opción crediticia que brinde beneficios económicos a los asociados y a la asociación.

Los objetivos específicos que se desarrollan en el proyecto son los siguientes:

- Proveer una base teórica sobre los conceptos más importantes que implica realizar un estudio de factibilidad, así como los aspectos relevantes del producto financiero que se propone.
- Proporcionar antecedentes sobre la asociación solidarista.
- Describir los detalles de funcionamiento de una tarjeta de crédito bajo la modalidad propuesta.
- Realizar un estudio de factibilidad financiera del proyecto, así como elaborar una propuesta para éste.
- Presentar las conclusiones del estudio y las recomendaciones para el proyecto.

En el primer capítulo, se establecerá el marco teórico por utilizar en el desarrollo del presente trabajo. Se puntualizarán los aspectos para llevar a cabo un estudio de factibilidad financiera. Además, se detallarán las principales

compañías procesadoras de tarjetas de crédito y los elementos que toda tarjeta de crédito debe contener, según los reglamentos establecidos.

El segundo capítulo presentará los antecedentes de la empresa, se detallará la historia de la Asociación Solidarista y finalmente, se describirá su estructura organizacional.

El tercer capítulo describirá el funcionamiento de un proyecto de tarjetas de crédito bajo la modalidad de grupo de afinidad, los requisitos con los que debe contar la Asociación y los trámites para llevar a cabo el proyecto.

El cuarto capítulo desarrollará el estudio de factibilidad financiera del proyecto en esa Asociación. Se establecerán supuestos, se detallarán costos asociados al desarrollo del proyecto y finalmente se realizarán las proyecciones de los flujos de efectivo incorporando un análisis de sensibilidad.

En el último capítulo, se detallan las conclusiones y recomendaciones derivadas del trabajo realizado.

Capítulo I - Marco teórico

En el presente capítulo, inicialmente, se muestran los principales elementos de evaluación de proyectos que serán utilizados durante el desarrollo de la investigación. Posteriormente, se enfocará en el análisis financiero en el cual se describe la estructura de los flujos por elaborar, se detallan los principales criterios de evaluación para proyectos y se presenta el tipo de análisis que precede a la obtención de los flujos. Finalmente, se especifican las bases teóricas del producto financiero propuesto.

1.1 Estudio de factibilidad

Se entiende por factibilidad a *la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados de un proyecto.* (alegsa.com.ar, 2011)

Este estudio es un proceso donde se define el problema por resolver, en este caso, la decisión de implementar el proyecto propuesto o no. Para solucionar este problema se partirá de supuestos, pronósticos y estimaciones, recopilando datos relevantes sobre el desarrollo del proyecto y con base en estos tomar la mejor decisión para determinar su desarrollo o implementación.

Es preciso estudiar varios análisis o viabilidades que condicionarán si el proyecto será exitoso. Estas viabilidades son los componentes de todo estudio de factibilidad y se utilizan para recomendar la aprobación o no de cualquier proyecto de inversión.

A continuación, se presentan los principales componentes de un estudio de factibilidad.

1.1.1 Componentes

Según Sapag (2007, p 23) estos componentes serán la base del análisis necesario para la toma de la decisión y comprende las siguientes áreas de análisis como lo son:

- Estudio de mercado
- Estudio cultural
- Estudio ambiental
- Estudio político
- Estudio técnico
- Estudio legal
- Estudio de gestión
- Estudio financiero

Una vez finalizado estos análisis el inversionista se encontrará en una mejor posición para tomar una decisión sensata sobre la implementación del proyecto por evaluar.

A continuación, se detalla cada uno de los análisis mencionados con anterioridad.

1.1.1.1 Estudio de mercado

La finalidad de dicho estudio comprende la determinación de la existencia de una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto propuesto. En otras palabras, lo que se busca es ese mercado potencial que genere los suficientes flujos de caja para que el proyecto sea rentable.

En el estudio de mercado se deben analizar varios aspectos entre los cuales destacan el consumidor, la demanda, la competencia, el producto y su comercialización.

- i. **El consumidor:** se debe caracterizar no solo al consumidor actual, sino también, al consumidor potencial.

En esta sección de análisis, características como los hábitos de consumo, las preferencias y aspectos culturales son esenciales para determinar la inclinación de los consumidores hacia el producto propuesto.

- ii. **La demanda:** es la cuantificación de una población, con poder adquisitivo que quiere y puede adquirir bienes y servicios para satisfacer sus necesidades o deseos. (Thompson, 2006, p 1)

Es importante recalcar que, en esta sección, se deben puntualizar las características de los demandantes del producto propuesto, así como la cuantificación del comportamiento de consumo del producto.

Además, se debe estimar la proporción de la demanda calculada a la cual se va a cubrir con el proyecto y señalar los factores que van a condicionar la demanda futura.

- iii. **La competencia:** en todo proyecto de inversión, se hace imperativo indicar cuáles serán los competidores y con base en qué compiten estos.

Un adecuado análisis de la competencia involucra señalar aspectos como localización, principales características de la competencia, beneficios ofrecidos, productos que ofrecen, nivel de ventas y precios de venta.

- iv. **El producto:** en el apartado de producto es importante identificar éste, lo cual se logra mediante una descripción de las principales características, el nombre y el fin al que se destina. Otros aspectos importantes son las especificaciones técnicas que regulan el producto, la vida útil del producto, así como los productos sustitutos y complementarios.

- v. **La comercialización:** se refiere a los canales de distribución por utilizar para transferir el producto hasta el consumidor final y los mecanismos de publicidad y promoción que apoyarán las ventas.

1.1.1.2 Estudio cultural

Según Sapag (2007, p 22) el estudio cultural es *“un análisis descriptivo para comprender los valores y el comportamiento de potenciales clientes, proveedores, competidores y trabajadores”*.

Para realizar este análisis, es necesario estudiar las tradiciones, valores y principios éticos, creencias, normas, preferencias, gustos y actitudes frente al consumo.

1.1.1.3 Estudio ambiental

“El estudio ambiental se centra, principalmente, en dos temas; el análisis del impacto del proyecto sobre el medio ambiente y el análisis del efecto del entorno sobre el proyecto”. (Según evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com)

Se analiza como el proyecto modifica las características físicas y biológicas del entorno y cómo estas características del entorno pueden afectar el diseño o el desarrollo del proyecto.

El objetivo de este estudio es determinar desde la implementación del proyecto, el impacto ambiental de éste, como por ejemplo, efectos contaminantes.

El estudio ambiental se asocia con otros estudios como el técnico, por cuanto se deben implementar sistemas de evacuación de residuos a nivel operativo; a nivel legal es probable que existan normas de cumplimiento sobre impacto ambiental y a nivel económico la elección de una opción que mitigue al máximo el impacto ambiental se puede ligar a una inversión mayor en recursos.

1.1.1.4 Estudio político

La viabilidad política se refiere a *la intención de los decisores de inversión, de querer o no implementar un proyecto, independientemente de su rentabilidad.* (Sapag, 2007, p 23)

En un proyecto de inversión a nivel empresarial, la decisión sobre la implementación de éste normalmente recae sobre varios agentes participantes. Por lo tanto, en este estudio se analizan los distintos grados de aversión al riesgo, información y expectativas de cada participante de la decisión de la

inversión del proyecto para determinar el grado en que difieran las posiciones tomadas.

1.1.1.5 Estudio técnico

La aplicación de este estudio tiene por objetivo suministrar la información necesaria para cuantificar la inversión requerida y el costo de las operaciones acarreadas por el proyecto.

El estudio técnico se divide en dos etapas como lo son la capacidad de planta y lo que se llamará el programa de producción y ventas.

Para el caso de la capacidad de planta, se examinan elementos como la capacidad instalada y la capacidad utilizada, donde el primer elemento indica la capacidad de producción total de la empresa, mientras que el segundo revela el porcentaje de utilización con base en la capacidad instalada.

El programa de producción toma en cuenta el porcentaje de capacidad instalada y estima a lo largo de la vida del proyecto la producción del producto. El programa de ventas estima el nivel de ventas de acuerdo en el precio fijado y al programa de producción, con lo cual se proyectan los ingresos del proyecto.

1.1.1.6 Estudio legal

La viabilidad legal *“se refiere a la necesidad de determinar tanto la inexistencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto, como la falta de normas internas de la empresa que pudieran contraponerse a la puesta en marcha”*. (Sapag, 2007, p 23)

Es vital considerar la legislación antes de que se empiece a incurrir en gastos e inversiones en algún proyecto, debido a que se pueden presentar casos de

normativas de construcción que regulen el límite de altura de edificios en construcción vertical, lo cual podría imposibilitar la construcción de un nuevo piso en algún edificio que posea una empresa.

También, es indispensable, en este marco legal, analizar todas aquellas normativas de operación relativas al proyecto por implementar. Se debe determinar la viabilidad de implementación de éstas, ya que algunas es posible que requieran de un gran esfuerzo e inversión para el inversor del proyecto.

1.1.1.7 Estudio de gestión

La viabilidad de gestión se refiere a *las capacidades gerenciales que se encuentren dentro de la empresa que logren la correcta implementación y eficiente administración del proyecto.* (Sapag, 2007, p 23)

Si estas capacidades no se encuentran en la empresa, se hace necesario recurrir al mercado laboral para conseguir el personal con las habilidades y capacidades requeridas para sacar el proyecto adelante.

En síntesis, lo que se analiza a nivel de gestión son las habilidades que demanda el proyecto por evaluar y con base en esto, determinar el recurso humano necesario.

1.1.1.8 Estudio financiero

La información recabada en los estudios anteriores es ordenada y sistematizada en el estudio financiero para elaborar los flujos respectivos y, de esa manera, evaluar la rentabilidad del proyecto.

La sistematización mencionada con anterioridad consiste en identificar y ordenar todos los ítems referentes a ingresos y egresos relacionados al proyecto que fueron deducidos de los estudios previos.

Además, es imperativo suministrar todos aquellos elementos necesarios para la evaluación del proyecto cuya información es propia del estudio financiero.

Una vez recabada la información relativa a las entradas y salidas de efectivo para el proyecto por evaluar, ésta se ordena en lo que se llama flujo de caja. A continuación, se describe el flujo de caja y la estructura de éste.

1.1.2 Flujos de caja

El flujo de caja son las entradas y salidas de efectivo en un periodo determinado. Es un instrumento o herramienta que permite analizar la liquidez de una empresa, pues el resultado es el remanente de efectivo una vez hecho todas las erogaciones de la empresa y si este efectivo no es suficiente para cumplir con las obligaciones futuras de la empresa, se deberá recurrir a fuentes de financiamiento para mejorar la liquidez de la compañía.

Los flujos de caja *“proporcionan un resumen de los flujos de efectivo operativo, de inversión y de financiamiento de la empresa y los reconcilia con los cambios en el efectivo y los valores negociables de la empresa durante el periodo”* (Gitman, 2007, p 45)

Con la elaboración y el análisis de los flujos de caja, se pueden determinar problemas de liquidez de la empresa, analizar la viabilidad de proyectos de inversión y medir la rentabilidad de un negocio.

Para cualquier proyecto de inversión, los flujos de caja incluyen tres componentes básicos:

- i. **Inversión inicial:** se refiere a la salida de efectivo en el tiempo cero, por lo general, implica la compra de activos fijos e inversión en capital de trabajo. Esta inversión inicial es necesaria para que todo proyecto inicie operaciones.
- ii. **Entradas de efectivo operativas:** según Gitman (2001, p 322) son las *“entradas de efectivo incrementales después de impuestos que resultan de la puesta en marcha de un proyecto durante la vida de éste.”*

Son las entradas que la empresa recibirá adicionalmente a sus entradas actuales por el hecho de implementar el proyecto de inversión.

- iii. **Flujo de efectivo terminal:** generalmente, se refiere a la liquidación del proyecto. Es el flujo de efectivo no operativo generado en el último año de evaluación del proyecto.

En otras palabras, es la entrada final de efectivo a razón de la venta de los activos adquiridos durante la vida del proyecto de inversión.

1.1.2.1 Estructura del flujo de caja

Según Sapag (2007, p 214), *“un flujo de caja se estructura en varias columnas que representan los momentos en que se generan los costos y beneficios de un proyecto”*.

De acuerdo con el ciclo de vida del proyecto, cada una de las columnas mencionadas representará un periodo específico para el proyecto, este periodo podrá ser de un año, un mes o, según la necesidad del inversionista y el

horizonte de tiempo del proyecto. Además, se deberá agregar una columna al inicio de los periodos evaluados donde se incorporarán todos los desembolsos previos a la puesta en marcha del proyecto.

En el diagrama 1.1 se presenta una estructura básica de ordenamiento de los flujos de caja.

Se inicia con las entradas de efectivo, es decir, los ingresos generados por el proyecto, luego se colocan los egresos necesarios para la operación del proyecto de inversión, seguidamente se introducen los gastos no desembolsables, los cuales no representan una salida real de efectivo, pero representan escudos fiscales. A la sumatoria de los rubros detallados con anterioridad, se le aplica la tasa impositiva para calcular los impuestos por pagar, luego de este paso se reintegran los gastos no desembolsables, por el hecho de no representar salidas de efectivo.

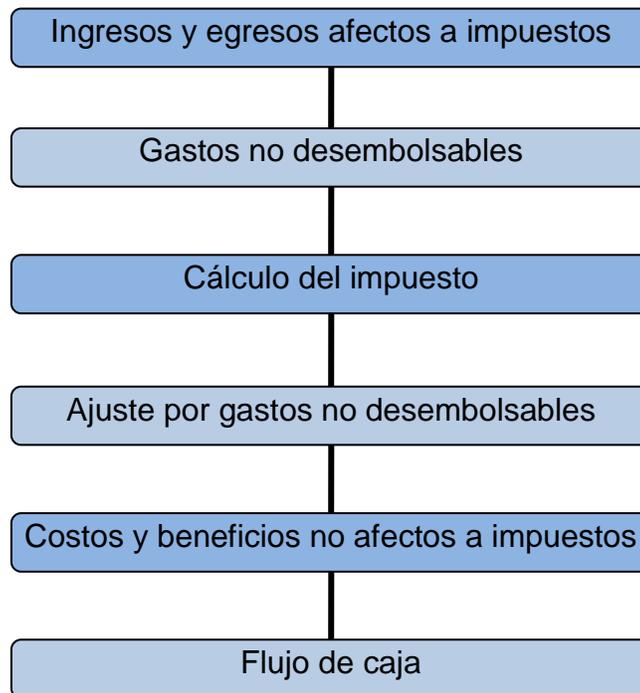
Finalmente, en el último periodo de análisis, se incorporan los costos y beneficios del proyecto, como lo es la recuperación del capital de trabajo y el valor de desecho del proyecto. La sumatoria final muestra el flujo de caja del proyecto.

Los ingresos y egresos afectos a impuestos incorporan todas aquellas entradas de efectivo de una compañía durante el periodo analizado, el ingreso más común son las ventas. En cuanto a los egresos se incluyen los desembolsos realizados, siendo los más comunes cuentas por pagar y sueldos, entre otros.

Los gastos no desembolsables son gastos que no son salidas de caja y que se agregan a los costos de la compañía con un fin meramente contable,

reduciendo la utilidad utilizada para el cálculo de los impuestos. Ejemplo de estos gastos es la depreciación de los activos fijos.

Diagrama 1.1 Estructura general de un flujo de caja



Fuente: Proyectos de inversión, Formulación y evaluación. Sapag (2007)

“Como resultado de las sumas y restas de ingresos y gastos, tanto efectivos como no desembolsables, se obtiene la utilidad antes de impuesto” (Sapag, 2007, p 215).

A esta utilidad antes de impuestos se le aplica la tasa impositiva, lo cual determina los impuestos por pagar, para luego obtener la utilidad neta.

El ajuste por gastos no desembolsables corresponde a la suma de los gastos que no constituyen una salida de caja y que fueron incorporados para calcular el monto impositivo, de manera que su efecto en el flujo de caja se anula.

Para el caso de los costos y beneficios no afectos a impuestos, se incorporan los movimientos de caja que no alteran la riqueza contable de la empresa y que, por lo tanto, no se encuentran sujetos a impuestos. Ejemplo de estos costos son las inversiones, en donde se intercambia un activo circulante por un activo fijo; por otro lado, entre los beneficios no afectos a impuestos se encuentra el valor de desecho del proyecto que se incluirá en el último flujo del ciclo de vida del proyecto. Sin embargo, dependiendo de la legislación fiscal, se pueden presentar casos en donde las ganancias de capital sean gravables, es decir, que se tenga que calcular una carga impositiva por la venta de activos de la empresa.

Finalmente, luego de incorporar todas las entradas y salidas de caja, según la estructura presentada con anterioridad se obtendrán los flujos de caja para el proyecto.

Una vez que se obtienen los flujos de caja del proyecto, estos deben ser analizados por los inversionistas. Para facilitar esta decisión se puede recurrir a diversos criterios de evaluación de proyectos de inversión.

1.1.3 Criterios de evaluación

Es mediante criterios de evaluación que el inversionista calcula la rentabilidad deseada con los flujos de caja del proyecto, además de medir si la inversión es recuperada o no.

Entre los principales métodos de evaluación de proyectos se pueden mencionar los siguientes.

1.1.3.1 Valor actual neto

El valor actual neto (VAN) es el valor actual de los flujos de caja netos menos la inversión inicial, es decir, es el remanente neto que recibe el inversionista hoy, después de descontar los ingresos a una tasa de descuento y restarle la inversión inicial.

Según Sapag (2007, p 34) el VAN “*mide en valores monetarios los recursos que aporta el proyecto por sobre la rentabilidad exigida a la inversión y después de recuperada toda ella*”.

A continuación, se detallan sus principales características.

i. Cálculo

El VAN es igual al valor presente de las entradas de efectivo del proyecto menos la inversión inicial de éste.

La fórmula para calcular el VAN es la siguiente:

Fórmula 1.1 Cálculo del VAN

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

Fuente: Principios de administración financiera, Gitman, 2007, p 357

Donde:

V_t = representa los flujos de caja en cada periodo t .

I_0 = es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n = es el número de períodos considerado.

k = es el tipo de interés.

Si el proyecto no tuviera riesgo, se deberá tomar como referencia la tasa libre de riesgo que rija en el mercado, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión resulta mejor que invertir en algo seguro.

A continuación, se presenta un ejemplo numérico para el cálculo de VAN.

Supóngase un proyecto de inversión cuya inversión inicial es de \$1000, con un horizonte de tiempo de 5 años y que en cada periodo de análisis presente flujos de caja iguales a \$400 cada año. La tasa de descuento es del 10%.

En la tabla 1.1 se aprecia el resultado del VAN para el ejemplo dado.

Tabla 1.1 Ejemplo numérico del VAN

Periodo	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja	- 1.000	400	400	400	400	400
Flujos descontados	- 1.000	364	331	301	273	248
VAN	\$516,31					

Fuente: elaboración propia

Utilizando la fórmula 1.1, se determina el valor presente para cada flujo de caja de los años 1 al 5, una vez obtenido el resultado se suman todos junto con la inversión inicial, con lo cual se obtiene el VAN del proyecto. Para el caso de la inversión inicial, ésta se suma directamente sin descontar, pues se presenta en el momento cero, es decir, en el momento actual.

Además, existen herramientas de cálculo como la calculadora financiera y la hoja de cálculo de Excel, en las cuales en su función de cálculo del VAN, se introducen los datos de los flujos de caja, la cantidad de periodos y la tasa de descuento y de manera automática se determina el valor del VAN para un proyecto de inversión analizado.

ii. Ventajas

Entre las ventajas que posee el cálculo del VAN se encuentra que toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo, esto se logra gracias a la tasa de descuento que se aplica a los flujos de los periodos que se traen a valor presente.

Otra ventaja es que *es un modelo sencillo, fácil de llevar a la práctica y que ofrece un resultado de fácil interpretación* (areadepymes.com).

iii. Desventajas

Entre sus principales desventajas se encuentra el hecho del cuidado que se debe tener en la determinación de la tasa de descuento, pues esta tasa es la que descuenta los flujos de cada periodo que componen el VAN, por lo tanto, si se determina una tasa más alta de lo real implicará un VAN menor del valor verdadero, rechazando un proyecto que se tuvo

que aprobar; o viceversa si se determina una tasa de descuento menor a la real, el resultado será un VAN superior al resultado real, por lo que se estaría aprobando un proyecto que tal vez debió rechazarse.

También, el VAN supone que los flujo arrojados por el proyecto serán reinvertidos a la misma tasa de descuento, lo cual puede no ser cierto. Se puede presentar el caso de que se utilice como tasa de descuento el costo de capital de la empresa, sin embargo, el proyecto puede ser más riesgoso que los proyectos actuales de la compañía, por ende, los inversionistas demandarán un rendimiento mayor, situación que eleva el costo de capital..

iv. Regla de decisión

Para este criterio la regla de decisión es la siguiente, si el VAN es mayor a cero se acepta la inversión, en caso contrario si el cálculo del VAN es menor a cero la inversión debe ser rechazada, sin embargo, es posible que por motivos estratégicos se acepten proyectos con un VAN negativo, como por ejemplo, la inclusión de productos o servicios adicionales ligados a un producto o servicio de alta rentabilidad para la compañía. Finalmente, si el VAN de igual a cero se dice que es indiferente aceptar o rechazar el proyecto.

1.1.3.2 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) es aquella tasa de descuento que al utilizarla en el proyecto analizado hace que el VAN de éste sea igual a cero. En otras palabras, iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Para Gitman (2007, p 359) TIR es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas.

i. Cálculo

El cálculo de la TIR se realiza con la utilización de la fórmula 1.2. Se debe resaltar que el cálculo manual de la TIR es una tarea tediosa de prueba y error, analizando varias tasas hasta encontrar aquella que haga que la sumatoria de los flujos descontados iguale a la inversión inicial.

Fórmula 1.2 Cálculo de la TIR

$$\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + TIR)^t} = CF_0$$

Fuente: Principios de administración financiera, Gitman, 2007, p 357

Donde:

CF_t = representa los flujos de caja en cada periodo t.

CF_0 = es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n = es el número de períodos considerado.

A continuación, se presenta un ejemplo numérico para el cálculo de la TIR.

Supóngase un proyecto de inversión cuya inversión inicial es de \$50 000, con un horizonte de tiempo de 5 años y que en los cinco periodos de

análisis presenta los siguientes flujos de caja \$25 000, \$15 000, \$10 000, \$10 000 y \$10 000 respectivamente.

En la tabla 1.2 se puede apreciar el resultado de la TIR para el ejemplo dado.

Tabla 1.2 Ejemplo numérico de la TIR

Periodos	0	1	2	3	4	5
Flujos de caja	-50.000	25.000	15.000	10.000	10.000	10.000
	50.000	←	┌	┌	┌	┌
		←	└	└	└	└
		←	┌	┌	┌	┌
		←	└	└	└	└
		←	┌	┌	┌	┌
VAN =	\$0,00		TIR =	15,36%		

Fuente: elaboración propia

Al igual que se realiza el cálculo del VAN, la TIR puede ser determinada fácilmente con herramientas como la calculadora financiera o una hoja de cálculo. Se selecciona la función de cálculo y se introducen los flujos de caja y la cantidad de periodos, tanto la calculadora como el Excel arrojarán el resultado de la TIR automáticamente. Para el ejemplo dado, la TIR que se presentó fue de 15,36%, es decir, que con una tasa de descuento de 15,36% los flujos de efectivo serán iguales a su inversión inicial.

ii. Ventajas

Al igual que el VAN, toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

Mediante calculadora financiera u hojas de cálculo, la determinación de su valor es sencilla.

Señala efectivamente cuál es la rentabilidad del proyecto y este resultado es de fácil interpretación para los inversionistas.

iii. Desventajas

El cálculo manual de la TIR es complejo, se deben realizar varios cálculos, mediante prueba y error hasta encontrar la tasa que hace que el VAN sea igual a cero.

El TIR puede presentar más de una solución cuando se presentan varios cambios de signo en la serie de flujos de caja, además puede conducir a decisiones incorrectas cuando los proyectos de inversión son mutuamente excluyentes, ya que estos pueden presentar inversiones iniciales diferentes y periodos de vida distintos.

iv. Regla de decisión

En el caso de este criterio de evaluación, su decisión se debe basar en que el TIR arroje un resultado superior al rendimiento mínimo requerido por el inversionista, el cual a su vez es la tasa de descuento con la que se traen a valor presente los flujos de efectivo.

Por lo tanto, si la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto, pero si la TIR es menor que el costo de capital se rechaza el proyecto. Sin embargo, al igual que se explicó en el VAN, por razones estratégicas un proyecto con una TIR menor al costo de capital podría ser aprobado.

1.1.3.3 Periodo de recuperación

El periodo de recuperación (PR) consiste en determinar el tiempo necesario para que los flujos de caja del proyecto igualen a la inversión inicial. Este criterio se basa en la liquidez que el proyecto pueda generar y no en la rentabilidad de éste. Por lo tanto, el PR suele ser utilizado ante situaciones económicas inestables, procurando recuperar la inversión a la mayor brevedad posible.

El PR se puede ver como una medida de exposición al riesgo, debido que al indicar el tiempo de recuperación de la inversión inicial, los inversionistas asocian un alto PR con un mayor riesgo, dado que existe un mayor grado de incertidumbre sobre la certeza de los flujos proyectados, es decir, en un lapso amplio es probable que se presenten situaciones que modifiquen los flujos proyectados, afectando así la recuperación de la inversión.

i. Cálculo

La metodología del cálculo del PR es sencilla, sin embargo, se pueden presentar dos maneras de calcularlo, la primera de éstas es cuando los flujos de efectivo son iguales para todos los periodos analizados. En la fórmula 1.3, se presenta la metodología de cálculo correspondiente.

Fórmula 1.3 Cálculo del PR con flujos iguales

$$PR = I_0 / FC$$

Fuente: Preparación y evaluación de proyectos, Solé, 2010

Donde:

I_0 = Inversión inicial

FC = flujos de caja de los periodos

A manera de ejemplo, si la inversión inicial de un proyecto es de \$10 000 y los flujos de caja anuales son de \$2000, entonces el PR sería:

$$PR = 10\ 000 / 2000 = 5 \text{ años}$$

Es decir, en un lapso de 5 años se recupera la inversión en dicho proyecto.

La segunda metodología de cálculo del PR se presenta cuando los flujos de caja difieren entre los periodos analizados, por lo que el cálculo es la suma de los flujos de los periodos hasta que la suma sea igual a la inversión inicial.

Como ejemplo de esta metodología, supóngase un proyecto de inversión cuya inversión inicial son \$10 000 y los flujos de caja para los próximos 5 años son los siguientes \$1000, \$2000, \$2500, \$4500 y \$5000 respectivamente.

Entonces, el PR sería:

$$PR = 10\ 000 - 1000 - 2000 - 2500 - 4500 = 0$$

Por lo tanto, en 4 años se recupera la inversión.

ii. **Ventajas**

Entre las ventajas de la utilización del periodo de recuperación se encuentra su simplicidad de cálculo e interpretación.

Otra de sus ventajas es que utiliza para su cálculo los flujos de efectivo y no así las utilidades contables.

iii. Desventajas

La principal debilidad del PR, según Gitman (2007, p355) *es que su valor adecuado es sólo un número que se determina en forma subjetiva*. La decisión de aprobar o rechazar un proyecto de inversión mediante el PR no toma en cuenta el aumento de la riqueza para el inversionista, por cuanto no toma en cuenta el total de los flujos, ni tampoco así el descuento de estos.

Otra desventaja del PR es que no toma en cuenta los flujos de caja generados por los proyectos una vez alcanzado el periodo de recuperación, dejando de lado proyectos que puedan generar flujos posteriores bastante elevados.

iv. Regla de decisión

La regla de decisión para este criterio es preferir aquellos proyectos en donde el cálculo del PR sea menor que el periodo máximo de recuperación permisible, en caso contrario, se rechazará el proyecto.

1.1.3.4 Relación costo beneficio

Para Sapag (2007, p 256) *“la relación costo-beneficio compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”*.

La relación costo beneficio (CB) utiliza los ingresos e ingresos a valor presente del flujo de caja, para determinar los beneficios por cada unidad monetaria invertida en el proyecto.

i. Cálculo

El cálculo de la relación CB es sencillo, se divide el valor presente de los flujos de caja entre la inversión inicial, en donde el valor base es 1, por cuanto los beneficios netos serán iguales a los costos del proyecto.

En la fórmula 1.4, se detalla el cálculo de la relación CB.

Fórmula 1.4 Cálculo de la relación CB

$$C/B = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1+t)^n}}{I_0}$$

Fuente: www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-22.htm, 2011

Donde:

FC_t = Flujos de caja del proyecto

I_0 = Inversión inicial

t = tasa de descuento

La interpretación del resultado de la relación CB se presenta de la siguiente manera, cuando el resultado es mayor a uno, por ejemplo 1,10, quiere decir que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de \$0,10, en caso contrario si el resultado es 0,90, quiere decir que por cada dólar invertido se incurre en una pérdida de \$0,10.

A manera de ejemplo, si la inversión inicial de un proyecto es de \$10 000 y los flujos de caja anuales para los cinco años de análisis son de \$2000 y la tasa de descuento es del 10%, entonces, la relación CB sería:

Tabla 1.3 Ejemplo numérico de la relación CB

Periodos	0	1	2	3	4	5
Flujos de caja	- 10.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000
VAN FC =	7.581,57					
C / B =	0,76					

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar, se descuentan los flujos de caja para los periodos analizados, en este caso el resultado fue de \$7581,57, luego se procede a dividir este valor presente de los flujos de caja entre la inversión inicial, la cual es de \$10 000, por lo que la relación CB presenta un resultado de 0.76. Situación que indica que por cada dólar invertido en el proyecto se proyectan beneficios de \$0.76, es decir, una pérdida de \$0.24 por cada dólar invertido, por lo tanto, el proyecto se rechaza.

ii. Ventajas

Contrario a técnicas como el VAN que expresa su resultado en términos absolutos, la relación CB es un indicador financiero que expresa la rentabilidad en términos relativos. Situación que permite evaluar el resultado de manera objetiva sin importar las dimensiones del proyecto de inversión.

Una de las ventajas de la relación CB es que *maximiza la ganancia total al asignar recursos por cada unidad monetaria invertida* (Salas, 2011).

iii. Desventajas

La interpretación relativa de la relación CB no es comparable con rendimientos requeridos y alternativos de mercado, situación que si es posible con la TIR. El resultado de la relación CB no refleja la rentabilidad del proyecto.

Muestra un resultado neto del proyecto, sin indicar en cual momento del periodo analizado se incurrió éste, es decir, un proyecto de cinco años podría presentar pérdidas durante sus primeros 4 periodos y en el quinto incurrir en una ganancia elevada con la que se obtenga una relación CB superior a 1, sin embargo, un análisis subjetivo podría indicar que el proyecto es riesgoso, pues hay que esperar al último periodo para obtener ganancias y la incertidumbre de que ese valor sea el que se proyectó es mayor.

iv. Regla de decisión

El proyecto es aceptado si la relación CB es mayor a 1, debido a que implica que los beneficios son superiores a los costos del proyecto.

El proyecto es rechazado, si la relación CB es menor a 1, dado que el proyecto estaría presentando costos superiores a sus beneficios.

Si la relación CB es igual a 1 es indiferente la decisión.

1.1.4 Análisis de sensibilidad y de escenarios

Para Gitman (2007, p 371), *el análisis de sensibilidad es un método conductual que usa diversos valores posibles para una variable específica, como las entradas de efectivo, para evaluar el impacto de esa variable en el rendimiento de la empresa.*

Como resultado de cambios en el entorno, que repercutirán en los resultados del cálculo de la rentabilidad del proyecto es que se incorpora el análisis de sensibilidad. Pero estos cambios en el entorno no son el único motivo para incorporar un análisis de sensibilidad, debido a que existe incertidumbre de que lo proyectado realmente ocurra.

Un factor por considerar es la reacción de la competencia, por lo tanto, la estructura de costos y beneficios del proyecto deberán incorporar un rango de valores probables para ciertas variables, de manera que le permite a la empresa ejecutora del proyecto anticipar reacciones y establecer estrategias para contrarrestarlas.

Sin embargo, debido a la gran cantidad de variables que se pueden modificar y el cálculo en demasía de flujos de caja alternos, situación que complica el proceso de decisión, se puede optar por un análisis de escenarios. Este tipo de análisis consiste en definir varios escenarios, por lo común se trabaja con dos adicionales al más esperado, uno pesimista y otro optimista.

Según Gitman (2007, p 371), *el análisis de escenarios evalúa el impacto en el rendimiento de la empresa de cambios simultáneos en diversas variables, como las entradas de efectivo, las salidas de efectivo y el costo de capital.*

Por ejemplo, en un escenario pesimista se podría trabajar con una inflación alta y sus implicaciones en las entradas y salidas de efectivo, mientras que en un escenario optimista se trabajaría con una inflación baja y sus implicaciones para las distintas variables que componen el flujo de caja.

A continuación, se presenta un proyecto de inversión con una inversión inicial de \$10 000, con flujos anuales de \$2000, \$3000, \$3500, \$4000 y \$5000 respectivamente y una tasa de descuento del 10%.

En la tabla 1.4, se observa el escenario proyectado, con las condiciones normales del proyecto. En la tabla 1.5, se muestra el escenario pesimista, con una reducción de los beneficios netos del proyecto de un 20%, a razón de una recesión económica. Mientras que en la tabla 1.6 se presenta el escenario optimista, con un aumento de los beneficios netos del proyecto de un 20%, proyectando un auge económico.

Tabla 1.4 Escenario proyectado de un proyecto de inversión

Periodos	0	1	2	3	4	5
Flujos de caja	- 10.000	2.000	3.000	3.500	4.000	5.000
VAN =	\$2.763,78					
TIR =	18,87%					

Fuente: elaboración propia

Como se puede observar este escenario presenta las condiciones proyectadas y esperadas del proyecto de inversión, en este escenario, el proyecto arroja un VAN positivo y una TIR superior a la tasa de descuento, por lo que el proyecto, según los criterios de evaluación de proyectos debe ser aceptado.

Tabla 1.5 Escenario pesimista de un proyecto de inversión

Periodos	0	1	2	3	4	5
Flujos de caja	- 10.000	1.600	2.400	2.800	3.200	4.000
VAN =	\$211,03					
TIR =	10,72%					

Fuente: elaboración propia

En el escenario pesimista, los flujos de caja se ven reducidos en un 20%, lo cual disminuye el VAN a tan sólo \$211,03 y una TIR de 10,72%, es decir, ambos indicadores se encuentran ligeramente por encima de sus valores de referencia para tomar una decisión, por lo que la aceptación o rechazo del proyecto se vuelve más subjetiva y estratégica.

Tabla 1.6 Escenario optimista de un proyecto de inversión

Periodos	0	1	2	3	4	5
Flujos de caja	- 10.000	2.400	3.600	4.200	4.800	6.000
VAN =	\$5.316,54					
TIR =	26,28%					

Fuente: elaboración propia

En este último escenario, se presenta un auge económico, incrementando así los flujos de caja del proyecto, resultan de un VAN de \$5316,54 y una TIR de 26,28%, por lo que el proyecto incrementa los beneficios para sus inversionistas, los cuales aceptarán la implementación del proyecto.

1.2 Negocio de tarjetas de crédito en Costa Rica

Según el reglamento de tarjetas de crédito y débito (2010, p 3) (Anexo 1) se define como tarjeta de crédito a:

“un instrumento financiero que puede ser magnético o de cualquier otra tecnología, que acredita una relación contractual previa entre el emisor y el tarjetahabiente por el otorgamiento de un crédito revolutivo a favor del segundo, para comprar bienes, servicios, pagar sumas líquidas y obtener dinero en efectivo”.

Definido que es una tarjeta de crédito, se detallarán los participantes involucrados en éste negocio.

1.2.1 Participantes

- i. **Emisor:** es aquella entidad financiera que comercializa tarjetas de crédito o débito, las cuales pueden ser utilizadas a nivel nacional o internacional. El emisor puede otorgar crédito o solamente facilitar el pago. Algunos emisores de tarjetas de crédito descuentan las facturas o “*vouchers*” que firman sus clientes al realizar las compras, de esa manera, recuperan de inmediato el capital de trabajo y se deshacen de las cuentas por cobrar.
- ii. **Afiliador:** son los bancos emisores de tarjetas que, también, afilian comercios para que las reciban. Actualmente, un nuevo emisor no necesita afiliar a los comercios, pues estos ya están afiliados por otro banco.

- iii. **Comercio afiliado:** es toda persona física o jurídica que acepta como medio de pago tarjetas de crédito o débito para la adquisición de los bienes y servicios que ofrece al mercado. Está dispuesto a pagar una comisión, pues sabe que sus ventas aumentan si ofrece facilidades, también, sabe que si ofrece crédito propio para aumentar las ventas tendrá un costo adicional. La comisión por recibir tarjetas de crédito varía, según el nivel de riesgo del negocio (fraude) y su margen. En Costa Rica, las comisiones van de algo menos del 1% hasta 10% del valor de la factura.

- iv. **Tarjetahabiente:** es el propietario de la tarjeta de crédito o débito. Es el responsable de las transacciones realizadas con dicha tarjeta. Las tarjetas de débito se usan por comodidad a la hora de pagar, para evitar andar efectivo y porque son un mecanismo para utilizar el salario que ha sido depositado en una cuenta bancaria. Las tarjetas de crédito se utilizan como medio de pago para no cargar efectivo y como medio de financiamiento.

- v. **Marca:** las tarjetas de crédito pueden ser desarrolladas por una entidad financiera con todo el sistema de autorizaciones para los comercios que esa entidad afilia, a eso se le llama una marca propia Actualmente, casi no se usan, como referencia Servibanca comenzó siendo una marca propia, también hubo otra que se llamó Unicard.

La mayoría de las tarjetas actuales utiliza una marca internacional que ya dispone de la red de comunicaciones que es necesaria para autorizar las transacciones. El uso de esta red tiene un costo. Las principales marcas internacionales son: Visa, Mastercard, American Express (Amex), Diners

y Discover. En Costa Rica, varios emisores operan Visa y MasterCard, pero Amex es exclusiva de Credomatic.

En la mayor parte de los casos, las marcas propias tienen una cobertura mucho menor que las marcas internacionales, pues las entidades financieras locales difícilmente pueden afiliar comercios en otros países y las tarjetas sólo se pueden utilizar donde hay comercios afiliados.

Los números de las tarjetas internacionales tienen 16 dígitos con excepción de American Express que tiene 15. Los primeros 6 dígitos se conocen como el BIN (*Bank Identification Number*) y son asignados por las marcas internacionales para cada tipo de tarjeta que emite la entidad financiera. Por convención internacional, las tarjetas American Express comienzan con número 3, las Visa con número 4 y las MasterCard con 5.

1.2.2 Funcionamiento

El funcionamiento del negocio de las tarjetas de crédito con marca internacional es el siguiente:

1. El emisor solicita una franquicia a la marca internacional y ésta le realiza un estudio de solvencia, trayectoria, etc. Una vez aprobada le asigna los BIN para cada tipo de tarjeta y le da los reglamentos que debe cumplir en cuanto al diseño y seguridad de las tarjetas plásticas (plásticos), así como una gran cantidad de normas que debe cumplir.
2. El emisor define las condiciones que aplicará al crédito que va a ofrecer: plazo, tasa de interés, tipo de garantías, etc.

3. El emisor empieza a comercializar sus nuevas tarjetas en el mercado, realizando a cada interesado el estudio crediticio que corresponde.

El negocio de tarjetas de crédito costarricense utiliza varias estrategias para la atracción de clientes potenciales, una de las más utilizadas es la llamada telefónica, en la cual se explican todos los beneficios de la tarjeta y se le da la opción al cliente de que ésta sea entregada en su casa de habitación u oficina.

4. Una vez que los clientes reciben las tarjetas empiezan a realizar transacciones en los comercios afiliados a la red de esa marca internacional. Actualmente, casi todos los comercios reciben Visa y MasterCard y una cantidad menor recibe Amex.
5. Si se diera el caso de que en una economía aún no se usan tarjetas de crédito, el primer banco que las emita tendrá que afiliar a los comercios. Sin embargo, en todas las sociedades ya se reciben tarjetas. Actualmente, para lograr que un comercio se cambie de banco afiliador deberán ofrecerle condiciones más favorables a las que ya tiene.

Una vez que el consumidor tenga la tarjeta y los comercios estén afiliados el tarjetahabiente podrá realizar compras de bienes y servicios.

6. Para realizar la venta con tarjeta, el comercio afiliado debe conseguir la aprobación del emisor de la tarjeta, lo cual, generalmente, solicita electrónicamente a través de un dispositivo conocido como datafono o POS (*Point of Sale*). Cuando el emisor recibe la consulta verifica el disponible, de una tarjeta de débito verifica el saldo que el consumidor

tiene en su cuenta, de una tarjeta de crédito verifica el disponible que aún tiene en la línea de crédito rotativo que le aprobó.

7. Con los vouchers firmados por los clientes, el comercio afiliado hace un cobro a su banco afiliador, el cual le deposita en su cuenta bancaria los montos correspondientes netos de la comisión que el comercio pactó pagar. Actualmente, este proceso es electrónico.
8. El banco afiliador distribuye por número de BIN los vouchers que pagó, de manera que van a los diferentes bancos emisores de tarjeta y recibe los pagos correspondientes. Esto, en la actualidad también, se realiza de manera electrónica.
9. Las compras realizadas por los tarjetahabientes propios se asignan en las respectivas cuentas y se ponen al cobro.
10. El tarjetahabiente recibe mensualmente un estado de cuenta que resume los cargos y transacciones originadas por el uso de su tarjeta, en el cual se van a detallar los siguientes aspectos:
 - i. **Fecha corte:** es la fecha cuando se cierran de manera contable las operaciones por el uso de la tarjeta y se genera el estado de cuenta.
 - ii. **Fecha límite de pago:** es la fecha límite cuando el tarjetahabiente puede pagar de contado el monto establecido en el estado de cuenta, para no generar intereses sobre su cuenta.
 - iii. **Fecha de pago mínimo:** es la fecha límite para realizar el pago mínimo y que la cuenta siga al día. Si realiza sólo este pago se le cargarán los intereses sobre los saldos.

- iv. **Pago de contado:** es el saldo del principal adeudado por el tarjetahabiente a la fecha de corte, el cual es señalado en el estado de cuenta.
- v. **Pago mínimo:** es el monto mínimo que debe pagar el tarjetahabiente para mantener al día su cuenta, caso en el cual estará utilizando el financiamiento con el cargo correspondiente a los intereses.
- vi. **Tasa de interés corriente:** porcentaje establecido para el cálculo de intereses sobre el saldo principal.
- vii. **Tasa de interés moratoria:** tasa de interés establecida en el contrato, que el emisor cobra al tarjetahabiente cuando éste incurre en algún atraso en los pagos del principal adeudado.
- viii. **Otros cargos:** montos que corresponden a servicios administrativos que cobra el emisor al tarjetahabiente por la utilización de la tarjeta de crédito.

11. Finalmente, el emisor recibe de los tarjetahabientes el pago por concepto de todas las compras y pagos en sus comercios afiliados.

1.2.3 Tipos de tarjetas de crédito

Las tarjetas de crédito se pueden clasificar de diferentes maneras, por ejemplo: locales e internacionales; clásicas, doradas y platino; personales y empresariales.

Para efectos de este estudio, interesa la clasificación en personales y empresariales.

1.2.3.1 Tarjeta de crédito personal

Este tipo de tarjeta es el más comercializado y va dirigido al público en general, para el pago de bienes y servicios.

El tarjetahabiente no tiene poder de negociación, ya que las condiciones establecidas son las mismas para todos los usuarios de la tarjeta. Sin embargo, los tarjetahabientes de alto poder de compra suelen tener mayor poder de negociación que los de menor, en cuanto a la tasa de interés.

Dentro de las tarjetas de crédito personal distribuidas en el mercado se pueden encontrar dos diferencias, la primera es respecto de los límites de crédito, los cuales se establecen de acuerdo en el ingreso del solicitante de la tarjeta y a la capacidad de pago. Otra diferencia que se puede encontrar son las ventajas de la tarjeta, debido a que algunas benefician al tarjetahabiente con devoluciones porcentuales en efectivo, según sus compras, mientras otras brindan millas de viaje por un monto establecido de compras, entre otros beneficios como descuentos.

En los últimos años, las tarjetas de crédito personal han variado sus características principales y se han introducido en el mercado ciertas tarjetas con características distintivas. Este tipo de tarjetas se han desarrollado por medio de convenios y negociaciones entre un grupo de interés y el ente emisor. Este tipo de tarjetas son conocidas como grupos de afinidad y se explicarán en el capítulo tercero.

1.2.3.2 Tarjeta de crédito empresarial

Esta tarjeta va dirigida al sector empresarial y es especial para un mejor control de ciertos gastos operativos de la empresa, entre ellos los gastos de representación, los viáticos y otros similares.

Por lo general, este tipo de tarjeta no es promocionada fuertemente y es más bien la empresa interesada la que se acerca a la institución financiera de su preferencia para solicitar ésta.

Al igual que las tarjetas de crédito personales, estas tarjetas poseen las mismas condiciones dentro de un mismo emisor, sin embargo, los límites de crédito pueden variar, según el poder adquisitivo de la empresa solicitante.

1.2.4 Compañías emisoras en Costa Rica

Las compañías procesadoras de tarjetas de crédito o emisores son aquellas entidades que emiten o comercializan tarjetas de crédito y débito, para uso nacional o internacional.

Dentro del marco regulatorio en cuanto al tema de tarjetas de crédito existe el Reglamento de tarjetas de crédito y débito N° 35867-MEIC y Ley N° 7472 Ley de promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor. Sin embargo, el reglamento citado tiene por objetivo definir las reglas para la interpretación y aplicación de los artículos 32, 34 y 44 bis de la Ley N° 7472. Por lo que es esta ley la única reguladora en cuanto al mercado de tarjetas de crédito.

Según la Ley N° 7472 (1995, p 16), los emisores de tarjetas de crédito deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a. *Entregar, al firmar el contrato, un folleto donde se explique el mecanismo para determinar la tasa de interés, los saldos sujetos a interés y la fórmula para calcular los intereses.*
- b. *Presentar, en los estados de cuenta, el desglose de los rubros a pagar por el usuario. De manera separada debe venir el principal, los intereses, los intereses moratorios y las comisiones.*
- c. *Mostrar la tasa de interés cobrada en el periodo.*
- d. *Informar en el estado de cuenta posterior, acerca de las modificaciones del contrato original y los anexos para que los tarjetahabientes puedan determinar si mantienen la relación contractual o no.*

Por otro lado, al Ministerio de Economía Industria y Comercio (MEIC), por medio de la Ley N°7472 se le obliga a realizar un estudio de manera trimestral, donde se compare las tarjetas de crédito presentes en el mercado costarricense y que incluya información como: tasas de interés, financieras y moratorias, comisiones y otros cargos, beneficios adicionales, cobertura, plazos de pago y grado de aceptación.

Es importante recalcar que sin importar la gama de tarjetas ofrecidas por los emisores, se identificaron requisitos comunes para los tarjetahabientes, como lo son:

- i. Contar con la mayoría de edad.
- ii. Poseer ingresos netos superiores a los \$500,00 o su equivalente en colones.
- iii. Contar con un mínimo de un año de laborar en forma continua.

- iv. Poseer un buen récord crediticio, según SUGEF.

Partiendo de los requisitos anteriores, se analizaron los tipos de tarjetas ofrecidas por las distintas instituciones estudiadas, detallando factores como tasa de interés, plazo y beneficios específicos para los tarjetahabientes.

1.2.4.1 Credomatic

Credomatic cuenta con más de veinte años en el mercado de tarjetas en Costa Rica. Ha facilitado el intercambio y financiamiento de bienes y servicios a través de una completa gama de servicios de tarjetas de crédito, tanto tarjetas personales como corporativas.

Imagen 1.1 Logotipo comercial Credomatic



Fuente: <https://www.credomatic.com/costarica> 2011

Las marcas de tarjetas que comercializa Credomatic son VISA, Master Card y American Express.

Tipos de tarjetas ofrecidas

- i. Tarjetas de crédito personales**

En cuanto a las tarjetas de crédito personales ofrecidas por esta institución, cuenta con una gama amplia de programas de lealtad, los cuales incluyen: retornos en efectivo, acumulación de millas de viaje, acumulación de puntos canjeables en supermercados, acumulación de puntos canjeables en productos de comercios afiliados, entre otros.

Las condiciones de las tarjetas de crédito personales al 19 de diciembre del 2011 son:

- a. **Tasa:** 49,92%
- b. **Plazo:** 51 meses

ii. **Tarjetas de crédito empresariales**

Por otro lado, las tarjetas de crédito empresariales se encuentran diseñadas para consolidar los gastos de negocio, así como los gastos por concepto de flotillas de vehículos.

Las características de estas tarjetas empresariales son las siguientes:

- a. **Tasa:** 46,80% para las tarjetas exclusivas de flotilla de vehículos y 49.92% para la tarjeta enfocada a los gastos de negocio.
- b. **Plazo:** 51 meses

Como se logró detallar, Credomatic no ofrece una tarjeta de crédito bajo la modalidad de grupo de afinidad, solamente programas de lealtad con beneficios en comercios específicos. Por lo tanto, no será una opción a evaluar en la factibilidad financiera.

1.2.4.2 Citi

Grupo Financiero Citibank de Costa Rica posee una amplia oferta de tarjetas de crédito, cada una diseñada para cubrir necesidades financieras cotidianas obteniendo a su vez beneficios por su uso.

Imagen 1.2 Logotipo comercial Citi



Fuente: <https://www.latinamerica.citibank.com/costarica> 2011

Tipos de tarjetas ofrecidas

i. Tarjetas de crédito personales

Entre las tarjetas de crédito ofrecidas por la banca personal se encuentran distintos planes como la acumulación de puntos para canjear por premios en comercios afiliados, devolución de efectivo, tarjeta con descuento en comercios específicos como centros comerciales, tiendas departamentales y supermercados, además del plan de acumulación de millas de viaje.

Las principales características de estas tarjetas al 19 de diciembre del 2011 son:

- a. **Tasa:** 49,32%
- b. **Plazo:** 66 meses

Estas tarjetas que comercializa Citi con beneficios en comercios específicos, también, son denominadas multipremios.

ii. Tarjetas de crédito empresariales

En cuanto a la banca empresarial, Citi ofrece una tarjeta de crédito enfocada por eficientizar los gastos de representación, viajes y otros que la empresa requiera para la operación diaria del negocio. Las condiciones son las mismas que las expuestas para la banca personal.

La marca de tarjetas comercializadas por Citi son VISA y Master Card.

Citi ofrece una amplia gama de tarjetas con beneficios en comercios específicos de la rama comercial.

1.2.4.3 HSBC

Ingresó al mercado costarricense a finales del año 2006. Cuenta con más de 100 millones de clientes alrededor del mundo y en Costa Rica brinda sus servicios financieros en sus 30 sucursales.

Imagen 1.3 Logotipo comercial de HSBC



Fuente: <http://www.hsbc.fi.cr> 2011

Tipos de tarjetas ofrecidas

i. Tarjetas de crédito personales

Las tarjetas de crédito personales de HSBC cuentan con distintos beneficios para satisfacer a diversos grupos de clientes.

Estas tarjetas cuentan con beneficios variados como descuentos, acumulación de millas de viaje y puntos para canje de premios, canje en efectivo y compras a plazo sin intereses. Las tarjetas ofrecidas son de las marcas VISA y Master Card y se distribuyen en sus versiones internacional, oro y platino.

Las principales condiciones de estas tarjetas al día 19 de diciembre del 2011 son las siguientes:

- a. **Tasa:** 47,76%
- b. **Plazo:** 50 meses

ii. **Tarjetas de crédito empresariales**

Es una tarjeta diseñada para compañías que cuentan con ejecutivos que dentro de sus funciones deban viajar frecuentemente.

Es una tarjeta que envía a la compañía datos consolidados sobre los gastos de representación y que además dispone de herramientas como el reporte de gastos automatizado y registro contable en línea. Las condiciones son las mismas que para las tarjetas personales.

HSBC brindaba hasta el tercer trimestre del año 2011 la modalidad de tarjetas bajo grupo de afinidad, sin embargo, cuando se realizó la consulta para la presente investigación se indicó que la modalidad se dejó de comercializar por políticas de la Institución bancaria.

1.2.4.4 Banco de Costa Rica

Banco de Costa Rica (BCR) ofrece un canal de acceso a productos y servicios, el cual puede ser utilizado en cualquier momento en los distintos comercios afiliados.

Imagen 1.4 Logotipo comercial BCR



Fuente: <http://www.bancobcr.com> 2011

Tipos de tarjetas ofrecidas

i. Tarjetas de crédito personales

BCR ofrece tres tipos de tarjetas de crédito personales como lo son la versión Internacional, Oro y Platinum, cada una de las cuales puede ser de la marca VISA o Master Card, según la preferencia del tarjetahabiente.

Las características de las tarjetas de crédito personales a la fecha del 19 de diciembre del 2011 son las siguientes:

- a. **Tasa:** 28,00%
- b. **Plazo:** 60 meses
- c. **Mínimo a conceder:** \$500,00

Además, el BCR ofrece beneficios adicionales como el plan BCR 0%, el cual otorga al tarjetahabiente la opción de cancelar ciertas compras en comercios afiliados a este programa, mediante cuotas mensuales sin intereses.

ii. Tarjetas de crédito empresariales

La tarjeta de crédito empresarial brindada por el BCR está diseñada para simplificar la administración del negocio y es una tarjeta de uso internacional.

Las características de la tarjeta de crédito empresarial son las siguientes:

- a. **Tasa:** 28,00%
- b. **Plazo:** 60 meses

Dicha Institución sólo ofrece las modalidades de tarjetas mencionadas con anterioridad.

1.2.4.5 Banco Nacional de Costa Rica

El Banco Nacional de Costa Rica (BNCR) es un banco perteneciente al Estado y fue fundado en 1914, sin embargo su nombre comercial data desde 1938 y es el mayor banco de Costa Rica.

Las tarjetas de crédito ofrecidas por el BNCR operan en la red de las marcas VISA y Master Card y pueden ser utilizadas como medio de pago local e internacional.

Imagen 1.5 Logotipo comercial BNCR



Fuente: <http://www.bncr.fi.cr> 2011

Tipos de tarjetas ofrecidas

i. Tarjetas de crédito personales

Las tarjetas de crédito personales brindadas por el BNCR se agrupan en versiones locales e internacionales, las cuales, a su vez pueden ser ofrecidas en versiones clásica, oro y platinum, éstas otorgan distintos límites de crédito a sus tarjetahabientes, pero comparten las siguientes características comunes al 19 de diciembre del 2011:

- a. **Tasa:** 26,00%
- b. **Plazo:** 60 meses

ii. Tarjetas de crédito empresariales

La tarjeta empresarial del BNCR ha sido diseñada para facilitar la administración y financiamiento de los gastos de viaje, representación y operativos del negocio.

Las condiciones de estas tarjetas son las mismas que para las tarjetas personales.

iii. **Tarjetas de crédito BN Desarrollo**

Son tarjetas exclusivas al desarrollo de la pequeña y mediana empresa. Es un producto para los clientes de BN Desarrollo que, además requieran una pronta liquidez como para la compra de materia prima, entre otras opciones.

Las condiciones de estas tarjetas son las siguientes:

- a. **Tasa:** 19,50%
- b. **Plazo:** 36 meses
- c. **Monto:** máximo hasta \$5000 o su equivalente en colones.

iv. **Tarjetas de crédito en grupo de afinidad**

El BNCR cuenta con dos tipos de tarjetas en grupo de afinidad, una de éstas es la tarjeta compartida, la cual corresponde a un tipo de tarjeta para satisfacer una necesidad en especial a un grupo de tarjetahabientes específicos, un ejemplo de esto es la tarjeta que se comercializa para la Teletón.

Adicionalmente, el BNCR cuenta con una tarjeta de crédito denominada tarjeta propietaria, modalidad bajo la cual un comercio en específico realiza un convenio para colocar tarjetas de crédito con una tasa preferencial, la cual se define según la negociación y el volumen de colocación de tarjetas. Además, el plástico se puede confeccionar para que sea diferente al resto de las tarjetas brindadas por el BNCR, esta distinción puede incluir el logotipo comercial del comercio solicitante de las tarjetas propietarias.

Sin embargo, con esta tarjeta propietaria el grupo de interés debe poseer puntos de venta en donde ser utilizada, pero también puede utilizarse en los demás comercios afiliados.

1.2.4.6 Bancrédito

Banco Crédito Agrícola de Cartago es el emisor de tarjetas más antiguo de Costa Rica. Actualmente, Bancrédito busca equipararse con los niveles de eficiencia brindados por la banca moderna, así como ofrecer un trato personalizado a sus clientes.

Imagen 1.6 Logotipo comercial Bancrédito



Fuente: <http://www.bancreditocr.com> 2011

Tipos de tarjetas ofrecidas

i. Tarjetas de crédito personales

Es una tarjeta de crédito bajo la marca VISA, por lo tanto, es aceptada en todos los comercios afiliados a esta marca. Posee un monitoreo por fraudes las 24 horas del día, dispone de adelantos en efectivo y puede ser utilizada en la red de cajeros del BNCR y del BCR sin el cobro de comisión.

Las características de la tarjeta citada con fecha del 19 de diciembre del 2011 son:

a. **Tasa:** 24,50%

b. **Plazo:** el plazo de pago de contado es de 56 días para pagar sin interés.

ii. **Tarjetas de crédito corporativas**

En el caso de las tarjetas de crédito corporativas ofrecidas por Bancrédito, éstas cuentan con las mismas condiciones que las tarjetas de crédito personales. Además, al igual que las demás tarjetas empresariales expuestas por las otras instituciones estudiadas, ofrece una línea de crédito para el financiamiento y control de los gastos de representación, viaje y otros inherentes a la operación diaria del negocio.

iii. **Tarjetas de crédito en grupo de afinidad**

Esta modalidad de tarjeta le otorga al tarjetahabiente las mismas condiciones que las tarjetas de crédito personales. Sin embargo, su principal diferencia radica en que esta tarjeta se puede diferenciar del resto mediante la incorporación del distintivo de la empresa que solicita estas tarjetas si ésta así lo quisiera.

El tarjetahabiente gana al conseguir una línea de crédito y una tasa de mercado atractiva, mientras que la empresa obtiene una bonificación porcentual del total de las compras realizadas por estos tarjetahabientes específicos. Por su parte, Bancrédito gana participación de mercado mediante la colocación de estas tarjetas.

La empresa con la cual se realiza el grupo de afinidad recibe un 20% sobre las comisiones cobradas por Bancrédito a sus comercios afiliados,

por concepto de pagos de bienes y servicios por medio de la tarjeta en grupo de afinidad.

Para el caso de Bancrédito, la realización de este proyecto por ambas instituciones no acarrea ningún costo para la Asociación, ya que una vez determinado el número de tarjetas a colocar, la Asociación necesita únicamente abrir una cuenta bancaria con dicha Institución.

Bancrédito será el encargado de realizar el estudio crediticio a los participantes del grupo, así también como se hará cargo de las cuentas por cobrar.

1.2.5 Aspectos presentes en los plásticos

A continuación, se detallan los principales elementos que toda tarjeta de crédito debe contener para su adecuado uso e identificación.

- a. **Entidad emisora:** se refiere a la entidad financiera autorizada por la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF) a nivel nacional para emisión de tarjetas de crédito. Por lo general, esta identificación se encuentra en la parte superior de la tarjeta.
- b. **Nombre del tarjetahabiente:** es el nombre del titular de la tarjeta, es decir, la persona física que dispone de ésta para la adquisición de bienes y servicios. Normalmente, se coloca su nombre en la parte inferior de la tarjeta.
- c. **Periodo de vigencia:** es la fecha de caducidad de la tarjeta, normalmente expresado bajo el formato MM/AA, donde MM es el valor numérico del mes, y AA los dos últimos dígitos del año. Esta fecha indica

al tarjetahabiente que después de esa fecha su tarjeta dejará de funcionar, por lo que éste deberá dirigirse a alguna sucursal autorizada por la entidad emisora para su respectiva renovación. Usualmente, esta fecha de caducidad se ubica por encima del nombre del tarjetahabiente.

- d. Numeración de la tarjeta:** es el conjunto de dígitos que aparecen al frente de la tarjeta y cercanos a la zona media de ésta. Dicho número es diferente en todas las tarjetas existentes, pues identifica a cada tarjeta y su cuenta respectiva a nivel interno para el emisor.
- e. Banda metálica:** es la tecnología más común para que la información contenida en la tarjeta sea capturada por los comercios afiliados y se registre la adquisición del bien o el servicio a nombre del tarjetahabiente.
- f. Información adicional:** se puede encontrar información en las tarjetas emitidas, como el tipo de tarjeta (normalmente ligado a los beneficios de ésta), información de la entidad emisora y números telefónicos para consultas o acciones que el tarjetahabiente quisiera realizar, como consulta del saldo o reporte de extravío de la tarjeta.

Con lo anterior, se detallaron los principales elementos teóricos relativos al proyecto. A continuación, se describirán los antecedentes de la empresa.

Capítulo II – Descripción de la empresa

En el presente capítulo se realizará una descripción de la Asociación Solidarista, donde se detallará su historia, su estructura organizativa y su situación actual. Sin embargo, antes de iniciar con esta descripción es necesario detallar la empresa de donde nace dicha Asociación, para comprender el medio en donde se desenvuelve.

2.1 Antecedentes de la empresa

Fundada en San José, Litografía ABC SA cuenta con más de 100 años de experiencia en el mercado de impresiones. Al inicio de operaciones contaba con tan sólo 4 empleados, actualmente, brinda empleo a más de 135 personas.

Durante su amplia experiencia la empresa ha perfeccionado el arte de confeccionar libros y publicaciones en múltiples estilos, formatos y tamaños, entregando a los clientes productos finales de alta calidad.

Cuenta con una planta de producción de más de 8000 metros cuadrados y otros 8000 metros cuadrados en bodegas, lo que le permite manejar volúmenes de producción altos.

A través de los años se ha especializado en la producción de libros de texto educativos, a razón de que este producto demanda un gran volumen de producción, por ende, uno de los productos principales y de mayor generación de ganancias.

Posee un recurso humano diversificado en distintas áreas como el Departamento de Diseño, el cual se encarga de los ajustes necesarios de las versiones digitales de los productos previa impresión de estos; el Departamento

de Litografía es el que lleva a cabo las impresiones de los distintos productos, en el Departamento de Encuadernación se le dan los distintos acabados a los productos. Además, se cuenta con un Departamento de Producción, encargado de la supervisión y control de calidad de los productos elaborados, así también, como encargados de la administración general de la empresa y la venta de los productos.

2.1.1 Misión

La misión de la empresa se detalla a continuación.

“Somos una empresa pionera y líder en la industria gráfica desarrollando personal especializado y tecnología de avanzada para satisfacer de forma ágil los requerimientos de nuestros clientes”. (lilcr.com, 2011)

La misión de la empresa destaca el liderazgo en la industria, así como la especialización de su equipo de trabajo e innovación en tecnologías de producción de manera que se satisfagan las necesidades de los clientes.

2.1.2 Productos

Entre los principales productos elaborados por la compañía se encuentran los siguientes:

- i. **Libros:** entre la gama de libros que se producen se encuentran libros de texto educativos, profesionales, novelas y otros géneros. El acabado o proceso posterior a la producción de la forma final puede ser en rústica o pasta fina.
- ii. **Etiquetas:** etiquetas no autoadhesivas impresas sobre papel con cortes rectos o troquelados, es decir, cortes no angulares. Este producto es

muy utilizado por empresas de consumo masivo, un ejemplo claro son las tabacaleras.

- iii. **Cajas plegadizas:** destinadas usualmente a la industria alimenticia, son cajas impresas sobre cartulinas de diversos tipos y calibres con acabados como estampado o relieve.

2.1.3 Mercados

En la trayectoria de la empresa se han producido millones de libros, etiquetas y cajas plegadizas para instituciones estatales y empresas del mercado editorial e industrial, tanto a nivel nacional como internacional.

Internacionalmente, la compañía cuenta con clientes en los Estados Unidos de Norteamérica, el Caribe, Centroamérica y Sur América.

El desarrollo de la logística le ha permitido a la empresa abastecer dichos mercados internacionales ya sea por vía terrestre, marítima o aérea.

Es importante destacar para el caso de las instituciones estatales, tanto nacionales como del extranjero, el proceso de licitación solicitado por éstas para poder ser parte de sus proveedores. Esta situación ha llevado a la empresa por mejorar sus procesos productivos y distribución de sus productos, para de esa manera, garantizar calidad en los productos entregados.

2.1.4 Soporte técnico

Antes de proceder a la impresión de los productos otorgados por los clientes, estos deben cumplir una serie de requisitos para su óptima impresión.

Es por dicha razón que la empresa brinda un soporte técnico en arte y diseño, donde se establecen estándares en cuanto a fotos, ilustraciones, fuentes y medidas, para que el producto final se adapte a las distintas presentaciones, sea legible y agradable a la vista.

Se cuenta con un departamento encargado de las etapas preparatorias de texto e imagen para la impresión gráfica, la diagramación (distribución de texto e imágenes en un formato) de acuerdo con el formato de impresión, la realización de pruebas y la preparación de las planchas de aluminio, las cuales se adhieren a las prensas rotativas para la impresión en el papel.

Este soporte técnico ha sido vital para la entrega de productos ajustados a las especificaciones técnicas de producción, así como productos que satisfagan estéticamente a los clientes.

2.2 Historia de la Asociación Solidarista

La Asociación Solidarista de la Litografía ABC SA fue fundada el 2 de abril del año 1984 por iniciativa del dueño de la empresa, quien propuso a la Litografía implementar una asociación solidarista en vista de que una de las empresas hermanas de la cual era dueño poseía una asociación, por lo que se pretendía que los empleados gozaran de los mismos beneficios.

El porcentaje de ahorro personal establecido, desde sus inicios por parte de los empleados fue de un 5%, mismo porcentaje determinó la Empresa como aporte patronal.

En el artículo tercero del Acta Constitutiva (1984, p 2), se menciona que la Asociación perseguirá fines tales como: *fomentar la armonía entre los empleados y la empresa, realizar programas que fomenten la solidaridad entre*

los asociados y sus familias, hacer partícipe de los beneficios socio-económicos al trabajador asociado e informar a los asociados sobre las actividades que brinde la asociación.

En sus inicios la Dirección Administrativa y Ejecutiva de la Asociación estaba a cargo de la Junta Directiva, compuesta por siete miembros, quienes ostentaban los cargos de la presidencia, vicepresidencia, secretaría, tesorería, junto con tres vocales. Estas personas eran las encargadas de todas las operaciones diarias de la Asociación.

Para el mes de octubre del año 1984, se abre la primera cuenta bancaria a nombre de la Asociación, con lo que se mantendría más seguro el capital social. Por otro lado, en este mismo mes se toma la decisión de contratar los servicios de un contador para que lleve la contabilidad de la Asociación.

En un principio la única actividad que realizaba la Asociación era la inversión de los fondos en distintas entidades del sistema financiero nacional a plazos diversos, esto debido a que no se habían elaborado los reglamentos respectivos ni se habían establecido los productos y servicios por ofrecer a los socios.

Para el mes de diciembre de 1984, se habilita el sistema de préstamos para los asociados, con un monto máximo por prestar correspondiente al total de los ahorros de cada asociado.

No es sino hasta el 28 de julio del año 1985, que la Asociación queda constituida legalmente con su respectiva personería jurídica y registro en el Departamento de Organizaciones Sociales del Ministerio de Trabajo. Por esta razón, es que a partir de esta fecha la Asociación comienza a percibir por parte

de la empresa el aporte patronal de los asociados, antes de esta fecha los asociados sólo tenían a su nombre el ahorro personal obligatorio.

En el mes de octubre de 1985, se celebra la primera asamblea general ordinaria de la Asociación, en donde el acuerdo principal es la repartición de un 60% de los excedentes y el restante 40%, destinado de la siguiente manera: un 20% para la creación de un fondo de actividades y otro 20% destinado a un fondo para vivienda.

Como parte de los beneficios sociales brindados por la Asociación, en el mes de diciembre de 1986 se celebra la primera fiesta de fin de año de la Asociación, la cual se llevó a cabo en el Castillo Country Club.

En febrero de 1987, se amplían los beneficios sociales para los miembros de la Asociación, por cuanto se implementa un fondo de ayudas mutuas, el cual se establece sea financiado con un 8% de las ganancias del periodo, restándole dicho porcentaje a las actividades sociales. Además, se acuerda comprar paquetes de artículos escolares para revender a los asociados a un bajo costo.

Para mayo de 1988, la Asociación decide afiliarse al Movimiento Solidarista, con motivo de contar con el respaldo de un ente con experiencia en el solidarismo, debido al poco conocimiento en dicha materia por parte de los directivos de la asociación.

Con el fin de preparar un carné de identificación de los asociados, en octubre de 1987 se abre un concurso para los socios, en el cual diseñarían un logotipo para la asociación. No es hasta junio de 1988 que se informa sobre el logotipo ganador, entregando al primer lugar un premio en efectivo de ¢2000.

Luego de cinco años de realizar las labores administrativas de la Asociación y a razón del crecimiento experimentado en cuanto a asociados y al capital administrado, la Junta Directiva decide delegar estas labores y contratar un empleado que trabaje para la Asociación. Es por dicha situación que en el mes de febrero del año 1989 se contrata al primer administrador de la Asociación, quien para ese entonces fue contratado por medio tiempo y por servicios profesionales.

Para hacerle frente a gastos diarios de operación en marzo de 1989 se aprueba constituir un fondo de caja chica, el cual en sus inicios era de ¢2000 y como encargado de la caja chica se designó al administrador de la Asociación.

Para el mes de noviembre de 1989, la Asamblea General de la Asociación toma la decisión de comprar planes de ahorro y préstamo del Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo (INVU) para que estos luego sean vendidos a los socios interesados. Los planes adquiridos son los denominados 10-12, en donde se ahorra durante 10 años para luego adquirir un préstamo hipotecario a 12 años plazo. Cumplidos los 10 años de ahorro y a finales de 1999 los planes fueron vendidos a los socios interesados a excepción de un plan que no pudo venderse, pues no hubo compradores.

A finales de 1989, y ampliando la gama de beneficios sociales, se celebra una fiesta de niños en el Parque Nacional de Diversiones, donde los beneficiarios serían niños familiares o hijos de los asociados.

Como medio para incentivar el deporte y las actividades físicas, en septiembre de 1991 la Asociación compra uniformes de fútbol para que los socios interesados en realizar partidos de fútbol los utilizaran de manera gratuita.

Interesada en la salud de sus asociados, la Asociación en octubre de 1991 realiza el primer convenio comercial, el cual se efectúa con una botica para la compra de medicinas con un descuento para los asociados. Seguidamente, para noviembre del mismo año se realiza un convenio con Tienda La Gloria, mediante el cual los socios obtenían un 5% de descuento sobre sus compras en los distintos departamentos de la tienda.

Con diez años de existencia, en el mes de abril de 1994, se decide invertir en acciones del Banco Solidarista, en dicha entidad se invirtió la suma de ¢500 000. Cabe destacar que dicho monto nunca fue recuperado por quiebra de esta Institución.

En el mes de mayo de 1994 y como medio de facilitar el cobro de los salarios por parte de los empleados, la Asociación decide establecer un pequeño puesto de cambio de cheques cobrando una comisión de 1%, debido a que para ese entonces el salario se entregaba por medio de cheques a los empleados de la empresa. Dicho servicio dejó de prestarse en el mes de agosto de 1996, debido a que meses atrás distintas personas vieron una oportunidad de generar ganancias estableciéndose en las afueras de la empresa cambiando los cheques de los empleados con una comisión mayor, pero con una brevedad menor al servicio ofrecido por la Asociación, por lo cual, los empleados preferían cambiar el cheque directamente con estas personas, por lo que el servicio ofrecido por la Asociación perdió relevancia.

Como parte de la mejora de los servicios ofrecidos a los socios, en junio de 1995 se firma un convenio con Importadora Monge para la venta de electrodomésticos con descuento a los socios. En abril de 1996, se incluyen

servicios de oftalmología para los socios y sus familiares en convenio con una clínica cercana a la empresa.

En abril del mismo año, el administrador de la Asociación continúa sus labores de medio tiempo, sin embargo, ya no es contratado por servicios profesionales y pasa a ser asegurado por parte de la Caja Costarricense de Seguro Social. No es hasta enero del año 2001 que el administrador pasa a desempeñar sus labores a tiempo completo.

En el año 1994, específicamente en el mes de octubre, el aporte patronal otorgado por la empresa pasa de un 5% a un 8.33%, beneficiando de manera significativa a los asociados, ya que se les respaldaba en un 100% el auxilio de cesantía.

Como parte de una mejora en los procesos, la Asociación decide comprar una computadora en febrero de 1997, lo cual permitió llevar un control más agilizado de las transacciones, préstamos y estados de cuenta de los asociados.

Para el año 2001 y con la entrada en vigencia de la Ley de Protección al Trabajador, el aporte patronal otorgado por la empresa pasa a ser 5,33%, significando una rebaja en este aporte, más sin embargo, éste era superior al ahorro personal del socio, lo cual representa un beneficio importante.

Para noviembre del 2004 y con la adaptación del medio de pago por medio de depósito por parte de la empresa, la Asociación decide utilizar este medio para el depósito de los préstamos solicitados por los asociados, de manera que se deja de lado la confección de tantos cheques, lo cual significó un importante ahorro de tiempo y de beneficio a los asociados.

En el año 2006, la Asamblea General toma la decisión de capitalizar un 15% de los excedentes de cada socio, dicha medida fue acogida como mejora de los excedentes para periodos posteriores y aumento de los ahorros personales, debido a que los ingresos de la asociación venían presentando una tendencia a la baja.

Como iniciativa para proteger y fomentar el derecho a la educación de los asociados y sus familias, en enero del año 2008 se crea el ahorro extraordinario, mediante el cual los asociados escogen de manera voluntaria el monto por ahorrar entre enero y diciembre, para luego ser entregado la primera semana de enero del año siguiente. Dicha iniciativa ha tenido una acogida muy grande por parte de los asociados, duplicando los ahorros que se tenían esperados.

Para el año 2010 y como un cambio de imagen, se decide abrir un nuevo concurso para actualizar el logotipo de la asociación, presentando a los ganadores en la Asamblea General en el mes de octubre del mismo año.

Finalmente, para el año 2011 la Asociación toma la iniciativa de mejorar la higiene de los colaboradores de la empresa, por lo cual se compromete a suministrar de jabones líquidos los baños de la empresa.

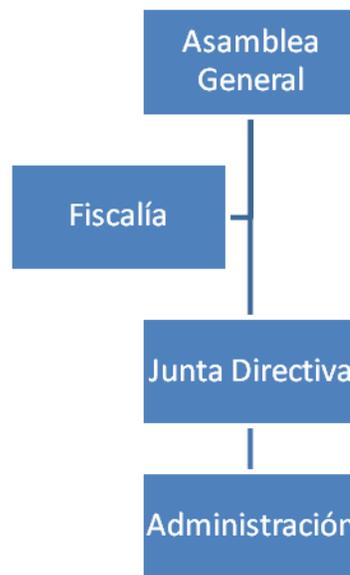
2.2.1 Estructura organizacional

La estructura organizacional de la Asociación se muestra en la Diagrama 2.1. En donde se puede apreciar, presenta una jerarquía muy definida.

El órgano que rige y toma las decisiones más relevantes para el desarrollo de la Asociación es la Asamblea General, la cual está compuesta por todos los

socios de la Asociación, en donde todos y cada uno poseen voz y voto para la toma de decisiones.

Diagrama 2.1 Estructura administrativa Asociación Solidarista de Empleados de Litografía ABC SA



Fuente: Elaboración propia

Según la Ley de Asociaciones Solidaristas N° 6970 en su artículo 28 (1984, p 18) “*se celebrará por lo menos una asamblea ordinaria anual, que se efectuará dentro de los tres meses posteriores a la clausura del ejercicio administrativo de la asociación*”.

Son atribuciones de la Asamblea General la discusión, aprobación o improbación de los informes sobre el resultado del ejercicio anual, los acuerdos sobre la distribución de los excedentes, el nombramiento de la Junta Directiva y fiscalía y demás asuntos de carácter ordinario.

Como se mencionó con anterioridad, es en la Asamblea General que los socios eligen a la Junta Directiva y fiscalía de la Asociación, dicha elección se lleva a cabo mediante votación y todos los socios pueden ser candidatos a cualquier puesto. Es esta Junta Directiva a la que la Asamblea le delega las funciones para llevar a cabo el plan de trabajo del periodo siguiente. Esta Junta Directiva está compuesta por una presidencia, una vicepresidencia, una secretaría, una tesorería y tres vocales; a su vez, se elige un fiscal y un suplente de fiscal, para que estos lleven un control de las acciones realizadas por la Junta Directiva y evalúen su labor.

La dirección y administración de la Asociación quedará a cargo de la Junta Directiva, donde la representación judicial y extrajudicial corresponderá al presidente de la Junta Directiva.

Según Ley de Asociaciones Solidaristas N° 6970 (1984, p 22) *la frecuencia de las reuniones de la junta directiva será por lo menos de una vez al mes.*

Además, una de las atribuciones principales de la Junta Directiva es la emisión de los reglamentos de la Asociación, entre los cuales se pueden citar el reglamento de crédito, de asociados, de ahorro extraordinario, entre otros.

Finalmente, se encuentra la administración de la Asociación, la cual está a cargo de un administrador, donde recae en este puesto la ejecución de las iniciativas de la Junta Directiva, además, del manejo de los recursos de la Asociación lo cual incluye el análisis crediticio de solicitudes de préstamos, manejo de la caja chica, la realización de las transferencias bancarias y el pago de los distintos costos y gastos, la realización y control de cheques, así como la suscripción y redención de inversiones.

2.2.2 Productos y servicios

En cuanto a la gama de productos y servicios brindados por la Asociación, actualmente, se encuentran los siguientes:

- i. **Ahorro extraordinario:** consiste en un periodo de ahorro entre enero y diciembre del mismo año, para luego ser entregado el primer viernes de enero del año siguiente. En este ahorro el asociado escoge el monto por ahorrar periódicamente, con la ventaja que puede variar dicho monto cuando lo necesite, además, estos ahorros son invertidos para distribuir excedentes entre los asociados que lo posean.

Es importante recalcar que el fin de este ahorro es proteger y fomentar el derecho a la educación de los asociados y sus familias.

- ii. **Sistema de préstamos:** la Asociación cuenta con un sistema de préstamos debidamente reglamentado, donde se estipulan las tasas, plazos y condiciones de los préstamos. Entre los préstamos ofrecidos a los socios se encuentran:
 - a. **Personal:** préstamo garantizado hasta por el 100% de los ahorros del socio y puede ser utilizado para cualquier fin.
 - b. **Fiduciario:** cuando el socio ha utilizado sus ahorros obligatorios como garantía de los préstamos, puede recurrir a un préstamo con garantía fiduciaria, en donde otro compañero socio se convierte en fiador del monto solicitado. El límite de este préstamo será un extra financiamiento de hasta un 100% de los ahorros obligatorios del socio solicitante del préstamo fiduciario.

- c. **Vivienda, Salud y Estudios:** como beneficio a fines justificados, se introdujo la línea de préstamos de vivienda, salud y estudios con tasa preferenciales, siempre y cuando el socio presente facturas que respalden la utilización del préstamo. La garantía de estos préstamos es la misma que para los préstamos personales y fiduciarios.
 - d. **Hipotecario:** finalmente, se dispone del préstamo hipotecario, con una tasa cómoda y plazos amplios para los asociados.
- iii. **Convenios comerciales:** en los últimos años se ha establecido una serie de convenios comerciales con distintos proveedores de productos y servicios, para hacerle llegar al socio beneficios que por sí sólo no puede acceder.
- a. **Grupo Monge:** convenio mediante el cual se otorga un 10% de descuento sobre el precio de contado. Este sistema funciona mediante orden de compra y puede ser utilizado por los socios mediante el sistema de préstamos o cancelando en efectivo.
 - b. **Clínica Oftalmológica Optilent:** mediante este convenio se le brinda la revisión y diagnóstico respecto de la salud visual de manera gratuita a los asociados. Además, estos reciben un 10% en aros y lentes y un 5% en lentes de contacto.
- Por otro lado, año a año, la Asociación realiza una feria de salud visual en donde se revisa de manera gratuita al personal de la empresa, en las mismas instalaciones de ésta.
- c. **Celulares y accesorios Celmarket:** empresa mediante la cual se ofrecen celulares y accesorios, así como soporte técnico. El

descuento otorgado al socio es de un 8%. Cada año se coordina una feria de exhibición y venta de celulares y accesorios en las instalaciones de la empresa.

- d. **Clínica Odontológica White Smiles:** convenio que se llevó a cabo a raíz de mejorar el interés en la salud bucal de los asociados. El socio recibe una revisión gratuita y un 10% de descuento en tratamientos.
 - e. **Grupo Valle de Paz:** esta empresa brinda servicios funerarios, que incluye el traslado de cuerpo, la decoración de la capilla y el cofre de madera. Gracias a este convenio empresarial, se les brinda a los socios un sistema de protección familiar, donde queda cubierto el núcleo familiar con cuotas que van desde los ¢4000 mensuales.
- iv. **Beneficios sociales:** como parte de los beneficios de pertenecer a un grupo solidario se incluyen beneficios en el orden social como lo son:
- a. **Ayudas mutuas:** las cuales son donaciones en efectivo por distintas causas como muerte de familiares, matrimonio, nacimiento de hijos, incapacidad, enfermedad del socio y familiares y vandalismo a la vivienda.

El financiamiento de estas ayudas proviene de un porcentaje de las ganancias del periodo, es decir, se resta de los excedentes habidos en el periodo fiscal, por lo tanto, cada socio contribuye de manera proporcional a la existencia de dichas ayudas.
 - b. **Actividades sociales:** son las actividades recreativas que dispone la Asociación para que los socios se sientan parte de un grupo y convivan entre sí. Entre las principales actividades por realizar

durante el año se encuentra el Día del Padre, el Día de la Madre, la Asamblea General, la Fiesta de fin de año, la colocación del pasito y árbol navideño, entrega de regalos a niños beneficiarios por parte de los socios y el rezo del niño.

2.2.3 Descripción del grupo

La Asociación cuenta con 135 asociados, dentro de las principales características del grupo se destacan las siguientes, las cuales son importantes para el estudio de factibilidad a realizar.

- i. **Salario promedio:** ¢435 000 es el salario promedio del grupo de asociados, con corte al 31 de diciembre del año 2011.
- ii. **Porcentaje con ingresos menores a \$500:** 26% es el porcentaje del grupo que posee ingresos menores a \$500. Por lo que no son sujetos de crédito para la obtención de una tarjeta de crédito.
- iii. **Porcentaje de gastos con tarjeta de crédito:** 45% es el porcentaje de gastos familiares y personales con base en el salario bruto, que este grupo cancela por medio de una tarjeta de crédito.

Capítulo III – Funcionamiento tarjeta de crédito en grupo de afinidad

El presente capítulo describirá la tarjeta de crédito en grupo de afinidad y su funcionamiento. Además, se detallarán los requisitos que se deberán presentar para la incursión de la Asociación en este proyecto.

3.1 Tarjeta de Crédito en Grupo de Afinidad

Como se mencionó anteriormente la tarjeta en grupo de afinidad es para uso personal, con diseño propio de un grupo de interés que la comercializa y se usan para dar estatus o para ligar al tarjetahabiente con una causa, con un equipo deportivo o con un club social.

Las tarjetas de crédito en grupo de afinidad pueden otorgar al tarjetahabiente beneficios distintos de las tarjetas de crédito convencionales, como pueden ser la tasa de interés más atractiva, plazo mayor, descuentos u otros. Esos beneficios serán negociados por la organización creadora del grupo de afinidad, el emisor y los comercios y se pueden lograr gracias al volumen de transacciones que prometen generar.

Existen dos variantes de este tipo de tarjeta, a las cuales se les llamará:

- 1. Tarjeta ligada a un grupo comercial:** es una tarjeta que otorga un beneficio al tarjetahabiente en un comercio en específico, por lo general, descuentos sobre las compras. Algunas de estas tarjetas se pueden identificar fácilmente, ya que en su diseño se incorpora el logotipo del comercio. Por ejemplo, la tarjeta de Aliss y Universal.

Se presenta una negociación por parte del grupo y el emisor para definir detalles como las ventajas de la tarjeta, la tasa de interés, el comercializador de éstas y el ente que asumirá las cuentas por cobrar.

2. Tarjeta ligada a grupo no comercial: se llamará tarjeta de “grupo no comercial” a aquella que está ligada a una organización no gubernamental, a una fundación con una causa específica o a un club deportivo, o a alguna causa similar. Por ejemplo, la tarjeta Costa Rica Country Club, LDA y Saprissa.

De igual manera, se presenta una negociación por parte del grupo y el emisor para definir detalles como las ventajas de la tarjeta, la tasa de interés, el comercializador de éstas y el ente que asumirá las cuentas por cobrar. Adicionalmente y lo que diferencia a este grupo del primero descrito, es la negociación de una bonificación porcentual con base en las comisiones pactadas por el emisor a sus comercios afiliados.

A continuación, se detallará el funcionamiento de este segundo tipo de tarjeta de crédito en grupo de afinidad, el cual es el analizado en este proyecto.

3.1.1 **Funcionamiento**

El desarrollo e implementación de este tipo de tarjeta de crédito inicia cuando una institución busca ofrecer dentro de su grupo de interés una tarjeta que se diferencie del resto de las ofrecidas en el mercado y que otorgue beneficios, tanto a la institución como a sus colaboradores.

Una vez que exista este interés se buscan opciones con los distintos emisores de tarjetas de crédito para iniciar negociaciones. Es importante recalcar que los

emisores buscan un volumen de colocación de tarjetas, para hacer viable el proyecto.

Es por dicha situación, que previo a implementar el proyecto, se negocia cual de las partes será la encargada de realizar un procedimiento de investigación para determinar la viabilidad de implementación en la empresa solicitante. Este proceso comprende las siguientes etapas:

1. Se determina la cantidad de participantes en el grupo de interés, por medio de este primer filtro se obtiene una primera estadística sobre el posible volumen de las tarjetas a colocar. Esta situación, en condiciones salariales promedio, pues si los salarios superan al promedio, posiblemente, basten menos y viceversa.
2. Se analiza cuáles de estos participantes no son sujetos de crédito ya sea por mal récord crediticio o simplemente por ganar menos del mínimo exigido, el cual actualmente ronda los \$500 o su equivalente en colones. El proceso continúa con los participantes que resultan ser sujetos de crédito.
3. Una vez concluido que el proyecto tiene sentido financiero, se inician los trámites para poner en funcionamiento el grupo de afinidad de tarjetas, los cuales se describirán más adelante.

El funcionamiento básico de la tarjeta de crédito en grupo de afinidad se presenta de la siguiente manera:

1. Una de las partes realiza el análisis de crédito de los participantes del grupo. Se define un encargado de las cuentas por cobrar, que en caso de ser el grupo no comercial se deberá verificar si éste cumple con los

requisitos establecidos por la SUGEF en cuanto a la administración de una cartera de crédito.

2. El grupo de afinidad comercializa la tarjeta.
3. El tarjetahabiente realiza compras o pagos de bienes y servicios en los distintos comercios e instituciones afiliados donde la tarjeta es aceptada.
4. Por concepto de estas compras en los comercios afiliados la entidad emisora de la tarjeta cobra una comisión, la cual varía, según el tipo del comercio afiliado y oscila entre el 1% y el 10%.
5. Por último, periódicamente el emisor de la tarjeta liquida al grupo de afinidad la bonificación pactada.

Dicho porcentaje varía, según la negociación con el emisor de tarjetas, sin embargo, éste son los ingresos totales del proyecto a favor del grupo de interés. Además, se deben determinar los costos de comercialización y administración de las cuentas por cobrar, situación que se negocia con el emisor.

3.2 Requisitos del grupo no comercial

Una vez que el proyecto es llevado a cabo entre ambas instituciones, se deberá abrir una cuenta bancaria con el emisor, para recibir las comisiones.

Para la apertura de esta cuenta bancaria, se necesita presentar los siguientes documentos:

- i. **Personería jurídica:** con no más de tres meses de emitida. En dicho documento se establece la junta directiva y la representación judicial y extrajudicial de la empresa.

- ii. **Cédula jurídica:** es el número de identificación de la empresa, con el cual se puede verificar la legalidad de la empresa, es decir, si se encuentra debidamente inscrita en el Registro Nacional.
- iii. **Acta constitutiva:** estipula los estatutos de la empresa, se establece el límite de las funciones del representante legal otorgado así por la asamblea de socios.
- iv. **Estados financieros:** se solicita un corte reciente de los mismos certificados por el contador de la empresa y el representante legal.
- v. **Recibo de servicios públicos:** se debe entregar un recibo de servicios públicos, con la finalidad de validar la dirección de la empresa.
- vi. **Cédula representante legal:** fotocopia de la cédula de identidad del representante legal, para verificar que éste sea el mismo que se encuentra registrado en el Departamento de Organizaciones Sociales del Ministerio de Trabajo.
- vii. **Formulario política conozca a su cliente:** formulario que debe ser presentado para cumplir con la ley N° 8204 contra el lavado de dinero. Se incluye información de la empresa, así como de su representante legal y demás personas físicas autorizadas a firmar documentos para distintos trámites con la entidad financiera emisora de las tarjetas de crédito. Lo que se busca con este formulario es verificar que los fondos de la empresa provienen de sus actividades lícitas y que los ingresos reportados por el representante legal y las demás personas autorizadas sean correctos y no se presente ninguna situación de desvío de fondos.

Una vez que se apertura la cuenta en la institución financiera emisora de las tarjetas de crédito se procede a la distribución de las tarjetas de crédito y el proyecto entra en operación.

Para el caso concreto de la Asociación, la incursión del proyecto en grupo de afinidad de grupo no comercial es lo más apropiado, debido a que no ofrece a los asociados bienes y servicios a la venta, por lo que carece de sentido ofrecer una tarjeta con ventajas en comercios seleccionados. Por lo tanto, el grupo de afinidad no comercial es el único que le brindará ventajas en materia monetaria.

3.3 Ventajas de la tarjeta de crédito en grupo de afinidad

Se detallarán las ventajas, desde los puntos de vista del tarjetahabiente y de la empresa solicitante de las tarjetas.

- i. Tarjetahabiente:** el tarjetahabiente obtendrá una tarjeta de crédito exclusiva, única en el mercado, la cual incorporará el distintivo del grupo de interés, situación que brinda un sentido de pertenencia.

Otro beneficio y quizás el más importante radica en la tasa de interés, la cual si el volumen de colocación de tarjetas es elevado puede resultar más atractiva que la dispuesta en el mercado, es decir, una tasa de interés menor, en caso de los intereses moratorios.

- ii. Empresa:** por su parte, la empresa recibe el beneficio de una bonificación porcentual respecto de la comisión cobrada por la institución financiera emisora, por concepto de compras en comercios y pagos de servicios. Situación que se explicó cuando se detalló la manera de funcionar de este tipo de tarjetas.

Más adelante se detallará esta bonificación, según cada institución financiera emisora de tarjetas de crédito, de las cuales se obtuvieron datos para el presente estudio de factibilidad.

Capítulo IV – Estudio de factibilidad financiera

En el presente capítulo, se realizará el estudio de factibilidad financiera para la implementación de tarjetas de crédito en el grupo de afinidad propuesto.

4.1 Estudio de factibilidad financiera

A continuación, se desarrolla el estudio de factibilidad para ofrecer tarjetas de crédito en grupo de afinidad en la Asociación Solidarista.

Como se detalló con anterioridad sólo la institución Bancrédito ofrece las tarjetas de crédito en grupo de afinidad no comercial, según el proyecto propuesto, por lo cual se determinará con los datos suministrados por este ente si el proyecto es factible o no para la Asociación.

Antes del desarrollo del estudio se definirán una serie de supuestos así como variables fijas que se utilizarán para la determinación de la factibilidad.

4.1.1 Supuestos

- i. **Inflación:** 5%, según el programa macroeconómico 2012 del Banco Central de Costa Rica.
- ii. **Porcentaje de no sujetos de crédito por razones distintas a nivel de ingreso:** 10% del grupo de interés.
- iii. **Porcentaje de colocación de tarjetas dentro del grupo:** un 50% se considerará como la meta de tarjetas a colocar, partiendo de un 10% hasta llegar ha dicho porcentaje.

- iv. **Tasa de descuento:** 10% partiendo de 100 puntos base sobre la tasa básica pasiva.

4.1.2 Variables fijas

- i. **Porcentaje de sujetos con ingresos menores a \$500:** 26% es el porcentaje de asociados con ingresos menores a \$500.
- ii. **Salario promedio:** ₡435 000 es el salario promedio dentro del grupo.
- iii. **Porcentaje de gastos mensuales:** 45% según los hábitos de consumo de la población del grupo de interés.
- iv. **Comisión promedio:** 5.5% como promedio de comisión cobrada por parte del emisor a los comercios afiliados.
- v. **Porcentaje de bonificación:** 20% que otorga Bancrédito sobre las comisiones cobradas a los comercios afiliados.

4.1.3 Factibilidad financiera

Como se determinó en secciones anteriores, para implementar el proyecto con Bancrédito no se hace necesaria una inversión inicial ni posterior por parte de la Asociación, por lo que lo único que se debe realizar es cuantificar el número de tarjetas a colocar, según el procedimiento conversado con los miembros de Bancrédito, lo cual se describe a continuación:

La Asociación cuenta, actualmente, con un total de 135 asociados, como se mencionó anteriormente, de este total un 26% no cumple con el requisito de poseer ingresos superiores a \$500 o su equivalente en colones, por lo que el

total de personas físicas que pueden optar por esta tarjeta de crédito se reduce a 100.

De estos 100, se utilizará el supuesto de que un 10% no posee un expediente crediticio sano, situación que los deja de lado como candidatos a la tarjeta y deja, al proyecto con 90 clientes potenciales para optar por la obtención de éstas.

Finalmente y como se señaló en los supuestos, se maneja una estadística de que alrededor de un 50% de los candidatos a obtener la tarjeta en definitiva la adquieren, por lo que la expectativa de colocación meta del proyecto sería de 45 tarjetas de crédito.

En este punto, el proyecto no cumple las expectativas de implementación por parte de Bancrédito, ya que, según entrevista con los ejecutivos de negocios de esta institución, Bancrédito necesita colocar al menos 100 tarjetas de crédito netas.

A pesar de lo anterior, existe una alternativa para hacer viable el proyecto, como lo es la constitución de una Federación entre esta Asociación Solidarista y la Asociación de la empresa hermana Librería ABC SA. Dicha constitución de esta Federación se estipula en el reglamento de Asociaciones Solidaristas N° 20608-TSS en su capítulo II artículo 3.

Según conversaciones con la asociación solidarista de Librería ABC SA, ésta cuenta con un aproximado de 165 asociados, por lo que si se realizan los cálculos con las variables antes descritas se obtiene un neto de tarjetas a colocar de 55 y con las 45 de la asociación de la litografía ABC se alcanzaría al mínimo establecido por Bancrédito.

En el Anexo 2 se presenta el flujo de caja para el primer año del proyecto, detallado de manera mensual y con la progresión de colocación de tarjetas, según los supuestos.

En la tabla 4.1 se detallan los ingresos proyectados en un horizonte de 5 años correspondientes a la Asociación de la Litografía ABC.

Como el proyecto no acarrea una inversión para la Asociación, ni la utilización de algún recurso para producir estos ingresos, el criterio de evaluación del VAN resulta muy adecuado.

Tabla 4.1 Ingresos anuales del proyecto

Datos en miles de colones

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Tarjetas colocadas	40	40	40	40	40
Compras promedio	2.378,36	2.466,45	2.589,77	2.719,26	2.855,22
Compras totales	61.685,72	98.658,00	103.590,90	108.770,45	114.208,97
Comisión	3.392,71	5.426,19	5.697,50	5.982,37	6.281,49
Bonificación	678,54	1.085,24	1.139,50	1.196,47	1.256,30
Ingresos	678,54	1.085,24	1.139,50	1.196,47	1.256,30
Flujos descontados	641,42	896,89	856,12	817,21	780,06
VAN	¢ 3.991,71				

Fuente: elaboración propia

El proyecto, en un horizonte de 5 años, le aportaría a la Asociación ingresos netos cercanos a los ¢4 millones, sin haber realizado algún tipo de inversión inicial.

Por lo tanto, y, desde el punto de vista del VAN, el proyecto debe ser aprobado por la Asociación.

4.2 Análisis de escenarios

Como es usual, el futuro es incierto. Por dicha situación, a continuación se recurrirá a un análisis de escenarios, en donde se modifican algunas variables que se considere más probables de no llegar a presentarse, según se proyectó.

Primero se empezará con un análisis en un escenario pesimista, en donde se minimiza el impacto de las variables para determinar si el proyecto aún ante esta situación es viable.

4.2.1 Pesimista

En este escenario pesimista, se cambiarán dos variables, en primer lugar se empezará con una colocación inferior de tarjetas en el primer mes, un 50% inferior a lo colocado en el escenario normal y con un progreso similar durante los meses posteriores.

La segunda variable a modificar será el porcentaje de gasto promedio de compras con la tarjeta, el cual se reducirá en un 25%.

La Tabla 4.2 presenta el flujo de ingresos, según el escenario pesimista.

Desde el punto de vista del VAN el proyecto debe ser aceptado, debido a que se presentan resultados positivos. Sin embargo, para Bancrédito el proyecto en este punto pierde viabilidad, ya que se disminuyen las tarjetas netas a colocar, por lo que pierde rentabilidad para esta Institución.

Tabla 4.2 Ingresos anuales del proyecto, según escenario pesimista
 Datos en miles de colones

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Tarjetas colocadas	22	22	22	22	22
Compras promedio	1.783,77	1.849,84	1.942,33	2.039,45	2.141,42
Compras totales	25.824,32	40.696,43	42.731,25	44.867,81	47.111,20
Comisión	1.420,34	2.238,30	2.350,22	2.467,73	2.591,12
Bonificación	284,07	447,66	470,04	493,55	518,22
Ingresos	284,07	447,66	470,04	493,55	518,22
Flujos descontados	268,50	369,97	353,15	337,10	321,78
VAN	¢ 1.650,49				

Fuente: elaboración propia

A continuación se presenta el escenario optimista.

4.2.2 Optimista

Para el caso del escenario optimista se van a cambiar dos variables, en este caso, las tarjetas colocadas, desde el primer mes de operación del proyecto será un 50% superior que el establecido para el escenario normal en el primer mes y con un progreso igual durante los meses posteriores.

Como segunda variable, se supondrá un incremento de un 25% en el gasto promedio por concepto de compras con la tarjeta de crédito.

El flujo de ingresos para el escenario optimista del proyecto se puede observar en la Tabla 4.3.

Tabla 4.3 Ingresos anuales del proyecto, según escenario optimista
 Datos en miles de colones

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Tarjetas colocadas	45	45	45	45	45
Compras promedio	2.972,95	3.083,06	3.237,22	3.399,08	3.569,03
Compras totales	91.971,91	138.737,81	145.674,70	152.958,44	160.606,36
Comisión	5.058,46	7.630,58	8.012,11	8.412,71	8.833,35
Bonificación	1.011,69	1.526,12	1.602,42	1.682,54	1.766,67
Ingresos	1.011,69	1.526,12	1.602,42	1.682,54	1.766,67
Flujos descontados	958,01	1.261,25	1.203,92	1.149,20	1.096,96
VAN	¢ 5.669,35				

Fuente: elaboración propia

En este punto, el proyecto se volvería más atractivo, tanto para la Asociación como para Bancrédito, debido al incremento del número de tarjetas colocadas y al aumento del gasto promedio por concepto de compras.

Desde el punto de vista del VAN el proyecto puede ser aprobado en este escenario.

Se concluye el estudio de factibilidad y, seguidamente, se derivan las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

Capítulo V – Conclusiones y recomendaciones

A continuación, se presentan las conclusiones derivadas del procesamiento de la información recabada para la realización de este estudio de factibilidad y recomendaciones.

5.1 Conclusiones

- i. El mercado costarricense de tarjetas de crédito es un mercado saturado, donde existe gran variedad de tarjetas con diferentes tasas de interés y distintos beneficios entre los mismos tipos de tarjetas. Es decir, es un mercado competitivo, en donde el cliente o futuro tarjetahabiente posee una gran gama de opciones con beneficios variados. Por lo tanto, los distintos emisores de tarjetas deben diferenciarse para tener éxito.
- ii. Existe un claro procedimiento a nivel de las instituciones financieras emisoras de tarjetas de crédito, por medio del cual determinan los clientes potenciales; un claro ejemplo de esta situación es la determinación de cuáles de estos clientes son sujetos de crédito y cuáles no. Las instituciones tienen acceso a esta información por medio del récord crediticio de cada persona física y jurídica (CIC) de la SUGEF.
- iii. Las tarjetas de crédito bajo grupo de afinidad son una modalidad que puede ser aprovechada por empresas comerciales consolidadas, las cuales buscan entregar dos beneficios extra a sus clientes leales, como son el crédito y el descuento en el comercio propio. Otras instituciones que le pueden sacar provecho a esta modalidad son empresas con gran número de colaboradores, debido a que por volumen de colocación de

estas tarjetas se gana una bonificación sobre las comisiones generadas por las compras.

- iv. Los emisores de tarjetas exigen ciertas condiciones mínimas para crear un grupo de afinidad, como cantidad de tarjetahabientes, volumen de facturación y otras.
- v. Actualmente, por el número de socios, la Asociación de Litografía ABC no tiene la cantidad de afiliados que le permite ser un cliente prospecto para el establecimiento de un convenio para la distribución de tarjetas de crédito bajo grupo de afinidad, debido a que el número de tarjetahabientes potenciales no es atractivo para las compañías emisoras de tarjetas de crédito.

5.2 Recomendaciones

- i. Realizar una alianza estratégica con la Asociación de la empresa hermana Librería ABC SA, para de esa manera, aumentar el número de tarjetahabientes potenciales y de ese modo hacer más atractivo el proyecto para la institución financiera emisora de las tarjetas propuestas.
- ii. Desarrollar una campaña de mercadeo para atraer tarjetahabientes potenciales y, de ese modo, incrementar el número de tarjetas colocadas, aumentando los ingresos del proyecto.
- iii. Un proyecto complementario en el que se podría incursionar sería la compra de saldos de tarjetas de crédito de otros emisores que tengan los asociados. Por medio de este proyecto paralelo, se le brinda la oportunidad al asociado de liberarse de deudas que posea con algún otro emisor y al mismo tiempo se le ofrece la oportunidad de adquirir la tarjeta

de crédito por medio de la Asociación, con lo cual la Asociación podría tener dos fuentes de ingresos, la primera con el préstamo que le otorga para pagar la deuda y la segunda por los ingresos de la bonificación que se le ofrece a la Asociación por las comisiones sobre las compras en que el asociado incurra con el uso de la nueva tarjeta.

- iv.** Paralelamente, la Asociación deberá desarrollar y comunicar a sus asociados un programa de buenas prácticas crediticias, por medio del cual el asociado logre llevar unas finanzas personales sanas sin endeudarse más allá de su capacidad de crédito, esto, tanto a nivel interno de la asociación como a nivel externo con las distintas instituciones financieras, donde se incluyen las compañías emisoras de tarjetas de crédito.

Bibliografía

Libros

- Gitman, L. (2007, Decimoprimer Edición). *Principios de Administración Financiera*. México: Editorial Pearson Addison Wesley.
- Ross, S., Westerfield, R., Jaffe J. (2009, Octava Edición). *Finanzas Corporativas*. México: Editorial McGraw Hill.
- Sapag, N. e. (2000, Cuarta Edición). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Chile: Editorial Mc Graw Hill.
- Sapag, N. (2007, Primera Edición). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*. México: Editorial Person Prentice Hall.
- Van Horne, J., Wachowicz J. (2002 Undécima Edición). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Editorial Pearson Educación.

Leyes y Reglamentos

- Ley N° 6970 Ley de asociaciones solidaristas, 7 de noviembre de 1984.
- Ley N° 7472 Ley de promoción de la competencia y defensa efectiva del consumidor, 19 de enero de 1995.
- Reglamento de tarjetas de crédito y débito N° 35867-MEIC, 24 de marzo de 2010.

Otras fuentes

- Arias, J. Negocio de tarjetas de crédito. Entrevistas varias, 2011 – 2012.

- Chaves, F. Decisiones de inversión. Universidad de Costa Rica, 2008.
- Salas, T. Curso Integrado de Alta Gerencia. Finanzas. Universidad de Costa Rica, 2011.
- Solé, R. Preparación y Evaluación de Proyectos. 2010
- Soto, Marcos y Sánchez, Olger. Bancrédito, Centro de Tarjetas, 2011

Publicaciones

- Tercer estudio comparativo de tarjetas de crédito y débito. Ministerio de Economía Industria y Comercio. Publicado y consultado el 28 de noviembre del 2011.

Páginas de Internet

- Definición de demanda. En <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>. Consultado el 5 de septiembre del 2011.
- Definición de factibilidad. En <http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>. Consultado el 5 de septiembre del 2011.
- Estudio ambiental. En <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/estudio-ambiental-y-la-formulacion-y-la.html>. Consultado el 9 de septiembre del 2011.

- Entidades emisoras de tarjetas de crédito MasterCard. En http://www.mastercard.com/cr/personal/es/findacard/entidades_emisoras.html. Consultado el 3 de agosto del 2011.
- Entidades emisoras de tarjetas de crédito Visa. En http://lac.visa.com/consumers/card_apply.jsp?idc=1. Consultado el 3 de agosto del 2011.
- Etapas del análisis de factibilidad. En <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>. Consultado el 26 de julio del 2011.
- Definición de *cash flow*. En <http://www.investopedia.com/terms/c/cashflow.asp>. Consultado el 29 de julio del 2011.
- Relación costo beneficio. En <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Leccion22.htm>. Consultado el 12 de septiembre del 2011.
- Tarjetas de crédito Credomatic. En www.credomatic.com/costarica/. Consultado el 19 de diciembre del 2011.
- Tarjetas de crédito Citi. En <https://www.latinamerica.citibank.com/costarica/bancaPersonal/tarjetasDeCredito/index.htm>. Consultado el 19 de diciembre del 2011.
- Tarjetas de crédito BCR. En <https://www.bancobcr.com/bcr%20tarjetas/>. Consultado el 19 de diciembre del 2011.
- Tarjetas de crédito Banco Nacional. En <http://www.bncr.fi.cr/BNCR/Tarjetas/Intro.aspx>. Consultado el 19 de diciembre del 2011.

- Tarjetas de crédito Bancrédito. En <http://www.bancreditocr.com/index.html>. Consultado el 19 de diciembre del 2011.
- Tarjetas de crédito HSBC. En <http://www.hsbc.fi.cr/a/bp/tarjetas.asp>. Consultado el 19 de diciembre del 2011.
- Valor actual neto. En <http://www.areadepymes.com/?tit=inversiones-en-inmovilizado-o-existencias-valor-actual-neto-van&name=Manuales&fid=ef0bcae>. Consultado el 9 de septiembre del 2011.

Anexo metodológico

Con el propósito de establecer la metodología que se utilizará durante cada uno de los capítulos, se define, a continuación, el tipo de investigación, los métodos, técnicas, instrumentos y fuentes utilizados para el desarrollo de cada uno de los objetivos del presente proyecto.

Objetivo 1:

Proveer una base teórica sobre los conceptos más importantes que implica realizar un estudio de factibilidad.

Metodología:

La investigación que se utiliza para el desarrollo de este objetivo es de tipo documental. Por tal motivo, se resume la información derivada de distintas fuentes bibliográficas para facilitar la comprensión de los principales conceptos relacionados con la evaluación de proyectos.

Una vez recabada la información de distintas fuentes documentales, se utiliza el método de análisis sintético, con el fin de unificar criterios de diversos autores y presentar definiciones puntualizadas de cada concepto teórico.

Las técnicas por utilizar son primariamente la revisión de documentos e información al alcance. Además, se emplean instrumentos que faciliten la síntesis de los distintos recursos bibliográficos, tales como cuadros resumen y de comparación de criterios.

Las fuentes consultadas son de tipo secundarias, ya que la investigación se fundamenta en información obtenida a través de libros, documentos, revistas e Internet.

Objetivo 2:

Proporcionar antecedentes sobre la asociación solidarista.

Metodología:

Para el desarrollo del segundo objetivo, se utiliza la investigación de tipo descriptiva, ya que el propósito es describir a la empresa y su situación actual.

Las herramientas que facilitan el desarrollo de este objetivo son las tablas resumen, la recopilación documental y entrevistas. Así mismo, se utilizarán fuentes de tipo primario, debido a que se entrevistará a socios de dicha Asociación, para obtener información de los antecedentes y percepción de la Asociación. Además, se manejarán fuentes secundarias, al investigar bibliografía relacionada con actas documentadas de Asambleas Generales y de reuniones de la Junta Directiva de la Asociación.

Objetivo 3:

Describir el funcionamiento de una tarjeta de crédito.

Metodología:

Mediante investigación de tipo descriptiva, con el uso de fuentes secundarias como reglamentos, se detallará el funcionamiento de una tarjeta de crédito en Costa Rica.

Objetivo 4:

Realizar un estudio de factibilidad financiera del proyecto, así como elaborar una propuesta para éste.

Metodología:

Para la consecución del objetivo antes mencionado, el tipo de investigación necesaria es de tipo cuantitativa, donde se analizará financieramente los ingresos y egresos correspondientes al desarrollo del proyecto planteado, para la determinación de la rentabilidad de éste.

Objetivo 5:

Presentar las conclusiones del estudio y las recomendaciones para el proyecto.

Metodología:

Mediante el análisis descriptivo de la situación de la empresa y el funcionamiento de las tarjetas de crédito se definirán las conclusiones del proyecto.

A partir de la investigación cuantitativa realizada se detallarán las recomendaciones del proyecto.

Anexos complementarios

Anexo 1

REGLAMENTO DE TARJETAS DE CRÉDITO Y DÉBITO

N°35867-MEIC, 24 de marzo de 2010.

CAPÍTULO I

Disposiciones Generales

Artículo 1º—Objetivo. Este Reglamento tiene por objetivo definir las reglas para la interpretación y aplicación de los artículos 32, 34 y 44-Bis, de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, Ley N° 7472, publicada en *La Gaceta* N° 14 del 19 de enero de 1995, en relación al tema de Tarjetas de Crédito y Débito.

Artículo 2º—Definiciones. Para los efectos de este Reglamento se entenderá por:

1. **Acoso u hostigamiento para la cobranza:** Conducta por parte de un acreedor o agente de cobranzas, que oprima, moleste o abuse a una persona, de manera insistente y repetitiva, con ocasión de la gestión de cobro de una deuda.
2. **Afiliado:** Persona física o jurídica, que acepta, como medio de pago, tarjetas de crédito o débito.
3. **Amortización:** Extinción de una parte o la totalidad del principal de una deuda mediante pagos realizados en intervalos regulares de tiempo o un solo pago.
4. **Beneficios:** Aquellos que se otorgan sin costo adicional para el tarjetahabiente, por el uso de la tarjeta de crédito o débito.
5. **Cargos por intereses corrientes:** Monto de los intereses por financiamiento calculado sobre el principal adeudado, con base en la tasa de interés pactada, sin incluir el consumo del período. Son aplicables cuando se opta por el financiamiento.
6. **Cobertura:** Ámbito geográfico o sector de mercado donde puede ser utilizada la tarjeta de crédito o débito.
7. **Comercio Electrónico:** Cualquier forma de transacción en la cual las partes involucradas interactúan a través de medios informáticos.
8. **Comisiones:** Porcentajes o montos que el emisor cobra al tarjetahabiente por el uso de servicios acordados en el contrato de emisión de tarjeta de crédito o de la cuenta a la cual está adscrita la tarjeta de débito. No corresponde a intereses.
9. **Comerciante o proveedor:** Toda persona física, entidad de hecho o de derecho, privada o pública que, en nombre propio o por cuenta ajena, se dedica en forma habitual a ofrecer, distribuir, vender,

arrendar, conceder el uso o el disfrute de bienes o a prestar servicios, sin que necesariamente esta sea su actividad principal. Para los efectos de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, Ley 7472, el productor, como proveedor de bienes, también está obligado con el consumidor, a respetarle sus derechos e intereses legítimos.

10. **Contrato de emisión de tarjeta de crédito:** Contrato que regula las condiciones generales de un crédito revolutivo en moneda nacional o extranjera para la emisión y uso de la tarjeta de crédito, al cual se adhiere el tarjetahabiente por un plazo definido. Dicho contrato se regirá por los principios y normas que regulan los contratos de adhesión.

11. **Emisor:** Entidad que emite o comercializa tarjetas de crédito y débito, para uso nacional o internacional.

12. **Estado de cuenta:** Resumen periódico de los cargos y transacciones originadas por la posesión y el uso de la tarjeta débito o de crédito y otras líneas de financiamiento asociadas a esta última en el marco de una relación contractual.

13. **Fecha de corte:** Fecha programada para el cierre contable de las operaciones utilizado para la emisión del estado de cuenta del período correspondiente.

14. **Fecha límite de pago:** Fecha en la cual el tarjetahabiente de crédito debe pagar al menos el monto mínimo establecido en el estado de cuenta. También se utiliza para definir el no cargo para intereses, si el cliente paga de contado.

15. **Interés corriente del período:** Monto por intereses calculados desde la fecha de compra hasta la fecha de corte. Se calculan sobre cada uno de los consumos de un período. Estos intereses no se cobran cuando el tarjetahabiente realiza el pago de contado en la fecha de pago o antes.

16. **Interés corriente:** Monto por intereses según la tasa pactada, calculados sobre el principal adeudado, sin incluir el consumo del período.

17. **Interés moratorio:** Monto por intereses según la tasa establecida por este concepto en el contrato, que el emisor cobra cuando el tarjetahabiente incurre en algún retraso en los pagos. El cargo se calcula sobre la parte del principal adeudado (dentro del pago mínimo) que se encuentra en mora.

18. **Límite de crédito:** Monto máximo, en moneda nacional o extranjera o ambas, que el emisor se compromete a prestar al tarjetahabiente de crédito mediante las condiciones estipuladas en el contrato.

19. **Otros cargos:** Montos que le son cobrados al tarjetahabiente, excluidos los intereses y las comisiones, que corresponden a los servicios administrativos que cobra el emisor por la utilización de la tarjeta de crédito o de débito, y que fueron acordados en el contrato de emisión de la tarjeta de crédito o de la cuenta a la que está adscrita la tarjeta de débito.

20. **Pago de contado:** Monto señalado en el estado de cuenta que corresponde al saldo del principal adeudado por el tarjetahabiente del crédito a la fecha de corte, más los intereses de financiamiento y las comisiones o cargos cuando correspondan. Este pago no incluye los intereses corrientes del período de compras del mes.
21. **Pago mínimo:** Monto que cubre la amortización al principal según el plazo de financiamiento, los intereses financieros a la tasa pactada, las comisiones y los cargos pactados, que el tarjetahabiente paga al emisor por el uso de la tarjeta de crédito.
22. **Principal:** Saldo de todas las transacciones realizadas mediante el uso de la tarjeta de crédito, con exclusión de los intereses o cargos adicionales provenientes de la generación o formación del mismo.
23. **Saldo de intereses:** Está constituido por los cargos por intereses corrientes, intereses corrientes del período e intereses moratorios, menos los pagos realizados por este concepto.
24. **Servicios accesorios:** Son aquellos servicios considerados secundarios, pero adicionales al uso de la tarjeta de crédito o débito y son diferentes de los servicios primarios o de carácter diferente de las transacciones ordinarias acordadas en el contrato.
25. **Tarjetahabiente:** Usuario de la tarjeta de crédito o débito.
26. **Tarjeta adicional:** Tarjeta de crédito o débito que el titular autoriza a favor de las personas que éste designe.
27. **Tarjeta de crédito:** Instrumento financiero que puede ser magnético o de cualquier otra tecnología, que acredita una relación contractual previa entre el emisor y el tarjetahabiente por el otorgamiento de un crédito revolutivo a favor del segundo, para comprar bienes, servicios, pagar sumas líquidas y obtener dinero en efectivo.
28. **Tarjeta de débito:** Instrumento financiero que puede ser magnético o de cualquier otra tecnología, que se utiliza como medio de pago por las compras de bienes y servicios, cuyo cargo se hace de manera automática e instantánea contra los fondos que el tarjetahabiente disponga en una cuenta corriente o de ahorro en una entidad financiera. Permite además realizar retiros y otras transacciones en cajeros automáticos.
29. **Tasa de interés corriente:** Porcentaje establecido por el emisor en el contrato por el uso del crédito, que se utilizará para el cálculo de intereses, sobre el saldo del principal.
30. **Tasa de interés moratorio:** Porcentaje establecido por el emisor en el contrato que el tarjetahabiente de crédito debe pagar cuando incurre en algún retraso en los pagos del principal de la deuda.

Artículo 3º—Obligaciones de información. El emisor está obligado a informar al consumidor, de conformidad con lo previsto en los artículos 32 y 34, de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor y el artículo 43 del Reglamento a dicha Ley, toda la información relacionada con la utilización de tarjetas de crédito y débito. Para ello deberá entregar un resumen de condiciones o folleto explicativo con las siguientes características:

1. Contener información clara, veraz, suficiente y oportuna, en idioma español y con una tipografía de tamaño no inferior a 5 mm, para que el consumidor cuente con elementos relevantes de decisión al contratar el servicio. Asimismo establecerá mecanismos para que la información sea accesible a personas con discapacidad y miembros de etnias nativas del país.

2. La entrega del folleto deberá constar en un recibo, separado del contrato, firmado por el consumidor. Asimismo, deberá estar disponible al público cuando así lo requiera.

3. El folleto o resumen, deberá contener, además, la siguiente información:

a) Características principales del servicio que está adquiriendo, como el tipo de tarjeta, la cobertura, los beneficios adicionales y las restricciones o limitaciones que le afecten.

b) Para tarjetas de crédito el método de cálculo de los montos generados por la aplicación de las distintas tasas de interés (intereses corrientes, intereses corrientes del período, intereses moratorios), los supuestos en que dichos intereses no se pagarán y la forma en que se calculará el pago mínimo. Asimismo, se deberán indicar las comisiones, otros cargos, los supuestos y condiciones en que se cobran.

c) Para las tarjetas de débito se deberá informar el método de cálculo de los montos generados por aplicación de la tasa de interés pasiva anual, a favor del Consumidor, que devenga la cuenta corriente y cuenta de ahorro asociada al uso de la tarjeta de débito.

d) Procedimiento para el reporte de pérdida o robo y las condiciones que prevalecen en tales situaciones.

e) Procedimiento y plazo para reclamos, así como la unidad o persona encargada para la resolución de controversias.

4. El folleto podrá además contener cualquier otra información que el emisor considere relevante para el consumidor.

5. Las condiciones generales incluidas en el resumen o folleto explicativo de las entidades financieras, tendrán fuerza vinculante si el contrato llega a celebrarse con base en ellas.

CAPÍTULO II

De los contratos

Artículo 4º—Forma e Interpretación de los Contratos. Las condiciones generales incorporadas a un contrato deben ser suficientemente claras y precisas, a fin de que no induzcan a error a los consumidores. Su contenido debe respetar los Principios Generales del Derecho.

En caso de duda en la interpretación de las condiciones generales, ésta se resolverá a favor de los consumidores.

Artículo 5º—De los Requisitos del Contrato de Tarjeta de Crédito. Todos los derechos y obligaciones del emisor y del tarjetahabiente, así como, las condiciones de uso, costos de cargos y servicios, emisión de estados de cuenta, reversiones, reclamos y responsabilidades se establecerán en un contrato firmado por ambas partes.

Todo contrato de emisión de tarjeta de crédito debe contener lo siguiente:

1. De forma:

1.1. Debe redactarse de manera simple y clara, procurando en todo momento que resulte de fácil lectura y comprensión para todos los consumidores.

1.2. El tamaño de la letra: se deberá utilizar caracteres cuya altura no sea inferior a cinco milímetros (5 mm), entendiéndose dicha altura como la distancia comprendida desde la línea base hasta la base superior de un carácter en mayúscula, según Anexo N° II de este reglamento.

1.3. Los contratos deberán ser firmados por el representante legal del emisor o de la persona previamente autorizada para tal fin, así como por el tarjetahabiente y por el eventual fiador personal de éste.

1.4. Cuando en el contrato se haga mención a otras disposiciones adicionales que afecten directamente al tarjetahabiente, dicha información debe estar claramente definida y a disposición del tarjetahabiente.

2. De fondo:

2.1. Plazo de vigencia del contrato.

2.2. Monto máximo de crédito autorizado.

2.3. Plazo por el que se otorga el crédito autorizado, para los efectos del cálculo de las obligaciones correspondientes al período en curso.

2.4. Tasa de interés nominal anual y mensual, aplicables al financiamiento de los saldos adeudados, según la moneda de que se trate.

- 2.5. Tipo de tasa de interés (variable o fija). En el caso de la tasa de interés variable se debe indicar el mecanismo para determinarla y la fórmula para su cálculo.
- 2.6. Tasa de intereses moratorios, según la moneda de que se trate.
- 2.7. Definición del monto base sobre el cual se aplicarán los intereses, tanto corrientes como moratorios, así como los plazos sobre los cuales se aplicarán dichas tasas.
- 2.8. Explicación de la forma en que se construye el pago de contado.
- 2.9. Explicación de la forma en que se construye el pago mínimo.
- 2.10. Definición y condiciones del período de gracia, según el caso.
- 2.11. Forma y medios de pago permitidos.
- 2.12. Fecha de corte de las transacciones del período.
- 2.13. Definición de las comisiones, honorarios y cargos conexos al uso de la tarjeta de crédito, así como la explicación de la forma en que se cargan los montos o tasas determinados para ellos.
- 2.14. Definición de los cargos administrativos o de permanencia en el sistema para el uso de la tarjeta de crédito, incluidos los cargos por gestión de cobro, así como la explicación de la forma en que se cargan los montos o tasas determinados para ello.
- 2.15. Procedimiento para el tarjetahabiente, sobre el reporte de la pérdida, robo, extravío, deterioro o sustracción de la tarjeta de crédito.
- 2.16. Casos en que proceda la suspensión del uso de la tarjeta de crédito o la resolución del contrato respectivo por voluntad unilateral del emisor o del tarjetahabiente.
- 2.17. Periodicidad con la que se entregará el estado de cuenta.
- 2.18. Procedimiento para la impugnación de cargos no autorizados por el tarjetahabiente o cualquier otro reclamo.
- 2.19. Monto máximo garantizado por el garante solidario, según el caso. Además, se deberá indicar el procedimiento de notificación al garante en los casos de variaciones del límite de crédito, renovación del contrato y plazo u otra variable que afecte la garantía.
- 2.20. Derechos y obligaciones del tarjetahabiente y del garante solidario.
- 2.21. Descripción de las condiciones en que el adeudo total puede ser considerado como vencido y requerido el pago total al tarjetahabiente.

Artículo 6º—De las disposiciones sobre emisión y uso de tarjetas de débito. Deberá informarse a los tarjetahabientes todas las condiciones generales que afecten la emisión y el uso de las tarjetas de débito, los derechos y obligaciones de las partes, costos de cargos y servicios, emisión de estados de cuenta, reversiones, reclamos y responsabilidades. Tales condiciones podrán ser incluidas en el contrato de cuenta corriente o de ahorro o en cualquier otro documento que para este fin disponga el emisor.

Artículo 7º—Sobre la libre contratación de los seguros. Se reconoce el derecho del tarjetahabiente a la libertad de elección entre las aseguradoras, los intermediarios de seguros y servicios auxiliares de su preferencia.

Los emisores de tarjetas de crédito y débito, no podrán exigir que los contratos de seguros de sus clientes estén predeterminados con una entidad aseguradora o intermediario de seguros. El hacerlo podría configurar una práctica monopolística relativa, de conformidad con los términos de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, Ley Nº 7472 y sus reformas y el artículo 23 de la Ley Reguladora del Mercado de Seguros, Ley Nº 8653.

Cuando el emisor sea el tomador de una póliza, no podrá trasladar los costos de las primas por concepto de ese seguro al tarjetahabiente.

Artículo 8º—Sobre la información de servicios accesorios y beneficios. Los emisores de tarjetas de crédito y débito que ofrezcan otros servicios accesorios o adicionales asociados al uso de la tarjeta, deberán, previo a la contratación, suministrar toda la información relativa al servicio (tarifas, condiciones, plazos, procedimiento para reclamos) y respetar el derecho del tarjetahabiente para decidir sobre la contratación de los mismos. Para el caso del otorgamiento de beneficios, de igual forma, se deberá suministrar toda la información relativa al mismo (condiciones, plazos, procedimiento para reclamos).

Artículo 9º—Sobre la prohibición de condicionar la contratación. Se prohíbe a los emisores de tarjetas de crédito y débito condicionar el otorgamiento de éstas, a la contratación de los seguros o de cualquier otro servicio accesorio que ellos ofrezcan, pudiendo el tarjetahabiente contratar libremente la póliza y otros servicios en cualquiera de las entidades que lo comercialicen.

Artículo 10.—Modificaciones de los contratos. El emisor de tarjetas de crédito está obligado a notificar en el estado de cuenta inmediato posterior al tarjetahabiente, el aviso de modificación del contrato original y los anexos o addenda para que éste pueda determinar si mantiene la relación contractual o no. El aviso deberá especificar en el apartado de “Avisos Importantes”, dispuesto para ello en el estado de cuenta, en letra destacada, lo siguiente:

1. el detalle de la modificación,
2. fecha en que entraría a regir la modificación,

3. fecha máxima para rechazar la modificación,
4. la dirección física, apartado postal, número de fax o dirección electrónica donde el tarjetahabiente podrá enviar la comunicación del rechazo a la modificación, y
5. demás información relevante para la adecuada comprensión del tarjetahabiente de los cambios a introducir.

El tarjetahabiente tendrá un plazo de dos meses contados a partir de la fecha de la notificación para rechazar la modificación propuesta.

Para el caso de las modificaciones al contrato que afecten de forma significativa la situación patrimonial del fiador, tales como: tasa de interés, límite de crédito y plazo de vigencia del contrato, deberán ser notificadas a éste a efectos de que el fiador pueda manifestarse sobre su continuidad en esa condición. Los plazos para dicha comunicación, así como para oponerse, serán los mismos que aplican al tarjetahabiente.

Artículo 11.—Rechazo de las modificaciones a los contratos. Si el tarjetahabiente no contesta dentro del plazo estipulado para ello, se entenderá que las modificaciones han sido aceptadas. Si el tarjetahabiente decide no mantener la relación contractual de acuerdo con el procedimiento y los medios establecidos en el artículo anterior, el emisor sólo podrá cobrar el pasivo pendiente con la tasa de interés y condiciones previas a la modificación propuesta contenidas en el contrato original, sus anexos y addenda.

La no aceptación por parte del fiador a las modificaciones del contrato dentro del plazo estipulado, liberará a éste de sus obligaciones respecto de esta modificación.

Artículo 12.—Publicación de contratos. En las áreas de servicio al cliente y en la página web, los emisores deberán mantener publicados los modelos de contratos vigentes y los folletos informativos a fin de que los tarjetahabientes puedan informarse sobre el contenido de los mismos.

CAPÍTULO III

Del estado de cuenta

Artículo 13.—De los estados de cuenta. Las empresas emisoras de tarjetas de crédito, están obligadas a enviar un estado de cuenta a sus tarjetahabientes todos los meses y en los cinco días hábiles siguientes a la fecha de corte, en el que se detallen las transacciones realizadas. Este envío, deberá realizarse por el medio de comunicación elegido por el tarjetahabiente.

A los tarjetahabientes de débito, los estados de su cuenta corriente o de ahorro le serán enviados al menos cada tres meses, pero no se podrá negar información actualizada al tarjetahabiente que lo solicite en cualquier momento. Este envío deberá realizarse por el medio de comunicación elegido por el tarjetahabiente. En iguales condiciones deberá estar a disposición del tarjetahabiente en sus

oficinas o agencias.

Artículo 14.—Del contenido del estado de cuenta de la tarjeta de crédito. La emisión del estado de cuenta deberá corresponder, obligatoriamente al modelo del Anexo I “Del Estado de Cuenta para Tarjeta Crédito”, del presente Reglamento, el cual podrá ser revisado por el Ministerio de Economía, Industria y Comercio por motivos de conveniencia y oportunidad.

El estado de cuenta de la tarjeta de crédito deberá incluir la siguiente información:

a) **Identificaciones.** Nombre y cédula jurídica del emisor, marca de la tarjeta, nombre y dirección del tarjetahabiente e identificación de la cuenta. Esta información debe aparecer en el encabezado del estado de cuenta.

b) **Descripciones.** Enumeración explícita de las transacciones realizadas o autorizadas por el tarjetahabiente donde se incluya lo siguiente: el concepto, la fecha, el establecimiento, lugar, monto en colones o dólares según sea el caso.

c) **Detalles financieros.** En rubros separados debe aparecer la siguiente información:

c.1- la fecha de corte,

c.2- fecha límite para el pago de contado,

c.3- fecha límite para el pago mínimo,

c.4- plazo del crédito en meses,

c.5- tasa de interés corriente,

c.6- monto por intereses corrientes o financieros,

c.7- tasa de interés moratorio,

c.8- monto de intereses moratorios,

c.9- seguros,

c.10- cargos y comisiones desglosadas,

c.11- monto de pago mínimo,

c.12- monto de pago de contado,

c.13- saldo anterior del principal,

c.14- saldo anterior de intereses,

c.15- saldo del principal a la fecha de corte,

c.16- saldo de intereses a la fecha de corte,

c.17- los pagos efectuados y cualquier débito o crédito aplicado a la cuenta.

c.18- detalle por separado de los cargos administrativos por gestión de cobranza en los casos de atraso y mora, cuando corresponda.

d) **Avisos Importantes:** Se asignará un espacio destacado para hacer comunicados relevantes, entre los que se incluye posibles modificaciones a los contratos de crédito.

Artículo 15.—Sobre el cálculo de los intereses, saldos y otros cargos. Los intereses, saldos y otros cargos en el estado de cuenta se calcularán como se indica:

a) **Saldos.** Los estados de cuenta incluirán saldos por separado para la deuda principal y para los intereses.

b) **Interés corriente del período.** En el Estado de cuenta deberá consignarse de manera expresa que estos intereses no se cobran cuando el pago se realice de contado al vencimiento de la fecha límite para el pago de contado. Se aplica la misma tasa utilizada para el cálculo de los intereses corrientes. La fórmula de cálculo que se debe utilizar es la siguiente: Monto de cada transacción multiplicado por la tasa de interés corriente expresada en forma mensual. El resultado obtenido se divide entre treinta y luego se multiplica por el número de días transcurridos desde la transacción hasta la fecha de corte.

c) **Interés corriente.** Son aplicables cuando se opta por el financiamiento; por lo tanto no se aplica en caso de pago de contado. La fórmula de cálculo que se debe utilizar es la siguiente: El "Saldo anterior principal" se multiplica por la tasa de interés corriente expresada en forma mensual, se divide entre 30 y se multiplica por la cantidad de días que pasaron entre la última fecha de corte y el día del pago. Adicionalmente se le suma la diferencia entre el "saldo anterior principal" y el monto del pago realizado se multiplica por la tasa de interés expresada en forma mensual, se divide entre 30 y se multiplica por la cantidad de días transcurridos entre la fecha de pago realizado y la siguiente fecha de corte. Para efecto de cálculo de intereses debe excluirse, del saldo anterior, los intereses de períodos anteriores incluidos en dicho saldo.

Esto con el propósito de no generar intereses sobre intereses o intereses capitalizables, por tal para la aplicación de los mismos no podrá utilizarse el modelo geométrico.

d) **Interés Moratorio.** Debe utilizarse para el cálculo de los intereses moratorios sobre los días de atraso, en los términos que indique el contrato y conforme con las condiciones que indique la legislación vigente. La fórmula de cálculo que se debe utilizar es la siguiente: Es la parte del abono al principal, detallado en el pago mínimo, multiplicada por la tasa de interés moratoria expresado en forma mensual, dividido entre treinta y multiplicado por el número de días transcurridos entre la fecha límite de pago anterior hasta la fecha de corte del nuevo estado de cuenta. Si el pago mínimo fuera realizado antes de la fecha de corte, el número de días a utilizar para el cálculo serán los transcurridos entre la fecha límite de pago anterior hasta la fecha en que se realizó el pago. En caso de pagos parciales al pago mínimo, se calculará el monto correspondiente a los intereses moratorios sobre la parte del abono al principal adeudado resultante.

e) **Pago Mínimo.** Debe cubrir tanto los intereses, a la tasa pactada, como las comisiones o cargos y una amortización al principal, según el plazo de financiamiento. La Fórmula de cálculo que se debe utilizar es la

siguiente: Se divide el saldo principal entre el número de meses por el cual el emisor otorga el financiamiento. Al monto resultante se le suma el saldo de intereses así como otros cargos realizados por el emisor dentro del marco contractual. El estado de cuenta contendrá el detalle de la forma en que se distribuye el pago mínimo. Por lo tanto deberá indicar el monto que corresponde al pago de intereses y el que corresponde a amortización del principal.

f) **Pago de contado.** No incluye los intereses corrientes del período. La fórmula de cálculo que se debe utilizar es la siguiente: Saldo principal más el saldo de intereses corrientes menos los intereses corrientes del periodo, más otros cargos definidos en el contrato.

g) **Información sobre posible cargo de interés moratorio.** El estado de cuenta contendrá una sección en la que se indicará el monto diario que el tarjetahabiente tendría que cancelar por concepto de intereses moratorios, en el hipotético caso de que no realizara el pago mínimo a más tardar a la fecha límite para tal efecto.

h) **Sobre los intereses.** Como principio general, los intereses financieros se calcularán por día sobre los saldos adeudados. Los intereses corrientes y los intereses moratorios no serán capitalizables, por tanto para su aplicación no podrá utilizarse el modelo geométrico.

Artículo 16.—Otros aspectos informativos. El estado de cuenta deberá incorporar información adicional sobre otros aspectos relacionados con el uso de la tarjeta de crédito de carácter diferente de las transacciones ordinarias, como los beneficios, promociones, sorteos o programas de fidelidad, los cuales podrán ser indicados mediante una referencia a un sitio en Internet o el medio de comunicación donde se encuentran dichos Reglamentos.

Artículo 17.—Otras líneas de crédito. La información correspondiente a otras líneas de crédito otorgadas en forma paralela al uso de la tarjeta de crédito y para las cuales prevalecen plazos y tasas de interés distintas de las pactadas contractualmente, deberá presentarse en estado de cuenta separado, en un mismo cuerpo documental, según Anexo I del Reglamento.

Artículo 18.—Cargos por gestión de cobro. La gestión de cobro deberá realizarse conforme con las limitaciones establecidas en el artículo 35 de este reglamento. Los cargos por dicha gestión aplican solamente para las cuentas en mora y deberán incluirse de manera separada y detallada en el estado de cuenta. Tales cargos no podrán exceder el costo de tres avisos o comunicaciones.

Artículo 19.—Del Contenido del Estado de Cuenta de la Tarjeta de Débito. El estado de cuenta de la cuenta corriente o de ahorro a la que está adscrita la tarjeta de débito deberá incluir la siguiente información:

a) **Identificaciones.** Nombre y cédula jurídica del emisor, marca de la tarjeta, nombre y dirección del tarjetahabiente e identificación de la cuenta. Esta información debe aparecer en el encabezado del estado de cuenta.

b) **Descripciones.** Enumeración explícita de las transacciones realizadas o autorizadas por el tarjetahabiente donde se incluya lo siguiente: el concepto, la fecha, el establecimiento, lugar, monto en colones o dólares según sea el caso.

c) **Detalles financieros.** En rubros separados deben aparecer:

c.1- la fecha de corte,

c.2- fecha de la transacción,

c.3- tasa de interés pasiva anual,

c.4- monto por interés pasivo sobre los saldos,

c.5- seguros,

c.6- cargos y comisiones desglosadas,

c.7- saldo anterior, y

c.8- depósitos y otros débitos o crédito aplicado a la cuenta.

d) **Intereses en Tarjetas de Débito:** El Estado de Cuenta deberá indicar la tasa de interés pasiva y el monto generado por aplicación de esta tasa que devengan los saldos a favor del consumidor, así como, la forma en que dicho monto se calcula.

e) **Sobregiros en Tarjetas de Débito:** En los casos en que se presente un sobregiro en la cuenta de una tarjeta de débito, no podrán incluirse cargos no establecidos o previstos en el contrato y sus modificaciones.

CAPÍTULO IV

De la publicidad

Artículo 20.—Publicidad. Los usuarios tienen derecho a una publicidad, clara y no engañosa, que recoja las condiciones necesarias y adecuadas del producto o servicio publicitado, sin que la misma induzca o pueda inducir a error a sus destinatarios.

La publicidad relativa al uso de tarjetas de crédito y débito que se dirija a los consumidores, considerando la naturaleza del medio utilizado para su difusión, deberá cumplir con los siguientes principios:

a) **Veracidad:** La información debe corresponder a los términos o características reales del servicio ofrecido.

b) **Claridad:** El contenido debe ser expuesto sin omitir información relevante para entender la naturaleza del servicio, ni utilizar expresiones ambiguas.

c) **Legibilidad:** La publicidad debe permitir la fácil y adecuada lectura y, comprensión de todo su contenido.

d) **Contraste:** La relación entre el fondo y el texto superpuesto utilizado en la publicidad, debe ser igual entre ellas.

e) **Alineación y orientación del texto:** La alineación y orientación utilizada para divulgar la información relevante, deben ser iguales.

En general la publicidad deberá realizarse de forma tal, que se logre transmitir al consumidor con plena claridad toda la información. Para ello, se deben evitar manifestaciones o presentaciones visuales que directa o indirectamente, por afirmación, omisión, ambigüedad o exageración, puedan llevar a confusión al consumidor, teniendo presente la naturaleza y características de las tarjetas de crédito y débito y sus servicios asociados, así como al público a quien va dirigido el mensaje, y el medio a utilizar.

De ninguna manera la publicidad podrá suprimir condiciones o limitaciones determinantes para la decisión de consumo, ni referirlas a los Reglamentos.

Artículo 21.—Premios y promociones. Todos los documentos promocionales y los comunicados con el cliente deben realizarse en un lenguaje claro y simple, explicando el significado de cualquier tecnicismo que se utilice.

Los premios y promociones que promuevan los emisores en beneficio del tarjetahabiente, deberán ser reglamentados, y se deberán de contemplar las condiciones, restricciones, plazos, naturaleza y cumplimiento de los beneficios adicionales. Dicha información deberá ser previa, clara, veraz y oportuna; asimismo, se deberá comunicar a los tarjetahabientes, en el estado de cuenta, el medio de comunicación donde se encuentran dichos Reglamentos.

CAPÍTULO V

Protección de los datos personales de los usuarios

Artículo 22.—Derecho a la Protección de Datos. Los usuarios de servicios financieros tienen derecho a la protección de los datos personales que las entidades financieras obtengan para la prestación de sus servicios. Quedan exceptuadas de esta disposición las condiciones establecidas en el artículo 24 de la Constitución Política, en los artículos 17, 18, 19, 25 y 120 de la Ley N° 8204 “Ley sobre Estupefacientes, Sustancias Psicotrópicas, Drogas de uso No Autorizado, Actividades Conexas, Legitimación de Capitales y Financiamiento al Terrorismo” del 26 de diciembre de 2001; en los artículos 11, 15, 16, 18 de la Ley N° 8754 “Ley Contra la Delincuencia Organizada” del 22 de julio del 2009; el artículo 3 de la Ley N° 8719 “Ley de Fortalecimiento de la Legislación contra el Terrorismo” del 04 de marzo de 2009; el artículo 1 de la Ley N° 7425 “Registro y Secuestro de Documentos Privados e Intervención de Comunicaciones” del 09 de agosto de 1994, así como, la Normativa 1-05 de la Superintendencia General de Entidades Financieras y el Reglamento de la Central de Información Crediticia de esa misma entidad.

El tratamiento de los datos personales con fines distintos a los exceptuados en el párrafo anterior requerirá consentimiento expreso, libre e informado de los tarjetahabientes, en documento separado al contrato de adhesión; lo anterior en cumplimiento del artículo 2 de la “Ley de Protección al Ciudadano del Exceso de Requisitos y Trámites Administrativos”, Ley 8220 del 4 de marzo de 2002 y de conformidad con lo establecido en el artículo 133 de la Ley Orgánica del Banco Central de Costa Rica.

Los datos personales deberán estar actualizados y responder de forma veraz a las obligaciones de los usuarios.

Artículo 23.—Derechos de acceso, rectificación y cancelación. Los usuarios de servicios financieros tienen derecho, cuando así lo requieran, a acceder a su información personal contenida en la base de datos del emisor y su fuente, así como a reclamar la inmediata rectificación como en derecho corresponda.

Cuando la información personal se encuentre desactualizada o se fundamente en causas legales perentorias, deberá ser eliminada de las bases de datos de los emisores o de su fuente, por representar una afectación al acceso en los servicios financieros.

Artículo 24.—Procedimiento de acceso, rectificación y cancelación. Para hacer posible su ejercicio, el responsable de estos registros y de su tratamiento, deberá brindar al interesado al menos una referencia del asiento o anotación, facilitándole el derecho a recabar información de la totalidad de ellos.

El pago de las deudas efectuadas por los usuarios determinará la cancelación de los asientos practicados en estos Registros.

Artículo 25.—Protección de datos personales y banca electrónica. Las entidades financieras deberán adoptar las medidas técnicas de seguridad, que requieran las transacciones realizadas con tarjetas de débito y de crédito por medios electrónicos, a fin de asegurar la protección de datos personales.

En el caso de envío por parte de los emisores de publicidad a los tarjetahabientes, a través de la red o por cualquier otro medio, estos tendrán la posibilidad de rechazar, por el mismo medio y forma, la remisión de la misma.

CAPÍTULO VI

De los deberes de los afiliados y los tarjetahabientes

Artículo 26.—Del afiliado. El afiliado está obligado a dar fiel cumplimiento a lo establecido en el artículo 34 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor. Además, deberá cumplir con lo siguiente:

- a) Identificar en un lugar visible las marcas de tarjeta que acepta.
- b) Aceptar las tarjetas de crédito y débito identificadas en su establecimiento, según el numeral anterior.
- c) Solicitar al tarjetahabiente identificación con foto a efectos de comprobar su identidad.
- d) No podrá establecer recargos por el uso de las tarjetas de crédito o débito, en perjuicio del consumidor.
- e) No podrá establecer mínimos de compra ni eliminar descuentos por el uso de la tarjeta de débito y crédito.
- f) Exigir al tarjetahabiente, la firma del comprobante de pago, sin importar el monto de la compra, Asimismo, debe entregar copia del comprobante de pago en todos los casos. Las transacciones que se realicen por medios electrónicos se registrarán por los procedimientos de seguridad usuales y por la normativa vigente. Independientemente del tipo de transacción, el comprobante de pago deberá tener enmascarada o encubierta la información de la tarjeta.

Artículo 27.—Sobre dispositivos para procesar transacciones. Los establecimientos deberán tener siempre a la vista de los consumidores las máquinas procesadoras de transacciones mediante tarjetas de crédito y débito, de forma tal que el tarjetahabiente no la pierda de vista durante la operación de pago.

De igual forma en aquellos establecimientos, en que por su naturaleza los pagos se realicen en un lugar distinto de la caja, deberán contar con los medios o la tecnología adecuada, para que el tarjetahabiente no pierda de vista su tarjeta al momento de realizar el pago del bien o servicio.

Artículo 28.—Sobre las comisiones de uso de los cajeros automáticos. Las entidades que operen cajeros automáticos deberán informar, en las pantallas de éstos, de manera previa a realizar cualquier transacción, el costo específico de ésta según la tarjeta de crédito o débito que demande, en ese momento, la transacción.

Además, dichas entidades deberán tener a disposición en sus sucursales o establecimientos, en carteles, listas, folletos, así como, en la página electrónica de la entidad, la información detallada sobre dichas comisiones.

Artículo 29.—Régimen de responsabilidad. Todas las entidades y participantes involucrados en el procesamiento de las transacciones de tarjetas de crédito y débito, deben responder concurrente e independientemente de la existencia de culpa, frente al tarjetahabiente por cualquier daño que se le cause; esto incluye los casos de la sustracción de datos de seguridad, duplicación de la tarjeta o cobros de cargos no autorizados.

Artículo 30.—Deberes del tarjetahabiente. Serán deberes de todas aquellas personas que utilicen tarjetas de crédito y débito, los siguientes:

- a) Cumplir con sus obligaciones de pago.
- b) Usar en forma personal la tarjeta de crédito y débito y, abstenerse de revelar las claves de acceso a los cajeros y otros sistemas electrónicos.
- c) Antes de firmar los comprobantes de pago, verificar el importe y la veracidad de la información.
- d) Solicitar y guardar los comprobantes de pago y demás documentos de compra de bienes y utilización de servicios.
- e) Velar por el uso de las tarjetas adicionales que solicite.
- f) Indicar al emisor y mantener actualizado el domicilio, fax, dirección postal o electrónica, o cualquier otro medio de información pertinente a efectos de que éste le remita los estados de cuenta y cualquier otra información relacionada con el manejo de la tarjeta.
- g) Reportar al emisor el no recibo de los estados de cuenta, en el plazo que se haya establecido contractualmente, salvo que la Ley u otros Reglamentos establezcan plazos mayores, en cuyo caso se aplicará siempre el plazo más beneficioso al tarjetahabiente.
- h) Verificar las tasas de interés y otros cargos que le efectúe el emisor, así como los procedimientos para plantear a tiempo sus reclamos sobre los productos y servicios que adquiera por medio de la tarjeta de crédito o débito.
- i) Efectuar los reclamos en el plazo establecido en el contrato, salvo que la Ley u otros Reglamentos establezcan plazos mayores, en cuyo caso se aplicará siempre el plazo más beneficioso al tarjetahabiente.
- j) Reportar al ente emisor el robo o pérdida de la tarjeta, una vez conocido el hecho.

CAPÍTULO VII

Disposiciones relativas al servicio al cliente

Artículo 31.—Servicio de atención al cliente. Los entes emisores de tarjetas de crédito y débito deben contar con un servicio de atención al cliente, que permita a los usuarios obtener información rápida y confiable sobre los productos y servicios ofrecidos, así como, sobre los procedimientos relativos a los mismos, de conformidad con el Decreto Ejecutivo N° 35358-MEIC “Reglamento sobre el catálogo de trámites y plataformas de servicios”, publicado en *La Gaceta* N° 136 del 15 de julio de 2009.

Los emisores pondrán a disposición del cliente servicios adicionales de información, entre los cuales podrán tener números telefónicos y de fax, servicio automático de autoconsulta, correo electrónico y otros similares. La entrega de una copia fiel del estado de cuenta original.

Los emisores que cuenten con políticas de arreglos de pago deberán ponerlas a disposición de los tarjetahabientes por medios suficientes y claros que les permitan accederlas de manera ágil y oportuna.

Artículo 32.—Reclamaciones de los Usuarios. Los usuarios tienen derecho a reclamar a las entidades emisoras por el incumplimiento de las condiciones particulares y las condiciones generales establecidas en los contratos, información y publicidad de los productos o servicios prestados u ofrecidos.

El emisor se encuentra obligado a poner a disposición del tarjetahabiente medios sencillos y ágiles para que éste pueda presentar sus reclamaciones.

En los casos de reclamaciones sobre el Estado de Cuenta o de otras transacciones, el tarjetahabiente dispondrá de un plazo mínimo de sesenta (60) días hábiles, para su impugnación, contados a partir de la fecha en que se tiene conocimiento del hecho reclamado. Dicha gestión no requerirá del cumplimiento de ninguna formalidad especial, bastando para surtir efecto la mera indicación del error atribuido, con una breve explicación de las consideraciones en que se fundamenta la reclamación.

El procedimiento de impugnación no podrá ser mayor de ciento veinte (120) días naturales contados a partir de la recepción de la impugnación cuando se trate de transacciones que involucren a las marcas internacionales. En el caso de impugnaciones sobre aspectos administrativos imputables al emisor local, el plazo del procedimiento no podrá ser mayor de sesenta (60) días naturales.

El emisor no podrá impedir ni dificultar el uso de la tarjeta de crédito o débito, o de sus adicionales, siempre y cuando el tarjetahabiente se encuentre al día en el cumplimiento de sus obligaciones respecto a las operaciones no cuestionadas.

Artículo 33.—Procedimiento de las reclamaciones. El emisor deberá dar al tarjetahabiente el número de registro o de gestión bajo el cual se reportó la reclamación, el cual contendrá fecha y hora del recibo, así como, la indicación del procedimiento a seguir sobre la gestión presentada.

CAPÍTULO VIII

Del estudio comparativo

Artículo 34.—De la información para el estudio comparativo. El Ministerio de Economía, Industria, y Comercio, publicará un estudio comparativo de tarjetas de crédito y divulgará un estudio comparativo de cuentas que se manejan por medio de tarjetas de débito que incluya como mínimo: Tasas de interés financieras y moratorias y pasivas cuando sea el caso, comisiones y otros cargos, beneficios adicionales que no impliquen costo adicional para el tarjetahabiente, cobertura, plazos de pago.

La publicación se realizará durante los meses de febrero, mayo, agosto, y noviembre de cada año. La publicación se hará en estricto apego a la información aportada por los emisores.

Al tenor de lo establecido en el artículo 67 de la “Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva

del Consumidor”, los emisores de tarjetas de crédito y de débito están obligados a entregar con carácter de declaración jurada, en el Ministerio de Economía, Industria y Comercio, la información necesaria para realizar trimestralmente un estudio comparativo de tarjetas de crédito y de débito, sin necesidad de que se le requiera en forma expresa para cada período. Los emisores deben aportar para todas las tarjetas de crédito y de débito que emitan, la siguiente información:

- a) Nombre legal completo del emisor o emisores.
- b) Nombre y marca comercial de las tarjetas de crédito y de débito.
- c) Valor de la membresía (valor y período que cubre) de las tarjetas de crédito y de débito.
- d) Valor de la membresía de los plásticos adicionales de tarjetas de débito y de crédito.
- e) Tasas de interés financieras o corrientes aplicadas en el mes respectivo a las tarjetas de crédito y tasa de interés pasiva a las cuentas manejadas por medio de tarjetas de débito.
- f) Tasas de interés moratorias aplicadas a las tarjetas de crédito y los rubros sobre los que recaen.
- g) Comisiones aplicadas detalladas según tipo de tarjeta.
- h) Otros cargos aplicados a los tarjetahabientes, detallados.
- i) Beneficios adicionales otorgados sin costo adicional para el tarjetahabiente.
- j) Plazo de pago de contado (días a partir del corte).
- k) Plazo de financiamiento (en meses).
- l) Cobertura: ámbito geográfico o sector del mercado donde puede ser utilizada la tarjeta de crédito y de débito.
- m) Requisitos y restricciones de las ofertas, promociones y premios, o su referencia en una página web.
- n) Certificación de personería vigente.
- o) Señalamiento de lugar para recibir notificaciones.
- p) Información adicional relacionada con las características del producto y de interés para el usuario.

La información aportada debe corresponder a los datos actualizados correspondientes a los meses de enero, abril, julio y octubre de cada año para las tarjetas de crédito y de débito. Los emisores deben aportar únicamente la información que haya sufrido modificaciones en relación con la información reportada en el período anterior.

La información deberá ser presentada en los primeros cinco días hábiles del mes siguiente de cada uno de los meses indicados en el párrafo anterior, teniendo la misma carácter de declaración jurada de conformidad con lo dispuesto en el artículo 67 de la “Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor” y debe contener la firma del representante legal de la empresa emisora de tarjetas de crédito y de débito.

La negativa de entrega, la falsedad o la inclusión de datos inexactos o incompletos en la información requerida mediante este artículo, será sancionada como falta grave por la Comisión Nacional del Consumidor, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 67 de la “Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor”.

CAPÍTULO IX

Disposiciones finales y transitorias

Artículo 35.—Sobre las prácticas abusivas en las cobranzas. Las entidades financieras, abogados, gestores o agencias de cobranza, para llevar adelante las gestiones de cobro, deberán hacerlo directamente con el deudor y sus fiadores. No se podrá realizar dicha gestión con personas distintas a las ya indicadas. Tampoco podrán utilizar prácticas de acoso y hostigamiento para el cobro de las acreencias.

Artículo 36.—Sobre la devolución de documentos. Al término de la relación contractual el emisor deberá gestionar la devolución de los documentos, que le fueron dados en garantía del crédito asociado a la tarjeta de crédito y ponerlos a disposición del cliente.

Artículo 37.—Sobre la verificación de cumplimiento. El Ministerio de Economía, Industria y Comercio podrá efectuar verificaciones en el mercado orientadas a determinar el cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento.

Artículo 38.—Sobre las sanciones. Las infracciones al presente Reglamento se sancionarán de conformidad con lo establecido en la Ley N° 7472 “Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor” y su Reglamento.

Artículo 39.—Derogatorias. Deróguense los Decretos Ejecutivos N° 28712-MEIC del 26 de mayo del 2000, publicado en *La Gaceta* N° 122 del 26 de mayo del 2000 “Reglamento Tarjetas de Crédito”, y Decreto Ejecutivo N° 31322 del 16 de julio del 2003, publicado en *La Gaceta* N° 159 del 20 de agosto del 2003 “Reforma Reglamento Tarjeta de Crédito”.

Transitorio I.—De la entrega del folleto informativo. Los emisores de tarjetas de crédito y débito, en un

plazo de tres (3) meses calendario a partir de la publicación del presente Reglamento, deberán poner a disposición de los nuevos tarjetahabientes o para los casos de sustitución o renovación de las tarjetas existentes, el folleto explicativo a que se refiere el artículo 3°, inciso 2 de este Reglamento.

Transitorio II.—Del Estado de Cuenta. Dentro de los tres (3) meses calendario a partir de la publicación del presente Reglamento, los emisores de tarjetas de crédito y débito, deberán tener ajustados los sistemas de cómputo, para el cumplimiento de los requisitos exigidos en la presentación de sus respectivos estados de cuenta.

Transitorio III.—De los Cajeros Automáticos. Dentro de los seis (6) meses calendario a partir de la publicación del presente Reglamento los cajeros automáticos deberán exhibir la información de las comisiones, según las disposiciones del artículo 28 de la presente regulación.

Transitorio IV.—De los Seguros. Dentro de tres (3) meses calendario contados a partir de la publicación del presente Reglamento, los emisores de tarjetas de crédito y débito, deberán establecer un mecanismo, con la finalidad de suministrar toda la información relativa al seguro asociado al uso de la tarjeta a todos aquellos tarjetahabientes que en la actualidad cuenten con el mismo.

Artículo 40.—Vigencia. Rige a partir de su publicación en el Diario Oficial *La Gaceta*.

Dado en la Presidencia de la República.—San José, a los veinticuatro días del mes de marzo de dos mil diez.

ANEXO I

Modelo del Estado de Cuenta para Tarjetas de Crédito

Banco NMM, entidad jurídica xxx-xx-xxxx-x, VISA Internacional		AVISOS IMPORTANTES
Número de Cuenta	1234567890123450	Propuesta: Aumento de límite de crédito a US\$5,000.00. Vigez un mes después del recibo de esta comunicación. Fecha máxima para rechazar la modificación: (dos meses después del recibo de esta comunicación). Dirección para comunicar al rechazo: (fax: XXXXXXXX, teléfono: XXXXXXXX, Fax: XXXXXXXX, correo electrónico: XXXXXXXX). Otros: Esta modificación está sujeta a la aceptación del (los) (señor/es).
Dueño de Cuenta	JUAN/PEREZ PEREZ	
Fecha de Corte	15/02/2009	
Fecha límite para el pago de contado	28/02/2009	
Plazo del crédito de la Tarjeta, en meses	36	
Límite de crédito	US\$3,500.00	
Saldo disponible	US\$2,874.96	

LÍMITE DE PAGO	CONCEPTO	Monto total de la CUOTA	DESGLOSE pago mínimo		Interés diario moratorio (NO pago)	
			Pago de intereses	Abono al principal		
10-Mar-09	PAGO MÍNIMO en colones	12,007.07	2,834.75	7,170.30	7.57	
10-Mar-09	PAGO MÍNIMO en US\$	6.22	2.73	3.49	0.00	
		EN COLONES:	259,253.00	EN US\$:	125.60	
Fecha de Transacción	Concepto	Lugar	Transacciones en Colones	Intereses en Colones	Transacciones en US\$	Intereses en US\$
	Saldo Anterior: (15/1/09)		97,374.00	6,623.45	0.00	0.00
	1234-5678-9012-3450					
16/01/2009	FARMACIA EL DOCTORCITO	San José CR	7,650.00			
17/01/2009	AMAZON.COM MIAMI, FLA	Miami EU			125.66	
17/01/2009	SUPERMERCADO AHORROMÁS	Heredia CR	48,180.00			
22/01/2009	SUPERMERCADO AHORROMÁS	Heredia CR	12,429.19			
23/01/2009	PAGO RECIBIDO, # 22342, 461,900.00		-34,374.55	-6,925.45		
25/01/2009	SISTEMA DE CINES PLUS	San José CR	3,000.00			
26/01/2009	CLUB CAMPO FRESCO	San José CR	3,100.00			
26/01/2009	MUEBLERIA HERMANOS RAMIREZ	Cartago CR	74,500.00			
01/02/2009	SUPERMERCADO AHORROMÁS	Heredia CR	24,020.13			
05/02/2009	RESTAURANTE TIPICO	San José CR	23,125.00			
13/02/2009	FARMACIA LA HEREDIANA	Heredia CR	3,209.00			
13/02/2009	COMIDAS RAPIDAS WOLLO MCKINDY	Duraznitas CR	2,130.00			
	MONTO POR INTERESES CORRIENTES			1,724.90		0.00
	MONTO POR INTERESES CORRIENTES DEL PERÍODO			4,111.00		2.78
	MONTO POR INTERESES MORATORIOS			0.00		0.00
	CARGOS POR GESTION DE COBRO			0.00		
	CARGOS POR COMISIONES (RETROS DE EFECTIVO, OTROS)			0.00		
	CARGOS POR SEGUROS			0.00		
	TASA ANUAL INTERES CORRIENTE					
	MONEDA LOCAL		26.00%			
	MONEDA DOLARES		27.00%			
	TASA DE INTERES MORATORIO ANUAL					
	MONEDA LOCAL		39.00%			
	MONEDA DOLARES		28.00%			
	Saldo al corte por rubros		259,130.00	3,838.78	125.60	2.73

OTRAS LINEAS DE FINANCIAMIENTO (LINEA #1)

Monto del crédito	60,000.00	Plazo del crédito, en meses (cuotas)	6.00		
Origen del crédito (establecimiento)	Arte y Pintura S.A.	Tasa de interés mensual	0.00		
Fecha del inicio del crédito	22/11/2008	Fecha finalización del crédito	31/06/2009		
LÍMITE DE PAGO	CONCEPTO	Monto total de la CUOTA	DESGLOSE de la cuota		Interés diario moratorio (NO pago)
10-Mar-09	PAGO DE LA CUOTA NÚMERO 2	10,000.00	Pago de intereses	0.00	Abono al principal
				10,000.00	10.00
Fecha de Transacción	Concepto	Saldo anterior	Abono	Interés moratorio	Saldo al corte
15/01/2009		50,000.00			
26/01/2009	PAGO RECIBIDO, CUOTA # 2		10,000.00		40,000.00

OTRAS LINEAS DE FINANCIAMIENTO (LINEA #2)

Monto del crédito	200,000.00	Plazo del crédito, en meses (cuotas)	6.00		
Origen del crédito (establecimiento)	Muebles y Sillas	Tasa de interés mensual	2.9%		
Fecha del inicio del crédito	18/11/2008	Fecha finalización del crédito	17/06/2009		
LÍMITE DE PAGO	CONCEPTO	Monto total de la CUOTA	DESGLOSE de la cuota		Interés diario moratorio (NO pago)
10-Mar-09	PAGO DE LA CUOTA NÚMERO 2	35,705.16	Pago de intereses	3,165.90	Abono al principal
				32,339.27	32.74
Fecha de Transacción	Concepto	Saldo anterior	Abono	Interés moratorio	Saldo al corte
15/01/2009		168,294.84			
23/01/2009	PAGO RECIBIDO, CUOTA #2: 435,795.16		32,339.27		135,955.57

Resumen de los estados de cuentas

Número de Cuenta	1234567890123450	
Dueño de Cuenta	JUAN/PEREZ PEREZ	
Fecha de Corte	15/02/2009	
Fecha límite para el pago de contado	28/02/2009	
Plazo del crédito de la Tarjeta, en meses	36	
Pago mínimo de los estados de cuenta - Colones	€58,712.24	Pago de contado de los estados de cuenta
Pago mínimo: tarjeta de crédito - Colones	€12,007.07	Pago de contado: tarjeta de crédito
Pago mínimo: línea de financiamiento # 1	€10,000.00	Pago de contado: línea de financiamiento # 1
Pago mínimo: línea de financiamiento # 2	€35,705.16	Pago de contado: línea de financiamiento # 2
Pago mínimo de los estados de cuenta - Dolares	\$6.22	Pago de contado de los estados de cuenta - US\$
Pago mínimo tarjeta de crédito - Dolares	\$6.22	Pago de contado tarjeta de crédito - Dolares
		\$125.60
		\$125.60



ANEXO N° II

Diagrama del tamaño de letra



Anexo 2

Anexo 2

Tabla de ingresos, primer año del proyecto
Datos en miles de colones

	Año 1												Total
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Ingresos													
Tarjetas colocadas	10	15	15	20	20	25	25	30	35	35	40	40	40
Compras promedio	195,75	195,75	195,75	195,75	195,75	195,75	200,64	200,64	200,64	200,64	200,64	200,64	2.378,36
Compras totales	1.957,50	2.936,25	2.936,25	3.915,00	3.915,00	4.893,75	5.016,09	6.019,31	7.022,53	7.022,53	8.025,75	8.025,75	61.685,72
Comisión	107,66	161,49	161,49	215,33	215,33	269,16	275,89	331,06	386,24	386,24	441,42	441,42	3.392,71
Bonificación	21,53	32,30	32,30	43,07	43,07	53,83	55,18	66,21	77,25	77,25	88,28	88,28	678,54
Ingresos	21,53	32,30	32,30	43,07	43,07	53,83	55,18	66,21	77,25	77,25	88,28	88,28	678,54
Flujos descontados	21,53	32,03	31,77	42,01	41,66	51,64	52,50	62,48	72,29	71,69	81,25	80,58	641,42
VAN	¢ 641,42												

Fuente: elaboración propia