



Escuela de Administración de Empresas

Seminario Gerencial

Para optar por el grado de Licenciatura en Administración Financiera

Estrategias para la disminución de cuentas por cobrar en la industria de repuestos automotrices

Elaborado por:

Marianela Castrillo Campos

Carmen Chang Ku

Agnes Jiménez Giraudy

Jorge Salas Chaves

Esteban Villalobos Gatjens

Profesor asesor:

Lic. Alejandro Elizondo Castillo

II semestre 2012

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se desarrolló en el tema de las cuentas por cobrar, el cual consistió en determinar el nivel de eficiencia en la recuperación de las cuentas por cobrar de la industria de los repuestos automotrices, asimismo se determinaron las estrategias de recuperación de créditos más utilizadas en esta industria, para posteriormente aplicarlas en la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. y determinar el impacto financiero que genera aplicar estrategias de crédito y cobro que se adapten mejor a la naturaleza de la industria.

Esta temática se desarrolló con base en la importancia de ofrecer ventas a crédito en la industria de los repuestos automotrices, las cuales incentivan las ventas y permiten a las empresas mantenerse dentro de una industria tan competitiva. Sumado a esto, también surge la importancia de recuperar los créditos otorgados con el fin de generar liquidez y flujos de efectivo suficientes para atender los compromisos diarios de toda empresa.

Como resultado de esta investigación se determinó que las empresas de la industria de los repuestos automotrices no recuperan sus créditos en forma eficiente, debido a que el nivel de eficiencia de recuperación fue de regular a malo, por lo tanto, se evidencia la necesidad de implementar estrategias que contribuyan a disminuir las cuentas por cobrar.

Asimismo se determinaron que las estrategias de recuperación de cuentas por cobrar más eficientes para esta industria son las políticas de crédito y cobro, y los descuentos por pronto pago. Además se determinó que la inexistencia de intereses moratorios, es considerada como uno de los factores de mayor influencia en la recuperación de las cuentas por cobrar.

Por consiguiente, se aplicaron estas estrategias de políticas de crédito, descuentos por pronto pago e intereses moratorios en la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A., y se determinó a través de los estudios de otorgamiento de créditos nuevos y de indicadores financieros, que se generaba un impacto positivo en la situación financiera de la empresa, además de disminuir en forma significativa las cuentas por cobrar.

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-----------|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I: GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN..... | 3 |
| 1. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO..... | 4 |
| 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 5 |
| 3. OBJETIVOS | 5 |
| 3.1. Objetivo general..... | 5 |
| 3.2. Objetivos específicos..... | 5 |
| 4. ALCANCES Y LIMITACIONES | 6 |
| 4.1. Alcances | 6 |
| 4.2. Limitaciones..... | 6 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO | 7 |
| 1. ADMINISTRACIÓN DEL EFECTIVO..... | 8 |
| 1.1. Motivos para usar efectivo..... | 8 |
| 1.2. Estado de flujo de efectivo..... | 9 |
| 1.3. Capital de trabajo..... | 9 |
| 2. ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR..... | 10 |
| 2.1. Cuentas por cobrar | 10 |
| 2.2. Cobros (entradas)..... | 11 |
| 2.3. Ciclo de cobro..... | 11 |
| 2.4. Periodo promedio de cobro | 11 |
| 2.5. Aceleración de los cobros..... | 12 |
| 2.6. Técnicas populares de cobro..... | 12 |
| 2.7. Los errores más frecuentes en un sistema de cobranzas..... | 13 |
| 2.8. Políticas y procedimientos de cobro | 14 |
| 2.9. Incobrables | 15 |
| 2.10. El cobro judicial..... | 17 |
| 2.11. Títulos de crédito | 18 |
| 2.12. Acoso u hostigamiento en la gestión de cobros..... | 21 |
| 3. ADMINISTRACIÓN DEL CRÉDITO | 23 |
| 3.1. Gestión del crédito o “Credit management”..... | 23 |
| 3.2. Mercados de crédito | 24 |
| 3.3. Financiamiento en los propios comercios | 24 |
| 3.4. Ventas a crédito..... | 25 |
| 3.5. Razón para otorgar crédito..... | 25 |
| 3.6. Beneficios del crédito..... | 26 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 3.7. | Costos de otorgar crédito | 27 |
| 3.8. | Factores que afectan las ventas a crédito..... | 28 |
| 3.9. | Tipos de crédito | 29 |
| 3.10. | Estándar de crédito..... | 29 |
| 3.11. | Selección y evaluación de los solicitantes de crédito..... | 30 |
| 3.12. | Condiciones de crédito | 31 |
| 3.13. | Límite de crédito | 31 |
| 3.14. | Supervisión de crédito | 31 |
| 4. | ESTRATEGIAS PARA RECUPERAR LOS CRÉDITOS..... | 32 |
| 4.1. | Factoreo..... | 32 |
| 4.2. | Póliza como garantía colateral | 35 |
| 4.3. | Pago automático de facturas por tarjetas de crédito..... | 36 |
| 4.4. | Multicanalidad de dos vías | 37 |
| 4.5. | Políticas de crédito | 38 |
| 4.6. | Descuento por pronto pago | 38 |
| 4.7. | Compensación a los ejecutivos de cobranza | 39 |
| 4.8. | Intereses moratorio..... | 40 |
| 4.9. | Gestión por perfil o tramo | 40 |
| 5. | ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO..... | 42 |
| 5.1. | Riesgo financiero | 42 |
| 5.2. | Rendimiento..... | 42 |
| 5.3. | Aversión al riesgo | 42 |
| 5.4. | Riesgo de otorgar un crédito | 42 |
| 5.5. | Riesgo en la industria automotriz | 43 |
| 6. | INDUSTRIA AUTOMOTRIZ..... | 45 |
| 6.1. | Historia de la industria automotriz | 45 |
| 6.2. | Factores que afectan la industria automotriz..... | 48 |
| 6.3. | Ejemplo a la problemática de liquidez en las empresas de repuestos automotrices..... | 48 |
| 6.4. | Mercado automotriz en Costa Rica | 49 |
| 6.5. | Mercado de repuestos automotrices en Costa Rica | 49 |
| CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO..... | | 51 |
| 1. | TIPO DE INVESTIGACIÓN..... | 52 |
| 1.1. | Investigación exploratoria | 52 |
| 1.2. | Investigación descriptiva..... | 52 |
| 1.3. | Investigación de causa-efecto | 53 |
| 2. | ENFOQUES DE LA INVESTIGACIÓN | 53 |
| 2.1. | Enfoque cuantitativo | 53 |
| 2.2. | Enfoque cualitativo | 53 |
| 3. | SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN | 54 |
| 4. | FUENTES DE INFORMACIÓN..... | 54 |
| 4.1. | Primaria..... | 54 |

| | | |
|--|---|------------|
| 4.2. | Secundaria..... | 55 |
| 5. | VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN | 55 |
| 6. | TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN..... | 56 |
| 6.1. | Encuestas | 56 |
| 6.2. | Entrevista..... | 57 |
| 7. | MARCO MUESTRAL..... | 57 |
| 8. | PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS | 58 |
| CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE RESULTADOS | | 60 |
| 1. | ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA..... | 61 |
| 1.1. | Entrevista a los expertos | 61 |
| 1.2. | Análisis de las preguntas..... | 63 |
| 2. | ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS | 67 |
| 2.1. | Análisis de las preguntas..... | 67 |
| 2.2. | Análisis cruces de variables | 105 |
| CAPÍTULO V: CASO REPUESTOS PARA CAMIONES BELÉN S.A. | | 109 |
| 1. | REFERENCIA EMPRESARIAL..... | 110 |
| 1.1. | Reseña histórica | 110 |
| 1.2. | Misión..... | 111 |
| 1.3. | Visión | 111 |
| 1.4. | Valores..... | 111 |
| 1.5. | Estructura organizacional | 112 |
| 2. | SITUACIÓN ACTUAL..... | 114 |
| 2.1. | Descripción de la situación actual | 114 |
| 2.2. | Descripción del procedimiento de otorgamiento de crédito | 115 |
| 2.3. | Análisis de la situación actual..... | 117 |
| 3. | APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE RECUPERACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR..... | 118 |
| 3.1. | Análisis de créditos otorgados durante el último año..... | 119 |
| 3.2. | Estudio de indicadores financieros..... | 120 |
| CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN | | 133 |
| 1. | CONCLUSIONES..... | 134 |
| 2. | LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN..... | 136 |
| BIBLIOGRAFÍA | | 137 |

| | |
|--|------------|
| APÉNDICES | 141 |
| APÉNDICE N°1: Encuesta..... | 142 |
| APÉNDICE N°2: Entrevista..... | 149 |
| ANEXOS | 150 |
| ANEXO N° 1: Ley de Cobro Judicial..... | 151 |
| ANEXO N° 2: Factura Comercial | 166 |
| ANEXO N° 3: Letra de Cambio..... | 166 |
| ANEXO N° 4: Decreto N°35867 Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito | 167 |
| ANEXO N° 5: Ley de protección de la persona frente al tratamiento de sus datos personales..... | 185 |
| ANEXO N° 6: Lista de empresa agremiadas a la Cámara de Factoreo de Costa Rica | 198 |
| ANEXO N°7: Ejemplo estados financieros de la empresa Financiera Automotriz S.A | 199 |
| ANEXO N°8: Lista de proveedores y competidores de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. | 201 |
| ANEXO N°9: Entidades consultadas para determinar el número empresas que conforman la industria de repuestos automotrices..... | 203 |
| ANEXO N°10: Solicitud de crédito empresa Repuestos para Camiones Belén S.A..... | 204 |
| ANEXO N°11: Ejemplo estudio crediticio empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. | 206 |
| ANEXO N°12: Estados Financieros de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A..... | 208 |
| ANEXO N°13: Políticas de crédito y cobro de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. | 222 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| FIGURA N°1: RIESGOS EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ | 44 |
| FIGURA N°2: ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL REPUESTOS PARA CAMIONES BELÉN S.A. | 111 |
| FIGURA N°3: DIAGRAMA DE FLUJO PROCEDIMIENTO DE OTORGAMIENTO DE CRÉDITO. | 114 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|---|----|
| CUADRO N°1: EJEMPLO DE CALIFICACIÓN DE RIESGO CREDITICIO | 40 |
| CUADRO N°2: EXPERTOS ENTREVISTADOS | 61 |
| CUADRO N°3: TAMAÑO DE LA EMPRESA | 66 |
| CUADRO N°4: TIPO DE REPUESTOS | 68 |
| CUADRO N°5: OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS | 69 |
| CUADRO N°6: TIPO DE CLIENTES A LOS QUE SE LES OTORGA CRÉDITOS..... | 70 |
| CUADRO N°7: FACTORES QUE SE TOMAN EN CUENTA PARA OTORGAR CRÉDITOS | 72 |
| CUADRO N°8: ELEMENTOS PARA APROBAR UN CRÉDITO | 75 |
| CUADRO N°9: EXISTENCIA DE POLÍTICAS DE CRÉDITO | 76 |
| CUADRO N°10: POLÍTICAS DE CRÉDITO | 78 |
| CUADRO N°11: CONTROL DE CUENTAS POR COBRAR | 80 |
| CUADRO N°12: ENVÍO DE ESTADOS DE CUENTA A LOS DEUDORES..... | 82 |
| CUADRO N°13: FRECUENCIA DE COMUNICADO DE CUENTAS A LOS DEUDORES | 83 |
| CUADRO N°14: MEDIOS PARA REALIZAR LOS COMUNICADOS | 85 |
| CUADRO N°15: TIPO DE PROCEDIMIENTO DE COBRANZA | 86 |
| CUADRO N°16: CICLO DE COBRO | 88 |
| CUADRO N°17: CICLO DE PAGO | 89 |

| | |
|--|-----|
| CUADRO N°18: ESTRATEGIAS DE RECUPERACIÓN DE CRÉDITOS | 91 |
| CUADRO N°19: EFICIENCIA EN LA RECUPERACIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR | 94 |
| CUADRO N°20: UTILIZACIÓN DE MÉTODOS PARA RECUPERAR LAS CUENTAS POR COBRAR VENCIDAS | 96 |
| CUADRO N°21: MÉTODOS PARA RECUPERAR LAS CUENTAS POR COBRAR VENCIDAS | 97 |
| CUADRO N°22: EXISTENCIA DE PROVISIÓN PARA CUENTAS INCOBRABLES | 99 |
| CUADRO N°23: FACTORES QUE AFECTAN LA RECUPERACIÓN DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS | 100 |
| CUADRO N°24: EXISTENCIA DE POLÍTICAS DE CRÉDITO SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA ... | 103 |
| CUADRO N°25: EFICIENCIA EN LA RECUPERACIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR SEGÚN EXISTENCIA DE POLÍTICAS DE CRÉDITO | 104 |
| CUADRO N°26: CICLO DE COBRO-CICLO DE PAGO | 106 |
| CUADRO N°27: RAZÓN CIRCULANTE..... | 118 |
| CUADRO N°28: PRUEBA DEL ÁCIDO | 119 |
| CUADRO N°29: ÍNDICE DE DEUDA..... | 120 |
| CUADRO N°30: ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR | 121 |
| CUADRO N°31: PERIODO MEDIO DE COBRO | 122 |
| CUADRO N°32: PERIODO MEDIO DE PAGO | 123 |
| CUADRO N°33: ROTACIÓN DEL ACTIVO CIRCULANTE..... | 123 |
| CUADRO N°34: RENDIMIENTO DE OPERACIÓN SOBRE ACTIVOS | 124 |
| CUADRO N°35: RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN | 125 |
| CUADRO N°36: INDICADORES FINANCIEROS SETIEMBRE 2012 | 127 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|--|-----|
| GRÁFICO N°1: TAMAÑO DE LA EMPRESA | 67 |
| GRÁFICO N°2: TIPO DE REPUESTOS | 68 |
| GRÁFICO N°3: OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS | 69 |
| GRÁFICO N°4: TIPO DE CLIENTES A LOS QUE SE LES OTORGA CRÉDITOS..... | 71 |
| GRÁFICO N°5: FACTORES QUE SE TOMAN EN CUENTA PARA OTORGAR CRÉDITOS | 73 |
| GRÁFICO N°6: ELEMENTOS PARA APROBAR UN CRÉDITO | 75 |
| GRÁFICO N°7: EXISTENCIA DE POLÍTICAS DE CRÉDITO | 77 |
| GRÁFICO N°8: POLÍTICAS DE CRÉDITO..... | 79 |
| GRÁFICO N°9: CONTROL DE CUENTAS POR COBRAR | 81 |
| GRÁFICO N°10: ENVÍO DE ESTADOS DE CUENTA A LOS DEUDORES..... | 82 |
| GRÁFICO N°11: FRECUENCIA DE COMUNICADO DE CUENTAS A LOS DEUDORES | 84 |
| GRÁFICO N°12: MEDIOS PARA REALIZAR LOS COMUNICADOS | 85 |
| GRÁFICO N°13: TIPO DE PROCEDIMIENTO DE COBRANZA | 87 |
| GRÁFICO N°14: CICLO DE COBRO | 88 |
| GRÁFICO N°15: CICLO DE PAGO | 90 |
| GRÁFICO N°16: ESTRATEGIAS DE RECUPERACIÓN DE CRÉDITOS | 93 |
| GRÁFICO N°17: EFICIENCIA EN LA RECUPERACIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR | 95 |
| GRÁFICO N°18: UTILIZACIÓN DE MÉTODOS PARA RECUPERAR LAS CUENTAS POR COBRAR VENCIDAS | 96 |
| GRÁFICO N°19: MÉTODOS PARA RECUPERAR LAS CUENTAS POR COBRAR VENCIDAS | 98 |
| GRÁFICO N°20: EXISTENCIA DE PROVISIÓN PARA CUENTAS INCOBRABLES | 99 |
| GRÁFICO N°21: FACTORES QUE AFECTAN LA RECUPERACIÓN DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS | 101 |
| GRÁFICO N°22: EXISTENCIA DE POLÍTICAS DE CRÉDITO SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA .. | 103 |
| GRÁFICO N°23: EFICIENCIA EN LA RECUPERACIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR SEGÚN EXISTENCIA DE POLÍTICAS DE CRÉDITO | 105 |

INTRODUCCIÓN

Las ventas a crédito adquieren gran importancia en las industrias altamente competitivas, por lo tanto, para algunos sectores económicos, ofrecer ventas a crédito es la única forma de efectuar las ventas; sin embargo, esto implica que algunas empresas tendrán que operar con altas cifras en cuentas por cobrar y ser muy eficientes en la recuperación de las mismas.

En la presente investigación se estudiarán diferentes estrategias que se aplican en la disminución de las cuentas por cobrar, utilizadas por diferentes empresas de la industria de los repuestos automotrices; asimismo se implementarán las estrategias seleccionadas en la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A., con el fin de determinar el impacto financiero de utilizar estas estrategias de disminución de cuentas por cobrar.

En primera instancia se pretende evaluar la eficiencia de los métodos que utilizan las empresas de la industria de los repuestos automotrices para recuperar sus cuentas por cobrar, con el fin de determinar si existe la necesidad de implementar estrategias de crédito y cobro que se adapten mejor a la naturaleza de la industria.

Para lograrlo será necesario conocer tanto las estrategias que utilizan las empresas en general, como las que utilizan la industria de los repuestos automotrices para disminuir los créditos otorgados; también será necesario conocer los factores que influyen en la recuperación de las cuentas por cobrar.

Por último, determinar el impacto financiero que pueden generar estas estrategias de recuperación en la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A., le brindará un sustento importante a la investigación.

A continuación se presenta la forma en la que se desarrollará el presente estudio:

En el capítulo I se describen las generalidades de la investigación, justificación del estudio, planteamiento de problema, objetivos, alcances y limitaciones.

El capítulo II se hace referencia al marco teórico, en donde se explican las diferentes metodologías que se utilizan para el análisis del entorno y el desarrollo de la investigación.

El capítulo III corresponde al marco metodológico, en este capítulo se describe la forma en que se desarrollaron cada una de las etapas de la investigación, los instrumentos utilizados y las personas que estuvieron involucradas en dicho proceso.

En el capítulo IV se desarrolla el análisis de los resultados, en donde se describen los efectos obtenidos de la aplicación de las herramientas, en primera instancia se realiza el análisis de aplicación de la entrevista a los expertos. Seguido del análisis de las encuestas que se realizaron en las empresas relacionadas con la actividad de venta de repuestos automotrices.

En el capítulo V se estudia el caso de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A., con los insumos obtenidos del análisis de resultados, se procede a la selección de las estrategias a implementar en la empresa, y se analiza el impacto financiero de estas estrategias a través del análisis de los nuevos créditos otorgados y de los indicadores financieros.

Finalmente, en el capítulo VI se brindan las conclusiones y las líneas futuras de la investigación.

CAPÍTULO I: GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presentarán aspectos generales sobre la investigación de las estrategias para disminuir las cuentas por cobrar en la industria de repuestos automotrices, por lo tanto, se determinará la justificación del estudio, el planteamiento del problema, los objetivos generales y específicos, y los alcances y limitaciones del presente trabajo.

1. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

En toda compañía el movimiento del efectivo es primordial para poder subsistir y cumplir con las obligaciones económicas, de ahí surge la importancia de que toda empresa genere liquidez y flujos de efectivo suficientes para atender todos los compromisos de forma puntual.

Con el propósito de promover las ventas, la mayoría de las empresas efectúan ventas a crédito; generando un riesgo de no contar con la liquidez necesaria para enfrentar las operaciones diarias.

Debido a la naturaleza de algunos sectores como lo es la industria de repuestos automotrices, las ventas a crédito se han convertido en una estrategia para las empresas, generando la necesidad de recuperar las cuentas por cobrar de forma eficiente, evitando problemas de liquidez.

Este problema de liquidez surge cuando la movilidad del inventario es mayor al cobro de los créditos, por lo que es necesario implementar estrategias para mitigar, solucionar o disminuir esta situación.

La presente investigación se concentra en el campo de las cuentas por cobrar, específicamente en las estrategias que emplean la industria de repuestos automotrices para recuperar los créditos otorgados.

Así mismo, se elige aplicar las estrategias de crédito y cobro a la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A, empresa que registra ventas a crédito en un 65%, generando cifras elevadas de cuentas por cobrar.

Dado lo anterior, se destaca la importancia de utilizar estrategias eficientes en el manejo de créditos, con el objetivo de disminuir el tiempo de recuperación de las cuentas por cobrar.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Son eficientes los métodos que utiliza la industria de repuestos automotrices para recuperar las cuentas por cobrar, y cuál es la repercusión financiera de implementar otras estrategias de crédito y cobro?

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

Evaluar la eficiencia de los métodos que utiliza la industria de repuestos automotrices en recuperar sus cuentas por cobrar, así como determinar la repercusión financiera de utilizar otras estrategias de crédito y cobro.

3.2. Objetivos específicos

- Conocer las estrategias de crédito y cobro existentes en las empresas.
- Conocer las estrategias que utiliza la industria de repuestos automotrices para controlar y disminuir las cuentas por cobrar.
- Establecer los factores que influyen en la recuperación de las cuentas por cobrar en la industria de repuestos automotrices.
- Aplicar las estrategias seleccionadas de cuentas por cobrar en la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A., para determinar el impacto financiero que pueden generar estas estrategias de cobro.

4. ALCANCES Y LIMITACIONES

4.1. Alcances

Dentro de los alcances de la investigación se contemplan los siguientes aspectos:

- Empresas de la industria de repuestos automotrices pertenecientes a la Gran Área Metropolitana.
- Estrategias para recuperar las cuentas por cobrar.
- Las estrategias seleccionadas se aplicarán en el caso Repuestos para Camiones Belén S.A.

4.2. Limitaciones

- Dificultad de atravesar los distintos niveles administrativos hasta contactar a la persona que realmente contaba con la información requerida para la realización de las encuestas.
- Dificultad de encontrar “expertos” en el área de las cuentas por cobrar que realmente tuvieran una amplia experiencia en el tema.
- La restricción a brindar cierta información confidencial por parte de las empresas.
- Información escasa sobre cuentas por cobrar en la industria de repuestos automotrices.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se expone información teórica relacionada con el trabajo de investigación, la cual permitirá comprender y delimitar los fundamentos metodológicos que sirven de guía en la investigación.

Entre los temas más importantes que se incluyen en este capítulo destacan: La administración del efectivo, la administración de las cuentas por cobrar, la administración de los créditos, las estrategias para la recuperación de las cuentas por cobrar, la administración del riesgo y la industria automotriz.

1. ADMINISTRACIÓN DEL EFECTIVO

De acuerdo con (Van Horne, J. y Wachowicz, J., 2002, pág. 226) “La administración de efectivo implica el cobro, desembolso e inversión de efectivo en forma eficiente”.

1.1. Motivos para usar efectivo

Según (Van Horne, J. y Wachowicz, J., 2002, pág. 226) existen tres razones por las cuales las empresas manejan efectivo:

a. Transaccional

Para hacer pagos, como compras, salarios, impuestos y dividendos derivados de las operaciones normales.

b. Especulativo

Aprovechar las oportunidades temporales, como la disminución repentina del precio de las materias primas.

c. Precautorio

Mantener un cojín de seguridad, o amortiguador, para satisfacer las necesidades inesperadas de efectivo.

1.2. Estado de flujo de efectivo

“El estado de flujo de efectivo contiene todas las actividades del efectivo, tanto ingresos como desembolsos de una empresa, durante un periodo determinado. Explica además, las causas de los cambios en el efectivo, suministrando información sobre las actividades operativas, de financiamiento y de inversión”. (Horngren, C., Sundem, G., y Elliott, J. , 2000, pág. 396)

1.3. Capital de trabajo

Según (Salas, 2009, pág. 259) la magnitud del capital de trabajo es la diferencia entre el activo circulante y el pasivo de corto plazo. La existencia de capital de trabajo significa que el activo de corto plazo cubre completamente el pasivo circulante y deja un remanente que representa una garantía adicional para los acreedores de corto plazo.

Para alcanzar una adecuada solidez financiera y un buen respaldo, es conveniente que una porción significativa del activo circulante se encuentre financiada a largo plazo. Cuanto más alto sea el capital de trabajo, mayor será la importancia y cobertura de los activos circulantes frente a las obligaciones más exigibles.

Además (Sanz) señala que el capital de trabajo es la inversión que realiza la empresa con la finalidad de soportar las ventas. De esta forma, estará relacionado con el ciclo operativo de la firma, ya que es el capital que permite a la empresa llenar la brecha existente entre el momento en que debe pagar a sus proveedores de bienes y servicios y aquel en el que sus clientes le pagan.

2. ADMINISTRACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR

De acuerdo con (Gitman, 2007, pág. 524) el objetivo de administrar las cuentas por cobrar, es cobrarlas tan rápido como sea posible sin perder ventas debido a técnicas de cobranza muy agresivas.

2.1. Cuentas por cobrar

Según (Gitman, L., y McDaniel, C., 2005, pág. 661) las cuentas por cobrar son ventas que aún no han sido pagadas a la empresa, dado que la empresa ha vendido el producto, pero aún no ha recibido el efectivo.

Por otro lado, (López, M., 2010) plantea que en el ámbito de la administración financiera, las cuentas por cobrar por ventas a crédito representan un capital de trabajo muy importante, toda vez que a través de ellas se incrementan las ventas.

De los créditos otorgados a los clientes, surge el concepto de cuentas por cobrar, cuyo significado contable corresponde a los derechos exigibles originados por ventas, servicios prestados, otorgamiento de préstamos o cualquier otro concepto análogo.

Además (Meza, 2007, pág. 63) señala que las cuentas por cobrar son los importes que adeúan a terceras personas a la empresa. Existen dos tipos de cuentas por cobrar:

a. Cuentas por cobrar derivadas de las operaciones de la empresa (cuentas por cobrar comerciales)

Son sumas que adeudan los clientes por ventas de bienes y servicios a crédito.

También señalan (Gitman, L., y McDaniel, C., 2005, págs. 663-665) que las cuentas por cobrar comerciales son aquellas en las que el vendedor otorga un crédito al comprador entre el momento en que éste recibe los bienes o servicios y el momento en que los paga. El crédito comercial es una fuente importante de financiamiento a corto plazo para el comprador.

b. Cuentas por cobrar que no corresponden a las operaciones de la empresa

Se derivan de diversas transacciones que no corresponden directamente de las operaciones de la empresa, como son los préstamos a empleados, anticipos a empleados, pagos de uniformes, entre otros.

2.2. Cobros (entradas)

Señalan (Van Horne, J. y Wachowicz, J., 2002, pág. 227) que el término cobro se refiere al procedimiento que siguen las empresas a partir del momento en que se vende el producto o servicio hasta que se cobran los cheques de los clientes y se convierten en fondos útiles.

2.3. Ciclo de cobro

Según (Salas, 2009, pág. 195) el ciclo de cobro comprende el número de días que transcurren entre la venta y el cobro de la factura. Si la venta es de contado se produce automáticamente el efectivo, eliminándose el ciclo de cobro.

2.4. Periodo promedio de cobro

De acuerdo con (Gitman, 2007, pág. 524) el periodo promedio de cobro es el segundo componente del ciclo de conversión del efectivo. Este periodo es la duración promedio de tiempo que transcurre desde una venta a crédito hasta que el pago se convierte en fondos útiles para la empresa.

Además, (Salas, 2009, pág. 75) señala que el periodo medio de cobro es una medida de eficiencia con la que la empresa logra cobrar sus ventas a crédito, y que además, refleja la efectividad en la gestión de cobros.

Un periodo medio de cobro muy superior al plazo de crédito concedido, denota una mala gestión de cobro o deficiencias en la selección de los clientes y en el otorgamiento de créditos. Sin embargo, un reducido periodo de cobro no es necesariamente bueno, ya que puede originarse en una rigurosa y agresiva gestión de cobro que moleste a los clientes y provoque su pérdida.

2.5. Aceleración de los cobros

Según (Van Horne, J. y Wachowicz, J., 2002, pág. 227) las empresas desean acelerar la recuperación de las cuentas por cobrar para utilizar el dinero a la brevedad. Por otra parte, su intención es detener el pago de sus cuentas pendientes lo más que sea posible para mantener su posición crediticia con los proveedores y sacar el mayor provecho del dinero con el que ya cuentan.

a. Pasos para acelerar el proceso de cobros

- Elaborar y emitir de manera expedita las facturas.
- Acelerar la remisión por correo de los pagos de los clientes a las compañías.
- Reducir el tiempo en el que los pagos recibidos se mantienen como fondos no cobrados.

Señala (Gitman, 2007, pág. 534) que la aceleración de los cobros reduce el tiempo de acreditación de cobro a los clientes y, por lo tanto, disminuye el periodo promedio de cobro de la empresa, lo cual reduce la inversión que la empresa debe realizar en su ciclo de conversión del efectivo.

2.6. Técnicas populares de cobro

De acuerdo con (Gitman, 2007, pág. 533) se emplean diversas técnicas en el proceso de cobro:

a. Cartas

Después de cierto número de días la empresa envía una carta formal recordando al cliente la cuenta vencida, si la cuenta no se paga en cierto periodo después de que se envió esta carta, se envía una segunda carta más exigente.

b. Llamadas telefónicas

Se puede realizar una llamada telefónica al cliente para solicitar el pago inmediato. Si éste tiene una excusa razonable, se pueden realizar arreglos para extender el periodo de pago.

c. Visitas personales

Enviar a un vendedor local o una persona de cobranza para confrontar al cliente puede ser eficaz.

d. Agencias de cobro

Una empresa puede remitir las cuentas incobrables a una agencia de cobro o un abogado de cobranza.

e. Acción legal

La acción legal es el paso más severo y una alternativa para el uso de una agencia de cobro. La acción legal no solo es costosa, sino que puede llevar al deudor a la quiebra sin que esto garantice la recepción final del monto vencido.

2.7. Los errores más frecuentes en un sistema de cobranzas

Existen algunos errores que se cometen frecuentemente en la gestión de la cobranza (Bañuelos, 2012):

- **No tener una política de crédito y cobranza:** Al contar con una política de crédito y cobranza por escrito, el cliente sabrá cuáles son las fechas para realizar su pago, cuándo se considera su saldo vencido, el proceso de

seguimiento, así como las consecuencias en caso que el crédito se considera en mora.

- **No dar seguimientos meticulosos:** Cuando un cliente tiene un retraso en sus pagos, es de suma importancia que se asigne a alguien más para que le dé seguimiento hasta que se ponga al corriente.
- **No actualizar sus bases de datos:** Hay muchas facturas que no se cobran porque que fueron enviadas a otra dirección o fueron dirigidas a una persona que ya no trabaja en la empresa y la factura se pierde.
- **No enviar sus facturas de inmediato:** El hecho de no expedir las facturas de inmediato genera un retraso en los pagos y provoca que los clientes se queden con la percepción de que tiene más días para pagar sus facturas.
- **Fallar en resolver disputas en etapas tempranas:** Es muy común que los pagos se retrasen cuando los clientes dicen no estar contentos con el producto o servicio que se le dio.
- **Aceptar las evasivas:** Hay que ser creativo y consistente hasta que se comunique con la persona clave para poder conversar sobre el saldo vencido o la problemática en el crédito.
- **Ser incoherente con el cliente.** Uno de los errores más comunes es no hacer lo que se comentó o aseguró al cliente que haría. Esta incongruencia entre lo que se dice y lo que se hace genera pérdidas millonarias.

2.8. Políticas y procedimientos de cobro

Según (Van Horne, J. y Wachowicz, J., 2002, pág. 260) las empresas determinan sus políticas de cobro mediante la combinación de los procedimientos que llevan a cabo: envío de cartas, llamadas telefónicas, visitas personales y demandas judiciales.

De acuerdo con (Longenecker, J., Moore, C., Petty, W., y Palich, L. , 2008, pág. 376) algunas empresas han encontrado que el procedimiento de cobranza más efectivo consta de una serie de pasos, cada uno más coercitivo que el anterior. El procedimiento suele comenzar con un sutil recordatorio por escrito, los pasos

subsecuentes pueden incluir más cartas, llamadas telefónicas, cartas certificadas, contactos personales y el envío del asunto a una oficina de cobranza o un abogado.

2.9. Incobrables

De acuerdo con (Meza, 2007, pág. 63) los incobrables son aquellas cuentas que a pesar de haber realizado todas las gestiones de cobro posible, no se pudieron cobrar.

Por su parte (Araya, 2010) señala que así como la empresa que vende al contado corre riesgo de que el cliente le devuelva parte de la mercancía o le solicite una rebaja en el futuro, también las compañías que venden a crédito se arriesgan a que los clientes no les paguen. Esta pérdida por incobrables debería de registrarse en el periodo contable en que se dio el ingreso por ventas, para hacer una correcta asociación de ingresos y gastos.

Se plantean dos formas de registrar las cuentas incobrables:

a. Cancelación directa

Durante el proceso de registro de la venta no se hace ningún asiento, sino hasta cuando la cuenta se declara definitivamente como incobrable, entonces se registra como un gasto por incobrable. (Meza, 2007, pág. 63)

Este método presenta las siguientes desventajas:

- Se registraría el gasto por incobrable en el periodo fiscal siguiente al que se registró el ingreso, con el cual no se lograría una apropiada oposición de ingreso y gasto en el mismo periodo.
- Si el monto de la cuenta declarada como incobrable es muy grande, afectaría en forma importante las utilidades de la empresa en un periodo determinado.

De acuerdo con (Araya, 2010) es un método de fácil aplicación y se basa en reportar las pérdidas reales en un lugar de realizar las estimaciones, o sea se realiza el registro del gasto por incobrables cuando se determina que realmente no es posible su

recuperación. El inconveniente de este método es que normalmente se determina que la cuenta es incobrable en un periodo posterior a la venta, con lo cual no se cumple con el principio de asociación, pues el gasto se estaría aplicando a un periodo en el cual no se realizó la venta.

Para efectos tributarios en nuestro país, el gasto por incobrables no es deducible para el pago del impuesto sobre la renta, para que sea considerado como tal, la empresa debe demostrar a la Tributación Directa que se han realizado todas las gestiones de cobro, hasta judicialmente y no ha sido posible su recuperación.

b. Provisión por incobrable

(Meza, 2007, pág. 63) Afirma que durante el proceso de registro del ingreso por la venta, se va registrando a través del tiempo y en forma estimada el gasto por incobrable, antes de que realmente éste suceda. Esta estimación por incobrables no es deducible para el cálculo del impuesto sobre la renta.

Además, (Araya, 2010) en señala que para realizar las estimaciones respectivas de la empresa se basa en la experiencia anterior, o sea en datos históricos sobre las cuentas incobrables reales que ha tenido durante los últimos periodos, de manera que pueda tener una base para estimar.

Las estimaciones basadas en relaciones históricas para realizar el ajuste por incobrables, puede clasificarse en:

- Estimación relacionada con las ventas (enfoque de estado de resultados).
 - Porcentaje de ventas.
 - Porcentaje de ventas a crédito.
- Estimación relacionada con las cuentas por cobrar (enfoque de estado de situación financiera).
 - Porcentaje de cuentas por cobrar en circulación.
 - Envejecimiento de las cuentas por cobrar.

Por otro lado, el analista financiero José Segura en la Revista Mercado (Segura, 2009), opina que a pesar de que un fondo de reserva otorgaría liquidez y protege a las

empresas de los efectos indeseados de contingencias imprevistas; los fondos de reserva sólo representarían un indicio de mayor garantía y seguridad para los acreedores de la empresa, por existir mayores reservas de capital en el patrimonio de la misma. Los fondos de reserva por sí mismas, no presentan ventajas financieras.

Una vez que se han agotado todas las formas posibles para cobrar una factura, las empresas pueden acudir a un método, el cual está respaldado por una ley de la República de Costa Rica.

2.10. El cobro judicial

El cobro judicial está regido mediante la ley 8624, la cual básicamente dicta:

- **Artículo 1:** El proceso monitorio, en el cual se tramita el cobro de obligaciones dinerarias fundadas en documentos con fuerza ejecutiva o sin ella.
- **Artículo 2:** Se establece la documentación a presentar:
 - Documento original que fundamente el proceso.
 - Títulos ejecutivos: sean estos testimonios, certificaciones, documento privado, confesión judicial, prenda.
- **Artículo 3:** La demanda en un proceso de cobro judicial debe contener los nombres y las calidades de ambas partes, la exposición sucinta de los hechos, los fundamentos de derecho, la petición, las sumas reclamadas por concepto de capital e intereses, la estimación y el lugar para notificar a la parte demandada.
- **Artículo 5:** Una vez admitida la demanda se procede a la resolución intimatoria, la cual ordena el pago de los extremos reclamados de capital, los intereses liquidados, los futuros.

En dicho pronunciamiento se le conferirá un plazo de quince días para que cumpla o se oponga, interponiendo en ese acto las excepciones que considere procedentes.

Sin embargo la parte opositora puede apelar, lo que conllevaría a una audiencia oral. (Ver Anexo N°1: Ley de Cobro Judicial).

2.11. Títulos de crédito

En la actualidad las empresas utilizan diferentes herramientas para resguardar sus intereses a la hora de una negociación con un cliente. Entre las más utilizadas se encuentran:

a. Factura

El código de comercio establece cuándo una factura corresponde a un título ejecutivo:

- **Artículo 460:** La factura será título ejecutivo contra el comprador por la suma en descubierto, si está firmada por éste, por su mandatario o por su encargado, debidamente autorizado por escrito y siempre que se le agregue timbre fiscal en el acto de presentarla al cobro judicial. El valor del timbre será el que correspondería a un pagaré y se cargará al deudor como gastos de cobro.

La suma consignada en una factura comercial, se presume cierta y las firmas que la cubren, auténticas. (Ver Anexo N°2: Factura comercial).

b. Letras de Cambio

El código de comercio es la doctrina costarricense que rige las letras de cambio, en ella se puede encontrar los artículos referentes, en este caso del artículo 727 al 798.

- **Artículo 727:** Las especificaciones que deben contener una letra de cambio son:
 - La denominación de letra de cambio inserta en su texto y expresado en la lengua en que la letra esté redactada.
 - El mandato puro y simple de pagar determinada cantidad.
 - El nombre de la persona que ha de pagar (librado).
 - Indicación del vencimiento.
 - Indicación del lugar en que se ha de efectuar el pago.
 - El nombre de la persona a quien se ha de hacer el pago o a cuya orden se ha de efectuar.
 - Indicación de la fecha y lugar en que la letra se libra.

- La persona que emite la letra (librador).
- **Artículo 741:** Menciona el tema de endoso de la letra de cambio, el cual transmite todos los derechos resultantes de la letra de cambio.
- **Artículo 748:** Establece que las letras de cambio se deben renovar cada año.
- **Artículo 758:** Se menciona que las letras de cambio pueden tener los siguientes vencimientos:

Así mismo se menciona la importancia de la aceptación por parte del librador para ser pagadera, esto mediante la palabra “acepto” (Artículo 750)

- A la vista;
- A plazo cierto desde la vista;
- A plazo cierto desde su fecha; y
- A fecha fija.

Las letras de cambio que indiquen otros vencimientos, o vencimientos sucesivos, serán nulas. (Ver Anexo N°3: Letra de Cambio).

c. **Pagaré**

Según el código de comercio, se establece lo siguiente para el pagaré:

- **Artículo 799:** El pagaré es un documento por el cual la persona que lo suscribe promete incondicionalmente pagar a otra una cierta cantidad de dinero dentro de un determinado plazo.
- **Artículo 800:** El pagaré deberá contener:
 - La mención de ser un pagaré, inserta en el texto del documento.
 - La promesa pura y simple de pagar una cantidad de dinero determinada.
 - Indicación del vencimiento.
 - Lugar en que el pago haya de efectuarse.
 - El nombre de la persona a quien haya de hacerse el pago o a cuya orden se hayan de efectuar.

- Lugar y fecha en que se haya firmado el pagaré.
- Los nombres y la firma de quien haya emitido el título, y del fiador cuando lo hubiere.
- **Artículo 801:** El título que carezca de alguno de los requisitos que se indican en el artículo precedente no será válido como tal pagaré, salvo en los casos determinados en los párrafos siguientes.
 - El pagaré cuyo vencimiento no esté indicado se considerará pagadero a la vista.
 - A falta de indicación especial, el lugar de emisión del título se considerará como el lugar del pago y al mismo tiempo como el lugar del domicilio del firmante.
 - El pagaré que no indique el lugar de su emisión se considerará firmado en el lugar que figure junto al nombre del firmante.
- **Artículo 802:** Serán aplicables al pagaré, mientras ello no sea incompatible con la naturaleza de este título, las disposiciones relativas a la letra de cambio y referentes.
 - Al endoso.
 - Al vencimiento, con la salvedad de que en el pagaré se admitirán vencimientos parciales, de manera que el pago del principal y de los intereses podrá pactarse por cuotas periódicas.
 - Al pago.
 - A las acciones por falta de pago.
 - Al pago por intervención.
 - A las alteraciones.
 - A la prescripción.
 - A los días festivos, cómputo de los plazos y prohibición de los días de gracia.

2.12. Acoso u hostigamiento en la gestión de cobros

En Costa Rica no existe legislación alguna que regule el acoso u hostigamiento de cobro para empresas comerciales, solo para empresas emisoras de tarjetas de crédito mediante decreto N° 35867. (Ver Anexo N°4: Decreto N°35867 Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito)

Por motivo de acontecimientos recientes, en los cuales clientes demandan a las empresas emisoras de tarjetas de crédito, las empresas comerciales deben de aprender a como cobrarle a sus clientes sin llegar a un nivel de acoso. Porque si bien es cierto no existe decreto especifico para estas empresas, al haber un precedente es mejor estar preparados para cualquier cambio en las leyes nacionales.

Según (La Federación Latinoamericana de Bancos, 2010) en Costa Rica, con la promulgación del decreto de Tarjetas de Crédito y Débito se introdujo el concepto de acoso u hostigamiento en la gestión de cobro, entendido como la 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.

Asimismo en Costa Rica existen diversas leyes que protegen los derechos de los ciudadanos contra la violación a la intimidad y al sometimiento de coacción para obtener información u otros propósitos, dentro de los cuales destacan: (Ver Anexo N°1)

a. Constitución Política de Costa Rica:

- **Artículo 24:** Se garantiza el derecho a la intimidad, a la libertad y al secreto de las comunicaciones.

Son inviolables los documentos privados y las comunicaciones escritas, orales o de cualquier otro tipo de los habitantes de la República. Sin embargo, la ley, cuya aprobación y reforma requerirá los votos de dos tercios de los diputados de la Asamblea Legislativa, fijará en qué casos podrán los Tribunales de Justicia ordenar el secuestro, registro o examen de los documentos privados, cuando

sea absolutamente indispensable para esclarecer asuntos sometidos a su conocimiento.

- **Artículo 40:** Establece que nadie será sometido a tratamientos crueles o degradantes ni a penas perpetuas, ni a la pena de confiscación. Toda declaración obtenida por medio de violencia será nula.

b. Ley de Jurisdicción Constitucional:

- **Artículo 2, inciso a):** Garantizar, mediante los recursos de hábeas corpus y de amparo, los derechos y libertades consagrados por la Constitución Política y los derechos humanos reconocidos por el Derecho Internacional vigente en Costa Rica.
- **Artículo 57:** El recurso de amparo también se concederá contra las acciones u omisiones de sujetos de Derecho Privado, cuando éstos actúen o deban actuar en ejercicio de funciones o potestades públicas, o se encuentren, de derecho o de hecho, en una posición de poder frente a la cual los remedios jurisdiccionales comunes resulten claramente insuficientes o tardíos para garantizar los derechos o libertades fundamentales a que se refiere el artículo 2, inciso a), de esta ley.

c. Ley de protección de la persona frente al tratamiento de sus datos personales: Busca garantizar el respeto hacia los derechos a la autodeterminación informativa en relación con la vida o actividad privada de una persona. (Ver Anexo N°5: Ley de protección de la persona frente al tratamiento de sus datos personales).

Por otro lado (Poder Judicial, 2012) señala que si bien, la deuda de un amparado puede encontrarse cancelada, su historial crediticio permanecerá durante cuatro años, sin que esto represente una situación de acoso u hostigamiento para el amparado.

3. ADMINISTRACIÓN DEL CRÉDITO

3.1. Gestión del crédito o “Credit management”

De acuerdo con (Brachfield P. , 2009, pág. 72) el credit management es un conjunto de técnicas financieras, comerciales y jurídicas que gracias a una organización especializada, concurren a acelerar el cobro de las cuentas de clientes, haciendo que se respeten las condiciones de pago contractuales y preservando los márgenes de beneficio de la empresa.

Asimismo (Brachfield P. , 2003, pág. 48) señala que el credit management es la disciplina encargada de controlar el riesgo del crédito comercial, así como dar seguimiento para detectar cualquier posible irregularidad y corregir a tiempo anomalías surgidas.

a. Las fases de la gestión del crédito

- La fase del estudio previo al cierre de la transacción: Se busca confirmar la solvencia del comprador antes de efectuar la operación, con el fin de descartar los morosos profesionales y los clientes insolventes.
- La fase de cierre y conclusión de la venta: Implica establecer condiciones de cobranza con el comprador, solicitar garantías, y fijar la fecha para el cumplimiento de la obligación de pago.
- La fase de facturación de la venta: El vendedor debe respetar los acuerdos alcanzados y facturar las cantidades y precios correctos, indicando el plazo y utilizando el medio de pago acordado por el cliente.
- La fase de comprobación: El proveedor debe cerciorarse de que las facturas son correctas antes del vencimiento de pago con el objetivo de poder reaccionar a tiempo ante cualquier controversia.

- La fase de control de las facturas vencidas: Reclamar lo antes posible el pago de todos los créditos pendientes.
- La fase de acción de cobro de todos los saldos impagados y créditos de mora: Se espera que una negociación amistosa facilite una rápida recuperación de los impagados.

3.2. Mercados de crédito

Según (Figuroa, 2011) la estructura financiera de los países en desarrollo la integran los sectores bancario, formal no bancario e informal.

La desigualdad del ingreso en la sociedad es el principal factor explicativo de esta estructura financiera dual-dual, prediciendo la segmentación del mercado de la siguiente forma:

- El segmento de ingresos altos y los bancos conforman un mercado.
- El de ingresos medios y las entidades formales no bancarias constituyen otro.
- El segmento de ingresos bajos, junto con los pequeños prestamistas, integran el sector informal.

3.3. Financiamiento en los propios comercios

Existen diferentes alternativas a los préstamos bancarios, destacando la financiación en los propios comercios:

“En una época en la que el consumo se ha retraído y es difícil acceder al crédito que entregan los bancos, la mejor solución que han encontrado los comercios es financiar sin coste para el cliente la compra de sus productos. De lo contrario, los establecimientos tendrían mucho más difícil vender artículos cuyo coste es elevado”. (Izquierdo, 2012).

3.4. Ventas a crédito

De acuerdo con (Longenecker, J., Moore, C., Petty, W., y Palich, L. , 2008, pág. 369) en una venta a crédito el vendedor ofrece bienes o servicios al comprador a cambio de la promesa de éste de pagar en una fecha posterior.

Además (Horngren, C., Sundem, G., y Elliott, J. , 2000, pág. 180) proponen que las ventas a crédito aumentan las cuentas por cobrar, cantidades que los clientes deben a la compañía por la entrega de bienes o por la prestación de servicios.

Asimismo (Brachfield P. , 2003, pág. 29) señala que las ventas a crédito son las ventas de bienes o servicios mediante un acuerdo entre el vendedor y el cliente de aplazar el pago del intercambio comercial a una fecha determinada a futuro.

Por otro lado, (Gitman, L., y McDaniel, C., 2005, págs. 663-665) señala que los créditos a corto plazo, vence en un plazo de un año, además los créditos a corto plazo pueden ser con garantía o sin garantía.

a. Crédito a corto plazo sin garantía

Los créditos sin garantía son otorgados con base en la capacidad crediticia de la empresa y en la experiencia que el acreedor haya tenido antes con esa empresa. En este caso el deudor no tiene que dejar activos específicos en garantía.

b. Crédito a corto plazo con garantía

Los préstamos con garantía requieren que el prestatario deposite activos específicos como garantía o aval. El acreedor que tiene la garantía puede ejercerla legalmente en caso de que el prestatario no reembolse el préstamo.

3.5. Razón para otorgar crédito

Según (Longenecker, J., Moore, C., Petty, W., y Palich, L. , 2008, pág. 369) el crédito estimula al cliente potencial en su decisión de compra, al brindarle un incentivo para que compre ahora y pague después; así mismo el vendedor puede utilizar la información de los registros de crédito para la promoción de ventas.

También señala (Salas, 2009, pág. 75) que se debe tener siempre en cuenta que el objetivo de conceder crédito es generar y potenciar los niveles de ventas.

3.6. Beneficios del crédito

Según (Longenecker, J., Moore, C., Petty, W., y Palich, L. , 2008, pág. 369) el crédito ofrece a los deudores beneficios como los siguientes:

- La posibilidad de satisfacer necesidades inmediatas y pagarlas después.
- Mejores registros de las compras por la información incluida en las facturas a crédito.
- Mejor servicio y mayor comodidad al cambiar artículos adquiridos.
- Establecimiento de un historial de crédito.

Así mismo, (Longenecker, J., Moore, C., Petty, W., y Palich, L. , 2008, pág. 369) mencionan los siguientes beneficios del crédito para los vendedores:

- Una asociación más cercana con los clientes por la confianza que significa.
- Ventas más fáciles por medio de sistemas telefónicos, por correo o por internet.
- Menos picos y valles en las ventas, puesto que el poder de compra está disponible en todo momento.
- Fácil acceso a una herramienta con la que se puede permanecer competitivo.

Plantean (Horngren, C., Sundem, G., y Elliott, J. , 2000, pág. 180) que el principal beneficio de conceder un crédito, es el de aumentar considerablemente las ventas y las utilidades, las cuales se perderían en caso de no otorgar crédito.

Por otro lado (Brachfield P. , 2003, pág. 23) señala que las ventajas de otorgar crédito a clientes, reporta ciertas ventajas económicas:

Al ofrecer crédito al cliente, se le está ofreciendo un servicio adicional, lo que permite fidelizarlos y asegurar ventas futuras.

Se logra aumentar la cuota de mercado vendiendo al segmento de compradores que sólo pueden comprar a crédito.

Los clientes que compran a crédito están tanto comercialmente como psicológicamente dispuestos a pagar un precio más elevado por los mismos productos o servicios del que pagarían con un pago inmediato, por lo que la rentabilidad de las ventas a crédito es superior que las de contado.

Las empresas que venden a crédito proyectan una imagen positiva ante los clientes, proveedores y competencia, por el contrario, una empresa que no conceda crédito es sospechosa de tener pocos recursos financieros.

3.7. Costos de otorgar crédito

Plantean (Horngren, C., Sundem, G., y Elliott, J. , 2000, pág. 180) que uno de los costos de conceder crédito es el de administrar y cobrar la deuda, otro costo es el retraso de la recepción del pago, pero el costo más importante es el de las cuentas incobrables o cuentas malas, es decir, las que algunos clientes no pueden o no están dispuestos a pagar.

De acuerdo con (Brachfield, 2003, pág. 26) otro costo que deben asumir las empresas que otorgan créditos comerciales es el de soportar los gastos de administración, gestión y cobranza de los créditos a los clientes. Además, hay que tener en cuenta

sobre todo en ciclos económicos inflacionarios, que el dinero tiene un valor cambiante en el tiempo.

3.8. Factores que afectan las ventas a crédito

Según (Horngren, C., Sundem, G., y Elliott, J. , 2000, pág. 181) la competencia y la práctica de una industria influyen en la manera en la que las compañías ofrecen crédito, la decisión final se basa en consideraciones de costo-beneficio. En otras palabras, las empresas ofrecen crédito solo cuando las ganancias adicionales sobre este tipo de ventas exceden los costos.

Por otro lado, (Longenecker, J., Moore, C., Petty, W., y Palich, L. , 2008, págs. 370-371) señalan que la decisión del empresario de otorgar créditos se relaciona con cuatro factores que son:

a. Tipo de empresa

Los minoristas de bienes duraderos suelen otorgar crédito con mayor libertad que los pequeños abarroteros, que venden productos perecederos. En realidad, la mayoría de los consumidores consideran necesario comprar a plazo artículos de alto costo.

b. Políticas de crédito de los competidores

A menos que una empresa ofrezca alguna ventaja en compensación, se espera que sea tan generosa como sus competidores en el otorgamiento de crédito.

c. Niveles de ingresos de los clientes

La edad y los niveles de ingreso de los clientes de un minorista son factores importantes en la determinación de sus políticas de crédito.

d. Disponibilidad de capital de trabajo

Las ventas a crédito aumentan el volumen de capital de trabajo que necesita el negocio para realizar las ventas. La cuenta corriente y a plazos compromete dinero que se podría necesitar para cubrir los gastos de la empresa.

3.9. Tipos de crédito

De acuerdo con (Longenecker, J., Moore, C., Petty, W., y Palich, L. , 2008, págs. 371-372) existen dos grandes clases de créditos: el crédito al consumo y el crédito comercial.

a. Crédito al consumo

Este tipo de crédito lo conceden los minoristas a los consumidores finales que compran para su uso personal o familiar.

b. Crédito comercial

Este tipo de crédito lo otorgan empresas no financieras, para fabricantes y mayoristas a empresas que son sus clientes.

Ambos créditos difieren en cuanto a los tipos de instrumentos de crédito, la documentación, las fuentes de cuentas por cobrar para el financiamiento y los términos de ventas.

3.10. Estándar de crédito

“Requisitos mínimos de la empresa para extender crédito a un cliente”. (Gitman, 2007, pág. 524).

“Calidad mínima de solvencia de un solicitante de crédito aceptable para la compañía”. (Van Horne, J. y Wachowicz, J., 2002, pág. 254).

Reducir los estándares de crédito puede estimular la demanda, lo que puede traducirse a mayores ventas y utilidades. No obstante implica un costo mantener las cuentas adicionales por cobrar, además de un riesgo mayor de pérdidas por cuentas incobrables.

3.11. Selección y evaluación de los solicitantes de crédito

De acuerdo con (Longenecker, J., Moore, C., Petty, W., y Palich, L. , 2008, pág. 373) en la mayoría de las tiendas el primer paso para la investigación de crédito es pedir al cliente que llene una fórmula de solicitud, la información que se obtiene se utiliza para examinar el valor de crédito del solicitante, es crucial evaluar sus recursos financieros, su situación crediticia y su nivel de ingresos.

Por otro lado, (Gitman, 2007, pág. 524) afirma que la selección de crédito consiste en la aplicación de técnicas para determinar qué clientes deben recibir crédito. Este proceso implica evaluar la capacidad crediticia del cliente y compararla con los estándares de crédito de la empresa, es decir, los requisitos mínimos para extender el crédito a un cliente.

Además (León, 2009) señala que el estudio del crédito es necesario para conocer aspectos generales de la persona (empleo, residencia, número telefónico, edad, estado civil) o empresa (sociedad, años, ubicación, aspecto físico) a la que se le concede el crédito, así como aspectos financieros.

Así mismo (Chalupowicz, 2009) plantea que la información necesaria para evaluar un cliente puede obtenerse a través de los siguientes medios:

- Una entidad de calificación de riesgos crediticios, pública o privada,
- Los estados financieros del cliente, si estuvieran disponibles (para evaluar la solidez, rentabilidad, liquidez, capital, entre otros).

- Otras fuentes como lo es el conocimiento previo sobre el cliente, reputación, condiciones del mercado, segmento de negocios donde opera, entre otros aspectos.

3.12. Condiciones de crédito

Según (Gitman, 2007, pág. 529) las condiciones de crédito son las condiciones de ventas para clientes quienes la empresa ha extendido el crédito. Algunas empresas ofrecen descuentos por pago en efectivo, es decir, deducciones porcentuales del precio de compra por pagar en un tiempo específico.

Una empresa desea que sus condiciones de crédito regulares se ajusten a los estándares de la industria. Si sus condiciones son más restrictivas que la de los competidores, perderá negocios; si sus condiciones son menos restrictivas que la de sus competidores, atraerá clientes de poca calidad, que probablemente no podrían pagar bajo condiciones estándares de la industria.

3.13. Límite de crédito

Según (Chalupowicz, 2009) todos los clientes deben contar con un límite de crédito el cual debe ser revisado y actualizado, en un escenario ideal, por lo menos una vez al año. El límite de crédito para un cliente determinado no debería ser fijo ni estático en el tiempo, ya que se encuentra sujeto a cambio en cualquier momento sobre la base de las condiciones del mercado y el negocio del cliente, además de la experiencia que demuestre en el historial de pagos a la compañía.

3.14. Supervisión de crédito

“Revisión continua de las cuentas por cobrar de una empresa para determinar si los clientes están pagando conforme a las condiciones de crédito establecidas”. (Gitman, 2007, pág. 531).

De acuerdo con Gitman, el aspecto final que una empresa debe considerar en su administración de cuentas por cobrar es la supervisión de crédito, ya que la supervisión del crédito advertirá a la empresa del problema.

Dos técnicas que se usan para la supervisión del crédito son:

a. Periodo promedio de cobro

Informa a la empresa, en promedio, cuándo los clientes pagan sus cuentas. Conocer este periodo de cobro permite a la empresa determinar si existe un problema con las cuentas por cobrar en general, o si es atribuible a algunas cuentas específicas.

b. Determinar la edad de las cuentas por cobrar

Utilizar un calendario de vencimientos clasifica las cuentas por cobrar en grupos según el momento en que se generaron. Por lo general, se realiza una clasificación mensual, el calendario resultante indica los porcentajes del saldo total de las cuentas por cobrar que han estado pendientes durante periodos específicos.

4. ESTRATEGIAS PARA RECUPERAR LOS CRÉDITOS

En la actualidad las empresas efectúan diversas estrategias para recuperar los créditos otorgados, dentro de ellos destacan:

4.1. Factoreo

De acuerdo con (Montero, 2012, págs. 1-20) el contrato de factoraje es un contrato en el que un comerciante o fabricante cede a un factor (empresa de factoraje), sus derechos sobre créditos a cambio de que la sociedad de factoreo se los descuenta y le gire los dineros anticipadamente, pero deduciendo de este importe los intereses por anticipado. Es un mecanismo de financiamiento a corto plazo. El factoraje o factoreo es

un producto financiero que en Costa Rica, instituciones no bancarias y bancarias ofrecen a las empresas. Supone dar dos servicios: administración de cobros y financiación, a través de esta operación, una empresa o comerciante contrata con un banco o entidad financiera la gestión de todos sus cobros y el adelanto de los mismos a cambio de un interés.

Sin embargo, en Costa Rica no se aplica el factoreo como lo dice la teoría, o como se aplica en otros países del mundo, específicamente Estados Unidos. La empresa de factoring compra al vendedor de la mercancía su factura y él corre con el riesgo financiero, es decir; si el comprador de la mercadería no le paga a la empresa que descontó la factura el importe de ésta, ése es su riesgo, la única forma en la cual el factor puede realizar alguna gestión de cobro hacia la empresa vendedora es cuando la mercadería que se vendió no cumpla con los requisitos o las expectativas ofrecidas hacia su cliente y el problema que se genere sea de tipo comercial y no de financiero. Por ejemplo, si la empresa que tiene que pagar la factura se declara en quiebra el factor asume ese riesgo y las pérdidas pertinentes a ese hecho.

Asimismo la (Asociación Latinoamericana de Empresas de Cobranzas, 2012) señala que en un mundo tan cambiante, es necesario combinar esfuerzos para satisfacer las necesidades actuales de cobranzas.

Por esta razón, se han creado grupos de empresas en América Latina que buscan facilitar la recuperación de las cuentas por cobrar de los clientes. Dentro los cuales destacan en Costa Rica los siguientes:

- Gestidora de Créditos: <http://www.gestionadora.com/>
- Bufete Ruiz Campos y Asociados
- GTI Contac Center: <http://www.gtocr.com/servicios.html>

Estas empresas se dedican a la gestión de cobro de cuentas y documentos por cobrar, recuperando en forma efectiva los dineros de sus clientes.

Por otro lado, (Mayorga, 2011) señala que obtener los beneficios del factoreo tiene un costo, es decir, la tasa de interés que cobran a sus clientes las entidades financieras.

En colones, el servicio se ofrece a una tasa mínima de 15% y una máxima de 29,7%. En dólares, descontar facturas puede costar desde un 8,2% hasta a un 19,2% del monto del recibo.

Además (Mayorga, 2011) plantea que las compañías están tratando en su segmento de clientes, no solo por precios, sino también con una oferta de servicios agregados. Por ejemplo:

Kineret tiene una oficina virtual que permite, a través de Internet consultar facturas canceladas, pendientes de cobro y en morosidad. La Asociación Solidarista de Empleados de la Caja Costarricense de Seguro Social (Aseccss) pretende crecer descontando la mayoría de facturas que deberán ser pagadas por la Caja.

El BCR ha encontrado su espacio en el sector exportador, Comeca le apuesta al sector industrial privado que descuenta facturas también del sector privado, mientras que otras entidades como BAC San José, Improsa y Lafise tienden más a descontar facturas de empresas transnacionales.

En el Anexo N°6 se adjuntan las 18 entidades agremiadas a la Cámara de Factoreo en Costa Rica. (Ver Anexo N°6: Lista de entidades agremiadas a la Cámara de Factoreo de Costa Rica).

a. Antecedentes del Factoreo en Costa Rica

El Factoreo al igual que la mayoría de los productos financieros no convencionales, inició su desarrollo en Costa Rica en el transcurso de los últimos 12 años, surgiendo como una nueva alternativa de financiamiento a corto plazo para las empresas.

Hoy día en Costa Rica operan formalmente alrededor de veinticinco empresas exclusivamente en Factoreo. Se estima que las empresas más grandes tienen niveles de inversión entre US \$5 y US \$8 millones cada una, y las más pequeñas en promedio de US \$1,0 millón. Se cree que el volumen total que maneja la actividad del Factoreo en Costa Rica es de aproximadamente de US \$35 millones. (Montero, 2012, págs. 1-20).

b. Beneficios administrativos del Factoreo

- Facilita un eficaz control estadístico/contable de la cartera de facturas.
- Simplifica la contabilidad de las cuentas de clientes.
- Aumenta la eficacia de la gestión de cobros.
- Evalúa la cartera de clientes y el riesgo asumible.
- Agiliza la obtención de informes.
- Disminuye la carga administrativa, racionalizando los sistemas de administración y disminuyendo el trabajo burocrático.
- Reduce las gestiones por impagos, morosidad y fallidos.
- Proporciona información periódica y regular de los deudores.
- Reduce interferencias entre los departamentos Comercial y Administrativo.
- Reduce los gastos administrativos, de personal y de comunicaciones.

c. Beneficios Comerciales del Factoreo

- Mejora la gestión de venta y facilita acciones comerciales más efectivas.
- Permite a la red comercial centrarse en su trabajo sin gestiones de cobros.
- Permite una mejor evaluación de los clientes.
- Reduce gastos y tiempo en la elaboración de informes comerciales.
- Contribuye a la correcta y efectiva toma de decisiones.
- Mejora la posición de la empresa frente a la competencia y a los clientes.
- Contribuye a la introducción y apertura de nuevos mercados.
- Consolida y aumenta la clientela.

4.2. Póliza como garantía colateral

Plantea (Quesada, 2003) la opción de adquirir una póliza de seguros de crédito:

“El Instituto Nacional de Seguros (INS), tiene dentro de su cartera de seguros de crédito una póliza global, que cubre hasta el 80% del pago de las ventas en caso de

que el comprador tenga desde problemas de liquidez y mora prolongada hasta que caiga en quiebra”.

Además, afirma que el costo de constituir una póliza de este tipo es menor al de otros instrumentos alternativos existentes, tal como las cartas de crédito. Por otro lado, la póliza es aceptada por los bancos comerciales como una garantía colateral ante la apertura de una línea de crédito, lo que fortalece la posición del sujeto de crédito.

Asimismo empresas como Grupo Pozuelo & Pro S.A., la Corporación Abonos Superior y la empresa Atlas, califican la póliza como un buen instrumento para disminuir riesgos, y de bajo costo.

4.3. Pago automático de facturas por tarjetas de crédito

Diversas entidades financieras otorgan líneas de crédito a través de las tarjetas de crédito que ofrecen sin ningún costo adicional para el consumidor, comúnmente lo conocemos como “tasa cero”.

De acuerdo con (Credomatic, 2012) Tasa Cero es un programa de pago que se ofrece a los tarjetahabientes para efectuar compras en los comercios afiliados al programa y pagar en cuotas sin intereses, por lo que es un programa diseñado para llevar ventas incrementales en los comercios.

Las tarjetas con las que se puede utilizar el programa Tasa Cero son las tarjetas locales, las emitidas por CREDOMATIC de Costa Rica y de las marcas Master Card, Visa, American Express y Diners Club International.

El programa se puede implementar para diferentes plazos y comisiones:

| Colones | Dólares |
|------------------|------------------|
| 3 meses al 8,50% | 3 meses al 8,50% |

| | |
|--------------------|--------------------|
| 6 meses al 13,60% | 6 meses al 12,25% |
| 10 meses al 20,40% | 10 meses al 17,25% |
| 12 meses al 23,80% | 12 meses al 19,75% |

El riesgo por financiamiento y la cobranza corre por cuenta de CREDOMATIC, indistintamente del plazo de la transacción.

4.4. Multicanalidad de dos vías

Un alerta en el teléfono celular o un breve diálogo por chat son recordatorios privados que aseguran la personalización de la gestión de la cobranza y una efectiva recepción del mensaje para el deudor.

De acuerdo con (González, 2011), la gestión de cobranzas y el recupero de deudas en América latina se encamina en la difusión de nuevas tecnologías y la baja de los costos de las telecomunicaciones, ya no es suficiente implementar recordatorios de deuda vencidas vía SMS, el próximo paso es lograr un verdadero “feedback” con los clientes, se deben utilizar contactos digitales a través de los celulares e internet, así como herramientas mucho más sofisticadas que el CRM o el PBX.

Los mensajes de dos vías con los clientes son críticos para el éxito de la comunicación por SMS y correo electrónico, por eso es imprescindible ofrecer uno o más canales alternativos de respuesta en caso de que el cliente quiera conversar sobre el mensaje o el asunto. Por lo tanto, implementar la multicanalidad de dos vías o incluso habilitar una línea telefónica gratuita para los clientes puede ser un buen negocio para la entidad.

Asimismo, (Noticred, 2010) considera que la gestión telefónica es una de las más importantes armas con las que cuentan las agencias de cobranzas, además, señala que la utilización de la misma debe ser lo más profesional posible, para que cumpla el objetivo deseado de cobrar el crédito.

4.5. Políticas de crédito

Señala (Brachfield P. , 2009, pág. 86) que una política de crédito es la forma como quiera la compañía que se haga las cosas con lo relativo al crédito de clientes, los criterios que se van a utilizar para tomar decisiones, así como los objetivos de crédito.

La política general de crédito de una empresa busca un propósito fundamental, mantener un equilibrio adecuado entre el riesgo que se asume concediendo crédito y la rentabilidad obtenida sobre la inversión. (León, 2009).

Por otro lado (Chalupowicz, 2009) plantea que las políticas de crédito en las organizaciones es un instrumento para mejorar, debido a que el propósito de las políticas de crédito son apoyar el negocio, minimizar el riesgo de créditos incobrables y mejorar la planificación del flujo de efectivo.

Además (Chalupowicz, 2009) afirma que es posible reducir los días de crédito por medio de un proceso de crédito y cobranza más efectivo, al disminuir las facturas impagas al mínimo posible, y la eliminación de la morosidad mayor a 60 días. Todo esto es a través de una sólida política de crédito donde se establezca adecuadamente:

- La evaluación crediticia del cliente.
- Asignación y evaluación del límite de crédito.
- Términos de pago de preferiblemente 30 días de la fecha de factura.
- Adecuada facturación.
- Medición de cuentas vencidas.
- Calificación de riesgo crediticio.
- Generación de reportes para ser utilizados y discutidos.

4.6. Descuento por pronto pago

Los descuentos por pronto pago es una alternativa que permite incentivar el pago anticipado de las facturas, contribuyendo a recuperar los créditos en un menor tiempo.

De acuerdo con (Gitman, 2007, pág. 529) el descuento por pronto pago es la deducción porcentual del precio de compra, disponible para el cliente a crédito que paga su cuenta en un tiempo específico.

Además (Van Horne, 2002, pág. 258) lo define como la reducción porcentual (%) del precio de venta o compra por el pago anticipado de las facturas. Es un incentivo para los usuarios de crédito por el pago oportuno de sus deudas.

Por otro lado (Salas, 2009, pág. 76) señala que los descuentos por pronto pago incentivan el pago anticipado de las cuentas por cobrar, originando una reducción del periodo medio de cobro; sin embargo, esta reducción incurre en un costo por descontar una parte del monto de la factura

4.7. Compensación a los ejecutivos de cobranza

Según (Infocapitalhumano, 2011) una de las principales virtudes de los sistemas de incentivos es que permiten generar un mayor vínculo entre el trabajador y la empresa, fortaleciendo el sentido de pertenencia y, además, constituyen una excelente herramienta para lograr mejores resultados en cuanto a niveles de compromiso, productividad, eficiencia y desempeño de sus empleados.

Por otro lado, (Deloitte, 2012) señala que los ejecutivos de cobranza deben tener una visión integral del cliente, así como ser especialistas del diagnóstico y manejo del nivel de morosidad, a fin de dar atención personalizada y proponer soluciones integrales para cada cliente.

También se señala que el esquema de compensación del área de cobranza debe estar alineado a los indicadores de desempeño de los ejecutivos, y estos parámetros a la estrategia de la institución, con el objetivo de promover rentabilidad y eficiencia en los procesos de recuperación y cobranza. La comisión que se le paga al ejecutivo depende

entonces de la complejidad de la cuenta, es importante considerar factores cualitativos como la calidad de la gestión y los resultados del monitoreo.

4.8. Intereses moratorio

Otra forma de recuperar los créditos de forma oportuna, es a través de la aplicación de un interés moratorio una vez vencido el plazo establecido. De acuerdo con (Nuñez, 2012) los intereses moratorios son una herramienta justa para el que presta y desalienta los atrasos.

Según (Nuñez, 2012) los intereses moratorios son un castigo que se aplica cuando la cuota de un préstamo o una factura serán pagadas con atraso.

Asimismo (Gerencie.com, 2010) define el interés moratorio como es aquel interés sancionatorio, que se aplica una vez que se haya vencido el plazo para que se reintegre el capital cedido o entregado en calidad de préstamo y no se haga el reintegro o el pago. El interés moratorio, sólo opera una vez vencidos los plazos pactados.

a. Calculo de intereses moratorios

De acuerdo con (Nuñez, 2012) los intereses moratorios se calculan sobre el monto que el pagador tenía que hacer en una fecha dada, es decir, se calculan sobre la cuota que debió pagar, no se calculan sobre el saldo que tenía la deuda a esa fecha. La cuota incluye los intereses y la amortización.

4.9. Gestión por perfil o tramo

De acuerdo con (Chalupowicz, 2009) la calificación del riesgo crediticio debe ser definida por la compañía, un ejemplo de calificación de riesgo es el siguiente:

Cuadro N°1
EJEMPLO DE CALIFICACIÓN DE RIESGO CREDITICIO
Agosto 2012

| Calificación | Condición | Explicación |
|---------------------|------------------|--------------------|
|---------------------|------------------|--------------------|

| | | |
|-------|--|---|
| AAA | La más alta valoración crediticia | Muy buena habilidad para honrar las deudas |
| AA | Buena valoración crediticia | Buena habilidad para honrar las deudas. |
| A | Aceptable valoración crediticia | Suficiente habilidad para honrar las deudas |
| Nuevo | Negocio recién comenzado o Nuevo emprendimiento | No se conoce información negativa sobre el cliente. Necesidad de prestar especial atención |
| B | Crédito solamente contra garantía | Riesgo crediticio. La habilidad del cliente de honrar sus deudas es incierta |
| C | Crédito no recomendable | Riesgo crediticio alto. La habilidad del cliente para pagar sus deudas es muy débil |
| - | No es posible calificar el riesgo | Falta de información o información de antigua data. |

Fuente: Revista FLAI, Políticas de crédito en las organizaciones: Un instrumento para mejorar. 2009.

De esta manera, se podrá calificar al cliente y clasificarlo de acuerdo al perfil o tramo al que pertenece según la calificación de riesgo. Para el ejemplo del cuadro anterior, un cliente con calificación “C” no se le deberá otorgar ningún crédito debido a que representa un alto riesgo de no pago.

Por otro lado, (Standardandpoors, 2012) afirma que las calificaciones crediticias son opiniones prospectivas sobre el riesgo crediticio. Las calificaciones crediticias expresan la opinión de la agencia sobre la capacidad y voluntad de un emisor, para cumplir en tiempo y forma con sus obligaciones financieras.

“Cada agencia aplica su propia metodología para medir la calidad crediticia y utiliza una escala de calificación específica para publicar sus opiniones de calificación. Generalmente, las calificaciones se expresan como grados en letras que van, por ejemplo, de la ‘AAA’ a la ‘D’ a fin de comunicar la opinión de la agencia sobre el nivel relativo de riesgo crediticio”. (Standardandpoors, 2012).

5. ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO

5.1. Riesgo financiero

“Riesgo es la posibilidad de pérdida financiera o, en un sentido más definido, el grado de variación de los rendimientos relacionados con un activo específico”. (Gitman, 2007, pág. 196).

5.2. Rendimiento

“Ganancia o pérdida total experimentada sobre una inversión durante un periodo específico; se calcula al dividir las distribuciones en efectivo del activo durante el periodo, más su cambio en valor, entre su valor de inversión al inicio del periodo”. (Gitman, 2007, pág. 196).

5.3. Aversión al riesgo

“Actitud hacia el riesgo en la que se requeriría un aumento del rendimiento para un aumento del riesgo”. (Gitman, 2007, pág. 198).

Por lo general un administrador financiero que tiene aversión al riesgo requiere rendimientos más altos por asumir más riesgo.

5.4. Riesgo de otorgar un crédito

Según (Brachfield P. , 2003, págs. 25-27) la mayoría de las empresas conceden créditos comerciales sin otra garantía que la promesa de pago del cliente. Por lo tanto, siempre existe el riesgo de que el cliente no pague al vencimiento de la factura. Además, toda venta a crédito, incurre en un costo financiero que varía en función del costo del dinero, el plazo de pago y el importe del crédito concedido.

Asimismo (Brachfield P., 2003, pág. 26) plantea que al conceder créditos a los clientes, las empresas deben renunciar a la liquidez a cambio de invertir en sus clientes, trasladando en el tiempo la obtención del dinero.

5.5. Riesgo en la industria automotriz

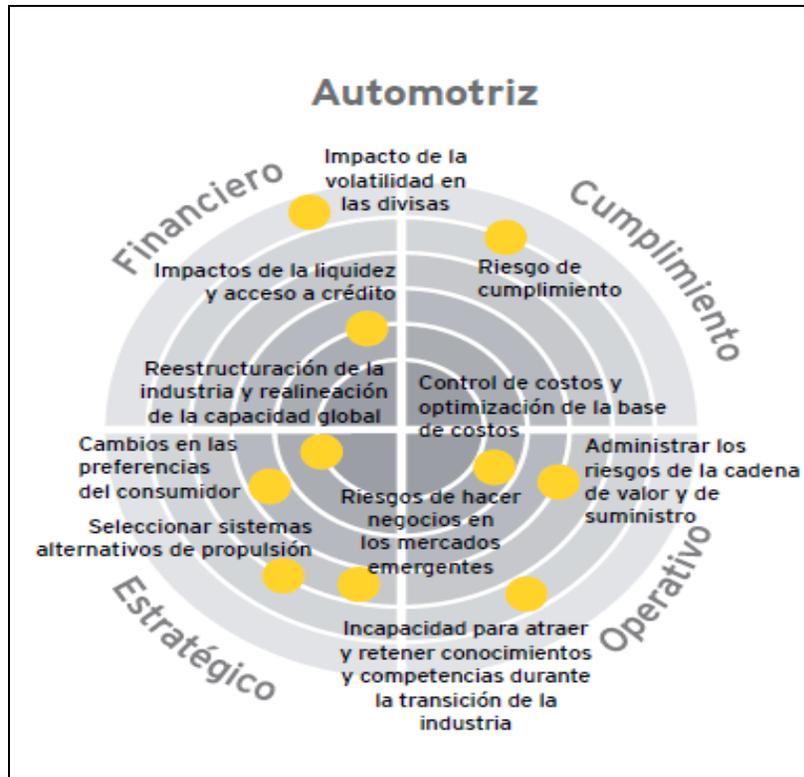
De acuerdo con (González C. , 2008) existe una serie de riesgos que deben enfrentar la industria automotriz, dentro de los cuales destacan:

- El traslado de la producción hacia otros países debido al poder de los sindicatos, y a los bajos costos de mano de obra y de producción en algunos países asiáticos.
- El desconocimiento de los mercados emergentes, debido al desconocimiento de las leyes y en general de los riesgos al entrar a un nuevo mercado.
- El control de costos y la disminución de inventarios.
- El precio de los carburantes y la demanda por vehículos más eficientes en el consumo de combustible.
- Cuando los proveedores ahorcan sus márgenes de utilidad debido a la baja en ventas y a la reducción de costos de algunos fabricantes.
- La entrada de fondos privados que capitalizan a diversas compañías y que no precisamente conocen las industrias en donde están invirtiendo.
- El ajuste que se debe hacer a los vehículos debido a las reglamentaciones ambientales y de seguridad de diferentes mercados, en los que los costos de producción se incrementan.

Además (Revista Summa, 2011) señala sobre los crecientes riesgos en los mercados emergentes como China, ya que pueden provocar que el motor de crecimiento del sector automotriz se ahogue. Debido a que la inflación en China (la segunda mayor economía del mundo) puede propiciar una desaceleración de los mercados emergentes.

Por otro lado, (Ernst & Young, 2011) señala los siguientes riesgos de la industria automotriz, clasificado por las áreas financieras, de cumplimiento, estratégico y operativo:

Figura N°1
RIESGOS EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ
Agosto 2012



Fuente: Ernst & Young, 10 riesgos de negocios.

6. INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

6.1. Historia de la industria automotriz

Raul López describe en una publicación la historia de la industria automotriz, entre los encabezados principales se encuentran los siguientes (Perez):

a. Principio de la industria

El intento de obtener una fuerza motriz que sustituyera a los caballos se remonta al siglo XVII. En 1803 se construyó el primer vehículo autopropulsado que circuló por las carreteras estadounidenses. En 1866, dos ingenieros alemanes, Eugen Langen y August Otto, desarrollaron un motor de gas. En 1885 y 1887, Karl Benz y luego Gottlieb

Daimler introdujeron los primeros automóviles de gasolina eficaces. En 1893, Benz se convirtió en un fabricante de vehículos en toda regla.

La demanda de automóviles creció sin cesar a lo largo de los últimos años del siglo XIX. El mayor fabricante europeo, Benz, afirmaba en 1900 haber producido un total de 2.500 vehículos.

b. El auge de la industria del automóvil

Gran Bretaña centró sus investigaciones en los motores de combustión interna en lugar del vapor. En 1911, en las carreteras de Estados Unidos había más de 600.000 automóviles. Entre 1909 y 1913 la producción en Gran Bretaña aumentó un 200%. En 1913, la producción de automóviles y vehículos comerciales era de 34.000 anuales, frente a los 45.000 de Francia y los 23.000 de Alemania. Sin embargo, la producción total europea era menos de una cuarta parte de la estadounidense.

c. Producción en serie

En 1902, el automóvil Oldsmobile ya se fabricaba en serie. Entre 1913 y 1915 en la fábrica de Ford de Highland Park se combinaron la producción normalizada de piezas de precisión (que hacía que fueran intercambiables) y la fabricación encadenas de montaje, que simplificaba las operaciones.

La eficacia de la producción era tal que los precios de los automóviles bajaban sin cesar. Los fabricantes europeos aprendieron la lección, en especial el británico Morris, el francés Citroën, el alemán Opel, el italiano Fiat y, naturalmente, las fábricas de Ford situadas fuera de Estados Unidos.

A pesar de todo, en la década de 1920 Estados Unidos y Canadá producían más del 90% de los automóviles fabricados en el mundo. La producción de vehículos fuera de Estados Unidos sobrevivió en gran medida porque General Motors, Ford y Chrysler establecieron plantas de fabricación en el extranjero, pero sobre todo porque los gobiernos europeos protegieron su industria automovilística de la competencia estadounidense mediante aranceles y cuotas. En 1932, los aranceles eran del 33,3%

en el Reino Unido, del 25% en Alemania, entre el 45% y el 70% en Francia y entre el 18 y el 23% en Italia.

d. Automóviles y camiones de hoy

Desde que se inventó el automóvil, este ha acogido multitud de componentes diseñados para él o incorporados posteriormente. Esto convierte al automóvil en un compendio de tecnología rodante.

- **Carrocería**

Constituye el elemento de protección y alojamiento para los ocupantes y los órganos mecánicos. Tradicionalmente se soportaba en un chasis, siendo hoy día estructural, por motivos de peso y de seguridad.

El chasis sin embargo permanece por motivos de robustez, para los vehículos industriales y de transporte a partir de un cierto tonelaje, así como para los Todo-terrenos de mayor exigencia.

- **Suspensión y dirección**

La suspensión es el conjunto de mecanismos que conforman la unión al suelo de la carrocería y los órganos mecánicos internos, primordial en el aspecto de seguridad = estabilidad. Por otro lado la dirección es el mecanismo básico que permite dirigir al vehículo.

- **Sistemas de transmisión y frenado**

La transmisión es el conjunto de mecanismos que permiten transmitir la fuerza del motor a las ruedas, aumentándolo hasta el valor necesario para el arranque y el desplazamiento a cualquier velocidad, mediante una serie de de multiplicaciones.

Asimismo permite arrancar el vehículo, mantener el motor en marcha estando el vehículo inmóvil, y permitir su movimiento hacia atrás; por ejemplo para estacionar.

El sistema de frenos permite al conductor conservar en cualquier instante un control sobre la velocidad del vehículo, durante la conducción normal y en casos de peligro; de modo tal que siempre la fuerza sea superior a la de la potencia de tracción del motor.

6.2. Factores que afectan la industria automotriz

En el documento del Comité de Centro de Estudios de las Finanzas Publicas (Cámara de diputados del CEFP, 2009) se menciona la problemática que algunas empresas han enfrentado como consecuencia de la crisis financiera, en particular General Motors (GM) y Chrysler.

Estas empresas han tenido que utilizar otras estrategias al desviar la inversión en innovación en la producción de automóviles compactos y económicos, hacia vehículos y camionetas pesadas, como han hecho otras empresas en Europa y Asia.

Por otro lado (López, 2008) menciona que el sector automovilístico a nivel mundial en el año 2008, se encontró en uno de sus peores momentos de todos los tiempos, señala las posibles causas de esta recesión en el sector, entre ellas:

- La falta de crédito bancario
- La inestabilidad económica y el desempleo
- El miedo social

6.3. Ejemplo a la problemática de liquidez en las empresas de repuestos automotrices

Una de las problemáticas más comunes de las empresas de repuestos automotrices son sus altas cifras de cuentas por cobrar, ya que este sector vende gran parte de sus productos a crédito, generando en muchas compañías problemas de liquidez.

Un ejemplo de esta problemática que sufren muchas empresas del sector de repuestos automotrices, se encuentra disponible en la Bolsa de Valores de Panamá (Panabolsa, 2012) donde se muestran un ejemplo de problemas de liquidez en el estado de flujo de efectivo, asociado a elevadas cifras de cuentas por cobrar. (Ver Anexo N°7: Ejemplo estados financieros de la empresa Financiera Automotriz S.A.).

6.4. Mercado automotriz en Costa Rica

Según (Lao, J., Ruiz, S., Ortega, M., y Ramírez, F., 2004) en Costa Rica, no hay producción o ensamble de automóviles, camiones de carga liviana o vans desde 1978, solo se tienen una empresa que fabrica carrocerías de autobuses (Empresa Mauco perteneciente a una corporación coreana).

Además, la producción local está limitada al segmento de partes. Los mayores competidores en este sector son Japón, Corea del Sur, Brasil, Alemania y Taiwán.

De acuerdo con la (Cámara de Industrias de Costa Rica, 2012) la actividad metalmecánica, que incluyendo desde la fabricación de metales comunes hasta la fabricación de “otros equipos de transporte” aporta un 20% de las empresas y un 22% del empleo. Siendo esta actividad, la segunda más importante en la industria costarricense.

6.5. Mercado de repuestos automotrices en Costa Rica

Según (Lao, J., Ruiz, S., Ortega, M., y Ramírez, F., 2004) en su investigación con Proexport y Banco Interamericano de Desarrollo, las empresas que venden repuestos en Costa Rica, se encuentran en cualquier parte del territorio, y las hay desde grandes y modernos edificios, hasta ventas informales ubicadas en garajes o locales pequeños.

Los empresarios de las ventas de repuestos más grandes, viajan a otros países y realizan el contacto con distribuidores o fabricantes de repuestos con los que establecen una relación comercial.

En el caso de la venta de repuestos las más importantes son las de los representantes de las marcas de vehículos nuevos, las que ofrecen el servicio completo: revisión del vehículo y cambio de la pieza.

Entre las empresas de repuestos automotrices más grandes se encuentran: Repuestos Gigante, Repuestos La Guacamaya, Repuestos Conejo y Repuestos Rojas.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLOGICO

En el presente capítulo se explicarán los aspectos metodológicos de la investigación correspondiente al tipo de investigación, los sujetos y las fuentes de información, las variables en estudio, las técnicas de recolección; y se proporcionará una explicación del procesamiento y el análisis de los datos.

1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se desarrolló en tres etapas, en la primera se realizó una investigación de tipo exploratoria, en la segunda una de tipo descriptiva y en la tercera una de tipo causa-efecto:

1.1. Investigación exploratoria

El tipo de investigación que se hizo en primera instancia fue la de carácter exploratorio, ya que fue la que permitió orientar el tema de estudio y constituyó, además, una base informativa para realizar posteriormente una investigación más profunda.

Por lo tanto, la investigación exploratoria permitió en la primera etapa de la investigación, identificar el problema que se presenta en la mayoría de las empresas de la industria de repuestos automotrices.

La investigación exploratoria también requirió una búsqueda documental y bibliográfica para recolectar información referente a temas relacionados con las cuentas por cobrar, las estrategias para recuperar los créditos, el riesgo financiero y el sector automotriz, entre otros aspectos, los cuales constituyeron una base de trabajo para la investigación y una guía para el lector.

1.2. Investigación descriptiva

La segunda etapa se enfocó en una investigación descriptiva, con el objetivo de indagar acerca del manejo de las cuentas por cobrar en la industria de repuestos automotrices, esto mediante encuestas y entrevistas.

Por lo tanto, la investigación descriptiva permitió profundizar en la indagación de las estrategias que utiliza este sector para el manejo de las cuentas por cobrar, y de esta manera determinar cuáles son las estrategias que permiten la recuperación de los créditos en forma oportuna.

1.3. Investigación de causa-efecto

La tercera etapa de la investigación consistió en evaluar los datos que desplegó el estudio y aplicar las estrategias seleccionadas en la empresa de Repuestos para Camiones Belén S.A., siendo esta tercera etapa una investigación causa- efecto, en la cual se midió el impacto que puede causar financieramente cada estrategia en la empresa mencionada.

2. ENFOQUES DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque de la investigación consistió tanto en una investigación de tipo cuantitativa como en una de tipo cualitativa, es decir, se utilizó un enfoque mixto:

2.1. Enfoque cuantitativo

Se utilizó un enfoque cuantitativo debido a que uno de los métodos de recolección de la información fue la encuesta, donde se realizaron una serie de preguntas a las empresas de la industria de repuestos automotrices, con el fin de formar una hipótesis acerca del nivel de eficiencia que poseen en la recuperación de las cuentas por cobrar.

2.2. Enfoque cualitativo

También se utilizó un enfoque cualitativo, debido a que se aplicó conjuntamente con la encuesta, una entrevista a diversos expertos en el tema de las cuentas por cobrar, con el propósito de conocer la opinión acerca de las estrategias utilizadas para recuperar las cuentas por cobrar en las empresas; así mismo, la información brindada por los expertos, contribuyó a complementar la información recolectada en el enfoque cuantitativo.

3. SUJETOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los sujetos de estudio fueron todas las personas que brindaron la información necesaria para el desarrollo de la investigación:

- Encargados del área de crédito y cobro de las empresa de la industria de repuestos automotrices.
- Expertos o especialistas en el tema de las cuentas por cobrar.
- Encargado del área de crédito y cobro de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A.

4. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para efectos de la investigación se tomaron en cuenta tanto fuentes primarias como fuentes secundarias, las cuales cumplen en todo momento con los principios de la confiabilidad y validez.

4.1. Primaria

La información primaria de la investigación se obtuvo por medio de cuestionarios estructurados y directos, los cuales se aplicaron a 50 empresas que pertenecen a la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Estas encuestas se realizaron a encargados de cuentas por cobrar de empresas proveedoras y competidoras de Repuestos para Camiones Belén S.A., cuya lista corresponde a una base de datos que fue facilitada por la empresa.

La encuesta está conformada por preguntas cerradas, con una longitud media, tomando en cuenta el tiempo y la disponibilidad, por ello se realizó por medio telefónico, visita personal y por correo o electrónico.

Por otro lado, se realizó una entrevista para obtener información pertinente de expertos sobre el tema de las cuentas por cobrar, realizando una serie de preguntas abiertas.

Se aplicó entrevistas a:

- Gerentes de cuentas por cobrar en empresas de factoraje.
- Expertos sobre el tema de cuentas por cobrar.
- Gerentes financieros de empresas en Costa Rica.

4.2. Secundaria

Las principales fuentes secundarias consultadas para el desarrollo de esta investigación fueron las siguientes:

- Los documentos y materiales suministrados por la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A.
- Literatura referente al tema de investigación, que se utilizó principalmente para la elaboración del marco teórico y como material de apoyo y de consulta, información obtenida en la biblioteca del centro académico del Instituto Tecnológico de Costa Rica, información de la biblioteca personal de los investigadores, y recursos de internet sobre temas referentes a los siguientes conceptos:
 - Administración de las cuentas por cobrar
 - Administración de los créditos
 - Estrategias para recuperar créditos
 - Administración del riesgo
 - Industria automotriz

5. VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación, la población está conformada por el registro de proveedores y competidores de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. Para el estudio se tomó en cuenta la totalidad de la población, debido al tamaño moderado de la base de datos obtenida. Se aplicaron en total 50 encuestas, de las cuales se tomaron en cuenta las siguientes variables:

- Tipo de empresa
- Otorgamiento de crédito a los clientes
- Criterios de aprobación de créditos
- Políticas de crédito
- Control de cuentas por cobrar
- Comunicación con los clientes
- Procedimiento de cobranza
- Ciclo de cobro y ciclo de pago
- Estrategias para recuperar créditos
- Recuperación de cuentas vencidas
- Incobrables
- Factores que afectan la recuperación de los créditos

6. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Entre las técnicas de recolección de la información que se utilizaron, destacan las encuestas y la entrevista semi-estructurada.

6.1. Encuestas

Para los fines de esta investigación, se elaboró un cuestionario con preguntas específicas que se aplicó a los encargados de las empresas de la industria de repuestos automotrices, con el fin de obtener información detallada sobre el manejo de las cuentas por cobrar en sus respectivas empresas.

La encuesta se aplicó encargados del área de crédito y cobro correspondientes a competidores y proveedores de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A., cuya población se obtuvo a través de una base de datos que facilitó la empresa en estudio.

En cuanto al cuestionario consiste en 21 preguntas específicas de tipo cerradas, las cuales abarcan las variables en estudio mencionada en la sección anterior. El

cuestionario se aplicará de forma personal, telefónica y por correo electrónico, según la disponibilidad de los encuestados.

6.2. Entrevista

En la investigación se utilizó una entrevista tipo semi-estructurada, con un cuestionario de 5 preguntas abiertas, obteniendo la opción de introducir preguntas adicionales de acuerdo con la información que proporcionara el entrevistado.

Esta entrevista se aplicó a expertos o especialistas en el tema de las cuentas por cobrar, con el fin de obtener una opinión profesional sobre las estrategias y los factores que afectan la recuperación de los créditos otorgados, así mismo, el criterio de los expertos sirvió como guía para seleccionar las estrategias aplicadas a la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A.

Dentro de los expertos entrevistados se encuentran:

- Gerentes generales de empresas en Costa Rica.
- Gerentes financieros de empresas en Costa Rica.
- Encargados de departamentos relacionados con las cuentas por cobrar.

Las entrevistas a los expertos se realizaron en forma personal y vía telefónica.

7. MARCO MUESTRAL

Para la presente investigación se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, donde se procedió a utilizar una población de 58 empresas de la industria de repuestos automotrices; sin embargo, únicamente 50 empresas estuvieron anuentes a brindar la información solicitada, por lo tanto, no se obtuvo respuesta por parte de 8 empresas.

La población con la que se trabajó, corresponde a una lista de competidores y proveedores que proporcionó la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A., esta base de datos ha sido recopilada por la empresa durante los últimos 12 años. (Ver

anexo N°8: Lista de competidores y proveedores Empresa Repuestos para Camiones Belén S.A.).

Se elige utilizar esta base de datos debido a que la naturaleza de la industria de los repuestos automotrices es muy amplia y variada, donde existen tanto grandes empresas de repuestos como empresas pequeñas e informales, por lo tanto no existe una población específica para este sector.

A pesar de que los investigadores consultaron diversos entes para determinar cuántas empresas de repuestos automotrices existían formalmente en el país, no fue posible encontrar una respuesta concreta. (Ver anexo N°9: Enlace de empresas consultadas).

Otra razón para utilizar esta base de datos facilitada por la empresa, se debe a que se aplicaron las estrategias de recuperación de cuentas por cobrar en la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A., por lo tanto, es importante considerar las estrategias que utilizan los competidores y proveedores de esta empresa.

Además, a manera de complemento a la información obtenida a través de las encuestas, se entrevistaron a 8 especialistas o expertos en el tema de las cuentas por cobrar, los cuales se seleccionaron debido a la experiencia que poseían en el área de los créditos y cobros.

8. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

Para el procesamiento de los datos se utilizaron principalmente los siguientes dos programas:

- Microsoft Word: Elaboración del informe escrito.
- El programa SPSS: Tabulación de las encuestas, generación de gráficos y ejecución de cruces de variables.

Una vez procesados los datos, se procedió a realizar un análisis de la información recolectada, primeramente se identificaron las principales estrategias que utilizan las empresas de la industria de repuestos automotrices para recuperar las cuentas por

cobrar, seguidamente se realizó una revisión de las opiniones que brindaron los expertos en cuentas por cobrar acerca de las estrategias que recomendaban para el sector de los repuestos automotrices.

Posteriormente se procedió a seleccionar las estrategias que recomendaron los expertos en el tema de las cuentas por cobrar y se aplicaron en la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A., con el fin de determinar el impacto financiero que podían generar estas estrategias.

CAPÍTULO VI: ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. ANÁLISIS DE LA ENTREVISTA

1.1. Entrevista a los expertos

Se realizó una entrevista a un grupo de expertos con amplia experiencia en el tema de las cuentas por cobrar, con el fin de complementar los resultados obtenidos en el estudio.

Dentro de los aspectos que se tomaron en cuenta en las entrevistas, se encuentran:

- Factores que provocan el aumento exhaustivo en las cuentas por cobrar.
- Factores que influyen en la recuperación de las cuentas por cobrar.
- Estrategias para recuperar los créditos otorgados a los clientes.
- Estrategias para recuperar los créditos otorgados en la industria de repuestos automotrices.
- Impacto financiero de implementar estrategias de crédito y cobro.

Se entrevistaron a 8 expertos que desempeñaban distintas labores relacionados con el tema de las cuentas por cobrar, dentro de los cuales destacan:

- Gerentes generales de empresas en Costa Rica.
- Gerentes financieros de empresas en Costa Rica.
- Encargados de departamentos relacionados con las cuentas por cobrar.

Los profesionales entrevistados no eran necesariamente de empresas de la industria de los repuestos automotrices, esto le brindó a la investigación un criterio más amplio con respecto a los factores de influencia y a las estrategias de recuperación de crédito que se utilizan en las distintas empresas del país.

A continuación se muestra un resumen de los expertos entrevistados:

Cuadro N°2
EXPERTOS ENTREVISTADOS
Setiembre 2012

| Nombre del entrevistado | Experiencia o puesto que desempeña | Empresa | Observaciones |
|-------------------------|--|--|--|
| Nela Valverde | Gerente general | Asesores Industriales Internacionales S.A. | |
| Ronald Salas | Gerente financiero | Color Centro Belén LTDA | |
| Víctor Guzmán | Gerente financiero | Ventas Inteligente FG S.A. | Experiencia anterior como encargado de cuentas por cobrar para Chicago en Hewlett Packard. |
| Carlos Jiménez | Gerente unidad ejecutora BCIE-CONAVI | CONAVI | |
| Alejandra Cabrera | Coordinadora de proceso de gestión de insumos contables. | ICE Telecomunicaciones | |
| Daniel Moya | Jefe de ventas de vehículos comerciales | AutoStar Vehículos S.A. | |
| Néstor Molina | Tesorero | Keith y Ramírez Industrial | Experiencia anterior desde cobrador hasta supervisor de cobros en HSBC |
| José Cambroneró | Ejecutivo de cobro | Purdy Motor | |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por los expertos en cuentas por cobrar.

1.2. Análisis de las preguntas

Para analizar las preguntas, se mostrarán las respuestas en las que coincidieron la mayoría de los expertos entrevistados:

- a. Pregunta 1:** ¿Cuáles considera que son los factores que pueden provocar un aumento exhaustivo en las cuentas por cobrar?

Al plantear esta pregunta a los expertos, se pretendía conocer las causas que incrementan las cuentas por cobrar en las empresas.

La mayoría de los entrevistados coincidieron en que los principales factores que incrementan las cuentas por cobrar son:

- Las deficientes políticas de crédito: Las cuales afectan tanto a empleados como a clientes, ya que al no tener claras las políticas de crédito, no se realiza un correcto proceso de otorgamiento de crédito y tampoco se respetan los plazos estipulados.

Néstor Molina señala: “Dentro de los factores más comunes para un aumento en las cuentas por cobrar se encuentran las deficientes políticas de otorgamiento de crédito que manejan la mayoría de compañías de este país, donde no se analiza a conciencia cuáles personas ya sean jurídicas o físicas son sujetas a crédito, y a su vez la deficiente asignación de topes máximos de crédito”.

- La mala gestión de cobro: El ejecutivo de ventas en algunas ocasiones se desentiende de sus clientes al concluir la formalización del crédito o la venta, perdiendo contacto o comunicación con éste y generando una gestión de cobro poco eficiente.
- La situación económica del país: La situación financiera de los clientes, donde éstos pierden la capacidad de pago de sus deudas ya sea por una crisis financiera o por mala planificación del uso de los recursos.

Es importante destacar que las principales causas que mencionaron los expertos son causas controlables para las empresas, por lo tanto, una mejor gestión en las políticas de crédito y en la labor de cobros, puede disminuir el aumento exhaustivo de las cuentas por cobrar. Así mismo los expertos plantearon una causa que no es controlable por las empresas, como lo es la situación económica del país, la cual afecta la capacidad de pago del cliente.

b. Pregunta 2: Según su criterio, ¿Cuáles son los factores que influyen en la recuperación de las cuentas por cobrar?

De acuerdo con el criterio de los expertos, son muchos los factores que influyen en la recuperación de las cuentas por cobrar, dentro de los cuales destacan: El compromiso del agente de ventas para el cliente, la exigencia de garantías de pago, las políticas de crédito y cobro, y los diversos medios para facilitar la gestión de cobro ya sea vía correo, telefónico, visitas personales, entre otros.

Víctor Guzmán señala lo siguiente: “Es muy importante el buen trato con las personas con las que se trabaja, ya que así ellos le ayudan a uno con el pago”.

Por lo tanto, los expertos alegan que los principales factores están relacionados con el encargado de efectuar la venta, ya que éste es el responsable de explicarle al cliente los compromisos de pago a través de una excelente comunicación, ofreciendo un buen trato con el cliente, y brindándole a éste diversos medios para facilitar el pago de sus obligaciones.

c. Pregunta 3: ¿Cuáles considera usted que son las estrategias que se pueden emplear para recuperar los créditos otorgados en el tiempo estimado?

Dentro de las principales estrategias que los expertos consideran que funcionan de forma adecuada se encuentran:

- Descuento por pronto pago.

- Políticas de crédito y cobro.
- Servicio post-venta.
- Comisión a gestores de crédito.
- Pago automático de facturas por tarjetas de crédito o débito.
- Descuento de facturas en entidades financieras.

Sin embargo, todos los expertos coincidieron en la importancia de contar con políticas de crédito y cobro que contribuyan a una adecuada formalización de los créditos, acompañados de un plan de incentivos para la cancelación eficiente de las deudas.

Uno de los incentivos que los expertos consideran más importante es el descuento por pronto pago, ya que esta estrategia no solo mantiene la morosidad baja, sino también contribuye con el flujo de caja de la empresa, y visto desde la perspectiva del cliente, es un beneficio más para continuar con la relación de negocios entre ambas partes.

d. Pregunta 4: De las estrategias mencionadas anteriormente, ¿Cuáles considera que se podrían aplicar en la industria de repuestos automotrices, tomando en cuenta que esta industria está conformada en su mayoría por pequeñas y medianas empresas, las cuales se encuentran en competencia perfecta?

Al plantear esta pregunta se buscaba obtener un criterio objetivo de expertos de distintos sectores empresariales, con respecto a las estrategias que ellos consideraban más adecuadas para el perfil del sector de los repuestos automotrices.

La respuesta obtenida por los expertos fue similar a la respuesta anterior, ya que consideraban que tanto en la industria de los repuestos automotrices como en cualquier otra industria, es necesario ser muy cautelosos en la formalización del crédito, y luego ofrecer un incentivo al cliente para que cancele sus deudas en el tiempo estimado.

Dentro de las principales estrategias que recomiendan, se encuentran:

- Descuento por pronto pago.

- Servicio post-venta.
- Descuento de facturas o convenio con alguna entidad financiera.

Néstor Molina señala con respecto a esto: “Considero que al aplicar un descuento por pronto pago sería una técnica efectiva de cobro, ya que asegura mantener una relación de negocios entre ambas partes, y poco a poco disminuye el riesgo de perder a los clientes”.

e. Pregunta 5: En su opinión, ¿De qué forma considera que puede impactar financieramente a las empresas, el implementar estrategias de crédito y cobro que se adapten mejor a la naturaleza de cada empresa?

Los expertos opinan que al personalizar las estrategias de crédito y cobro acorde a la naturaleza de la empresa, permite enfocarse en los aspectos realmente importantes y que generan mejores rendimientos a la compañía, reflejándose en el flujo de caja principalmente, además mejora la solidez de la empresa, se mantienen una cartera de clientes más sana, mejora la imagen de la empresa en el mercado, aumenta las ventas y directamente la afectación en los ingresos.

Por lo tanto, los expertos concuerdan que al implementar estrategias de crédito y cobro que se adapten mejor a la naturaleza de cada empresa, mejora en forma positiva la situación financiera de la compañía.

2. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

2.1. Análisis de las preguntas

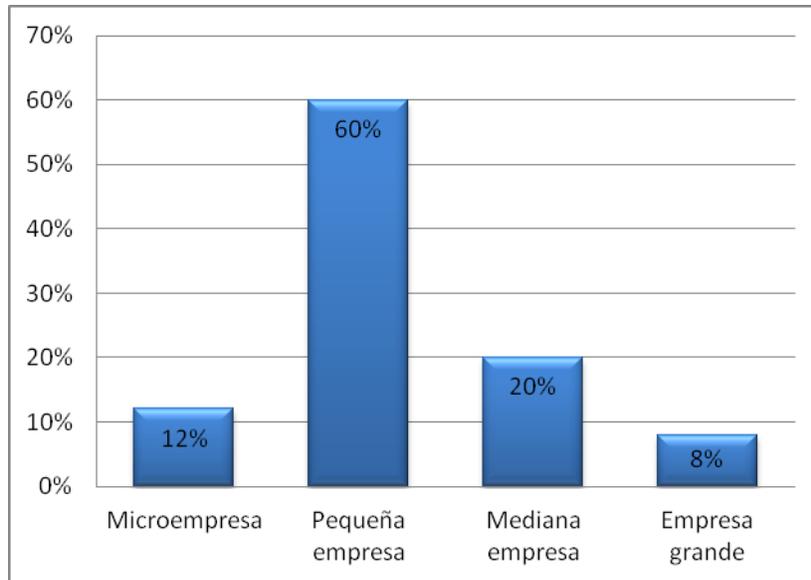
A continuación se presentan los resultados obtenidos a través de las encuestas que se realizaron a las empresas de la industria de los repuestos automotrices, correspondientes a 21 preguntas que se muestran a continuación:

Cuadro N°3
TAMAÑO DE LA EMPRESA
Octubre 2012
-en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|-----------------|-----------|-------------|
| Microempresa | 6 | 12% |
| Pequeña empresa | 30 | 60% |
| Mediana empresa | 10 | 20% |
| Empresa grande | 4 | 8% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°1
TAMAÑO DE LA EMPRESA
Octubre 2012
-en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Este punto busca identificar y catalogar las empresas de acuerdo al tamaño en referencia al número de trabajadores que posee, siendo el catalogo el siguiente:

- Microempresas: Se denominan microempresas a todas aquellas que únicamente poseen de 1 a 5 empleados.
- Pequeña empresa: Compañía que cuenta con la colaboración de 6 a 30 trabajadores.
- Mediana empresa: Se caracteriza por contar de 31 a 100 empleados en sus labores diarias.
- Empresa Grande: Empresa conformada por más de 100 trabajadores.

Este punto será clave para investigar la eficiencia en cuentas por cobrar según el tamaño de la industria.

Observado lo anterior, este gráfico muestra el impacto que tienen las pequeñas empresas en el mercado de repuestos automotriz en el Gran Área Metropolitana, este

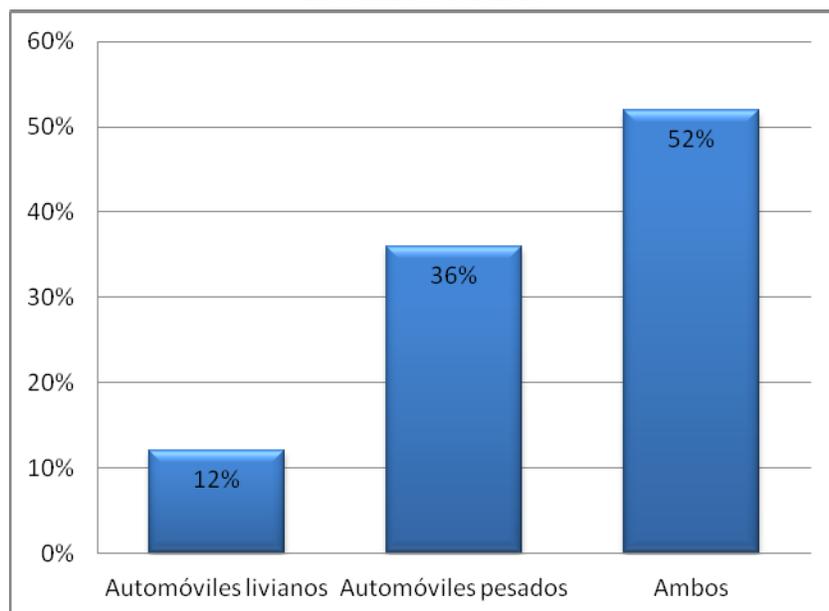
mercado está seguido con un menor porcentaje por las empresas medianas con un 20%, y finalmente las empresas grandes ocupan un pequeño porcentaje en la industria de repuestos automotrices.

Cuadro N°4
 TIPO DE REPUESTOS
 Octubre 2012
 -en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|----------------------|-----------|-------------|
| Automóviles livianos | 6 | 12% |
| Automóviles pesados | 18 | 36% |
| Ambos | 26 | 52% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°2
 TIPO DE REPUESTOS
 Octubre 2012
 -en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Las empresas en su mayoría ofrecen tanto repuestos de automóviles pesados como de automóviles livianos, con un 52%, seguido por empresas dedicadas únicamente a la venta de repuestos de automóviles pesados con un 36%, y por último se encuentran las empresas exclusivas de repuestos de automóviles livianos.

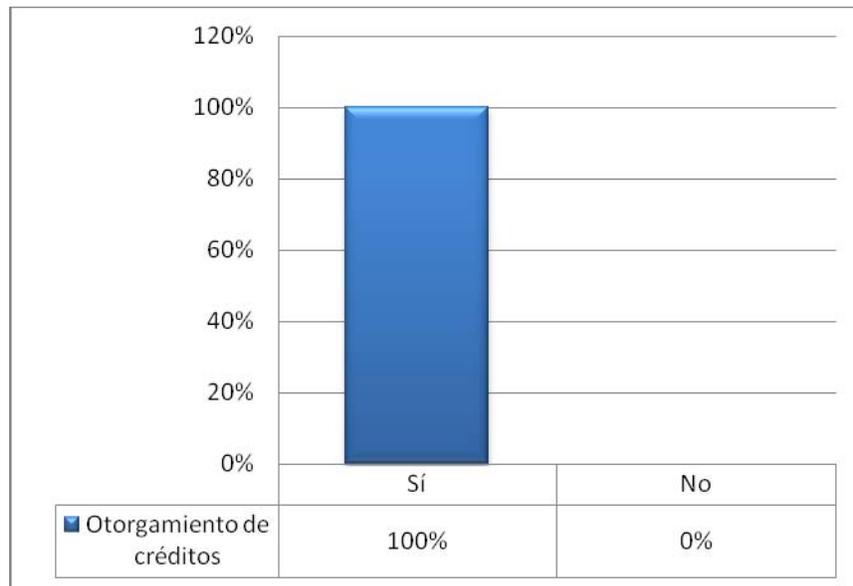
Las personas que tengan la necesidad de repuestos automotrices pesados y livianos pueden encontrar estos productos en más de la mitad de la población estudiada.

Cuadro N°5
OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS
Octubre 2012
-en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|--------------|-----------|-------------|
| Sí | 50 | 100% |
| No | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°3
OTORGAMIENTO DE CRÉDITOS
Octubre 2012
-en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Las empresas sin importar el tamaño que posean, otorgan créditos. Aspecto que será fundamental para evaluar la eficiencia en la recuperación del dinero.

Este aspecto es importante, porque para subsistir en esta industria, es necesario que las empresas cuenten con inventarios en la compañía, por lo que existe la necesidad de recuperar la ganancia de inversión para continuar con ella.

Esto a su vez muestra que todas las empresas consultadas participaron en su totalidad en el cuestionario.

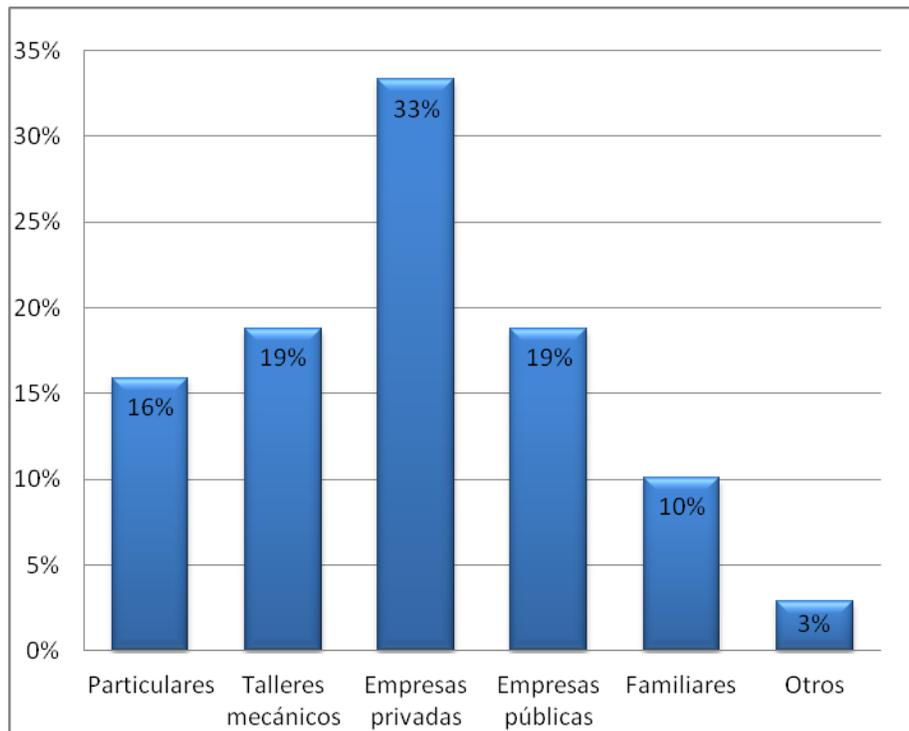
Cuadro N°6
TIPO DE CLIENTES A LOS QUE SE LES OTORGA CRÉDITOS
Octubre 2012
-en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|--------------------|------------------|------------------|
| Particulares | 22 | 16% |
| Talleres mecánicos | 26 | 19% |
| Empresas privadas | 46 | 33% |
| Empresas públicas | 26 | 19% |
| Familiares | 14 | 10% |
| Otros | 4 | 3% |
| Total | 138 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

*Nota: El total de las respuestas exceden las 50 empresas en estudio, debido a que corresponde a una pregunta con respuesta múltiple.

Gráfico N°4
TIPO DE CLIENTES A LOS QUE SE LES OTORGA CRÉDITOS
Octubre 2012
-en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Las empresas privadas son las que poseen más uso del sistema crediticio en esta industria, seguido de cerca por talleres mecánicos y empresas públicas.

Si se analiza la situación descrita anteriormente, se debe a la facilidad que brindan hacia los empleados de estas empresas para el retiro de mercadería, así como facilidad de trámite de factura, y en su mayoría en los talleres mecánicos la posibilidad de poder realizar el arreglo y posteriormente pagar el insumo.

En menor porcentaje pero sin restar importancia, se encuentran las personas particulares que son aquellas que tienen la posibilidad de contar con créditos para

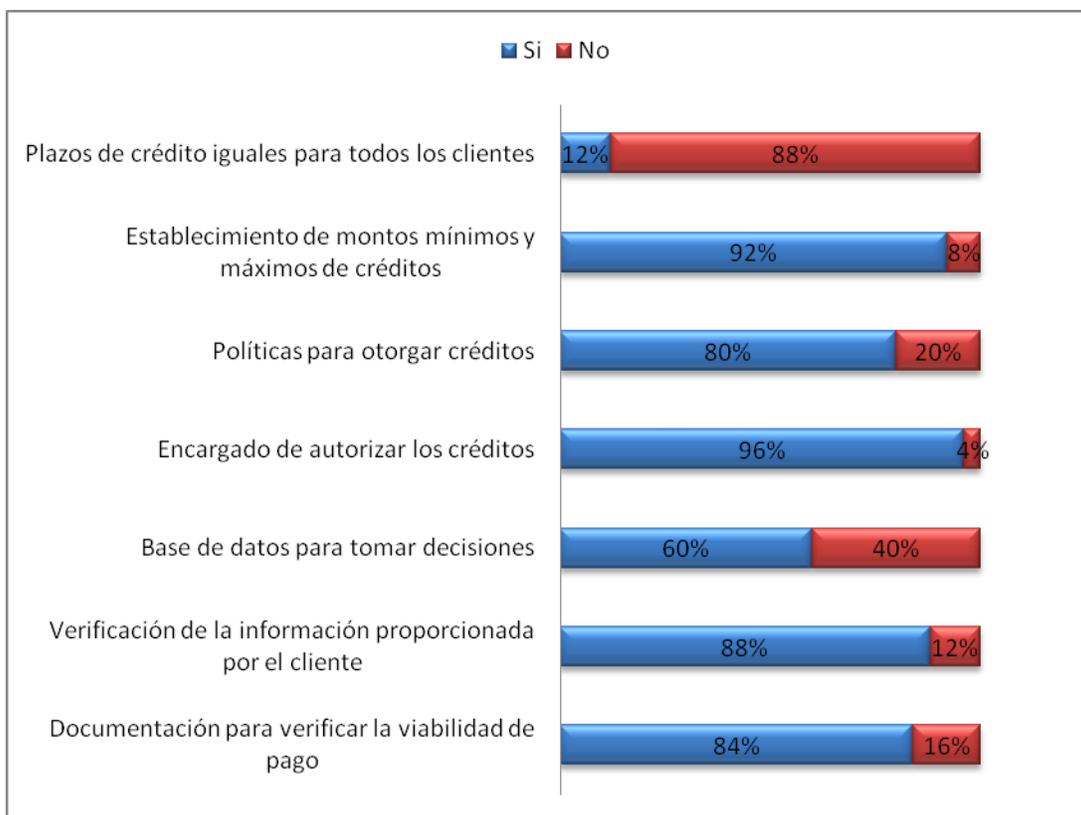
mayor funcionamiento de los vehículos propios, seguido por los familiares de los dueños de estas industrias.

Cuadro N°7
FACTORES QUE SE TOMAN EN CUENTA PARA OTORGAR CRÉDITOS
Octubre 2012
-en términos absolutos y relativos-

| Detalle | | Absolutos | Relativos |
|---|--------------|-----------|-------------|
| Documentación para verificar la viabilidad de pago | Sí | 42 | 84% |
| | No | 8 | 16% |
| | Total | 50 | 100% |
| Verificación de la información proporcionada por el cliente | Sí | 44 | 88% |
| | No | 6 | 12% |
| | Total | 50 | 100% |
| Base de datos para tomar decisiones | Sí | 30 | 60% |
| | No | 20 | 40% |
| | Total | 50 | 100% |
| Encargado de autorizar los créditos | Sí | 48 | 96% |
| | No | 2 | 4% |
| | Total | 50 | 100% |
| Políticas para otorgar créditos | Sí | 40 | 80% |
| | No | 10 | 20% |
| | Total | 50 | 100% |
| Establecimiento de montos mínimos y máximos de créditos | Sí | 46 | 92% |
| | No | 4 | 8% |
| | Total | 50 | 100% |
| Plazos de crédito iguales para todos los clientes | Sí | 6 | 12% |
| | No | 44 | 88% |
| | Total | 50 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°5
FACTORES QUE SE TOMAN EN CUENTA PARA OTORGAR CRÉDITOS
Octubre 2012
-en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Independientemente del tamaño de la empresa, se prosiguió a analizar los factores que influyen en las compañías en el momento de otorgarle préstamo a un cliente:

- a) Documentación para verificar la viabilidad de pago: Todas las empresas brindan servicio de crédito a sus clientes, sin embargo únicamente el 84% de éstas se preocupa por investigar la capacidad de pago que tiene el cliente sobre el crédito que está solicitando. El 16% desconoce la capacidad de pago de sus clientes.

- b)** Verificación de la información facilitada por el cliente: Un 88% de las empresas sí verifican la información que los clientes brindan. Entendiéndose como información los números de teléfono, cédula, nombre, dirección, entre otros aspectos.
- c)** Base de datos para tomar decisiones: Más de la mitad de las empresas en estudio poseen bases de datos de sus clientes.
- d)** Encargado de autorizar créditos: Un 96% tiene un encargado que es el responsable de analizar la información y dar el veredicto final respecto a la aprobación del préstamo.
- e)** Políticas para otorgar créditos: En este aspecto un 80% de las empresas tienen este factor en cuenta.
- f)** Establecimiento de montos máximos y mínimos de créditos: El 92% de las empresas tienen montos máximos y mínimos de créditos, y un 8% no cuenta con este tipo de políticas.
- g)** Plazos de créditos iguales para los clientes: El 88% de las empresas tienen establecidas los plazos de créditos según cada tipo de cliente.

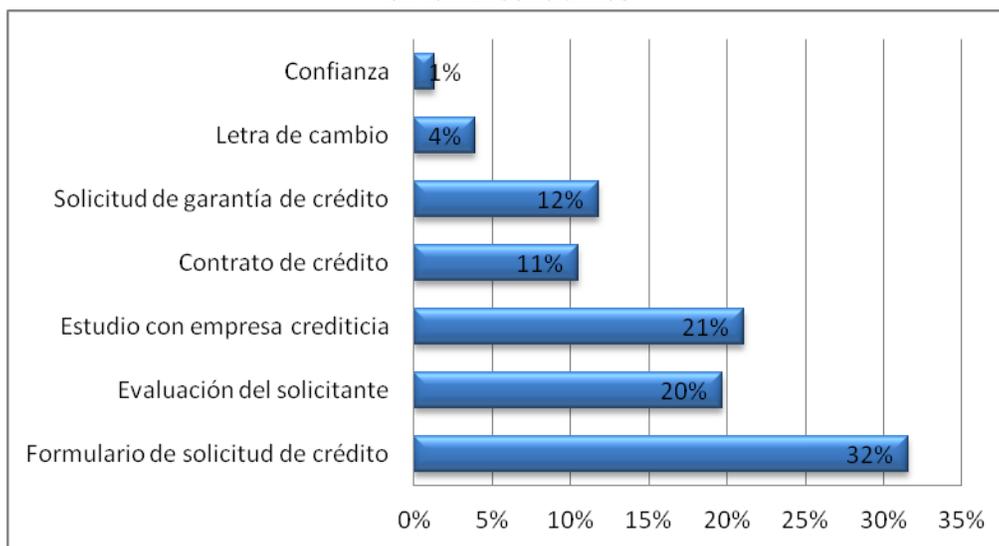
Cuadro N°8
ELEMENTOS PARA APROBAR UN CRÉDITO
Octubre 2012
-en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|------------------------------------|------------|-------------|
| Formulario de solicitud de crédito | 48 | 32% |
| Evaluación del solicitante | 30 | 20% |
| Estudio con empresa crediticia | 32 | 21% |
| Contrato de crédito | 16 | 11% |
| Solicitud de garantía de crédito | 18 | 12% |
| Letra de cambio | 6 | 4% |
| Confianza | 2 | 1% |
| Total | 152 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

*Nota: El total de las respuestas exceden las 50 empresas en estudio, debido a que corresponde a una pregunta con respuesta múltiple.

Gráfico N°6
ELEMENTOS PARA APROBAR UN CRÉDITO
Octubre 2012
-en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

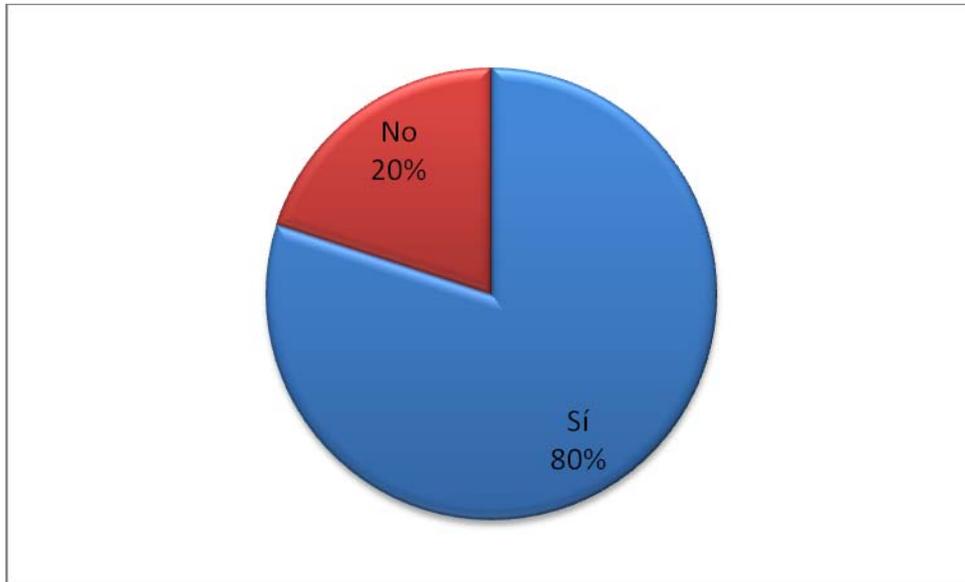
Según la opinión de las empresas encuestadas se obtuvieron los siguientes resultados en cuanto a las herramientas que utilizan para la aprobación de un crédito, dentro de los elementos más comunes están los formularios de solicitudes de crédito con un porcentaje de 32%, seguido de los estudios con empresas crediticias al cual le corresponde un 21%, y por último, las evaluaciones del solicitante con un 20% de utilización. Entre los elementos menos usados se encuentran los otorgamientos de créditos según el grado de confianza con el cliente, el cual se representa con un 1% del total.

Cuadro N°9
EXISTENCIA DE POLÍTICAS DE CRÉDITO
Octubre 2012
-en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|----------------|------------------|------------------|
| Sí | 40 | 80% |
| No | 10 | 20% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°7
EXISTENCIA DE POLÍTICAS DE CRÉDITO
Octubre 2012
-en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

De acuerdo a los datos obtenidos, en el cuadro N°7 se muestra que la mayoría de las empresas encuestadas afirman con un 80% tener políticas de crédito establecidas en su empresa; mientras que el 20% restante no posee políticas de crédito definidas.

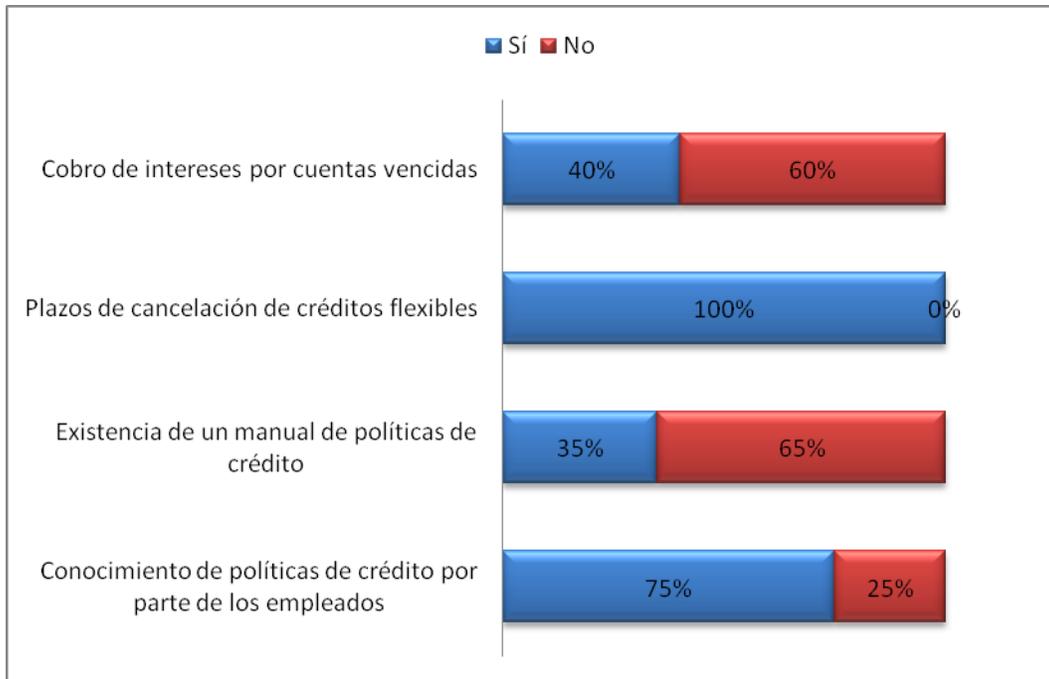
Es muy importante que las empresas cuenten con políticas crediticias bien definidas, ya que permitirá estandarizar el proceso del otorgamiento de los créditos, siguiendo con la estrategia que la empresa elija, ya sea una visión conservadora o más riesgosa.

Cuadro N°10
POLÍTICAS DE CRÉDITO
Octubre 2012
-en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos | |
|--|--------------|-----------|-------------|
| Conocimiento de políticas de crédito por parte de los empleados | Sí | 30 | 75% |
| | No | 10 | 25% |
| | Total | 40 | 100% |
| Existencia de un manual de políticas de crédito | Sí | 14 | 35% |
| | No | 26 | 65% |
| | Total | 40 | 100% |
| Plazos de cancelación de créditos flexibles | Sí | 40 | 100% |
| | No | 0 | 0% |
| | Total | 50 | 100% |
| Cobro de intereses por cuentas vencidas | Sí | 16 | 40% |
| | No | 24 | 60% |
| | Total | 40 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°8
 POLÍTICAS DE CRÉDITO
 Octubre 2012
 -en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Según la opinión de las empresas que señalaron poseer políticas de crédito (40 empresas) se obtuvieron los siguientes resultados:

- a) Más de la mitad de las empresas no cobran intereses por cuentas vencidas, es decir, únicamente el 40% de las empresas encuestadas utilizan el cobro de intereses moratorios.
- b) El 100% de las empresas que utilizan políticas de crédito poseen plazos de cancelación de créditos flexibles, donde se puede otorgar distintos plazos según el tipo de cliente y la cantidad de mercadería que compre.

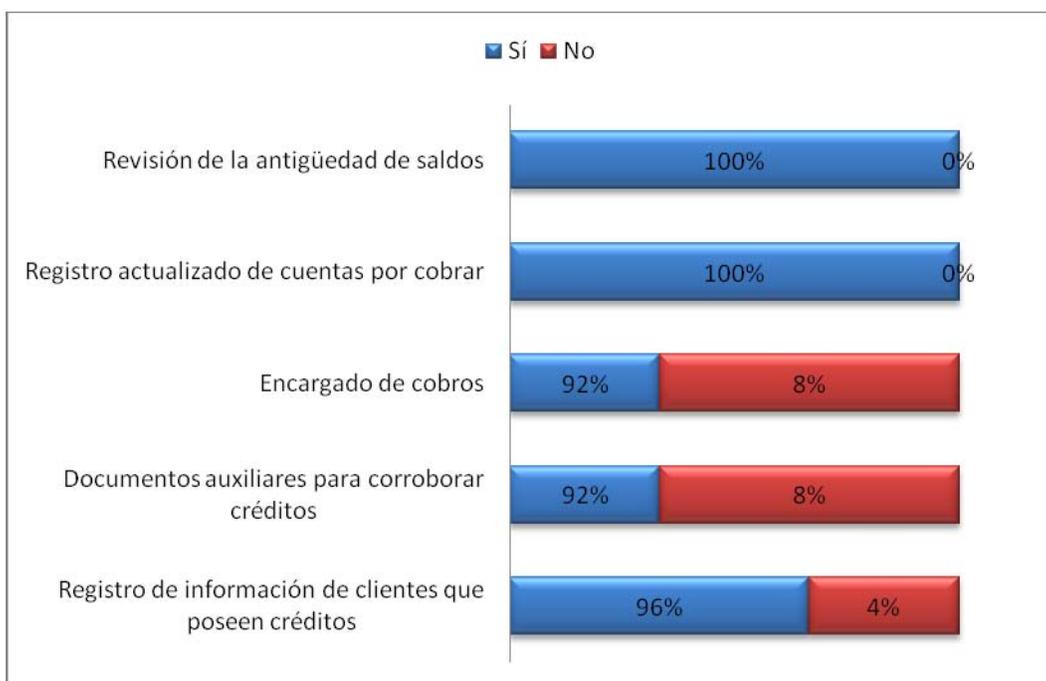
- c) Únicamente el 35% de las empresas cuentan con manuales de políticas de crédito, es decir, aunque las empresas poseen políticas de crédito, la mayoría de ellas no poseen un manual donde se establezcan de manera formal.
- d) Un 75% de las empresas señalan que sus empleados conocen las políticas de crédito, mientras que un 25% de ellos lo desconocen.

Cuadro N°11
CONTROL DE CUENTAS POR COBRAR
Octubre 2012
-en términos absolutos y relativos-

| Detalle | | Absolutos | Relativos |
|---|--------------|-----------|-------------|
| Registro de información de clientes que poseen créditos | Sí | 48 | 96% |
| | No | 2 | 4% |
| | Total | 50 | 100% |
| Documentos auxiliares para corroborar créditos | Sí | 46 | 92% |
| | No | 4 | 8% |
| | Total | 50 | 100% |
| Encargado de cobros | Sí | 46 | 92% |
| | No | 4 | 8% |
| | Total | 50 | 100% |
| Registro actualizado de cuentas por cobrar | Sí | 50 | 100% |
| | No | 0 | 0% |
| | Total | 50 | 100% |
| Revisión de la antigüedad de saldos | Sí | 50 | 100% |
| | No | 0 | 0% |
| | Total | 50 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°9
CONTROL DE CUENTAS POR COBRAR
Octubre 2012
-en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

De acuerdo a la opinión brindada por las empresas de la industria de repuestos automotrices acerca del control de las cuentas por cobrar, un 100% efectúa la revisión de antigüedad de saldos y el registro actualizado de cuentas.

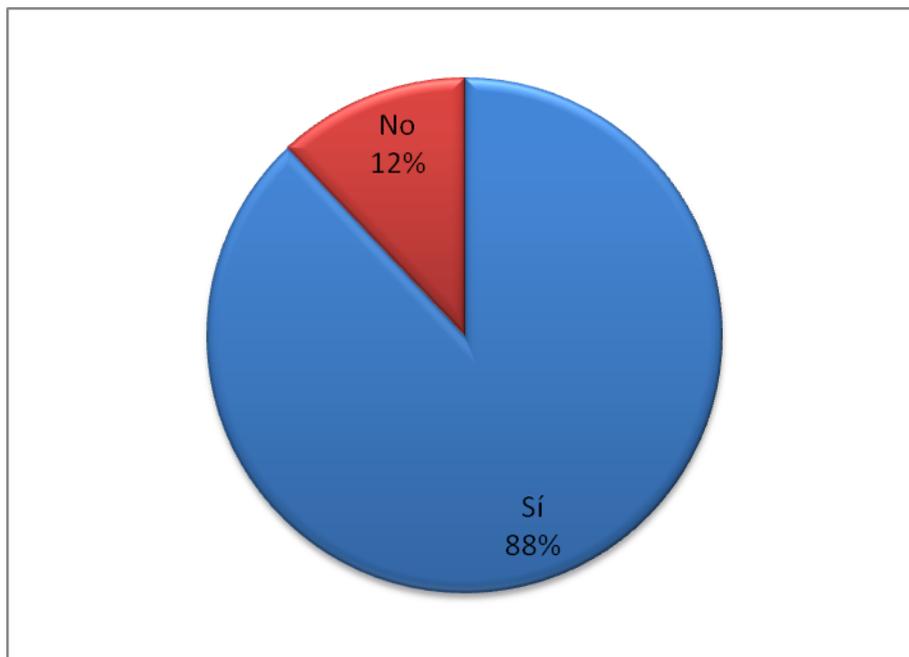
En lo que respecta a las empresas que registran la información de los clientes que poseen créditos, ésta corresponde a un 96%, el otro 4% no posee ese registro de información; un 92% opinaron que cuentan con un encargado de cobros en sus departamentos, así como el registro de documentos auxiliares para corroborar los créditos.

Cuadro N°12
 ENVÍO DE ESTADOS DE CUENTA A LOS DEUDORES
 Octubre 2012
 -en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|--------------|-----------|-------------|
| Sí | 44 | 88% |
| No | 6 | 12% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°10
 ENVÍO DE ESTADOS DE CUENTA A LOS DEUDORES
 Octubre 2012
 -en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Según la información recopilada en el gráfico anterior, podemos observar que el 88% de las empresas envían estados de cuenta a los deudores con la finalidad de que las

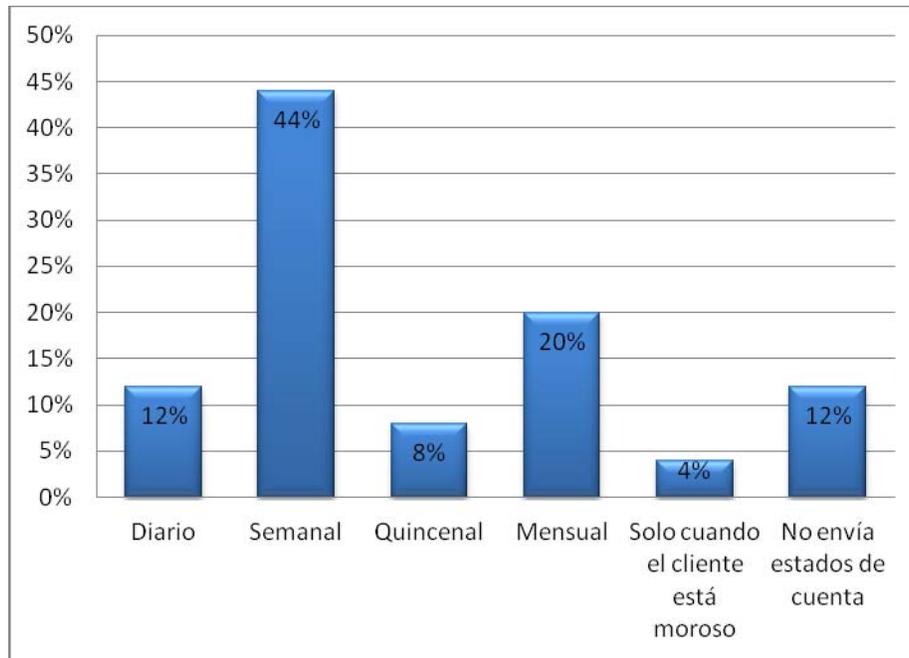
cuentas morosas sean reconocidas. Este es un procedimiento básico y fundamental para el control adecuado de las cuentas por cobrar en las empresas.

Cuadro N°13
 FRECUENCIA DE COMUNICADO DE CUENTAS A LOS DEUDORES
 Octubre 2012
 -en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|------------------------------------|------------------|------------------|
| Diario | 6 | 12% |
| Semanal | 22 | 44% |
| Quincenal | 4 | 8% |
| Mensual | 10 | 20% |
| Solo cuando el cliente está moroso | 2 | 4% |
| No envía estados de cuenta | 6 | 12% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°11
FRECUENCIA DE COMUNICADO DE CUENTAS A LOS DEUDORES
Octubre 2012
-en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

De acuerdo a la información compilada en el gráfico anterior, las empresas investigadas envían con frecuencia estados de cuenta a las empresas deudoras, el 44% de las empresas lo realiza semanalmente, seguido del envió mensual con un 20% de representación.

El envió de estos estados representa un canal de comunicación directo con la empresas deudoras, lo cual establece que existe un control adecuado de sus cuentas por cobrar, de la misma forma estos comunicados son prácticas recurrentes que utilizan la mayoría de las empresas para contabilizar y administrar sus ventas a crédito, y no lo realizan como una medida reactiva una vez que las cuentas ya hayan sido vencidas.

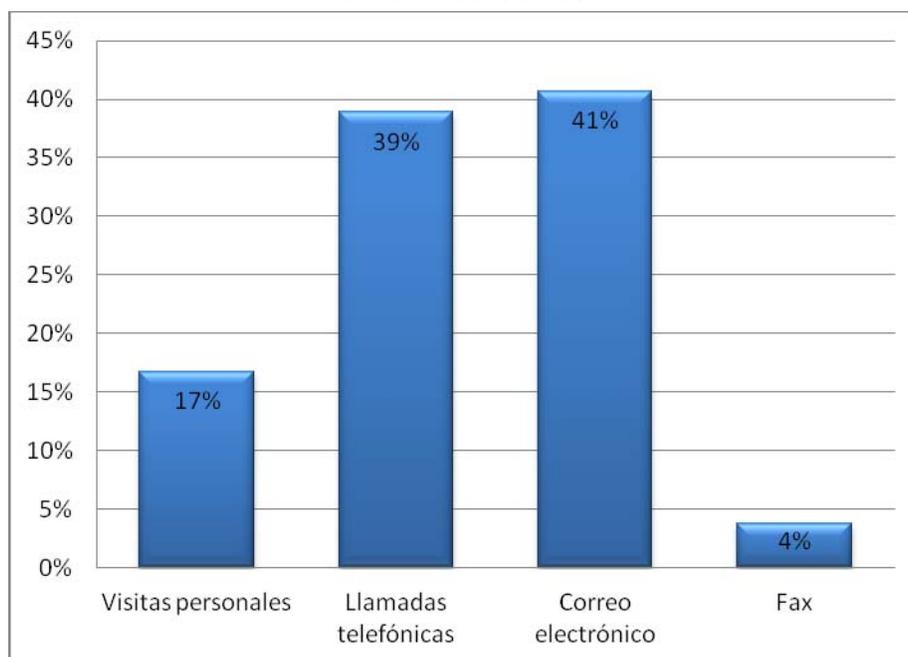
Cuadro N°14
MEDIOS PARA REALIZAR LOS COMUNICADOS
 Octubre 2012
 -en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|----------------------|------------------|------------------|
| Visitas personales | 18 | 17% |
| Llamadas telefónicas | 42 | 39% |
| Correo electrónico | 44 | 41% |
| Fax | 4 | 4% |
| Total | 108 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

*Nota: El total de las respuestas exceden las 50 empresas en estudio, debido a que corresponde a una pregunta con respuesta múltiple.

Gráfico N°12
MEDIOS PARA REALIZAR LOS COMUNICADOS
 Octubre 2012
 -en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Se puede observar en el gráfico anterior que el método más utilizado para el envío de los comunicados de cuenta es el correo electrónico con un 41%, seguido muy de cerca por las llamadas telefónicas con un 39% de representación. De la misma forma pero en menor cuantía, se utilizan las visitas personales con un 17% y el fax con apenas con un 4%.

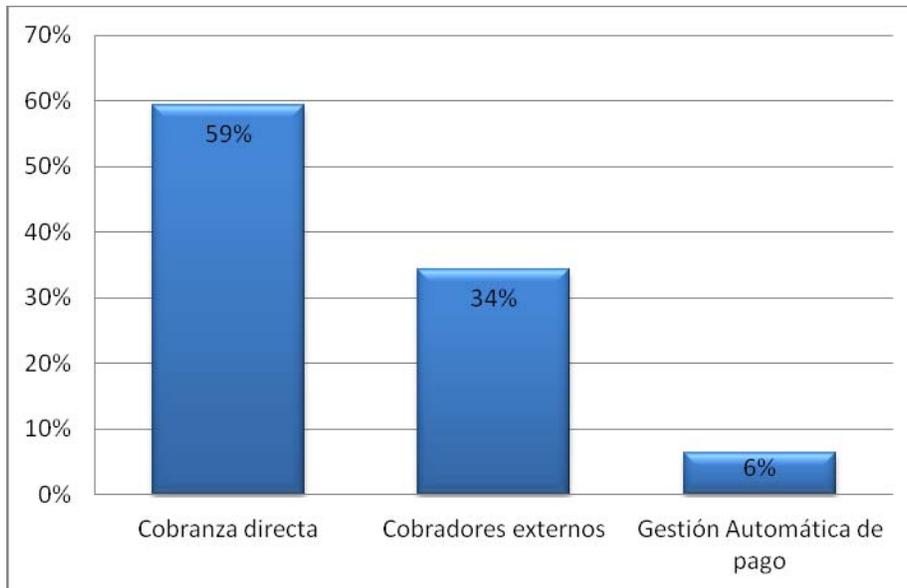
Cuadro N°15
TIPO DE PROCEDIMIENTO DE COBRANZA
Octubre 2012
-en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|----------------------------------|------------------|------------------|
| Cobranza directa | 38 | 59% |
| Cobranza por medio de cobradores | 22 | 34% |
| Transferencia electrónica | 4 | 6% |
| Total | 64 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

*Nota: El total de las respuestas exceden las 50 empresas en estudio, debido a que corresponde a una pregunta con respuesta múltiple.

Gráfico N°13
TIPO DE PROCEDIMIENTO DE COBRANZA
Octubre 2012
-en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

De acuerdo a la información suministrada en el gráfico anterior, las empresas investigadas utilizan como método principal de recaudación, la cobranza directa con un 59%, esto nos indica que la mayoría de las empresas se encargan de ejecutar y administrar su propia gestión de cobro.

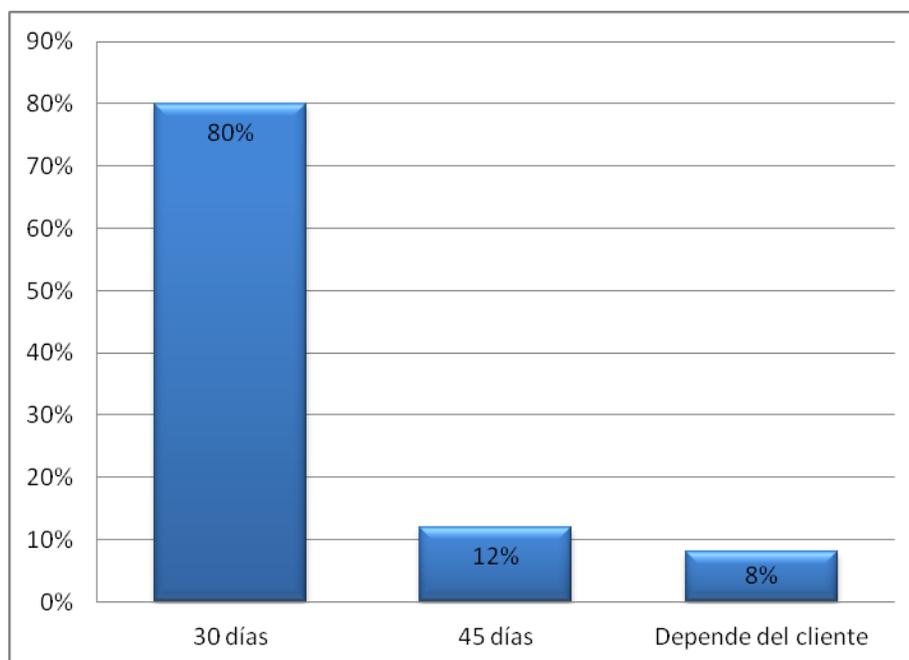
Caso contrario sucede con el 34% de las empresas que decidieron realizar su gestión de cobro por medio de cobradores externos, y por ultimo un 6% de las empresas decidieron utilizar las gestión automática de pago como un método más seguro de cobro.

Cuadro N°16
 CICLO DE COBRO
 Octubre 2012
 -en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|----------------------------|-----------|-------------|
| 30 días | 40 | 80% |
| 45 días | 6 | 12% |
| Depende del cliente | 4 | 8% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°14
 CICLO DE COBRO
 Octubre 2012
 -en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Según los datos mostrados anteriormente se puede observar que el 80% de las empresas encuestadas poseen un ciclo de cobro de 30 días, mientras que el 12% lo tienen a 45 días.

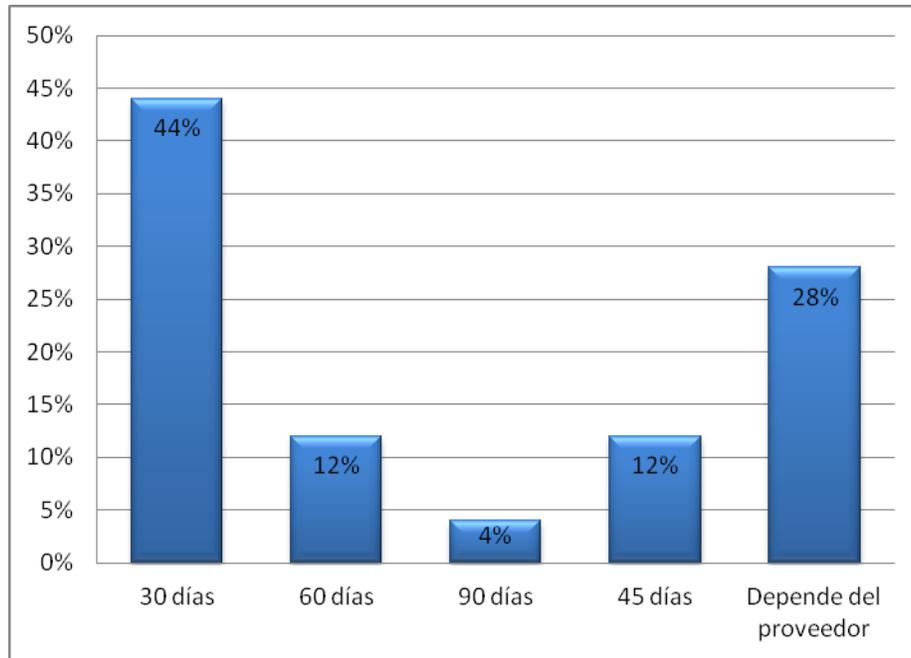
Existe un porcentaje mínimo (8%) que su ciclo de cobro depende de la negociación con cada cliente, dicha negociación se hará dependiendo del monto de la venta.

Cuadro N°17
CICLO DE PAGO
Octubre 2012
-en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|------------------------------|------------------|------------------|
| 30 días | 22 | 44% |
| 60 días | 6 | 12% |
| 90 días | 2 | 4% |
| 45 días | 6 | 12% |
| Depende del proveedor | 14 | 28% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°15
CICLO DE PAGO
Octubre 2012
-en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Según los datos del gráfico anterior, el 44% de las empresas posee un periodo de pago de 30 días, mientras que un 28% depende de la negociación que hayan realizado con sus proveedores.

Por otra parte, existen un 12% de las empresas que cuentan con un ciclo de pago de 60 y 45 días.

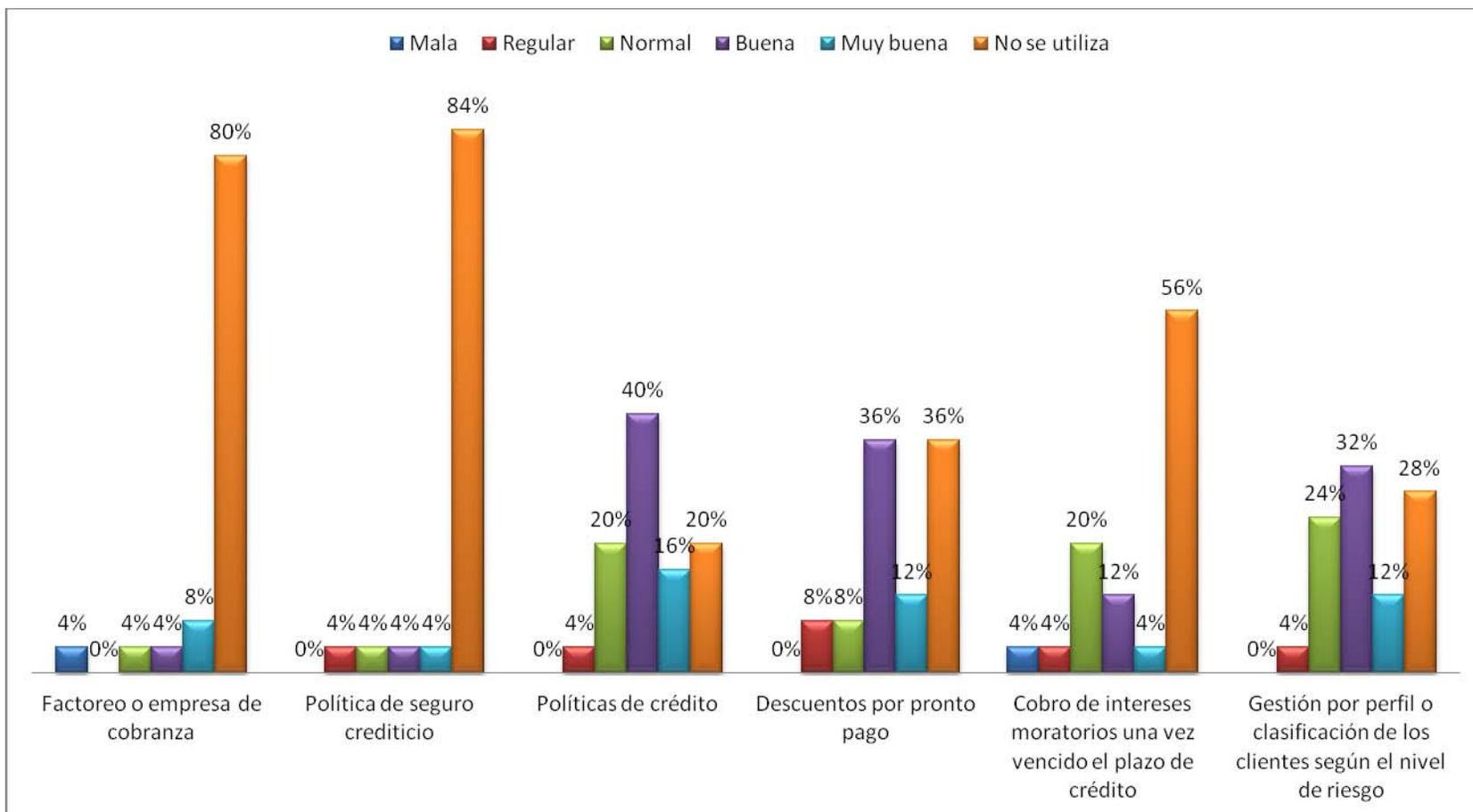
Cuadro N°18
 ESTRATEGIAS DE RECUPERACIÓN DE CRÉDITOS
 Octubre 2012
 -en términos absolutos y relativos-

| Detalle | | Absolutos | Relativos |
|--------------------------------|---------------|-----------|-------------|
| Factoreo o empresa de cobranza | Mala | 2 | 4% |
| | Regular | 0 | 0% |
| | Normal | 2 | 4% |
| | Buena | 2 | 4% |
| | Muy buena | 4 | 8% |
| | No se utiliza | 40 | 80% |
| | Total | 50 | 100% |
| Política de seguro crediticio | Mala | 0 | 0% |
| | Regular | 2 | 4% |
| | Normal | 2 | 4% |
| | Buena | 2 | 4% |
| | Muy buena | 2 | 4% |
| | No se utiliza | 42 | 84% |
| | Total | 50 | 100% |
| Políticas de crédito | Mala | 0 | 0% |
| | Regular | 2 | 4% |
| | Normal | 10 | 20% |
| | Buena | 20 | 40% |
| | Muy buena | 8 | 16% |
| | No se utiliza | 10 | 20% |
| | Total | 50 | 100% |
| Descuentos por pronto pago | Mala | 0 | 0% |
| | Regular | 4 | 8% |
| | Normal | 4 | 8% |
| | Buena | 18 | 36% |
| | Muy buena | 6 | 12% |
| | No se utiliza | 18 | 36% |
| | Total | 50 | 100% |

| | | | |
|--|---------------|-----------|-------------|
| Cobro de intereses moratorios una vez vencido el plazo de crédito | Mala | 2 | 4% |
| | Regular | 2 | 4% |
| | Normal | 10 | 20% |
| | Buena | 6 | 12% |
| | Muy buena | 2 | 4% |
| | No se utiliza | 28 | 56% |
| | Total | 50 | 100% |
| Gestión por perfil o clasificación de los clientes según el nivel de riesgo | Mala | 0 | 0% |
| | Regular | 2 | 4% |
| | Normal | 12 | 24% |
| | Buena | 16 | 32% |
| | Muy buena | 6 | 12% |
| | No se utiliza | 14 | 28% |
| | Total | 50 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°16
 ESTRATEGIAS DE RECUPERACIÓN DE CRÉDITOS
 Octubre 2012
 -en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Dentro de las estrategias investigadas se observa que las menos utilizadas por las empresas son el factoreo o empresa de cobranza, y las pólizas de seguro crediticio, con un más de un 80%. Existen aproximadamente entre un 4% y un 8% de las empresas que sí utilizan las estrategias mencionadas anteriormente.

Entre un 30% y un 40% de las empresas encuestadas utilizan las estrategias de políticas de crédito, descuento por pronto pago y clasificación de clientes según nivel de riesgo, y consideran que su aplicación es buena en la industria de los repuestos automotrices.

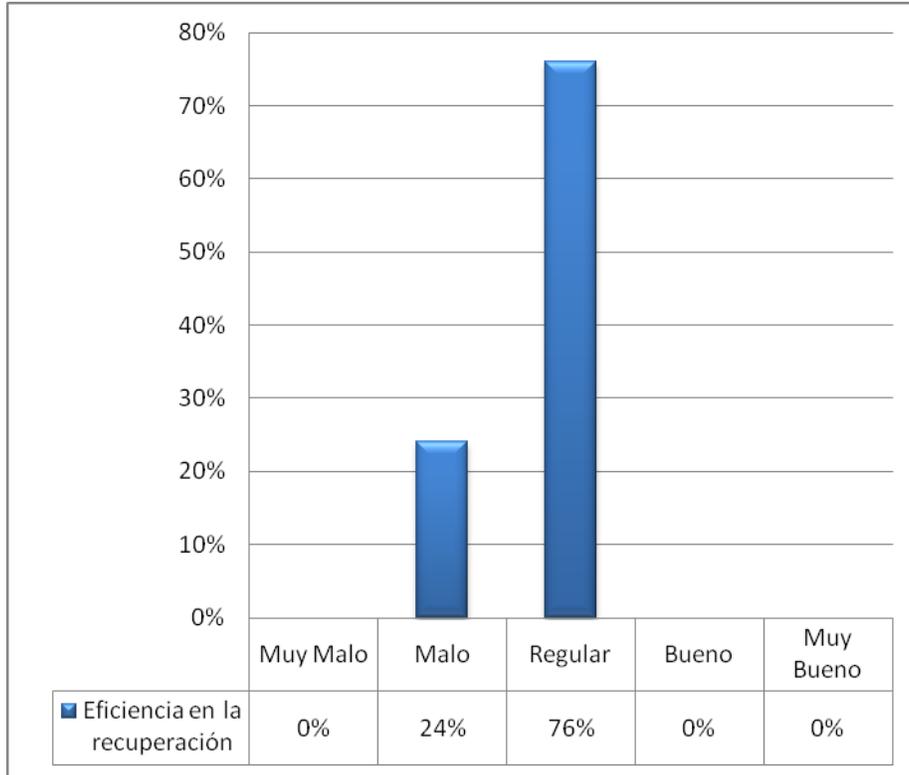
Por último, el 56% de los encuestados no utilizan el cobro de intereses moratorios, es decir, más de la mitad de los encuestados no utilizan esta estrategia para recuperar sus créditos.

Cuadro N°19
EFICIENCIA EN LA RECUPERACION DE LAS CUENTAS POR COBRAR
Octubre 2012
-en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|----------------|------------------|------------------|
| Muy malo | 0 | 0% |
| Malo | 12 | 24% |
| Regular | 38 | 76% |
| Bueno | 0 | 0% |
| Muy bueno | 0 | 0% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°17
EFICIENCIA EN LA RECUPERACION DE LAS CUENTAS POR COBRAR
 Octubre 2012
 -en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Según las empresas encuestadas, el 76% consideran que poseen un nivel de eficiencia regular en la recuperación de sus cuentas por cobrar; mientras que un 24% la consideran mala.

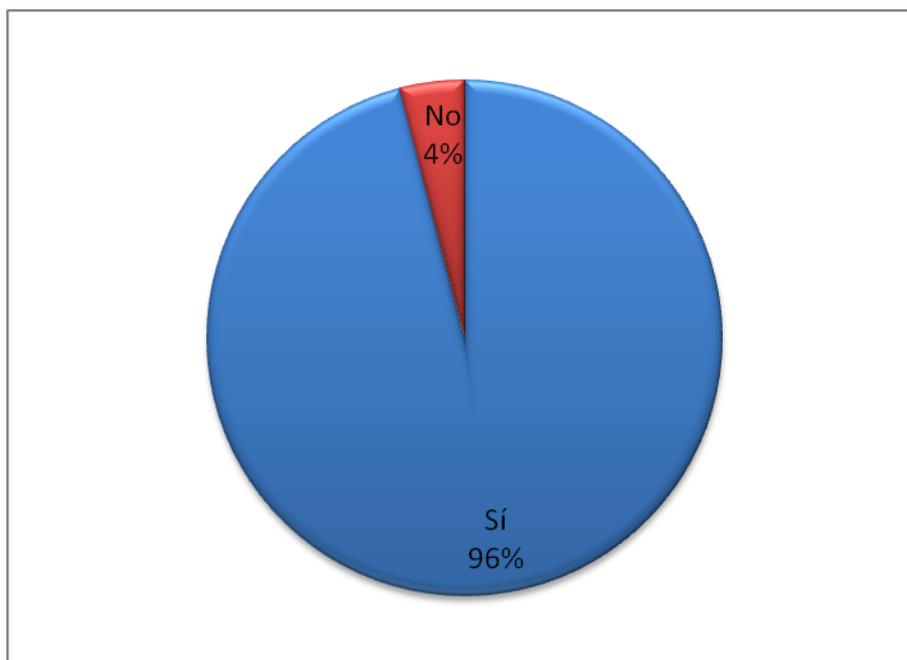
Como se puede observar, ninguna de las empresas encuestadas señaló que posee una recuperación de las cuentas por cobrar buena o muy buena, razón por la cual se evidencia la necesidad de mejorar este aspecto en las empresas de la industria de los repuestos automotrices.

Cuadro N°20
 UTILIZACIÓN DE MÉTODOS PARA RECUPERAR LAS CUENTAS POR COBRAR VENCIDAS
 Octubre 2012
 -en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|--------------|-----------|-------------|
| Sí | 48 | 96% |
| No | 2 | 4% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°18
 UTILIZACIÓN DE MÉTODOS PARA RECUPERAR LAS CUENTAS POR COBRAR VENCIDAS
 Octubre 2012
 -en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Como se logra observar en el gráfico anterior, un 96% de las empresas en estudio utilizan métodos para recuperar las cuentas por cobrar vencidas, y únicamente un 4% no utiliza o desconoce la metodología para la recuperación de estas cuentas.

Lo anterior demuestra que la mayoría de las empresas consideran de gran importancia la pronta recuperación de las cuentas por cobrar vencidas, ya que entre más tiempo transcurra el atraso de una cuenta, más difícil será su recuperación, afectando de manera negativa el nivel de liquidez de la empresa.

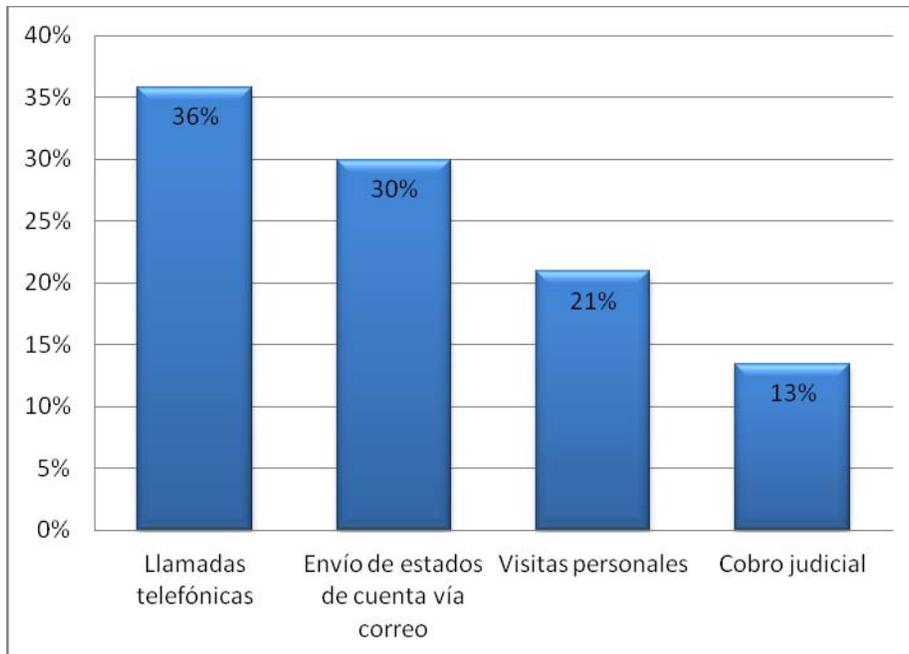
Cuadro N°21
MÉTODOS PARA RECUPERAR LAS CUENTAS POR COBRAR VENCIDAS
Octubre 2012
-en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|---------------------------------------|------------|-------------|
| Llamadas telefónicas | 48 | 36% |
| Envío de estados de cuenta vía correo | 40 | 30% |
| Visitas personales | 28 | 21% |
| Cobro judicial | 18 | 13% |
| Total | 134 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

*Nota: El total de las respuestas exceden las 50 empresas en estudio, debido a que corresponde a una pregunta con respuesta múltiple.

Gráfico N°19
MÉTODOS PARA RECUPERAR LAS CUENTAS POR COBRAR VENCIDAS
Octubre 2012
-en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Dentro de los métodos que utilizan las empresas para recuperar las cuentas por cobrar vencidas destacan: las llamadas telefónicas con un 36%, los envíos de estados de cuenta vía correo con un 30%, las visitas personales con un 21% y finalmente el cobro judicial con un 13%.

Según los porcentajes mencionados, la mayoría de las empresas del sector de los repuestos automotrices prefieren negociar con sus clientes y llegar a un acuerdo antes de utilizar el proceso legal.

Únicamente un 13% de las empresas encuestadas utilizan el cobro judicial como método de recuperación de cuentas por cobrar vencidas. Este método del cobro judicial es más estricto y reduce en gran medida la posibilidad de futuras

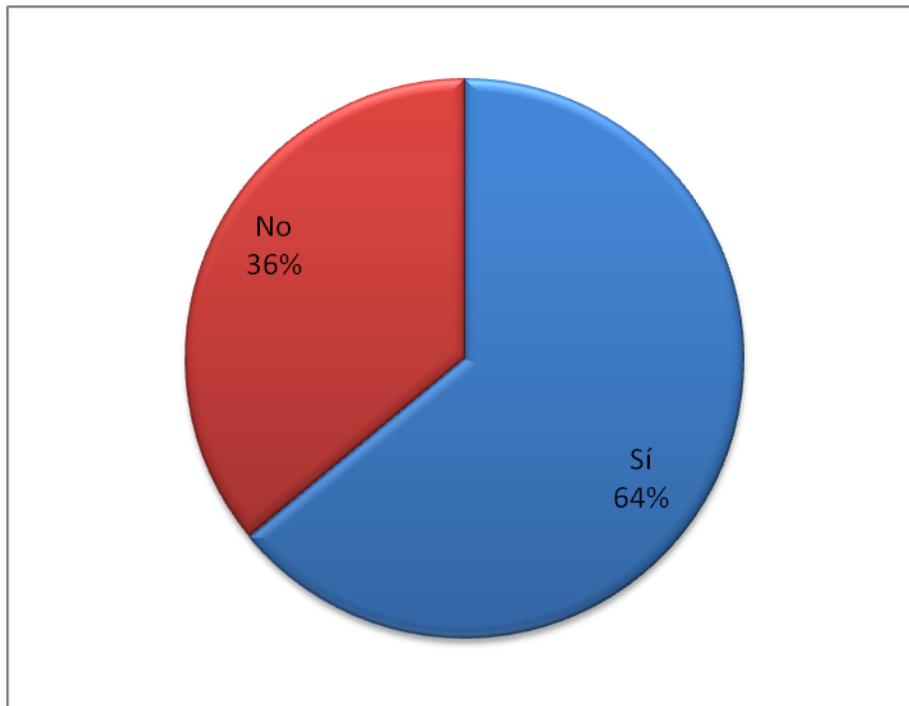
negociaciones con el cliente; por lo tanto, es considerado el método menos utilizado por esta industria.

Cuadro N°22
 EXISTENCIA DE PROVISIÓN PARA CUENTAS INCOBRABLES
 Octubre 2012
 -en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|--------------|-----------|-------------|
| Sí | 32 | 64% |
| No | 18 | 36% |
| Total | 50 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°20
 EXISTENCIA DE PROVISIÓN PARA CUENTAS INCOBRABLES
 Octubre 2012
 -en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

En el gráfico anterior se logra observar que un 64% de las empresas utilizan una provisión o reserva para cuentas incobrables, sin embargo, un 36% de las empresas no la utilizan.

Por lo tanto se deduce que este 36% que no cuenta con una provisión para cuentas incobrables, utilizan el método contable de la cancelación directa, la cual posee la desventaja de que el registro del ingreso de la venta y el registro del gasto por incobrables se realizan en distintos periodos fiscales, incumpliendo con el principio de asociación.

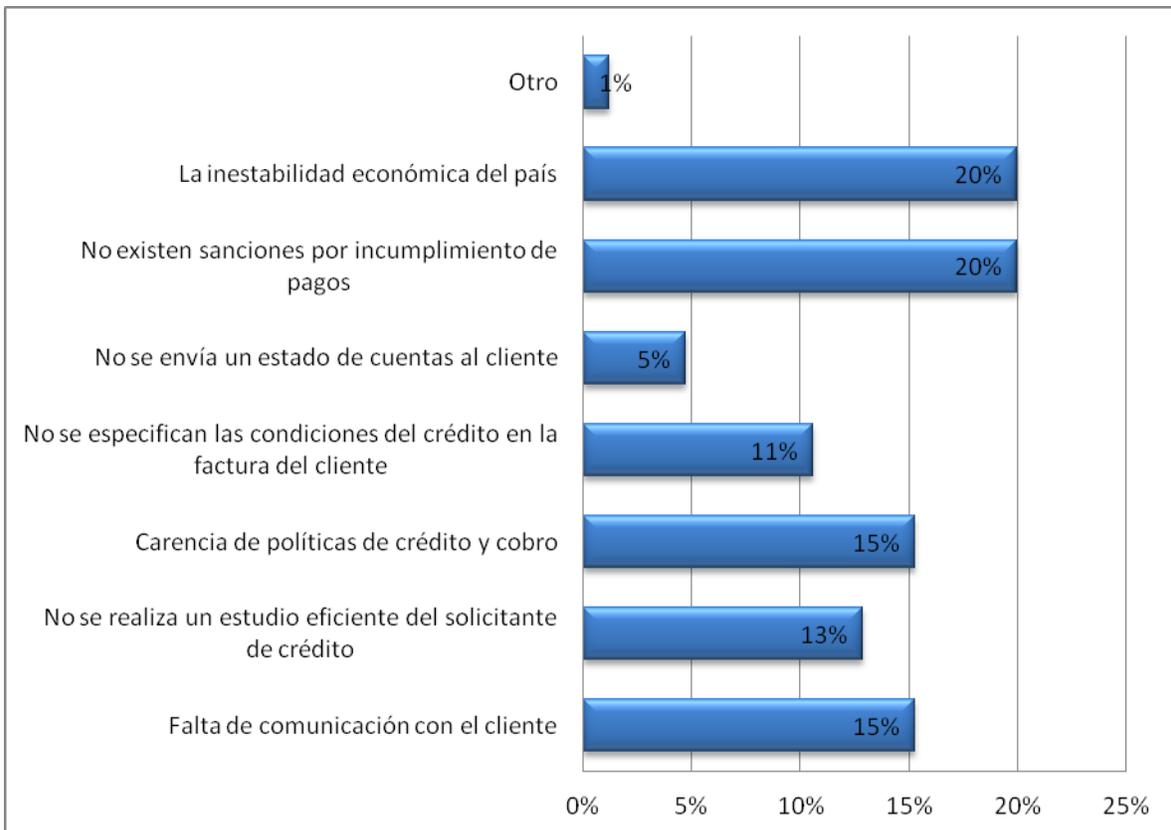
Cuadro N°23
FACTORES QUE AFECTAN LA RECUPERACIÓN DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS
Octubre 2012
-en términos absolutos y relativos-

| Detalle | Absolutos | Relativos |
|---|------------------|------------------|
| Falta de comunicación con el cliente | 26 | 15% |
| No se realiza un estudio eficiente del solicitante de crédito | 22 | 13% |
| Carencia de políticas de crédito y cobro | 26 | 15% |
| No se especifican las condiciones del crédito en la factura del cliente | 18 | 11% |
| No se envía un estado de cuentas al cliente | 8 | 5% |
| No existen sanciones por incumplimiento de pagos | 34 | 20% |
| La inestabilidad económica del país | 34 | 20% |
| Otro | 2 | 1% |
| Total | 170 | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

*Nota: El total de las respuestas exceden las 50 empresas en estudio, debido a que corresponde a una pregunta con respuesta múltiple.

Gráfico N°21
FACTORES QUE AFECTAN LA RECUPERACIÓN DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS
Octubre 2012
-en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Dentro de los principales factores que afectan la recuperación de los créditos otorgados destacan: la inestabilidad económica del país y la inexistencia de sanciones por incumplimiento de pagos, ambos con un 20% de importancia. Seguidamente se encuentra el factor carencia de políticas de crédito y cobro, y la falta de comunicación con el cliente, ambos con un 15% de representación.

En cuanto a la inestabilidad económica del país es un factor que la empresa no puede controlar, y que afecta directamente la capacidad de pago por parte del cliente; sin embargo, la empresa puede tomar medidas para amortiguar esta situación a través de eficientes estudios crediticios antes de otorgar un crédito, y al ofrecer incentivos para el pago anticipado de las deudas.

Otro de los principales factores que afectan la recuperación de los créditos otorgados, es la inexistencia de sanciones por incumplimiento de pagos en el sector de los repuestos automotrices, ya que más de la mitad de las empresas entrevistadas no utilizan el cobro de intereses moratorios, y al no existir este tipo de sanciones, no existe una razón para incentivar a que el cliente pague sus deudas en forma puntual.

Es decir, ofrecer incentivos para cancelar las deudas en el plazo establecido o incluso de forma anticipada, podrían contrarrestar los factores que afectan en forma negativa la recuperación de los créditos otorgados.

2.2. Análisis cruces de variables

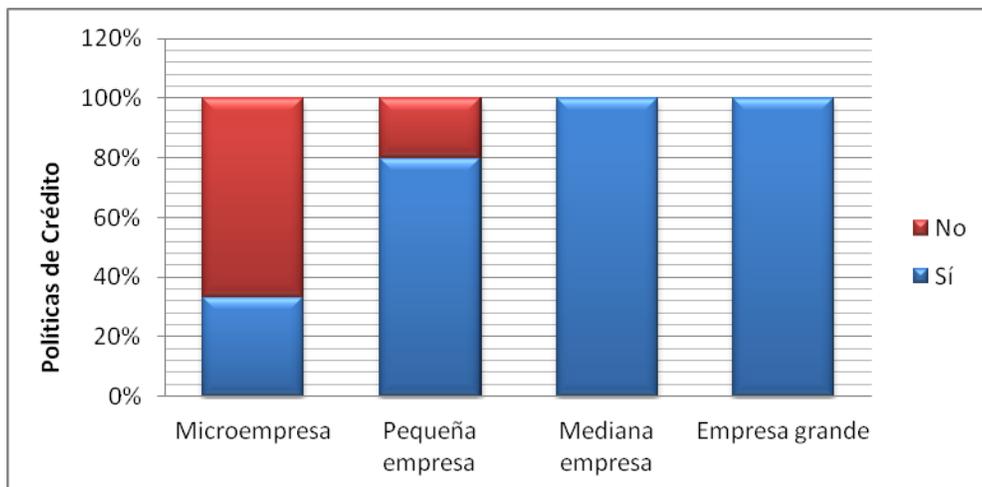
A continuación se muestran los 3 cruces de variables realizados:

Cuadro N°24
EXISTENCIA DE POLÍTICAS DE CRÉDITO SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA
Octubre 2012
-en términos relativos-

| Tamaño de la Empresa | Existencia de Políticas de Crédito | | |
|------------------------|------------------------------------|-----|-------------|
| | Sí | No | Total |
| Microempresa | 33% | 67% | 100% |
| Pequeña empresa | 80% | 20% | 100% |
| Mediana empresa | 100% | 0% | 100% |
| Empresa grande | 100% | 0% | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°22
EXISTENCIA DE POLÍTICAS DE CRÉDITO SEGÚN TAMAÑO DE LA EMPRESA
Octubre 2012
-en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

En el gráfico anterior se puede observar que sí existe una relación entre el tamaño de la empresa y la existencia de políticas de crédito, debido a que el 100% de las empresas grandes y medianas que participaron en la encuesta, señalaron que sí poseían estas políticas. Sin embargo no todas las micro y pequeñas empresas contaban con políticas de crédito, incluso en el caso de las microempresas, más de la mitad señalaron no poseer políticas de crédito.

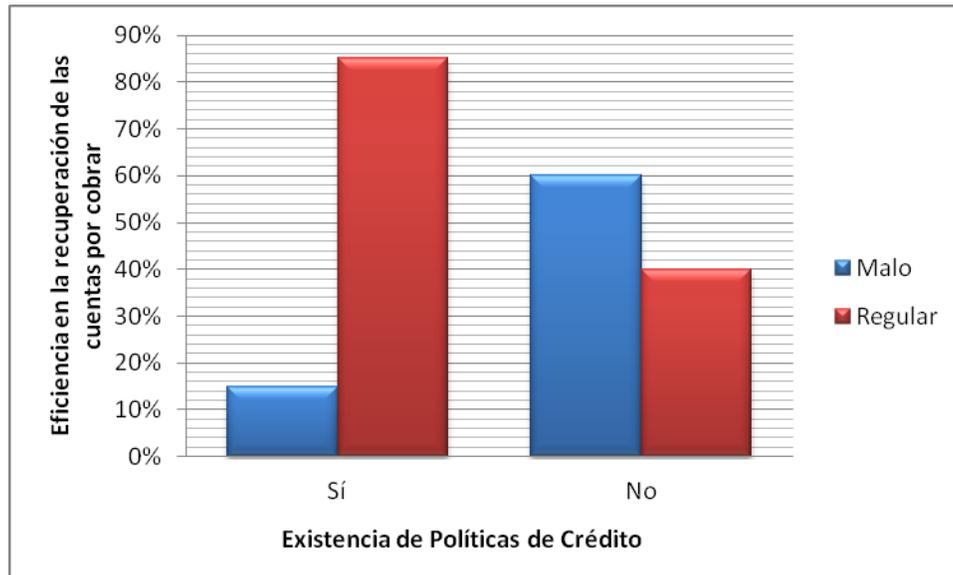
Por lo tanto, se puede concluir que la existencia de políticas de crédito depende del tamaño de la empresa, entre más pequeña sea ésta, su forma de operar será más empírica, y por lo tanto, no contará con políticas de crédito que contribuyan a estandarizar el proceso del crédito y cobro.

Cuadro N°25
EFICIENCIA EN LA RECUPERACIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR SEGÚN EXISTENCIA
DE POLÍTICAS DE CRÉDITO
Octubre 2012
-en términos relativos-

| Existencia de Políticas de Crédito | Eficiencia en la Recuperación de las Cuentas por Cobrar | | | | | |
|------------------------------------|---|------|---------|-------|-----------|-------------|
| | Muy Malo | Malo | Regular | Bueno | Muy bueno | Total |
| Sí | 0% | 15% | 85% | 0% | 0% | 100% |
| No | 0% | 60% | 40% | 0% | 0% | 100% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Gráfico N°23
EFICIENCIA EN LA RECUPERACIÓN DE LAS CUENTAS POR COBRAR SEGÚN EXISTENCIA
DE POLÍTICAS DE CRÉDITO
Octubre 2012
-en términos relativos-



Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

En el gráfico anterior se muestra la relación que hay entre la existencia de políticas de crédito y la eficiencia en la recuperación de las cuentas por cobrar, debido a que más de la mitad (85%) de las empresas que utilizan políticas de crédito, consideraron que la recuperación de las cuentas por cobrar es regular; mientras que la mayoría de las empresas que no utilizan políticas de crédito, consideraron que su nivel de eficiencia en la recuperación de las cuentas por cobrar es mala.

Consecuentemente se puede observar la relación que existe entre ambas variables, ya que la existencia de políticas de crédito en las empresas, impacta en forma positiva el nivel de eficiencia en la recuperación de las cuentas por cobrar.

Cuadro N°26
 CICLO DE COBRO-CICLO DE PAGO
 Octubre 2012
 -en términos relativos-

| Ciclo de Cobro | Ciclo de Pago | | | | | Depende del proveedor | Total |
|----------------------------|---------------|---------|---------|---------|------|-----------------------|-------|
| | 30 días | 45 días | 60 días | 90 días | | | |
| 30 días | 55% | 10% | 15% | 0% | 20% | 100% | |
| 45 días | 0% | 34% | 0% | 33% | 33% | 100% | |
| Depende del cliente | 0% | 0% | 0% | 0% | 100% | 100% | |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

De las empresas que cobran sus deudas a 30 días, un 55% paga a sus proveedores a 30 días, un 10% paga a 45 días, un 15% paga a 60 días y un 20% paga dependiendo de cada proveedor.

De lo anterior cabe destacar que un 55% de los encuestados manejan tanto el ciclo de cobros como el ciclo de pagos a 30 días, lo cual no es lo más recomendado, ya que por lo general las empresas desean que el ciclo de cobros sea lo más reducido posible, mientras que el de pagos sea lo más elevado posible, con el fin de mantener sus fuentes de financiamientos y evitar problemas de liquidez.

Sin embargo, el 25% de los encuestados que cobran a 30 días y pagan a 45 o a 60 días, poseen un respaldo o garantía para cumplir con las obligaciones a tiempo y aprovechar el dinero ocioso para realizar otras inversiones.

Por lo tanto se concluye que más de la mitad de las empresas que cobran a 30 días también pagan a 30 días, cuyas empresas podrían sufrir problemas de liquidez e incumplimiento de pago a sus proveedores; y únicamente un 25% de las empresas que cobran a 30 días pagan de 45 a 60 días.

CAPÍTULO V: CASO REPUESTOS PARA CAMIONES BELÉN S.A.

En este capítulo se estudiará el caso de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. con respecto al proceso de crédito y cobro, así mismo se aplicarán las estrategias de recuperación de cuentas por cobrar seleccionadas durante la investigación, con el fin de determinar el impacto financiero.

1. REFERENCIA EMPRESARIAL

1.1. Reseña histórica

La empresa inició operaciones el diez de abril del año 1999 bajo el nombre de Repuestos Para Camiones Belén, S.A. como una empresa dedicada a la venta de repuestos para equipo pesado, y otros vehículos. Localizados 50 metros oeste de Corporación As de Oros en el cantón de Belén en la provincia de Heredia.

Comenzaron labores con el apoyo de siete socios, los cuales son miembros de una familia. Con el pasar del tiempo se determina que la estructura social debe cambiar por lo que en el 2003 el número de socios cambió de siete a ocho, más que para recibir apoyo financiero, fue una movida legal.

Dos años más tarde, y el negocio en pleno apogeo, se tomó la decisión de comprarle las acciones a cuatro de sus miembros fundadores. Decisión que se debió a un crecimiento del negocio en el mercado y al deseo de obtener mayores rendimientos financieros al final del periodo fiscal. Además se trató de darle una nueva cara a la empresa y cambiar muchas de sus políticas.

Por último, el 2 de junio del año 2007 se realizó una reestructuración a la sociedad, reduciéndola a solo tres socios, dos de los cuales son socios fundadores y el nuevo participante viene a dar aporte financiero a la empresa, y como consecuencia, se realizó un cambio de administración.

Desde entonces se ha llegado a convenios muy importantes con proveedores nacionales e internacionales, fortaleciendo lazos comerciales tanto con ellos como

con los clientes; el volumen de venta se ha incrementado y se han maximizado las utilidades, generando un considerable crecimiento en la rentabilidad del negocio.

Por otra parte, la empresa ha logrado mantenerse en el mercado gracias a una buena administración, a una excelente ubicación geográfica y a su servicio al cliente, principal pilar desde el inicio de la empresa.

En la actualidad la empresa cuenta con trece personas dentro de su grupo de colaboradores, los cuales ocupan nueve diferentes puestos.

1.2. Misión

Satisfacer las exigentes necesidades del mercado, ofreciéndoles a sus clientes una amplia variedad de repuestos de la mejor calidad, y a su vez promover lazos comerciales duraderos amparados en la confianza y el profesionalismo de nuestro equipo.

1.3. Visión

Ser el líder regional como proveedor de repuestos para camiones; también capacitar al equipo de trabajo para que éste se encuentre acorde con los cambios tecnológicos que surgen en el mercado. Además, mantener y promover las relaciones comerciales con proveedores, tanto nacionales como extranjeros.

1.4. Valores

- Servicio al Cliente: Pilar y característica fundamental de la empresa.
- Lealtad: Tanto de colaboradores, clientes y proveedores.
- Excelencia: Trabajar con productos de la mejor calidad, en procesos eficientes.

- Respeto: Proveer una estructura organizacional y un ambiente de trabajo que respete la dignidad y el valor de cada individuo, que estimule la iniciativa, la innovación y el desarrollo de capacidades individuales.
- Honestidad: La adherencia a la honestidad e integridad, esto se manifiesta en el compromiso hacia los estándares de ética más altos.

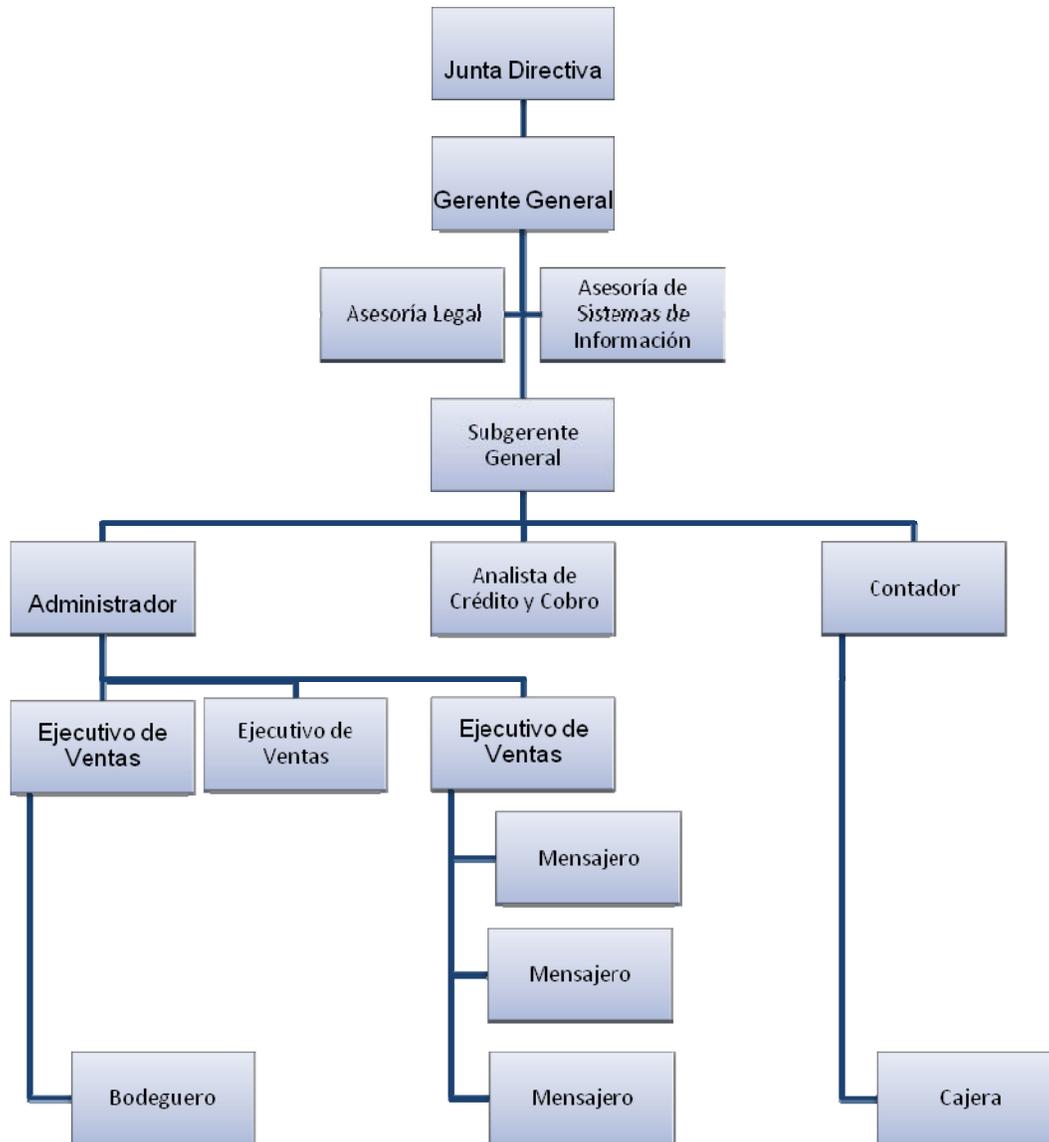
1.5. Estructura organizacional

La estructura organizacional de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. está compuesto por trece colaboradores, los cuales ocupan nueve puestos diferentes: gerente general, subgerente general, administrador, ejecutivo de ventas, encargado de crédito y cobro, contador, cajera, mensajero y bodeguero.

Además de estos puestos, la empresa también cuenta con asesoría legal y asesoría en el área de sistemas de información.

A continuación en la figura N°2 se muestra el organigrama de la empresa:

Figura N°2
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL REPUESTOS PARA CAMIONES BELÉN S.A.
Octubre 2012



Fuente: Elaboración propia, basada en información suministrada por la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A.

2. SITUACIÓN ACTUAL

2.1. Descripción de la situación actual

Actualmente la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. realiza un 65% de sus ventas a crédito, razón por la cual es muy importante que la empresa ejecute la gestión del crédito y cobro en forma muy eficiente, ya que más de la mitad de sus ventas se realizan a crédito.

La empresa considera que su proceso de recuperación de créditos es regular, ya que se recuperan alrededor de los 30 y hasta los 45 días, sin embargo, no logra recuperar los créditos en forma eficiente, es decir, antes de los 30 días establecidos.

La empresa cuenta actualmente con un encargado de crédito y cobro quien gestiona el proceso junto con la ayuda de los vendedores y del gerente financiero. Asimismo cuenta con el apoyo de un sistema de cuentas por cobrar denominado Dialcom, y con una empresa de estudio crediticio denominado Cero Riesgos.

El sistema de cuentas por cobrar Dialcom cuenta con la ventaja de que bloquea al cliente al no permitir efectuar nuevas ventas si se venció el plazo otorgado o si se excedió el monto concedido, únicamente el encargado de cuentas por cobrar podrá autorizar el desbloqueo del sistema ante alguna negociación con el cliente.

Además la empresa posee políticas de crédito, sin embargo éstas no se encuentran documentadas, y en algunas ocasiones se utiliza la estrategia de descuentos por pronto pago con los mejores y más antiguos clientes de hasta un 10% de descuento si cancela sus facturas entre los 25 y los 29 días.

Asimismo la empresa envía estados de cuenta a sus clientes una semana antes de vencerse el pago de la deuda, y por lo general, se logra llegar a un acuerdo o negociación con el cliente, ofreciéndoles distintos medios de pago ya sea

directamente en la empresa, a través de un depósito o por medio de un mensajero.

2.2. Descripción del procedimiento de otorgamiento de crédito

El procedimiento de otorgamiento de crédito inicia cuando el cliente se presenta a la empresa y le solicita al vendedor que se le conceda un crédito, el vendedor será quien le recomiende al encargado de cuentas por cobrar si otorgarle un crédito o no, debido a su experiencia anterior con el cliente.

Seguidamente se llenará una solicitud de crédito, donde se solicitarán referencias comerciales, cédula física o personería jurídica, firmas, entre otros elementos. (Ver Anexo N°10: Solicitud de Crédito).

Posteriormente se realiza un estudio crediticio con la empresa Cero Riesgos, a través del programa “Completo e Inmediato”, una vez que se hace este estudio, se llama a las referencias comerciales que colocó el cliente en la solicitud de crédito para corroborar la información.

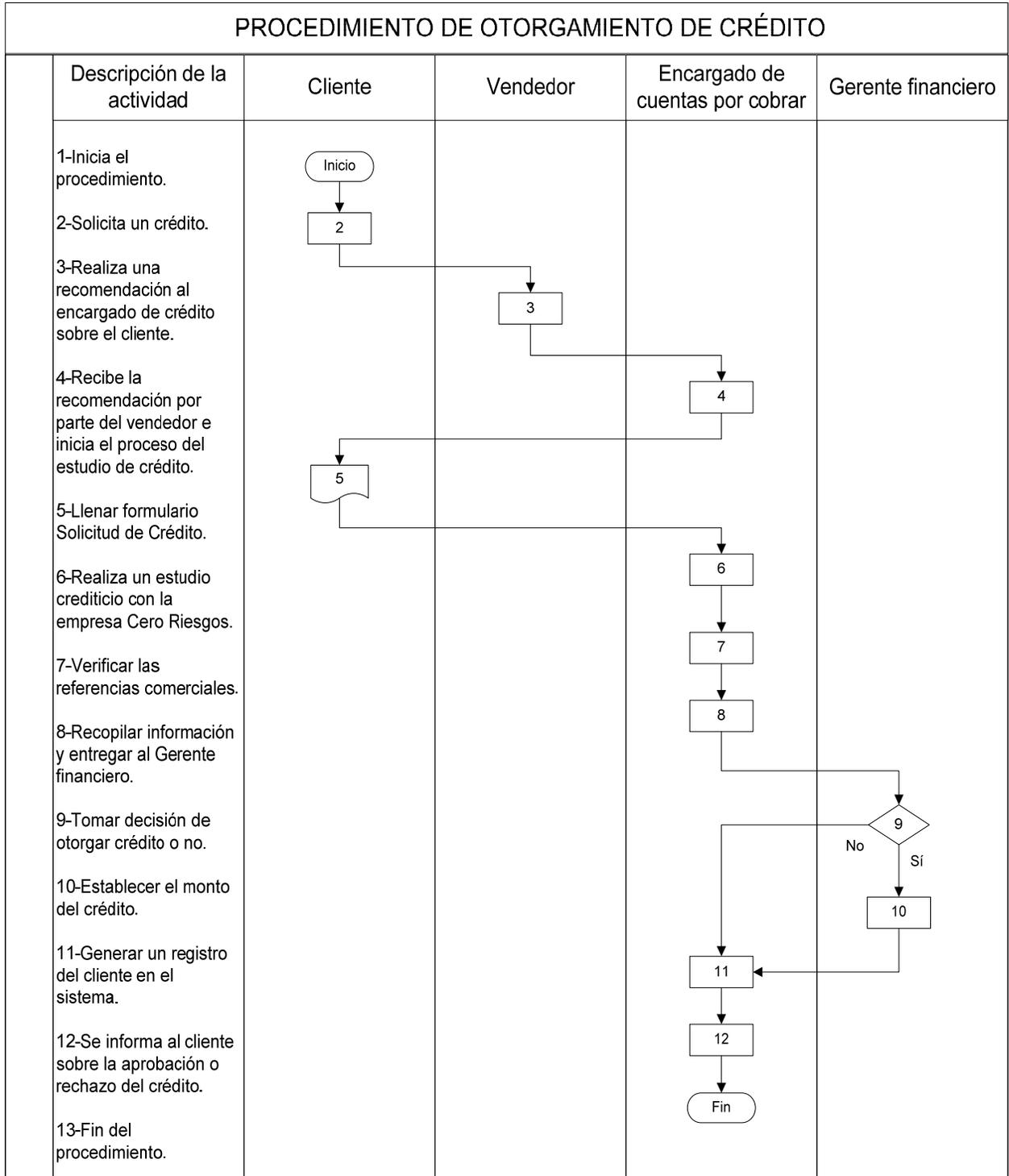
Una vez que el encargado de cuentas por cobrar recopila toda la información (solicitud de crédito, estudio crediticio con la empresa Cero Riesgos y referencias comerciales), el gerente financiero será quien toma la decisión de otorgar el crédito o no, así como el monto del mismo.

Finalmente se ingresan los datos del nuevo cliente en el sistema de cuentas por cobrar denominado Dialcom, donde se registran todos los datos e historial del nuevo cliente en la base de datos de la empresa, generando un registro del cliente y un número de cuenta.

Figura N°3

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCEDIMIENTO DE OTORGAMIENTO DE CRÉDITO

Octubre 2012



Fuente: Elaboración propia, basada en información suministrada por la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A.

2.3. Análisis de la situación actual

La empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. cuenta actualmente con un proceso de crédito y cobro definido, donde existe un encargado de crédito y cobro quien lleva a cabo el proceso del estudio crediticio, y un gerente financiero quien toma la decisión de la aprobación del crédito con base en la información proporcionada en el estudio crediticio.

Así mismo el proceso de cobros lo lleva a cabo el encargado de crédito y cobro, junto con la ayuda de un sistema de cuentas por cobrar y un registro del cliente en la base de datos de la empresa.

Sin embargo, la empresa no cuenta con políticas de crédito bien establecidas y documentadas, así mismo, no se encuentra bien definido los productos, el monto, el tipo de cliente y el plazo para otorgar un descuento por pronto pago.

Otro aspecto que no utiliza la empresa son los intereses moratorios los cuales contribuyen a desincentivar el atraso en la recuperación de las cuentas por cobrar, ya que la empresa por lo general negocia con el cliente para recuperar los créditos entre los 30 y los 45 días, es decir, existe un margen de aproximadamente 15 días de atraso por parte de los clientes.

Por lo tanto, la empresa cuenta en algunas ocasiones con un atraso en el cobro de las facturas, problemas de liquidez y atraso en los pagos de los proveedores.

3. APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE RECUPERACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR

Dentro de las estrategias de recuperación de cuentas por cobrar investigadas, se seleccionaron tres, las cuales fueron las principales estrategias que recomendaron los expertos en cuentas por cobrar, y aquellas estrategias que resultaron tener un mayor uso y efectividad en la industria de los repuestos automotrices que se determinaron en las encuestas aplicadas.

Las estrategias de recuperación de cuentas por cobrar seleccionadas fueron las siguientes:

- Políticas de crédito y cobro.
- Descuentos por pronto pago.
- Cobro de intereses moratorios.

Estas estrategias se implementaron en la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. durante un periodo de un mes (setiembre del 2012), donde se pretendía determinar el impacto financiero que generaba su aplicación. Actualmente estas estrategias se siguen aplicando en la empresa en forma permanente.

Para determinar el impacto financiero de estas estrategias de recuperación de cuentas por cobrar, se realizaron dos estudios:

- Análisis de los créditos otorgado durante el último año (agosto del 2011 hasta setiembre del 2012).
- Estudio de los indicadores financieros que tuvieran relación directa con la partida de cuentas por cobrar de los últimos 6 meses (marzo del 2012 hasta agosto del 2012).

3.1. Análisis de créditos otorgados durante el último año

Según los datos encontrados en la investigación se determina que en la industria de repuestos automotrices, para mantener las cuentas por cobrar sanas se necesitan políticas de crédito muy estrictas y que sean respetadas por todas las personas involucradas en dicho proceso, para así minimizar el posible riesgo de que los nuevos clientes no paguen sus facturas.

La compañía Repuestos para Camiones Belén, S.A. cuenta con un proceso bien establecido de otorgamiento de créditos. (Mencionado anteriormente)

Un estudio realizado en dicha empresa mostró que en el periodo de agosto del 2011 a septiembre del 2012 se otorgaron 51 nuevos créditos, de los cuales un 19.6% tienen problemas de recuperación. En otras palabras, 10 de esos 51 nuevos créditos se convirtieron en cuentas por cobrar muy riesgosas y difíciles de recuperar.

Al realizar una investigación más profunda, se determinó que estos 10 nuevos créditos otorgados, de una u otra forma no cumplieron con todas las políticas que cuenta la compañía para otorgar un crédito. Es decir, de aplicarse todas las políticas de crédito a cabalidad, quizás la empresa no tendría estos problemas con 10 clientes.

De estos 10 créditos, 4 se otorgaron sin completar la solicitud de crédito, 3 sin el estudio de crédito que hace la empresa Cero Riesgo S.A., y los 3 restantes se otorgaron por conveniencia. En el Anexo N°11 se muestra un ejemplo del estudio crediticio. (Ver Anexo N°11: Ejemplo estudio crediticio empresa Repuestos para Camiones Belén S.A.)

Estos 10 créditos otorgados de una forma inadecuada, le han generado a la compañía un costo de 3.409.255 colones. Los cuales se podrían suponer que de haberse aplicado las estrategias de políticas de crédito y cobro correctamente, generaría una disminución en dichas cuentas por cobrar.

3.2. Estudio de indicadores financieros

Se estudiaron los siguientes 9 indicadores financieros relacionados con la partida de cuentas por cobrar de los últimos seis meses de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. (Ver Anexo N°12: Estados Financieros de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A.):

3.2.1 Indicadores financieros de marzo 2012 a agosto 2012

a) Razón circulante

Cuadro N°27
RAZÓN CIRCULANTE
Octubre 2012

| Razón Circulante | | | | | | | |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Promedio |
| Activo circulante | 277.164.172 | 291.483.622 | 289.303.813 | 289.992.627 | 285.460.036 | 278.660.815 | 285.344.181 |
| Pasivo circulante | 201.888.196 | 199.000.226 | 187.668.737 | 188.478.544 | 178.496.281 | 168.191.951 | 187.287.322 |
| Razón circulante | 1.37 | 1.46 | 1.54 | 1.54 | 1.60 | 1.66 | 1.52 |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

La razón circulante mide la capacidad de la empresa para cumplir con las deudas a corto plazo, entre mayor sea este número resultante, mayor será la capacidad de solvencia de la deuda.

Se puede observar que la empresa tiene una excelente capacidad de pago de deudas, dado que todos los indicadores son mayores a 1.

El mes más débil de capacidad de pago de deudas fue marzo y el de mayor solvencia fue el mes de agosto.

Estas diferencias suceden en la división del activo circulante entre los pasivos circulantes, en donde el mayor activo se obtuvo en el mes de mayo y el menor pasivo circulante en el mes de agosto.

b) Prueba del ácido

Cuadro N°28
PRUEBA DEL ÁCIDO
Octubre 2012

| Prueba del ácido | | | | | | | |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Promedio |
| Activo circulante | 277.164.172 | 291.483.622 | 289.303.813 | 289.992.627 | 285.460.036 | 278.660.815 | 285.344.181 |
| Inventarios | 117.600.564 | 114.979.604 | 113.023.926 | 108.511.614 | 104.173.787 | 105.596.361 | 110.647.643 |
| Pasivo circulante | 201.888.196 | 199.000.226 | 187.668.737 | 188.478.544 | 178.496.282 | 168.191.952 | 187.287.323 |
| Prueba del ácido | 0,79 | 0,89 | 0,94 | 0,96 | 1,02 | 1,03 | 0,94 |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Con respecto a la prueba del ácido, los activos de alta liquidez en promedio presentan un nivel de cobertura del 94% para respaldar las obligaciones a corto plazo, es decir, por cada colón de pasivos a corto plazo, existen 0.94 colones de activos altamente líquidos para cubrir estas obligaciones.

A lo largo de los últimos 6 meses, se ve una ligera mejora en el indicador de prueba del ácido, pasando en marzo con 0.79 hasta agosto con 1.03, a lo anterior se le puede atribuir una disminución progresiva de los inventarios y de los pasivos a corto plazo, ya que al adquirir menos cantidad de inventarios, también disminuye la cantidad de dinero que se adeuda a los proveedores.

Si se analiza lo anterior en forma global, se puede observar en los estados financieros que existe una tendencia de mayores ventas para el mes de abril, por lo tanto, se puede deducir que la compañía se endeuda en mayor proporción en el

mes de marzo, para adquirir mayores niveles de inventarios que serán vendidos durante el mes de abril.

Dado lo anterior, se concluye que la compañía posee un índice de prueba del ácido del 94%, lo que indica que todavía existen aspectos a mejorar en las cuentas por cobrar y en el efectivo de la empresa para llegar a una cobertura del 100%.

c) Índice de deuda

Cuadro N°29
ÍNDICE DE DEUDA
Octubre 2012

| Índice de deuda | | | | | | | |
|------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Promedio |
| Pasivo Total | 257.921.074 | 254.807.662 | 243.476.172 | 244.088.050 | 233.676.039 | 223.278.285 | 242874546,9 |
| Activo Total | 322.549.648 | 336.911.182 | 334.731.373 | 345.237.852 | 340.705.261 | 335.163.581 | 335883149,6 |
| Índice de Deuda | 80% | 76% | 73% | 71% | 69% | 67% | 72% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Mide el porcentaje de financiamiento aportado por los acreedores, expresa la proporción del activo total que ha sido financiando mediante pasivos.

Como podemos observar en los meses analizados para la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A, el porcentaje de índice de deuda ha disminuido en forma descendente. Esto nos indica que la empresa ha incurrido en menor grado a los pasivos para la financiación de sus actividades diarias, a su vez esto podría implicar una disminución del nivel de riesgo y una disminución de la utilización del flujo de caja de la empresa para el pago de sus pasivos.

La empresa al disminuir su nivel de deuda tendrá más recursos para invertir en diferentes actividades, a su vez contará con una mayor disposición del efectivo

para hacerle frente a nuevas inversiones o a mayores amortizaciones de pago de deudas.

Sin embargo, valores de deuda mayores al 70% se consideran relativamente altos por lo que algunas empresas podrían empezar a tener problemas para la obtención de financiamiento adicional por parte de entidades financieras por lo que la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A deberá de vigilar su nivel de deuda para no ser considerada una empresa riesgosa.

d) Rotación de cuentas por cobrar

Cuadro N°30
ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR
Octubre 2012

| Rotación de cuentas por cobrar | | | | | | | |
|---------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Promedio |
| Ventas a crédito | 59.650.481 | 56.483.058 | 63.591.436 | 65.471.775 | 58.724.108 | 63.427.137 | 61.224.666 |
| Cuentas por cobrar | 58.450.491 | 53.132.940 | 63.622.615 | 68.426.613 | 66.622.459 | 73.431.209 | 63.947.721 |
| Rotación de cuentas por cobrar | 1,02 | 1,06 | 1,00 | 0,96 | 0,88 | 0,86 | 0,96 |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Esta razón mide el número de veces que se cobran los saldos de clientes durante un periodo. Una alta rotación indica que las cuentas de clientes son cobradas muy rápidamente, lo cual denota una gran liquidez en estas cuentas. Una baja rotación señala que los saldos de clientes son convertidos a efectivo muy lentamente, dando un carácter poco liquido a esas cuentas. Por lo tanto, la rotación de cuentas por cobrar determina el grado de liquidez que poseen las cuentas de clientes.

Para el caso específico de la compañía Repuestos para Camiones Belén S.A. el análisis demuestra que en los últimos seis meses el índice de rotación en cuentas por cobrar ha fluctuado a la baja, para marzo del 2012 se tenía una rotación de 1.02 mientras que para agosto del mismo año se tiene una rotación de 0.86.

Estos datos muestran una disminución en el grado de liquidez que generan las cuentas por cobrar a la compañía, índice que indica que existe un problema serio en la recuperación de sus ventas a crédito.

Cada mes que pasa se entiende por los datos recolectados que la empresa es más ineficiente en poder recuperar sus cuentas por cobrar.

e) Periodo medio de cobro

Cuadro N°31
PERIODO MEDIO DE COBRO
Octubre 2012

| Periodo medio de cobro | | | | | | | |
|-------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Promedio |
| Periodo medio de cobro | 29,40 | 28,22 | 30,01 | 31,35 | 34,03 | 34,73 | 31,29 |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Como parte del análisis del entorno financiero de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. se realiza el estudio del periodo promedio de cobro para el I semestre del año 2012, con el fin de determinar el número promedio de días que tarda la empresa para cobrar sus ventas a crédito, en la tabla anterior se puede observar que la empresa tardó en promedio 31,29 días para cobrar sus ventas a crédito para el I semestre del 2012.

Lo anterior muestra que la empresa en promedio no logra recuperar sus créditos en los 30 días establecidos, incluso en algunos meses como julio y agosto, recupera sus créditos aproximadamente 5 días después.

f) Periodo medio de pago

Cuadro N°32
PERIODO MEDIO DE PAGO
Octubre 2012

| Periodo medio de pago | | | | | | | |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Promedio |
| Periodo medio de pago | 126,53 | 141,11 | 106,49 | 111,61 | 121,04 | 97,46 | 117,37 |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

En cuanto al periodo medio de pago, la empresa tarda en promedio en pagar sus compras a crédito en 117,37 días para el I semestre del año 2012.

Lo anterior evidencia que la empresa posee buenas relaciones con sus proveedores, motivo por el cual ha logrado obtener acuerdos y negociaciones con la mayoría de sus proveedores, extendiéndose el plazo de pago entre los tres y los cuatro meses.

g) Rotación del activo circulante

Cuadro N°33
ROTACIÓN DEL ACTIVO CIRCULANTE
Octubre 2012

| Rotación del activo circulante | | | | | | | |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Promedio |
| Ventas netas | 83.621.362 | 79.553.602 | 86.166.422 | 85.333.183 | 78.456.604 | 80.829.457 | 82.326.772 |
| Activo circulante | 277.164.172 | 291.483.622 | 289.303.813 | 289.992.627 | 285.460.036 | 278.660.815 | 285.344.181 |
| Rotación activo circulante | 0,30 | 0,27 | 0,30 | 0,29 | 0,27 | 0,29 | 0,29 |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

La rotación de activo circulante (RAC) expresa el número de veces que el activo circulante fue transformado a ventas durante el periodo. Una alta rotación indica

que el activo circulante es convertido a ventas muy rápidamente, lo que permite generar liquidez en un corto plazo.

Para marzo del 2012 el índice de RAC es de 0.30 mientras que para agosto del mismo periodo es de 0.29. Lo que muestra que es un indicador que se mantiene muy parecido a través del periodo.

Según lo mostrado en la investigación de los últimos seis meses la compañía solo transformo 0.30 veces en promedio el activo circulante en ventas, lo que genera una baja liquidez.

Dicho resultado es negativo para cualquier compañía porque la empresa necesita financiar sus deudas a corto plazo con recursos que posiblemente podrían tener si fuesen más eficientes en su recuperación de cuentas por cobrar.

h) Rendimiento de operación sobre activos

Cuadro N°34
RENDIMIENTO DE OPERACIÓN SOBRE ACTIVOS
Octubre 2012

| Rendimiento de operación sobre activos (ROA) | | | | | | | |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|-----------------|
| | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Promedio |
| Utilidad | 2.853.235 | 17.474.947 | 9.151.680 | 9.894.601 | 5.879.420 | 4.856.074 | 8.351.659 |
| Gastos financieros | 1.326.923 | 912.603 | 0 | 910.781 | 1.315.741 | 103.384 | 761.572 |
| Activo total | 322.549.648 | 336.911.182 | 334.731.373 | 345.237.852 | 340.705.261 | 335.163.581 | 335.883.150 |
| ROA | 1,30% | 5,46% | 2,73% | 3,13% | 2,11% | 1,48% | 2,71% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

El rendimiento de operaciones sobre activos de la empresa es en promedio de 2.71%, lo cual significa que por cada colón que se invierte en activos, la empresa obtiene en promedio una utilidad de operación de 2.71 centavos.

Cabe destacar los meses de marzo y abril, donde se pueden observar las fluctuaciones más significativas, para el caso de marzo se dio un bajo rendimiento producido por los activos, por lo que generó a su vez una rentabilidad baja para los accionistas.

Para el mes de abril se puede observar un incremento en el rendimiento operativo (ROA de 5.46%), el más alto de los últimos 6 meses, a este incremento se le puede atribuir el aumento de ventas en el mes de abril, así mismo, pese al aumento de las ventas, se da una disminución en el costo de ventas y en los gastos de ventas, es decir, la empresa vende mayor cantidad de repuestos a través de una estructura de costos más eficiente.

Sin embargo para los meses de mayo hasta agosto, el nivel de ventas disminuye, afectando en forma negativa el rendimiento de operaciones, es decir, la utilización de los activos para generar ventas no fue tan eficiente como en el mes de abril.

i) Rendimiento sobre la inversión

Cuadro N°35
RENDIMIENTO SOBRE LA INVERSIÓN
Octubre 2012

| Rendimiento sobre la inversión | | | | | | | |
|---------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Promedio |
| Utilidad Neta | 1.997.264 | 12.232.463 | 6.406.176 | 6.926.221 | 4.115.594 | 3.399.252 | 5.846.162 |
| Activo total | 322.549.648 | 336.911.182 | 334.731.373 | 345.237.852 | 340.705.261 | 335.163.581 | 335.883.150 |
| Rendimiento sobre la inversión | 1% | 4% | 2% | 2% | 1% | 1% | 1.8% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

Este indicador significa las ganancias que genera el activo total en un determinado tiempo. Para lo anterior se toma en cuenta la utilidad neta y el activo total. Entre mayor la utilidad neta respecto al activo, mayor la ganancia.

Se puede observar que la mayor ganancia mensual generado por el activo fue en el mes de abril con un 4%, y tres meses con la menor ganancia de 1%, marzo, julio y agosto.

Los meses mayo y junio se mantuvieron en un 2% de ganancia mensual respecto al activo total.

En general las ganancias sobre los activos mensuales son de aproximadamente un 1,8%.

3.2.2 Indicadores financieros de setiembre 2012

Durante el mes de setiembre del 2012 se implementaron las estrategias de recuperación de cuentas por cobrar seleccionadas en la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A., las cuales se mencionan a continuación:

- Brindar un plazo de crédito regular de 30 días.
- Si la deuda se excede de los 30 días establecidos, la cuenta del cliente se bloqueará automáticamente, sin poder realizar ningún despacho de mercadería.
- Se otorgará un descuento por pronto pago de la siguiente manera:
 - Cancelación de 1 a 20 días = 15% de descuento.
 - Cancelación de 21 a 29 días = 10% de descuento.
- Se realizará un recargo por intereses moratorios de la siguiente manera:
 - Cancelación de 40 a 59 días = 3% de intereses.
 - Cancelación de 60 días o más = 5% de intereses.

Las estrategias anteriores fueron establecidas por el gerente financiero y el encargado de crédito y cobro de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. (Ver Anexo N°13: Políticas de crédito y cobro de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A.).

Estas estrategias se implementaron en la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. a partir del 3 de setiembre del 2012. Sin embargo, para efectos de la investigación, se estudiará únicamente el impacto que generaron las estrategias seleccionadas en los indicadores financieros durante el mes de setiembre del 2012.

Cuadro N°36
INDICADORES FINANCIEROS SETIEMBRE 2012
Octubre 2012

| Indicadores Financieros Setiembre 2012 | | |
|---|--|--------------------------------|
| Indicador | Promedio de los últimos 6 meses | Indicador Setiembre |
| Razón circulante | 1,52 | 1,56 |
| Prueba del ácido | 0,94 | 0,97 |
| Índice de deuda | 72,31% | 71,33% |
| Rotación de cuentas por cobrar | 0,96 | 1,07 |
| Periodo medio de cobro | 31,29 | 28 |
| Periodo medio de pago | 117,37 | 114,06 |
| Rotación del activo circulante | 0,29 | 0,28 |
| Rendimiento de operación sobre activos | 2,71% | 1,68% |
| Rendimiento sobre la inversión | 1% | 1% |

Fuente: Elaboración propia basada en información suministrada por empresas de la industria de repuestos automotrices en Costa Rica.

a) Razón circulante

La razón circulante en el mes de setiembre fue de 1,56, esto significa que al igual que en los meses anteriormente estudiados, fueron mayores a 1.

El promedio de estos meses fueron de 1,52, por lo que se puede observar que en el mes de setiembre al aplicar las estrategias seleccionadas, la capacidad de cumplir con las deudas a corto plazo aumentó relativamente.

b) Prueba del ácido

Durante el mes de setiembre la empresa obtuvo un indicador de prueba del ácido de 0,97, cifra superior al promedio de los últimos seis meses, lo cual es positivo debido a que se obtiene una disminución de los activos circulantes, especialmente en la partida de cuentas por cobrar, lo anterior confirma que las estrategias utilizadas para recuperar los créditos otorgados generaron un impacto positivo al contribuir en la disminución de las cuentas por cobrar.

c) Índice de deuda

Como se puede observar de acuerdo al promedio de los meses analizados en comparación con el mes de septiembre, se puede concluir que el índice de deuda se ha mantenido constante, esto nos indica que la empresa a través del tiempo ha conseguido financiar sus operaciones con el mismo porcentaje de pasivo.

Sin embargo, como se ha mencionado anteriormente valores de deuda mayores al 70% se consideran relativamente altos, por lo que algunas empresas podrían empezar a tener problemas para la obtención de financiamiento adicional por parte de entidades financieras, por lo que la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A deberá de vigilar su nivel de deuda para no ser considerada una empresa riesgosa.

d) Rotación de cuentas por cobrar

El análisis realizado a la compañía Repuestos para Camiones Belén, S.A. muestra que el promedio de los últimos seis meses en el índice de rotación en cuentas por cobrar es de 0,96 mientras que para septiembre después de implementar las nuevas estrategias de cobro pasó a ser del 1,07.

Estos datos muestran un aumento en el grado de liquidez que generan las cuentas por cobrar a la compañía, índice que muestra la existencia de una mejora en el problema con que la empresa cuenta en el área de la recuperación de sus ventas a crédito.

Por lo tanto la empresa es más eficiente en su recuperación gracias a la implementación de las nuevas estrategias propuestas.

e) Periodo medio de cobro

Se realiza una comparación de los datos anteriores con el mes de setiembre del 2012, en donde se aplicaron las estrategias de crédito y cobro, y se observa una disminución en el periodo, pasando de 31,29 días de periodo promedio de cobro a 28 días para el mes de setiembre.

Por lo tanto se logra evidenciar una mejora en los días de recuperación de los créditos, cumpliendo con los 30 días establecidos en las nuevas políticas de la empresa.

f) Periodo medio de pago

Con respecto al periodo medio de pago del mes de setiembre del 2012, se puede observar una disminución en el periodo, pasando de 117,37 días de periodo promedio de pago a 114,06 días para el mes de setiembre.

Lo anterior no afecta en forma significativa a la empresa, ya que cuenta con un periodo de pago bastante amplio, cercano a los cuatro meses.

g) Rotación del activo circulante

En el promedio de los últimos seis meses, el índice de RAC es de 0,29 mientras que para el periodo de setiembre es de 0,28. Lo que muestra que es un indicador que se mantiene muy parecido a través del periodo.

Según lo mostrado en la investigación, la compañía solo transforma 0,29 veces en promedio el activo circulante en ventas, lo que genera una liquidez muy baja.

h) Rendimiento de operación sobre activos

Para el mes de setiembre se puede observar una disminución del rendimiento de operación sobre activos con respecto al promedio, con un indicador de 1,68% de ROA, sin embargo se puede observar que aumentó con relación al último mes, lo cual es positivo, ya que a pesar de que se obtuvieron menos utilidades con respecto al mes de agosto, se obtuvo un mejor rendimiento debido a que se lograron disminuir los activos totales, incluyendo las cuentas por cobrar.

i) Rendimiento sobre la inversión

El rendimiento sobre la inversión es de 1%. Este dato es igual a los meses de marzo, julio y agosto, por lo tanto, el indicador se mantiene estable.

3.2.3 Conclusión de los indicadores financieros

En conclusión, al aplicarse las estrategias seleccionadas en la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A., se puede observar una ligera mejora en la mayoría de los indicadores financieros relacionados con las cuentas por cobrar.

Sin embargo en los resultados anteriores se debe considerar que únicamente se implementaron las estrategias en el periodo de setiembre del 2012, es decir, en un periodo muy corto, a pesar de esto, se pueden observar ligeras mejoras en los indicadores.

Destacan los indicadores de periodo medio de cobro, donde se logra reducir los días de recuperación de los créditos a 28 días, es decir 2 días menos de lo establecido; consecuentemente la rotación de las cuentas por cobrar se incrementaron a 1,07, indicando una disminución neta de 5.933.111 colones en la partida de cuentas por cobrar.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN

1. CONCLUSIONES

- Los métodos que utilizan las empresas de la industria de repuestos automotrices para recuperar las cuentas por cobrar no son eficientes, debido a que **el 100% de las empresas encuestadas** presentan dificultades en la recuperación de sus créditos, con un nivel de eficiencia de recuperación de regular a malo.
- Dentro de las estrategias de crédito y cobro existentes en las empresas se encuentran: las empresas de factoraje, las pólizas de seguro crediticio, el pago automático de facturas por medio de tarjetas de crédito, las políticas de crédito y cobro, los descuentos por pronto pago, las comisiones a gestores de crédito, los intereses moratorios y la calificación de clientes según nivel de riesgo.
- Las estrategias que utiliza la industria de repuestos automotrices para disminuir las cuentas por cobrar, se encuentran principalmente: las políticas de crédito y cobro, y los descuentos por pronto pago.
- Las estrategias de factoreo, pólizas de seguro crediticio y el cobro de intereses moratorios son las menos utilizadas en la industria de los repuestos automotrices.
- **Más de la mitad** de las empresas encuestadas evalúan a sus clientes antes de concederles un crédito, **sin embargo, únicamente un 36%** de las empresas solicitan garantías de pago.
- **Un 80%** de las empresas cuentan con políticas de crédito, sin embargo muy pocas poseen un manual de políticas de crédito donde se encuentren bien establecidas y documentadas las pautas a seguir.

- Más de la mitad de las empresas que cobran a 30 días también pagan a 30 días, cuyas empresas podrían sufrir problemas de liquidez e incumplimiento de obligaciones a corto plazo.
- Los principales factores que influyen en la recuperación de las cuentas por cobrar en la industria de repuestos automotrices están relacionados con una mala gestión de cobro por parte del ejecutivo de ventas al no entablar una adecuada comunicación con el cliente, la inexistencia de sanciones por incumplimiento de pagos en el sector de los repuestos automotrices, y la inestabilidad económica del país.
- El impacto financiero que generó aplicar políticas de crédito y cobro en la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A. fue positivo, ya que se logró determinar que si la empresa hubiera aplicado esta estrategia en el último año, hubiera ahorrado 3.409.255 colones en cuentas por cobrar.
- Al aplicarse las estrategias de políticas de crédito y cobro, descuentos por pronto pago y el cobro de intereses moratorios en la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A., se logró determinar una ligera mejora en todos los indicadores financieros relacionados con la partida de las cuentas por cobrar.
- Durante el mes de setiembre se logró disminuir las cuentas por cobrar a través de las estrategias seleccionadas, de 93.565.060 colones de cuentas por cobrar en agosto a 87.631.949 colones en setiembre, es decir, hubo una disminución neta de 5.933.111 colones como consecuencia de la aplicación de las estrategias seleccionadas.

2. LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo al trabajo de investigación realizado, se ofrecen las siguientes líneas de futuras de investigación:

- Indagar sobre nuevas técnicas o estrategias utilizadas en las empresas de la industria de los repuestos automotrices a nivel internacional, que se puedan adaptar a la situación en las empresas de Costa Rica y que contribuyan a la recuperación de las cuentas por cobrar.
- Determinar cuál de los sectores económicos a nivel nacional optimiza mejor sus estrategias de recuperación de créditos.
- Realizar una investigación a cerca de la eficiencia en la recuperación de las cuentas por cobrar en las empresas de la industria de los repuestos automotrices a nivel latinoamericano.
- Investigar la eficiencia en la recuperación de las cuentas por cobrar en las empresas de Costa Rica.
- Efectuar un análisis de rentabilidad entre las empresas que no poseen estrategias de recuperación de créditos y aquellas empresas que sí cuenten con estrategias de recuperación bien definidas.
- Realizar una investigación acerca del uso y eficiencia de las empresas de factoraje en Costa Rica.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- Araya, Z. (2010). *Antología de Contabilidad Básica*. San José, C.R: UCR.
- Brachfield, P. (2003). *Cómo vender a crédito y cobrar sin contratiempos*. España: Ediciones Gestión 2000.
- Branchfield, P. (2009). *Gestión del crédito y cobro*. España: Profit.
- Gitman, L. (2007). *Principios de administración financiera* (Decimoprimer ed.). México: Pearson Educación.
- Gitman, L., y McDaniel, C. (2005). *El futuro de los negocios* (Quinta ed.). México: Cengage Learning.
- Horngren, C., Sundem, G., y Elliott, J. (2000). *Introducción a la contabilidad financiera* (Séptima ed.). México: Pearson Educación.
- Longenecker, J., Moore, C., Petty, W., y Palich, L. (2008). *Administración de pequeñas empresas: Enfoque emprendedor* (Decimotercera ed.). México: Cengage Learning.
- Meza, C. (2007). *Contabilidad: Análisis de cuentas* (Decimoprimer ed.). San José, C.R.: EUNED.
- Salas, T. (2009). *Análisis y diagnóstico financiero* (Quinta ed.). San José, C.R: Ediciones el Roble.
- Van Horne, J. y. (2002). Fundamentos de administración financiera. En J. y. Van Horne, *Fundamentos de administración financiera* (Undécima ed.). México: Pearson.

Revistas y periódicos

- Bañuelos, S. (2012). Los errores más comunes en crédito y cobranza. *Revista Énfasis Logística México y Centroamérica*.

- Chalupowicz, D. (2009). Políticas de crédito en las organizaciones: Un instrumento para mejorar. *Revista FLAI*.
- Figuroa, A. (2011). La desigualdad del ingreso y los mercados de crédito. *Revista Cepal*, 39-55.
- González, J. (2011). Cobranzas 2.0: La multicanalidad. *Revista Credit Performance*, 24-26.
- Izquierdo, E. (2012). Obtener un crédito sin pasar por el banco. *Eroski Consumer*.
- López, M. (2010). La administración de cuentas por cobrar a clientes con el programa Excel. *Revista internacional: La nueva gestión organizacional*.
- Mayorga, G. (12 de Abril de 2011). Factoreo se duplicó en un año. *El Financiero*.
- Quesada, W. (12 de Octubre de 2003). Empresas pueden garantizar sus ventas. *El Financiero*.
- Sanz, L. (s.f.). Crecimiento, rentabilidad y liquidez: las bases de la creación de valor. *Revista Incae*, 30.
- Segura, J. (2009). ¿Conviene tener una cuenta con fondos de reserva? *Revista Mercado*.
- Revista Summa. (2011). Daimler ve riesgo en mercados emergentes. *Revista Summa*.

Recursos en línea

- Asociación Latinoamericana de Empresas de Cobranzas. (2012). *Socios de Latincob*. Recuperado el 24 de Agosto de 2012, de Latincob:
<http://www.latincob.org/>
- Cámara de diputados del CEFP. (Mayo de 2009). *Situación actual del sector automotor México*. Recuperado el 27 de Agosto de 2012, de Comité de Centro de Estudios de las Finanzas Públicas:
<http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/2009/cefp0332009.pdf>
- Cámara de Industrias de Costa Rica. (2012). *Distribución por sector de actividad*. Recuperado el 26 de Agosto de 2012, de CICR:
http://www.cicr.com/index.php?option=com_content&view=article&id=549:distribucion-por-sector-de-actividad&catid=472:perfil-de-la-industria-en-costarica&Itemid=41

- Credomatic. (2012). *Comercios afiliados: productos y servicios*. Recuperado el 08 de 10 de 2012, de Credomatic:
<http://www.credomatic.com/costarica/esp/credo/afiliados/productosprogramas1.html>
- Deloitte. (2012). *Tendencias de cobranza y recuperación de cartera en el sector financiero a partir de la crisis*. Recuperado el 08 de 10 de 2012, de Deloitte:
http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Panama/Local%20Assets/Documents/PA_es_Tendencias_Cobranza_2012.pdf
- Ernst & Young. (2011). *Los 10 riesgos de negocios*. Recuperado el 17 de 09 de 2012, de Ey.com:
[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Los_nuevos_riesgos_en_los_negocios/\\$FILE/Los_nuevos_riesgos_en_los_negocios.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Los_nuevos_riesgos_en_los_negocios/$FILE/Los_nuevos_riesgos_en_los_negocios.pdf) pagina 8
- Gerencie.com. (20 de 12 de 2010). *Interés remuneratorio y moratorio*. Recuperado el 03 de 09 de 2012, de Gerencie.com: <http://www.gerencie.com/interes-remuneratorio-y-moratorio.html>
- González, C. (10 de 07 de 2008). *10 riesgos para la industria automotriz: Ernst&Young*. Recuperado el 17 de 09 de 2012, de autocosmos.com:
<http://noticias.autocosmos.com.mx/2008/7/10/10-riesgos-para-la-industria-automotriz-ernstyoung>
- Infocapitalhumano. (01 de 06 de 2011). *Programas de incentivos: ¿Cómo desarrollar una estrategia eficaz?* Recuperado el 08 de 10 de 2012, de Infocapitalhumano: <http://infocapitalhumano.pe/informe-especial.php?id=19&t=programas-de-incentivos-como-desarrollar-una-estrategia-eficaz>
- La Federación Latinoamericana de Bancos. (2010). Recuperado el 26 de Agosto de 2012, de Gestión de cobro de deudas:
http://www.felaban.com/siri_documentos.php?id=200
- Lao, J., Ruiz, S., Ortega, M., y Ramírez, F. (2004). *Estudio de Mercado Costa Rica: Sector Automotriz*. Recuperado el 24 de Agosto de 2012, de Proexport:
<http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo8754DocumentNo7219.PDF>
- León, O. (18 de Agosto de 2009). *Cuentas por cobrar e inventarios*. Recuperado el 27 de Agosto de 2012, de Oscarleongarcía.com:

<http://www.oscarleongarcia.com/site/documentos/complem05ed4revisiodelosEEFF.pdf>

López, M. (2 de Diciembre de 2008). *Mal momento para el sector automovilístico*. Recuperado el 27 de Agosto de 2012, de Blog salmon: <http://www.elblogsalmon.com/empresas/mal-momento-para-el-sector-automovilistico>

Montero, M. (2012). *Factoreo comparación y efectos*. Recuperado el 20 de Agosto de 2012, de Uinteramericana.edu: http://www.uinteramericana.edu/portal_data/lo_ultimo/factoreo.pdf

Noticred. (26 de 10 de 2010). *La gestión telefónica: herramienta fundamental para la cobranza efectiva*. Recuperado el 07 de 09 de 2012, de Noticred: <http://www.noticred.com/component/content/article/1-noticias/703-la-gestion-telefonica.html>

Núñez, E. (2012). *Aprende a calcular los intereses moratorios*. Recuperado el 26 de Agosto de 2012, de Fundapymes: <http://www.fundapymes.com/blog/aprende-calcular-intereses-moratorios/>

Panabolsa. (15 de Mayo de 2012). *EF de la Empresa Financiera Automotriz S.A.* Recuperado el 27 de Agosto de 2012, de Bolsa de Valores de Panamá: http://www.panabolsa.com/sys/upload/files/PDFs/informes/z_info_corporativa_6111_FINANCIERA_AUTOMOTRIZ__S.A..pdf

Perez, R. (s.f.). *Historia de la industria automotriz*. Recuperado el 20 de Agosto de 2012, de Scribd: <http://es.scribd.com/doc/86539138/Historia-de-La-Industria-Automotriz>

Poder Judicial. (2012). *Asuntos relevantes de la sala constitucional en materia de intimidación*. Recuperado el 16 de 09 de 2012, de Poder Judicial: www.poder-judicial.go.cr/.../INTIMIDAD.doc

Saborío, A. (Agosto de 2012). *Eficiencia e innovación en la labor de cobranza*. Recuperado el 24 de Agosto de 2012, de Deloitte: http://www.deloitte.com/view/es_cr/cr/5f408b301c209310VgnVCM1000001a56f00aRCRD.htm

Standardandpoors. (2012). *Calificaciones crediticias*. Recuperado el 03 de 09 de 2012, de Standardandpoors: <http://www.standardandpoors.com/ratings/definitions-and-faqs/es/la>

APÉNDICES

APÉNDICE N°1: Encuesta

**Tecnológico de Costa Rica
Escuela de Administración de Empresas
Licenciatura en Administración de Empresas con Énfasis en Finanzas**

Cuestionario: Cuentas por Cobrar en Industria de Repuestos Automotrices

Estimada Empresa, el presente cuestionario tiene como finalidad realizar una investigación respecto al manejo de cuentas por cobrar de empresas de repuestos automotrices. La información suministrada es de carácter confidencial y servirá únicamente para el objetivo de la investigación. Les agradecemos de antemano toda la disponibilidad de información y tiempo otorgado.

Nombre de la empresa: _____

1. ¿Cuál es el tamaño de la empresa?

- Microempresa (1-5 empleados)
- Pequeña empresa (6-30 empleados)
- Mediana empresa (31-100 empleados)
- Empresa grande (Más de 100 empleados)

2. ¿Qué tipo de repuestos ofrece la empresa?

- Automóviles livianos
- Automóviles pesados
- Ambos

3. ¿Otorga la empresa créditos a sus clientes por la compra de sus productos o servicios?

- Sí
- No

4. ¿A cuáles clientes se les otorga créditos? **Puede seleccionar varias opciones.**

- Particulares

- () Talleres mecánicos
- () Empresas privadas
- () Empresas públicas
- () Familiares
- () Otro. Especifique _____

5. De los siguientes factores, ¿cuáles se toman en cuenta para otorgar créditos?

| | <i>Si</i> | <i>No</i> | <i>Observación</i> |
|--|-----------|-----------|--------------------|
| 5.1. ¿Solicita la empresa algún tipo de documento para verificar la viabilidad de pago de los clientes? | | | |
| 5.2. ¿Se verifica por algún otro medio la veracidad de la información que el cliente provee a la empresa para valorar su viabilidad? | | | |
| 5.3. Se cuenta con base de datos adecuadas para tomar decisiones respecto a la aprobación o rechazo de créditos a clientes | | | |
| 5.4. ¿Existe alguna persona responsable de autorizar los créditos, una vez realizado el análisis? | | | |
| 5.5. La empresa tiene establecido políticas para otorgar créditos | | | |
| 5.6. Establecimiento de montos mínimos y máximos de créditos | | | |
| 5.7. Los plazos de créditos son iguales para todos los clientes | | | |

6. De los siguientes elementos, ¿cuáles se emplean para aprobar un crédito? **Puede seleccionar varias opciones.**

- () Formulario de solicitud de crédito
- () Evaluación del solicitante de crédito
- () Estudio con empresa crediticia
- () Elaborar un contrato de crédito

Solicitar una garantía de crédito

Otro. Especifique _____

7. ¿La empresa cuenta con políticas de crédito?

Sí

No. **Pasar a la pregunta 9.**

8. Con respecto a las políticas de la empresa:

| | <i>Si</i> | <i>No</i> | <i>Observación</i> |
|---|-----------|-----------|--------------------|
| 8.1. ¿Conocen los empleados las políticas para crédito? | | | |
| 8.2. ¿Existe un manual de políticas de crédito de la empresa? | | | |
| 8.3. ¿Los plazos de cancelación de créditos son flexibles? | | | |
| 8.4. ¿Se cobran intereses por las cuentas vencidas? | | | |
| 8.5. ¿Con qué otras políticas de crédito cuenta su empresa? Especifique | | | |

9. Con respecto al control de cuentas por cobrar:

| | <i>Si</i> | <i>No</i> | <i>Observación</i> |
|---|-----------|-----------|--------------------|
| 9.1. ¿Mantiene la empresa registros detallados con información de los clientes que poseen créditos en la empresa? | | | |
| 9.2. ¿Se utilizan documentos auxiliares para corroborar los créditos otorgados? | | | |
| 9.3. ¿Existe un encargado para realizar la cobranza? | | | |

| | | | |
|---|--|--|--|
| 9.4. ¿Mantiene la empresa un registro actualizado de las cuentas por cobrar? | | | |
| 9.5. ¿Se revisa periódicamente la antigüedad de los saldos de las cuentas por cobrar? | | | |

10. ¿Se envían o comunican los estados de cuenta a los deudores?

- Sí
- No. **Pasar a la pregunta 13.**

11. ¿Con qué frecuencia se realizan comunicados de cuentas a los deudores?

- Diariamente
- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensual
- Anual
- Otro. Especifique _____

12. A través de qué medios se realizan los comunicados. **Puede seleccionar varias opciones.**

- Visitas personales
- Llamadas telefónicas
- Correo electrónico
- Otro. Especifique _____

13. ¿Cuál procedimiento de cobranza utiliza la empresa?

- Cobranza directa
- Cobranza por medio de cobradores
- Otro. Especifique _____

14. ¿Cuál es el ciclo de cobro de la empresa?

30 días

60 días

90 días

Otro. Especifique _____

15. ¿Cuál es el ciclo de pago de la empresa?

30 días

60 días

90 días

Otro. Especifique _____

16. Según las siguientes estrategias de recuperación de créditos, clasifique la efectividad de las estrategias que utiliza su empresa.

| Estrategia | No se utiliza | Se utiliza: Escala de eficiencia | | | | |
|---|---------------|----------------------------------|---------|--------|-------|-----------|
| | | Mala | Regular | Normal | Buena | Muy buena |
| 16.1. Factoreo o empresa de cobranza | | | | | | |
| 16.2. Póliza de seguro crediticio | | | | | | |
| 16.3. Políticas de crédito | | | | | | |
| 16.4. Descuentos por pronto pago | | | | | | |
| 16.5. Cobro de intereses moratorios una vez vencido el plazo de crédito | | | | | | |
| 16.6. Gestión por perfil o clasificación de los clientes según el nivel de riesgo | | | | | | |
| 16.7. Otro. Especifique: | | | | | | |

17. En una escala de 1 a 5, donde 1 es lo más bajo y 5 lo más alto, ¿Qué tan eficiente considera la recuperación de las cuentas por cobrar en su empresa?

| Muy malo 1 | Malo 2 | Regular 3 | Bueno 4 | Muy bueno 5 |
|---------------|-----------|--------------|------------|----------------|
| | | | | |

18. ¿Utiliza algún método para recuperar las cuentas por cobrar vencidas?

- Sí
- No. **Pasar a la pregunta 20.**

19. ¿Cuáles de los siguientes métodos utiliza para recuperar las cuentas por cobrar vencidas?
Puede seleccionar varias opciones.

- Llamadas telefónicas
- Envío de estados de cuenta vía correo
- Visitas personales
- Cobro judicial
- Otro. Especifique _____

20. ¿Mantiene la empresa una provisión para cuentas incobrables?

- Sí
- No

21. De los siguientes factores, ¿cuáles considera que afecta de forma negativa la recuperación de los créditos otorgados? **Puede seleccionar varias opciones.**

- Falta de comunicación con el cliente
- No se realiza un estudio eficiente del solicitante de crédito
- Carencia de políticas de crédito y cobro
- No se especifican las condiciones del crédito en la factura del cliente
- No se envía un estado de cuentas al cliente

() No existen sanciones por incumplimiento de pagos

() La inestabilidad económica del país

() Otro. Especifique_____

Muchas gracias

APÉNDICE N°2: Entrevista

Tecnológico de Costa Rica

Escuela de Administración de Empresas

Licenciatura en Administración de Empresas con Énfasis en Finanzas

Entrevista: Estrategias para la disminución de las cuentas por cobrar

El presente cuestionario tiene como finalidad realizar una investigación respecto al manejo de cuentas por cobrar en las empresas de Costa Rica. La información suministrada es de carácter confidencial y servirá únicamente para el objetivo de la investigación. Les agradecemos de antemano toda la disponibilidad de información y tiempo otorgado.

Fecha: _____

Nombre del Entrevistado: _____

Puesto que desempeña: _____

Empresa: _____

- 1- De acuerdo con su experiencia, ¿Cuáles son los factores que pueden provocar un aumento exhaustivo en las cuentas por cobrar?
- 2- Según su criterio, ¿Cuáles son los factores que influyen en la recuperación de las cuentas por cobrar?
- 3- ¿Cuáles considera usted que son las estrategias que se pueden emplear para recuperar los créditos otorgados en el tiempo estimado?
- 4- De las estrategias mencionadas anteriormente, ¿Cuáles considera que se podrían aplicar en la industria de repuestos automotrices, tomando en cuenta que esta industria está conformada en su mayoría por pequeñas y medianas empresas, las cuales se encuentran en competencia perfecta?

- 5- En su opinión, ¿De qué forma considera que puede impactar financieramente a las empresas, el implementar estrategias de crédito y cobro que se adapten mejor a la naturaleza de cada empresa?

ANEXOS

ANEXO N° 1: Ley de Cobro Judicial

La Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica

DECRETA:

LEY DE COBRO JUDICIAL

CAPÍTULO I

PROCESO MONITORIO

Artículo 1.- Procedencia y competencia

1.1 Procedencia

Mediante el proceso monitorio se tramitará el cobro de obligaciones dinerarias, líquidas y exigibles, fundadas en documentos públicos o privados, con fuerza ejecutiva o sin ella.

1.2 Competencia

Su conocimiento corresponde a los juzgados civiles especializados en el cobro de obligaciones dinerarias, sin importar la cuantía. No obstante, las obligaciones agrarias serán de conocimiento exclusivo de los juzgados agrarios, de acuerdo con los trámites previstos en esta Ley. Donde no existan juzgados especializados, será competente el juzgado respectivo, conforme a la estimación.

Artículo 2.- Documento

2.1 Documento

El documento en el que se funde un proceso monitorio dinerario deberá ser original, una copia firmada certificada cuando la ley lo autorice, o estar contenido en un soporte físico, en el que aparezca, como indubitable, quién es el deudor, mediante 1 Publicada el veinte de noviembre de 2007. Entró en vigencia 6 meses después. La firma de este o la firma a ruego con dos testigos instrumentales o cualquier otra señal equivalente.

2.2 Títulos ejecutivos

Son títulos ejecutivos, siempre que en ellos conste la existencia de una obligación dineraria, líquida y exigible, los siguientes:

- a) El testimonio de una escritura pública no inscribible, debidamente expedida y autorizada, o la certificación de este testimonio.
- b) La certificación de una escritura pública, debidamente inscrita en el Registro Nacional.
- c) El documento privado reconocido judicialmente.
- d) La confesión judicial.
- e) Las certificaciones de resoluciones judiciales firmes que establezcan la obligación de pagar una suma de dinero, cuando no proceda el cobro en el mismo proceso.
- f) La prenda y la hipoteca no inscritas.
- g) Toda clase de documentos que, por leyes especiales, tengan fuerza ejecutiva.

Artículo 3.- Demanda

3.1 Contenido de la demanda

La demanda deberá contener, necesariamente, los nombres y las calidades de ambas partes, la exposición sucinta de los hechos, los fundamentos de derecho, la petición, las sumas reclamadas por concepto de capital e intereses, la estimación y el lugar para notificar a la parte demandada. La parte actora indicará el medio para atender futuras notificaciones; no obstante, el Consejo Superior del Poder Judicial, considerando las condiciones socioeconómicas de los usuarios y de infraestructura de las comunicaciones, podrá autorizar el señalamiento del lugar para atender notificaciones en zonas o sectores específicos del país.

3.2 Demanda defectuosa

Si la demanda no cumple los requisitos señalados en el numeral anterior, se prevendrá que se subsanen los defectos omitidos, dentro de un plazo improrrogable de cinco días. De no cumplirse en dicho plazo, la demanda se declarará inadmisibile.

Artículo 4.- Audiencias orales. Disposiciones generales

4.1 Concentración de actividad

Las audiencias podrán verificarse en una o varias sesiones separadas por recesos e incluso continuarse el día siguiente como una misma unidad procesal.

4.2 Asistencia y efectos de la incomparecencia

1) Deber de asistencia

Las partes deberán comparecer a las audiencias personalmente o representadas por abogados con facultades para conciliar. En cuanto a los abogados, deberán tomarse las previsiones para que, aun por caso fortuito o fuerza mayor, asista un sustituto.

2) Inasistencia a la audiencia oral

En los procesos de audiencia única, si quien no comparece es el demandante, la demanda se tendrá por desistida y se le condenará al pago de las costas y los daños, así como de los perjuicios causados. No obstante, el proceso podrá continuarse, si alguna de las partes presentes alega interés legítimo, o cuando la naturaleza de lo debatido exija la continuación, siempre que no exista impedimento cuya superación dependa, exclusivamente, de la parte demandante. Si el proceso continúa, se practicará la prueba y se dictará la sentencia. Si el inasistente es el demandado, el juez dictará sentencia de inmediato, salvo que sea necesario practicar la prueba ofrecida por el actor, por tratarse de hechos no susceptibles de ser probados por confesión o que las pretensiones se refieran a cuestiones de orden público o derechos indisponibles. Si a la audiencia única no comparece ninguna de las partes, el proceso se tendrá por desistido, sin condenatoria alguna.

3) Inasistencia del juez

Si por inasistencia del juez no puede celebrarse una audiencia, de inmediato se fijará la hora y fecha para la celebración de esta, dentro de los diez días siguientes.

4.3 Posposición y suspensión de las audiencias

La posposición de las audiencias solo se admitirá por caso fortuito o fuerza mayor, comprobados debidamente. Iniciado el acto, solo podrá suspenderse en casos muy calificados, cuando sea necesario para la buena marcha del proceso, a fin de deliberar sobre aspectos complejos, o a petición de parte para instar a un acuerdo conciliatorio. La suspensión deberá ser breve y al decretarla se hará el señalamiento de la hora y fecha para la reanudación, dentro del plazo máximo de cinco días. Las audiencias no se pospondrán ni suspenderán por la ausencia de los abogados. La superposición de audiencias a las que deban asistir las partes o sus abogados, no es causa de justificación de las ausencias; no obstante, si esa circunstancia se hace ver con la debida antelación, por causa justificada, a criterio del juez, podrá posponerse la que se haya señalado de

último, dentro de los cinco días siguientes. Cuando la suspensión de la audiencia supere los cinco días, no podrá reanudarse y será necesario citar a una nueva, sin perjuicio de la responsabilidad correspondiente.

4.4 Dirección de la audiencia

El juez dirigirá las audiencias, según los poderes y deberes que le confiere la ley; explicará a las partes sobre los fines y las actividades de la audiencia; hará las advertencias legales que correspondan; evitará la formulación de preguntas impertinentes, así como la lectura innecesaria de textos y documentos; moderará el debate y evitará divagaciones impertinentes sin coartar el derecho de defensa; retirará el uso de la palabra o le ordenará el abandono del recinto a quien no siga sus instrucciones; mantendrá el orden y velará por que se guarde el respeto y la consideración debidos, usando para ello las potestades de corrección y disciplina que le confiere la ley. Cuando a una parte la asista más de un abogado, solo podrá intervenir uno por declarante; en las demás actividades que no estén relacionadas con declaraciones, entre ellos decidirán a quién le corresponde actuar.

4.5 Documentación de las audiencias

1) Registro de control de audiencias. Cada juez deberá tener un registro en el que se consignará, al inicio de cada audiencia, la hora, la fecha, la naturaleza de la audiencia, la identificación de las partes, los testigos y demás auxiliares que comparezcan a ella. Salvo negativa, que se hará constar, todos los asistentes deberán firmarlo antes de comenzar el acto.

2) Documentación mediante soportes aptos para la grabación de la imagen y el sonido. En las audiencias, las actuaciones orales se registrarán en soporte apto para la grabación y reproducción del sonido y la imagen y, de no ser posible, solo del sonido. En todo caso, las partes podrán solicitar, a su costa, una copia de los soportes en que haya quedado grabada la audiencia. Si los medios de registro a que se refieren los párrafos anteriores no pueden utilizarse por cualquier causa, se realizarán actas exhaustivas, únicamente para documentar la prueba practicada en audiencia.

3) Documentación mediante acta. Las actas serán lacónicas, salvo disposición legal en contrario. No se permitirá la transcripción literal o escrita de los actos. En casos excepcionales, cuando a criterio del juez sea necesario levantar acta escrita, se podrá ordenar la transcripción literal de la audiencia, mediante taquigrafía u otro método similar. El acta deberá contener, según las actividades que se desarrollen, lo siguiente:

a) El lugar, la fecha, la hora de inicio, la naturaleza y la finalización de la audiencia, con la indicación de las suspensiones y las reanudaciones.

b) Los nombres del juez, las partes presentes, los defensores y los representantes.

c) Los nombres de los testigos, peritos y demás auxiliares que declaren, así como la referencia de la prueba trasladada y de los otros elementos probatorios reproducidos, con una breve mención sobre los aspectos a los que se refirieron.

d) Las resoluciones que se dicten, las impugnaciones planteadas y lo resuelto sobre ellas, consignando, en forma lacónica, los fundamentos de la decisión.

e) Los nuevos señalamientos para la continuación de la audiencia.

f) Una síntesis de las principales conclusiones de las partes.

g) Mención de la lectura de la sentencia.

h) Cualquier otro dato que el juez considere pertinente.

i) La firma de los jueces que participaron en la audiencia.

El medio de respaldo utilizado para el registro de la audiencia quedará en el despacho como anexo al expediente.

4.6 Deliberación

La deliberación para dictar sentencias o resolver cuestiones complejas será siempre privada; para ello, el juez se retirará de la sala de audiencia. Durante la deliberación no podrán dedicarse a otra actividad judicial o personal ajena a ella. Terminada la deliberación, se retornará al recinto para comunicar lo resuelto.

Artículo 5.- Procedimiento monitorio

5.1 Resolución intimatoria, oposición y efectos

Admitida la demanda, se dictará una resolución que ordene el pago de los extremos reclamados de capital, los intereses liquidados, los futuros y ambas costas.

En dicho pronunciamiento se le conferirá un plazo de quince días para que cumpla o se oponga, interponiendo en ese acto las excepciones que considere procedentes.

Para fundamentar la oposición, solo será procedente el ofrecimiento de prueba admisible, pertinente y útil, de conformidad con las excepciones interpuestas, en cuyo caso se suspenderán los efectos de la resolución intimatoria, salvo lo relativo a embargos.

5.2 Embargo

Si se aporta título ejecutivo, a petición de parte, se decretará embargo por el capital reclamado y los intereses liquidados, más un cincuenta por ciento (50%) adicional para cubrir intereses futuros y costas; el embargo se comunicará inmediatamente. Si el documento carece de ejecutividad, para decretar la medida cautelar deberá realizarse el depósito de garantía del embargo preventivo.

5.3 Allanamiento y falta de oposición

Si el demandado se allana a lo pretendido, no se opone dentro del plazo o la oposición es infundada, se ejecutará la resolución intimatoria, sin más trámite.

5.4 Contenido de la oposición

Solo se admitirá la oposición por el fondo que se funde en falsedad del documento, falta de exigibilidad de la obligación, pago o prescripción, sin perjuicio de las excepciones procesales que establezca la ley.

5.5 Audiencia oral

Ante oposición fundada, se señalará una audiencia oral que se regirá por las siguientes disposiciones:

a) Informe a las partes sobre el objeto del proceso y el orden en que se conocerán las cuestiones por resolver.

b) Conciliación.

c) Ratificación, aclaración, ajuste y subsanación de las proposiciones de las partes, cuando a criterio del tribunal sean oscuras, imprecisas u omisas, cuando con anterioridad se haya omitido hacerlo.

d) Contestación, por el actor, de las excepciones opuestas, ofrecimiento y presentación de contraprueba.

e) Recepción, admisión y práctica de prueba pertinente sobre alegaciones de actividad procesal defectuosa no resueltas anteriormente, vicios de procedimiento invocados en la audiencia y excepciones procesales.

f) Resolución sobre alegaciones de actividad procesal defectuosa, excepciones procesales y saneamiento.

g) Fijación del objeto del debate.

h) Admisión y práctica de pruebas.

i) Conclusiones de las partes.

j) Dictado de la sentencia.

5.6 Prejudicialidad

La existencia de un proceso penal en ningún caso dará lugar a prejudicialidad y no suspenderá el monitorio.

5.7 Sentencia y conversión a ordinario

En sentencia se determinará si se confirma o se revoca la resolución intimatoria. Cuando la sentencia sea desestimatoria, se revocará cualquier acto de ejecución o medida cautelar que se haya acordado. No obstante, el actor podrá solicitar, en el plazo de ocho días a partir de la firmeza de la sentencia desestimatoria, que el proceso se convierta en ordinario. Cuando se admita la conversión, se conservarán las medidas cautelares obtenidas, previo rendimiento de caución, y tendrá eficacia toda la prueba practicada con anterioridad.

Artículo 6.- Recurso de apelación

El recurso de apelación deberá formularse en forma oral e inmediata, cuando se interponga en audiencia; en los demás casos, se hará por escrito dentro del tercer día. Deberá fundamentarse y se rechazará de plano a quien lo omita. Procederá únicamente contra las siguientes resoluciones:

a) La que rechaza la demanda.

b) La que declare con lugar las excepciones procesales.

c) La sentencia que se pronuncia sobre la oposición.

Cuando la apelación de autos o de sentencias anticipadas se formule en la audiencia de pruebas, el procedimiento no se suspenderá, salvo que la resolución apelada le ponga fin al proceso. Si el aspecto recurrido no tiene efectos suspensivos, la apelación se tendrá como interpuesta en forma diferida y condicionada a que la parte impugne la sentencia, reitere la apelación y que esta tenga trascendencia en la resolución final, en cuyo caso, será resuelta al conocer la sentencia de segunda instancia. Si la parte que interpuso el recurso no figura como apelante de la sentencia, la apelación diferida recobrará interés y deberá ser considerada, siempre que el recurso de otra de las partes resulte admisible.

Artículo 7.- Cosa juzgada formal, garantía en ordinario para suspender y plazo La sentencia dictada en proceso monitorio tendrá efecto de cosa juzgada formal. La presentación de un nuevo proceso no suspenderá la ejecución, salvo que se rinda una garantía suficiente, a satisfacción del tribunal, que cubra todo lo adeudado, ambas costas, los daños y perjuicios. El proceso ordinario deberá presentarse antes de que los bienes adjudicados se entreguen en remate.

CAPÍTULO II
PROCESOS DE EJECUCIÓN
SECCIÓN I

EJECUCIÓN HIPOTECARIA Y PRENDARIA

Artículo 8.- Títulos

Las hipotecas comunes y de cédula, así como la prenda inscritas debidamente, constituyen títulos de ejecución para hacer efectivo el privilegio sobre lo gravado o, en su caso, sobre la suma del seguro, así como para hacer efectivas todas las garantías personales, las cuales se entenderán limitadas al saldo en descubierto. Las hipotecas y prendas que por disposición legal no requieran inscripción, tienen la misma eficacia. Para tales efectos, constituyen documentos idóneos los originales de cédulas hipotecarias y sus cupones de intereses, las certificaciones de las escrituras de las hipotecas comunes y prendas inscritas, siempre que en ellas conste que las inscripciones no están canceladas ni modificadas por otro asiento.

Artículo 9.- Demanda y resolución inicial

Con la demanda deberán presentarse los documentos en los que se funde la ejecución. Se demandará al deudor y al propietario que consintió en el gravamen sobre los bienes; de no hacerse, previa advertencia al actor para que complete la legitimación en el plazo de ocho días, se declarará la inadmisibilidad de la ejecución. Podrá demandarse a los fiadores para ejercer contra ellos su responsabilidad, en caso de existir saldo en descubierto.

De oficio, en la resolución que le da curso al proceso, se ordenará la anotación de la demanda en el Registro correspondiente.

Artículo 10.- Oposición

En los procesos de ejecución hipotecaria y prendaria solo se admitirá la oposición que se funde en la falta de exigibilidad, el pago o la prescripción, sustentada en prueba documental o declaración de parte sobre hechos personales.

Para dilucidar la oposición, se seguirá el procedimiento incidental, el que se resolverá en audiencia oral, según lo dispuesto para el proceso monitorio. El remate no se suspenderá, pero tampoco se aprobará mientras la oposición no sea rechazada.

Artículo 11.- Prejudicialidad

Cuando sea formulada la acusación por el Ministerio Público o se presente querrela por falsedad del documento base de la ejecución hipotecaria o prendaria, el remate no se aprobará mientras no esté resuelto el proceso penal. Quedará a opción del oferente mantener o no la propuesta, cuando al efectuarse el remate no se tenga conocimiento de la existencia del proceso penal.

Artículo 12.- Desmejoramiento de la garantía, saldo en descubierto y conversión a proceso concursal

Cuando se pruebe que la garantía se ha desmejorado o se ha extinguido, podrán perseguirse otros bienes en el mismo proceso. Ejecutadas las garantías reales, cuando sea procedente y a solicitud de parte, el tribunal establecerá el saldo en descubierto. Firme la resolución que lo disponga, los acreedores podrán perseguir otros bienes en el mismo proceso. Los acreedores de grado inferior no satisfechos podrán cobrar lo que se les adeude en el mismo expediente; para ello, se formarán legajos independientes para cada uno. Cada legajo iniciará con una resolución en la que se establezca el monto adeudado. Si se dieran los presupuestos, los acreedores no satisfechos

podrán solicitar, en el mismo expediente, la declaratoria de apertura de un proceso concursal y remitir el expediente al tribunal competente para resolver lo que corresponda.

SECCIÓN II

TERCERÍAS

Artículo 13.- Clases de tercería

Las tercerías pueden ser de dominio, de mejor derecho y de distribución. Son de dominio, cuando el tercero alegue tenerlo sobre los bienes embargados; de mejor derecho, cuando se pretenda tener preferencia para el pago con el producto de ellos; y de distribución, cuando el tercero pretenda participar del producto del embargo, en forma proporcional o a prorrata, alegando tener un crédito basado en un título de fecha cierta anterior a la práctica del embargo o de la anotación, en el caso de bienes registrados.

Artículo 14.- Admisibilidad

14.1 Requisitos de la demanda

El escrito inicial deberá reunir, en lo pertinente, los requisitos previstos para los incidentes. Además, debe ser estimada. Para su admisibilidad se deberá presentar, bajo pena de rechazo de plano, lo siguiente:

- a)** En las tercerías de dominio o de mejor derecho sobre bienes registrables, el documento acreditativo de la inscripción o que está pendiente de ese trámite. Si se trata de bienes no registrables, el documento auténtico que justifique el derecho del tercero, de fecha anterior al embargo.
- b)** En las tercerías de distribución, el documento de fecha cierta, por lo menos dos meses antes del embargo, en el que conste una deuda dineraria; además, la documentación que acredite la insuficiencia patrimonial del deudor.

14.2 Oportunidad

No serán admisibles las tercerías de dominio, cuando se hayan adjudicado en firme los bienes al comprador. Tampoco, serán admisibles las de mejor derecho o distribución, cuando exista resolución firme que ordene el pago a un acreedor o a determinados acreedores.

Artículo 15.- Efectos procesales de la tercería

La interposición y tramitación de una tercería no suspende el curso del procedimiento.

Si es de dominio se celebrará el remate, pero su aprobación quedará sujeta a la resolución final de la tercería. Si es de mejor derecho o de distribución, el pago que pueda corresponder al tercerista se reservará y le será entregado de prosperar su pretensión. Los terceristas tendrán limitada su intervención en lo relacionado con el aseguramiento y la venta de bienes.

Artículo 16.- Procedimiento

Para dilucidar las tercerías se seguirá el procedimiento incidental, el que se resolverá en audiencia oral, según lo dispuesto para el proceso monitorio. En la resolución inicial se dará traslado al ejecutante, al ejecutado y a cualquier acreedor que se haya apersonado. En las tercerías de distribución, si el promovente carece de sentencia a su favor, al dictarse el fallo deberá emitirse un pronunciamiento sobre la existencia y extensión del crédito, así como el derecho de participar en el producto de la ejecución.

Artículo 17.- Efectos de la extinción del proceso sobre las tercerías de distribución

La extinción del proceso principal no implicará finalización de las tercerías de distribución en trámite. De existir solo una tercería de distribución, se considerará al tercerista como ejecutante; si hay dos o más, lo será el más antiguo. En ese supuesto, se continuará con la ejecución y se mantendrán los embargos y cualquier otra medida precautoria que se haya decretado.

CAPÍTULO III

APREMIO PATRIMONIAL

Artículo 18.- Embargo

18.1 Decreto de embargo

Constatada la existencia de una obligación dineraria, líquida y exigible a solicitud del acreedor, se decretará embargo sobre los bienes del deudor susceptibles de esa medida. El embargo se decretará por el capital reclamado y los intereses liquidados, más un cincuenta por ciento (50%) para cubrir los intereses futuros y las costas.

18.2 Práctica del embargo

Para la práctica del embargo se designará ejecutor a quien se le fijarán sus honorarios, los cuales deberán ser pagados directamente por el interesado. Al practicarlo, el ejecutor solo tomará en cuenta los bienes legalmente embargables; levantará un acta de lo actuado, en la que consignará la hora, la fecha y el lugar. Si se trata de bienes muebles, indicará las características necesarias para identificarlos; si se trata de inmuebles, las citas de inscripción, los linderos, las obras y los cultivos que se hallen en ellos.

En el acto designará, como depositario, a la persona que las partes elijan y, a falta de convenio, a quien se encuentre en posesión de los bienes, salvo que por el abandono, el peligro de deterioro, la pérdida, la ocultación o cualquier otra circunstancia, sea conveniente depositarlos en el acreedor o en un tercero. Para el depósito de determinados bienes, se exceptúan los supuestos que señale la ley. Al designado se le advertirán las obligaciones de su cargo y se le prevendrá señalar medio para recibir notificaciones.

El embargo de sueldos, rentas, depósitos, cuentas, títulos o ingresos periódicos se comunicará mediante oficio o por medios tecnológicos; al funcionario encargado se le indicará que está en la obligación de ejecutar lo ordenado y depositar, de inmediato, las sumas o los bienes, bajo pena de desobediencia a la autoridad.

En caso de embargo de bienes o derechos registrados, el tribunal lo anotará directamente en el registro respectivo, por medios tecnológicos, y solo en caso de imposibilidad, remitirá mandamiento para que sea el Registro el que haga la anotación. El embargo se tendrá por efectuado con la anotación y afectará a los embargantes y anotantes posteriores, a quienes no será necesario notificarles. En tales supuestos, la práctica material del embargo será optativa, a juicio del ejecutante.

No será necesario practicar otros embargos sobre un bien embargado, siempre que tal medida se mantenga vigente. Para tener por practicados los posteriores, bastará comunicar el decreto de embargo al tribunal que decretó el primero. Si se trata de bienes registrados, será necesario, además, comunicar los embargos posteriores al registro respectivo.

18.3 Embargo de bienes productivos

Cuando se embarguen bienes productivos, el ejecutado podrá solicitar, al tribunal, la autorización para utilizarlos en la actividad a la que están destinados. Cuando se embargue una empresa o un grupo de empresas, o las acciones o participaciones que representen la mayoría del capital social del patrimonio común o de los bienes o derechos pertenecientes a una empresa o adscritos a su explotación, podrá constituirse una administración, según la modalidad que determine el tribunal.

18.4 Custodia de dineros producto de embargos

Cuando se obtenga dinero como producto de embargos, se procederá a su depósito inmediato.

18.5 Venta anticipada de bienes embargados

A solicitud de parte o del depositario, el tribunal podrá ordenar la venta anticipada de bienes embargados, cuando exista peligro de que estos puedan desaparecer, desmejorarse, perder su valor o sean de difícil o costosa conservación.

Para tal efecto, se tomará como base el valor en plaza, de comercio o en bolsa.

18.6 Modificación, sustitución y levantamiento del embargo

El embargo puede ampliarse o reducirse, cuando haya insuficiencia o exceso de bienes embargados. La ampliación se ordenará a petición del acreedor. Para resolver sobre la reducción, se seguirá el procedimiento incidental.

Los bienes embargados no podrán ser sustituidos por otros, salvo aquiescencia del embargante.

Mediante depósito de la suma por la que se decretó, el deudor o cualquier interesado podrá evitar el embargo. Para levantar un embargo, será necesario depositar la totalidad de lo debido, en el momento de hacer la solicitud.

18.7 Levantamiento de embargo sin tercería

El tercero cuyos bienes hayan sido embargados podrá pedir el levantamiento sin promover tercería de dominio; para ello, adjuntará la documentación exigida para esta última. De la solicitud se dará traslado, por tres días, al embargante y, de seguido, el tribunal resolverá sin ulterior trámite. Si se deniega el levantamiento, el interesado podrá interponer la tercería.

Artículo 19.- Preferencia entre embargantes

El derecho del acreedor anotante del embargo prevalecerá sobre los derechos de los acreedores reales o personales, que nazcan con posterioridad a la presentación de la anotación en el Registro. Los acreedores posteriores no podrán pretender derecho alguno sobre el bien, ni en el precio de este, con perjuicio del embargante, salvo en los casos de prioridad regulados en la legislación sustantiva.

El anotante no gozará de preferencia alguna por el solo motivo de la anotación o de la práctica del embargo en bienes no registrados frente a los acreedores personales anteriores que hagan tercería, cuando no existan bienes suficientes para cubrir los créditos.

Artículo 20.- Venta de valores o efectos negociables en bolsa

Si lo embargado son valores o efectos negociables en bolsa, se comisionará a un puesto de bolsa para que los haga efectivos. El producto de estos se depositará en la cuenta bancaria correspondiente, previo rebajo de la comisión que legalmente corresponda pagar por el servicio, de todo lo cual el puesto deberá rendir cuenta documentada y detallada.

CAPÍTULO IV

REMATE

Artículo 21.- Actos preparatorios del remate

21.1 Concurrencia de acreedores sobre el mismo bien

Todos los acreedores embargantes o con garantía real, deberán gestionar el pago de sus créditos, en el proceso en el cual se haya efectuado primero la publicación del edicto de remate del bien que les sirve de garantía. De plantearse una nueva ejecución sobre el mismo bien, el tribunal ordenará suspender el proceso nuevo, tan pronto llegue a su conocimiento la existencia de la ejecución anterior.

Todos los acreedores apersonados, incluso los embargantes que hayan obtenido resolución al ordenar el remate, podrán impulsar el procedimiento.

21.2 Solicitud de remate

Con la primera solicitud de remate, el ejecutante deberá presentar la certificación del Registro respectivo, en la que consten los gravámenes, los embargos y las anotaciones que pesen sobre los bienes. Esa documentación no se requerirá para posteriores solicitudes; no obstante, el ejecutado o cualquier interesado podrá demostrarle al tribunal cualquier modificación.

21.3 Base del remate

La suma pactada por las partes servirá como base para el remate. En defecto de convenio, a elección del ejecutante, servirá de base el monto que se determine mediante avalúo pericial o el valor registrado, cuando los bienes tengan asignado un valor tributario o fiscal actualizado en los últimos dos años. En los demás casos se procederá al avalúo, el cual será realizado por expertos de la lista oficial, salvo el caso de inopia absoluta o relativa. Si los bienes por subastar soportan gravámenes, la base siempre será la establecida para la garantía de grado preferente vencida. En las ejecuciones sobre bienes sujetos a concurso, la base siempre se establecerá mediante avalúo pericial.

21.4 Orden de remate y notificaciones

Si la solicitud es procedente, el tribunal ordenará el remate e indicará el bien por rematar, las bases, la hora y la fecha. Previendo la posibilidad de una tercera subasta, en esa misma resolución se hará el señalamiento de la hora y la fecha para esta.

Si el bien se vende en concurso o quiebra, o por ejecución en primer grado, el remate se ordenará libre de gravámenes. Si la venta es por ejecución de un acreedor de grado inferior, se ordenará soportando los gravámenes anteriores de condición no cumplida o de plazo no vencido; pero, si los créditos anteriores son ya exigibles, también se ordenará libre de gravámenes, y el precio de la venta se aplicará al pago de los acreedores, según el orden de sus respectivos créditos.

Si de la documentación presentada se desprende la existencia de gravámenes o anotaciones, se notificará a los terceros adquirentes, acreedores o anotantes anteriores al embargo o a la anotación de la demanda, cuando proceda, para que, en el plazo de ocho días, se apersonen a hacer valer sus derechos. Cuando alguna de esas personas no sea encontrada, podrá notificársele por medio de un edicto, el cual se publicará una vez en el Boletín Judicial o en un diario de circulación nacional.

21.5 Publicación del aviso

El remate se anunciará por un edicto que se publicará dos veces, en días consecutivos, en La Gaceta; en este se expresará la base, la hora, el lugar y los días de las subastas, las cuales deberán efectuarse con un intervalo de diez días hábiles. Si se trata de muebles, el edicto contendrá una descripción lacónica de su identificación, también se indicará la naturaleza, la clase y el estado; si son inmuebles, los datos de inscripción en el Registro Público de la Propiedad, el distrito, el cantón y la provincia donde están ubicados; así como la naturaleza, la medida, los linderos, los gravámenes y las anotaciones, y las construcciones o los cultivos que contengan si esto último consta en el expediente. Además, se consignarán los gravámenes que afecten el bien, cuando el adjudicatario deba soportarlos y, en caso de existir prejudicialidad acreditada

debidamente en el expediente respecto del bien por rematar, el edicto deberá advertir la existencia del proceso penal, sin que la omisión implique nulidad del remate.

Artículo 22.- Suspensión del remate

El remate se suspenderá por solicitud del acreedor o de todos los acreedores ejecutantes apersonados. También se suspenderá, cuando cualquier interesado deposite, a la orden del tribunal, una suma que cubra la totalidad de los extremos reclamados, incluidas las costas. Cuando la suma depositada sea evidentemente insuficiente, no se suspenderá el remate. Si hay duda, se realizará sujeto a que, determinada la suma faltante, el interesado cubra la diferencia dentro del quinto día, en cuyo caso se dejará sin efecto.

Artículo 23.- Remate

El remate solo podrá verificarse cuando hayan transcurrido ocho días, contados desde el día siguiente de la primera publicación del edicto y la notificación a todos los interesados. Si antes de efectuarse el remate se presenta oposición, incidente o gestión para suspenderlo, la subasta se llevará a cabo y se advertirá a los interesados que el resultado de esta quedará sujeto a lo que se resuelva. El remate será presidido por un rematador o por el auxiliar judicial que se designe, sin perjuicio de la intervención del juez. El día y la hora señalados, el pregonero anunciará el remate y leerá el edicto en voz alta; quien preside pondrá en conocimiento de los asistentes las posturas y las mejoras que se hagan, dará por terminado el acto cuando no haya quien mejore la última postura y adjudicará el bien al mejor postor. No se admitirán ofertas que no cubran la base.

El postor deberá depositar el cincuenta por ciento (50%) de la base, en efectivo, mediante entero bancario, a la orden del tribunal, o cheque certificado de un banco costarricense y señalar medio para atender notificaciones. Si en el acto del remate, el comprador no paga la totalidad de lo ofrecido, deberá depositar, dentro del tercer día, el precio total de su oferta; de no hacerlo, la subasta se declarará insubsistente.

De todo lo actuado se levantará un acta, la cual será firmada por el rematador, el comprador, las partes y sus abogados. Si el comprador no puede hacerlo, se consignará esa circunstancia.

El acreedor que tenga derecho preferente de pago, no estará obligado a hacer un depósito para participar, siempre que la oferta sea en abono a su crédito, el que para este efecto se fija en el capital más el cincuenta por ciento (50%). Si ofrece una suma que supere su crédito, deberá depositar para participar. Si el monto ofrecido supera lo adeudado, una vez aprobada la liquidación final se le prevendrá depositar la diferencia dentro del tercer día. Si no lo hace, el remate se declarará insubsistente.

Artículo 24.- Presentación de los bienes y celebración del remate en el lugar donde estos se encuentren

Para efectos de remate, el tribunal podrá ordenar a quien tenga los bienes en su poder, la presentación de estos, a fin de inspeccionarlos o para que los postores los tengan a la vista. Si por su naturaleza no pueden ser trasladados, la inspección podrá disponerse en el lugar donde se hallen, y cuando se considere pertinente, a solicitud del acreedor, el remate se verificará, en el lugar en que estos se encuentren. Cuando haya ocultación de los bienes o negativa para ponerlos a disposición del tribunal, cuando este lo ordene, se pondrá en conocimiento de la autoridad penal competente.

Artículo 25.- Remate fracasado

Si en el primer remate no hay postor, se darán diez días hábiles para realizar el segundo remate; la base se rebajará en un veinticinco por ciento (25%) de la original. Si para el segundo remate no existen oferentes, se celebrará un tercer remate dentro de diez días hábiles. El tercer remate se iniciará con un veinticinco por ciento (25%) de la base original y en esta el postor deberá depositar

la totalidad de la oferta. Si para el tercer remate no hay postores, los bienes se tendrán por adjudicados al ejecutante, por el veinticinco por ciento (25%) de la base original.

Artículo 26.- Remate insubsistente

Si el mejor oferente no consigna el precio dentro del plazo señalado, el remate se tendrá por insubsistente. El treinta por ciento (30%) del depósito se entregará a los ejecutantes como indemnización fija de daños y perjuicios, y el resto en abono al crédito del acreedor ejecutante de grado preferente. Cuando haya varios acreedores ejecutantes de crédito vencido, el monto correspondiente a daños y perjuicios se girará a todos por partes iguales. Declarada la insubsistencia de la subasta, se ordenará celebrarla nuevamente y el depósito para participar será la totalidad de la base.

Artículo 27.- Aprobación, protocolización y cancelación de gravámenes y puesta en posesión

Celebrado el remate y habiéndose cumplido todos los requerimientos legales, el tribunal lo aprobará. En la resolución que lo apruebe, se ordenará cancelar las inscripciones o anotaciones relativas al crédito de grado superior vencido que se ejecuta y las inferiores de este, así como las que consten en la certificación base de la subasta y las que se hayan anotado después. Asimismo, el tribunal autorizará la protocolización pertinente y ordenará la entrega del bien.

Artículo 28.- Liquidación del producto del remate

El producto del remate será liquidado en el orden siguiente:

a) Costas.

b) Gastos de cuidado, depósito, administración y mantenimiento, desde el día del embargo hasta la firmeza del remate. El deudor no podrá cobrar honorarios ni gastos, si hubiera sido el depositario de los bienes rematados. En ese mismo supuesto, el ejecutante solo podrá cobrar los gastos de conservación.

c) Pago de intereses y capital, atendiendo el orden de prelación, cuando existan varios acreedores. Si alguno no se presenta y el remate no se ha celebrado soportando su gravamen, se reservará lo que le corresponda.

d) El remanente será entregado al deudor, salvo si existe algún motivo de impedimento legal.

Artículo 29.- Impugnación del remate

El remate y la actividad procesal defectuosa que se haya producido antes o durante la celebración, solo serán impugnables mediante los recursos que quepan contra la resolución que lo aprueba. La nulidad podrá alegarse con posterioridad a la resolución que lo aprueba, por la vía incidental, únicamente cuando se sustente en una de las causales por las cuales es admisible la revisión. Dicho incidente será inadmisibile, si se plantea después de tres meses posteriores al conocimiento de la causal, del momento en que el perjudicado debió conocerla o pudo hacerla valer.

Artículo 30.- Puesta en posesión

Aprobado el remate por resolución firme, sin más trámite, al adjudicatario se le pondrá en posesión del bien por medio de la autoridad administrativa, con aplicación de lo dispuesto en materia de ejecución de sentencia. A solicitud del interesado, de ser necesario, la puesta en posesión se hará directamente por el tribunal o, en su caso, mediante comisión a otra autoridad judicial. De promoverse algún incidente para impedir esa actuación, se rechazará de plano, cuando sea evidente su improcedencia, sin recurso alguno.

Artículo 31.- Recurso de apelación

Sin perjuicio de lo dispuesto en otras disposiciones, únicamente tendrán recurso de apelación, dentro del tercer día, las resoluciones que:

- a) Aprueben o imprueben la liquidación de los intereses o las costas.
- b) Ordenen el levantamiento de embargos.
- c) Denieguen el embargo.
- d) Ordenen el remate.
- e) Aprueben el remate.
- f) Declaren insubsistente el remate.
- g) Resuelvan sobre la liquidación del producto del remate.
- h) Se pronuncien sobre el fondo de las tercerías.

CAPÍTULO V

DISPOSICIONES FINALES

Artículo 32.- Autorización para especializar tribunales

Autorízase a la Corte Suprema de Justicia para que especialice tribunales, en primera y segunda instancia, para el cobro de obligaciones dinerarias, en cada circuito judicial donde se requieran. Asimismo, podrá designar uno o varios tribunales con funciones cobratorias específicas.

Artículo 33.- Cobro por medios tecnológicos

Facúltase a la Corte Suprema de Justicia para que implemente el uso de los sistemas tecnológicos en los procesos referidos en esta Ley, siempre que se garantice el debido proceso y la seguridad de los actos procesales.

Artículo 34.- Expediente electrónico

Las gestiones, resoluciones y actuaciones del proceso, darán lugar a la formación de un expediente ordenado secuencial y cronológicamente, el cual se formará, consultará y conservará por medios tecnológicos. Se autoriza al Poder Judicial para que disponga cómo se formarán los expedientes y se respaldarán los actos procesales.

Artículo 35.- Oralidad

Las audiencias deberán ajustarse al principio de oralidad. La expresión oral será el medio fundamental de comunicación. Solo serán escritos los actos autorizados expresamente por esta Ley y los que por su naturaleza deban constar de esa forma. En caso de duda entre la aplicación de la oralidad y la escritura, el tribunal escogerá siempre la oralidad.

Artículo 36.- Reformas

Refórmase la Ley orgánica del Poder Judicial, en las siguientes disposiciones:

- a) El inciso 1) del artículo 95, cuyo texto dirá:

“**Artículo 95**

[...]

1) De los recursos de apelación que procedan contra las resoluciones de los juzgados civiles. También conocerán de las apelaciones provenientes de los juzgados especializados en el cobro de obligaciones dinerarias. Si el proceso es de menor cuantía será conocido por un integrante del tribunal como órgano unipersonal.

[...]

b) El inciso 1) del artículo 105, cuyo texto dirá:

“Artículo 105

[...]

1) De los procesos de mayor cuantía, excepto de los que correspondan al juzgado contencioso-administrativo y civil de hacienda, agrario o juzgado especializado en cobro de obligaciones dinerarias.

[...]

c) El inciso 1) del artículo 115, cuyo texto dirá:

“Artículo 115

[...]

1) De los procesos monitorios, hipotecarios y prendarios de menor cuantía, excepto de los que correspondan a los tribunales especializados.

[...]

Artículo 37.- Derogaciones

Deróganse las siguientes disposiciones:

a) El inciso 1) del artículo 432 y los artículos 438 a 447, ambos inclusive, 502 a 506, ambos inclusive, y 650 a 691, ambos inclusive, del Código Procesal Civil.

b) El artículo 422 del Código Civil.

c) El artículo 119 de la Ley orgánica del Poder Judicial.

d) El inciso 3) del artículo 110 de la Ley orgánica del Poder Judicial se deroga la frase: “salvo los casos en que, por norma expresa, correspondan ser conocidos por un juzgado civil de hacienda de asuntos sumarios”.

e) Del inciso 4) del artículo 110 de la Ley orgánica del Poder Judicial se deroga la frase: “siempre que el asunto, por su cuantía, no le corresponda ser conocido en un juzgado civil de hacienda de asuntos sumarios”.

f) Los incisos 6) y 7) del artículo 110 de la Ley orgánica del Poder Judicial.

g) Del artículo 165 del Código Procesal Civil, se deroga la siguiente frase: “Salvado el caso de la prescripción.” La disposición debe leerse: “Artículo 165. Cosa juzgada formal. Las sentencias dictadas en otra clase de proceso podrán ser discutidas en el procedimiento ordinario.”

Artículo 38.- Normas supletorias

En todo lo no previsto en esta Ley, rigen supletoriamente, en lo que sean aplicables, las disposiciones del Código Procesal Civil.

Transitorio I.-

Los procesos cobratorios pendientes ante los tribunales de justicia, en el momento de entrar en vigencia esta Ley, deberán continuar con la normativa procesal vigente a su presentación. Los procesos donde no se haya dado curso a la demanda, se le aplicará lo dispuesto en esta Ley, con readecuación del escrito inicial.

Transitorio II.-

El Juzgado Civil de Hacienda de Asuntos Sumarios mantendrá su sede en el Segundo

Circuito de San José, Goicoechea, como juzgado especializado para los fines de esta Ley. No obstante, todos los procesos pendientes, cobratorios o no, deberán continuar con la legislación procesal derogada.

Artículo 39.- Vigencia

Esta Ley rige seis meses después de su publicación.

COMISIÓN LEGISLATIVA PLENA SEGUNDA.- Aprobado el día diecisiete de octubre del año dos mil siete.

ANEXO N° 2: Factura Comercial



Repuestos para Camiones Belén

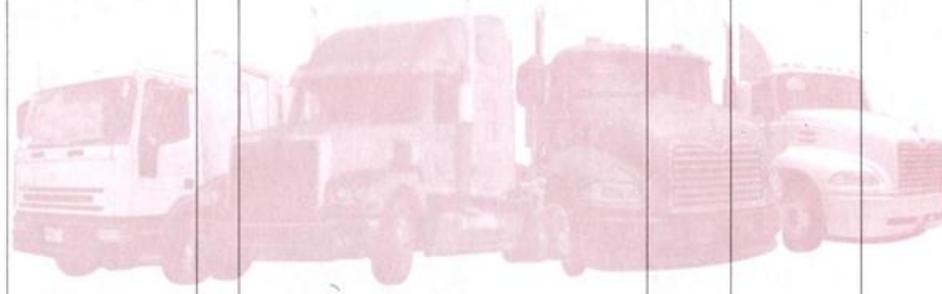
Repuestos para Camiones Belén S.A.

CED. JURIDICA: 3-101-238210
50 MTS. OESTE DE AGUILAR Y SOLIS
APARTADO: 588-4005 BELEN
TELS.: 2293-6225 • 2293-6287 • 2293-7719 • 2293-5503 FAX: 2239-4125
E-mail: j.andresgerencia@repuestoscamiones.co.cr

FACTURA No. 145582

CONTADO CREDITO

| | | | | | | |
|--------------|-----------------|------------|------|-------|-------------|--|
| NOMBRE: | | DIRECCION: | | | | |
| VENDIDO POR: | ORDEN DE COMPRA | CUENTA | ZONA | FECHA | FACTURA No. | |

| CANTIDAD | CODIGO | DESCRIPCION DEL ARTICULO | UNID. MED | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|--|--------|--------------------------|-----------|-----------------|--------------|
|  | | | | | |

| | | | | |
|------------|-----------------|-----------------|------------|-------|
| SUB -TOTAL | TOTAL DESCUENTO | SUB -TOTAL NETO | IMP. VENTA | TOTAL |
|------------|-----------------|-----------------|------------|-------|

| | | | | |
|----------|-------|--------------|---------------|---|
| VENCE EL | PLAZO | RECIBIDO POR | No. DE CEDULA | <small>1- RENUNCIO MI DOMICILIO Y DOY POR ACEPTADAS LAS CONDICIONES DEL CODIGO DE COMERCIO SEGUN ARTICULO No. 460. 2- NO ACEPTAMOS LA DEVOLUCION UNA VEZ RECIBIDA LA MERCADERIA. 3- TODA FACTURA GENERA UN 9% MENSUAL DESPUES DE VENCIDA.</small> |
|----------|-------|--------------|---------------|---|

AUTORIZADO MEDIANTE OFICIO No. 04-0007-97 DE FECHA 30-09-97 DE LA D.G.T.D.

BLANCO ORIGINAL / ROSADA CONTABILIDAD / VERDE ARCHIVO

ANEXO N° 3: Letra de Cambio

N° _____

LETRA DE CAMBIO

POR _____

AL VENCIMIENTO DE _____ (FECHA DE PAGO) SE SERVIRA _____ (NOMBRE DEL LIBRADO)

PAGAR POR ESTA LETRA DE CAMBIO A LA ORDEN DE _____ (NOMBRE DE LA PERSONA A QUIEN SE HA DE HACER EL PAGO)

_____ LA CANTIDAD DE _____

_____ SUMA _____

CON INTERESES AL _____ (SI LOS HAY) EN _____ (LUGAR EN DONDE HA DE EFECTUARSE EL PAGO)

TANTO EL LIBRADOR, COMO EL LIBRADO, ENDOSANTES O AVALISTAS, ASÍ COMO CUALQUIERA OTRA PERSONA QUE INTERVINIERE EN ESTA LETRA DE CAMBIO, TIENEN RENUNCIADOS EL DOMICILIO, CUALESQUIERA AVISOS Y REQUERIMIENTOS DE PAGO Y DILIGENCIAS DE PROTESTO, QUEDANDO ADEMÁS AUTORIZADA LA CONCESION DE PRORROGA SIN CONSULTA NI NOTIFICACION.-

_____ (LUGAR Y FECHA DE EMISION) _____ (NOMBRE Y FIRMA DEL LIBRADOR)

NOMBRE Y DOMICILIO DEL LIBRADO

L.L. S.A. 378237 - 3.000/10011 - 04-2002

ANEXO N° 4: Decreto N°35867 Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito

Reglamento de Tarjetas de Crédito

N° 35867-MEIC

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

Y EL MINISTRO DE ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMERCIO

En uso de las facultades conferidas en los artículos 46, 140 incisos 3) y 18) y artículo 146 de la Constitución Política; inciso 2.b) del artículo 28 de la Ley General de la Administración Pública N° 6227 del 2 de mayo de 1978, la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, N° 7472 de 20 de diciembre de 1994, la Ley de Protección al Ciudadano del Exceso de Requisitos y Trámites Administrativos N° 8220 del 4 de marzo de 2002 y, la Ley Orgánica del Ministerio de Economía, Industria y Comercio, N° 6054 del 14 de junio de 1977 y sus reformas.

Considerando:

I.—Que a través del numeral 46 de la Constitución Política se elevó a rango constitucional la protección de los derechos de los consumidores y de los usuarios en materia de salud, ambiente, seguridad e intereses económicos. Además, se establece la obligación del Estado de apoyar los organismos que constituyan aquellos en defensa de sus Derechos.

II.—Que dicho precepto fue desarrollado por el Legislador a través del numeral 32 de la Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor, N° 7472 del 20 de diciembre de 2004, que establece entre otros, como derechos fundamentales e irrenunciables de los consumidores, que la propaganda sea adecuada y veraz para evitar daños a la salud, a su seguridad y al medio ambiente; la protección de sus intereses económicos y sociales; la libertad de elección y un trato equitativo.

III.—Que el artículo 34 de la Ley supra obliga al comerciante y al productor, entre otras cosas, a informar suficientemente al consumidor de manera clara y veraz, acerca de los elementos que incidan en forma directa sobre su decisión de consumo; garantizar todo bien o servicio y abstenerse a realizar publicidad que induzca a error o engaño al consumidor.

IV.—Que por su parte, el ordinal 44 bis) del mismo cuerpo normativo establece los requisitos que deberán cumplir los emisores de tarjetas de crédito.

V.—Que la utilización de tarjetas de crédito y débito constituyen un medio de pago, sustituto del dinero en efectivo, lo que ha estimulado la intensificación de su uso.

VI.—Que resulta necesario regular aspectos relativos a la información sobre las transacciones que, con cargo a las cuentas corrientes o de ahorro se hagan mediante la utilización de tarjetas de débito.

VII.—Que con la publicación de la Ley N° 8220, Ley de Protección al Ciudadano del Exceso de Requisitos y Trámites Administrativos, del 4 de marzo de 2002, se le ha otorgado a la Administración, bajo los principios de racionalidad, celeridad y precisión, un mecanismo más ágil a

fin de eliminar las omisiones, los abusos y excesos de requisitos y trámites que han venido afectando al administrado en su quehacer con la Administración.

VIII.—Que a fin de corregir posibles ambigüedades y erróneas interpretaciones, en la actual reglamentación del mercado de tarjetas, se hace necesario proponer una reforma integral a la normativa vigente. **Por tanto,**

Decretan

Reglamento de Tarjetas de Crédito y Débito

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 registrará 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 N° 7472 y sus reformas y el artículo 23 de la Ley Reguladora del Mercado de Seguros, Ley N° 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 período, 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 regirán 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*.

ANEXO N° 5: Ley de protección de la persona frente al tratamiento de sus datos personales.

PROTECCIÓN DE LA PERSONA FRENTE AL TRATAMIENTO DE SUS DATOS PERSONALES

CAPÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

SECCIÓN ÚNICA

ARTÍCULO 1.- Objetivo y fin

Esta ley es de orden público y tiene como objetivo garantizar a cualquier persona, independientemente de su nacionalidad, residencia o domicilio, el respeto a sus derechos fundamentales, concretamente, su derecho a la autodeterminación informativa en relación con su vida o actividad privada y demás derechos de la personalidad, así como la defensa de su libertad e igualdad con respecto al tratamiento automatizado o manual de los datos correspondientes a su persona o bienes.

ARTÍCULO 2.- Ámbito de aplicación

Esta ley será de aplicación a los datos personales que figuren en bases de datos automatizadas o manuales, de organismos públicos o privados, y a toda modalidad de uso posterior de estos datos.

El régimen de protección de los datos de carácter personal que se establece en esta ley no será de aplicación a las bases de datos mantenidas por personas físicas o jurídicas con fines exclusivamente internos, personales o domésticos, siempre y cuando estas no sean vendidas o de cualquier otra manera comercializadas.

ARTÍCULO 3.- Definiciones

Para los efectos de la presente ley se define lo siguiente:

a) Base de datos: cualquier archivo, fichero, registro u otro conjunto estructurado de datos personales, que sean objeto de tratamiento o procesamiento, automatizado o manuales, cualquiera que sea la modalidad de su elaboración, organización o acceso.

b) Datos personales: cualquier dato relativo a una persona física identificada o identificable.

c) Datos personales de acceso irrestricto: los contenidos en bases de datos públicas de acceso general, según dispongan leyes especiales y de conformidad con la finalidad para la cual estos datos fueron recabados.

d) Datos personales de acceso restringido: los que, aun formando parte de registros de acceso al público, no son de acceso irrestricto por ser de interés solo para su titular o para la Administración Pública.

e) Datos sensibles: información relativa al fuero íntimo de la persona, como por ejemplo los que revelen origen racial, opiniones políticas, convicciones religiosas o espirituales, condición socioeconómica, información biomédica o genética, vida y orientación sexual, entre otros.

f) Deber de confidencialidad: obligación de los responsables de bases de datos, personal a su cargo y del personal de la Agencia de Protección de Datos de los Habitantes (Prodhab), de guardar la confidencialidad con ocasión del ejercicio de las facultades dadas por esta ley, principalmente cuando se acceda a información sobre datos personales y sensibles. Esta obligación perdurará aun después de finalizada la relación con la base de datos.

g) Interesado: persona física, titular de los datos que sean objeto del tratamiento automatizado o manual.

h) Responsable de la base de datos: persona física o jurídica que administre, gerencie o se encargue de la base de datos, ya sea esta una entidad pública o privada, competente, con arreglo a la ley, para decidir cuál es la finalidad de la base de datos, cuáles categorías de datos de carácter personal deberán registrarse y qué tipo de tratamiento se les aplicarán.

i) Tratamiento de datos personales: cualquier operación o conjunto de operaciones, efectuadas mediante procedimientos automatizados o manuales y aplicadas a datos personales, tales como la recolección, el registro, la organización, la conservación, la modificación, la extracción, la consulta, la utilización, la comunicación por transmisión, difusión o cualquier otra forma que facilite el acceso a estos, el cotejo o la interconexión, así como su bloqueo, supresión o destrucción, entre otros.

CAPÍTULO II

PRINCIPIOS Y DERECHOS BÁSICOS PARA LA

PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

SECCIÓN I

PRINCIPIOS Y DERECHOS BÁSICOS

ARTÍCULO 4.- Autodeterminación informativa

Toda persona tiene derecho a la autodeterminación informativa, la cual abarca el conjunto de principios y garantías relativas al legítimo tratamiento de sus datos personales reconocidos en esta sección.

Se reconoce también la autodeterminación informativa como un derecho fundamental, con el objeto de controlar el flujo de informaciones que conciernen a cada persona, derivado del derecho a la privacidad, evitando que se propicien acciones discriminatorias.

ARTÍCULO 5.- Principio de consentimiento informado

1.- Obligación de informar

Cuando se soliciten datos de carácter personal será necesario informar de previo a las personas titulares o a sus representantes, de modo expreso, preciso e inequívoco:

- a) De la existencia de una base de datos de carácter personal.
- b) De los fines que se persiguen con la recolección de estos datos.
- c) De los destinatarios de la información, así como de quiénes podrán consultarla.
- d) Del carácter obligatorio o facultativo de sus respuestas a las preguntas que se le formulen durante la recolección de los datos.
- e) Del tratamiento que se dará a los datos solicitados.
- f) De las consecuencias de la negativa a suministrar los datos.
- g) De la posibilidad de ejercer los derechos que le asisten.
- h) De la identidad y dirección del responsable de la base de datos.

Cuando se utilicen cuestionarios u otros medios para la recolección de datos personales figurarán estas advertencias en forma claramente legible.

2.- Otorgamiento del consentimiento

Quien recopile datos personales deberá obtener el consentimiento expreso de la persona titular de los datos o de su representante. Este consentimiento deberá constar por escrito, ya sea en un documento físico o electrónico, el cual podrá ser revocado de la misma forma, sin efecto retroactivo.

No será necesario el consentimiento expreso cuando:

- a) Exista orden fundamentada, dictada por autoridad judicial competente o acuerdo adoptado por una comisión especial de investigación de la Asamblea Legislativa en el ejercicio de su cargo.
- b) Se trate de datos personales de acceso irrestricto, obtenidos de fuentes de acceso público general.
- c) Los datos deban ser entregados por disposición constitucional o legal.

Se prohíbe el acopio de datos sin el consentimiento informado de la persona, o bien, adquiridos por medios fraudulentos, desleales o ilícitos.

ARTÍCULO 6.- Principio de calidad de la información

Solo podrán ser recolectados, almacenados o empleados datos de carácter personal para su tratamiento automatizado o manual, cuando tales datos sean actuales, veraces, exactos y adecuados al fin para el que fueron recolectados.

1.- Actualidad

Los datos de carácter personal deberán ser actuales. El responsable de la base de datos eliminará los datos que hayan dejado de ser pertinentes o necesarios, en razón de la finalidad para la cual fueron recibidos y registrados. En ningún caso, serán conservados los datos personales que puedan afectar, de cualquier modo, a su titular, una vez transcurridos diez años desde la fecha de ocurrencia de los hechos registrados, salvo disposición normativa especial que disponga otra cosa. En caso de que sea necesaria su conservación, más allá del plazo estipulado, deberán ser desasociados de su titular.

2. Veracidad

Los datos de carácter personal deberán ser veraces.

La persona responsable de la base de datos está obligado a modificar o suprimir los datos que falten a la verdad. De la misma manera, velará por que los datos sean tratados de manera leal y lícita.

3.- Exactitud

Los datos de carácter personal deberán ser exactos. La persona responsable de la base de datos tomará las medidas necesarias para que los datos inexactos o incompletos, con respecto a los fines para los que fueron recogidos o para los que fueron tratados posteriormente, sean suprimidos o rectificadas.

Si los datos de carácter personal registrados resultan ser inexactos en todo o en parte, o incompletos, serán eliminados o sustituidos de oficio por la persona responsable de la base de datos, por los correspondientes datos rectificadas, actualizados o complementados. Igualmente, serán eliminados si no media el consentimiento informado o está prohibida su recolección.

4.- Adecuación al fin

Los datos de carácter personal serán recopilados con fines determinados, explícitos y legítimos, y no serán tratados posteriormente de manera incompatible con dichos fines.

No se considerará incompatible el tratamiento posterior de datos con fines históricos, estadísticos o científicos, siempre y cuando se establezcan las garantías oportunas para salvaguardar los derechos contemplados en esta ley.

Las bases de datos no pueden tener finalidades contrarias a las leyes ni a la moral pública.

ARTÍCULO 7.- Derechos que le asisten a la persona

Se garantiza el derecho de toda persona al acceso de sus datos personales, rectificación o supresión de estos y a consentir la cesión de sus datos.

La persona responsable de la base de datos debe cumplir lo solicitado por la persona, de manera gratuita, y resolver en el sentido que corresponda en el plazo de cinco días hábiles, contado a partir de la recepción de la solicitud.

1.- Acceso a la información

La información deberá ser almacenada en forma tal que se garantice plenamente el derecho de acceso por la persona interesada.

El derecho de acceso a la información personal garantiza las siguientes facultades del interesado:

a) Obtener en intervalos razonables, según se disponga por reglamento, sin demora y a título gratuito, la confirmación o no de la existencia de datos suyos en archivos o bases de datos. En caso de que sí existan datos suyos, estos deberán ser comunicados a la persona interesada en forma precisa y entendible.

b) Recibir la información relativa a su persona, así como la finalidad con que fueron recopilados y el uso que se le ha dado a sus datos personales. El informe deberá ser completo, claro y exento de codificaciones. Deberá estar acompañado de una explicación de los términos técnicos que se utilicen.

c) Ser informado por escrito de manera amplia, por medios físicos o electrónicos, sobre la totalidad del registro perteneciente al titular, aun cuando el requerimiento solo comprenda un aspecto de los datos personales. Este informe en ningún caso podrá revelar datos pertenecientes a terceros, aun cuando se vinculen con la persona interesada, excepto cuando con ellos se pretenda configurar un delito penal.

d) Tener conocimiento, en su caso, del sistema, programa, método o proceso utilizado en los tratamientos de sus datos personales.

El ejercicio del derecho al cual se refiere este artículo, en el caso de datos de personas fallecidas, le corresponderá a sus sucesores o herederos.

2.- Derecho de rectificación

Se garantiza el derecho de obtener, llegado el caso, la rectificación de los datos personales y su actualización o la eliminación de estos cuando se hayan tratado con infracción a las disposiciones de la presente ley, en particular a causa del carácter incompleto o inexacto de los datos, o hayan sido recopilados sin autorización del titular.

Todo titular puede solicitar y obtener de la persona responsable de la base de datos, la rectificación, la actualización, la cancelación o la eliminación y el cumplimiento de la garantía de confidencialidad respecto de sus datos personales.

El ejercicio del derecho al cual se refiere este artículo, en el caso de datos de personas fallecidas, le corresponderá a sus sucesores o herederos.

ARTÍCULO 8.- Excepciones a la autodeterminación informativa del ciudadano

Los principios, los derechos y las garantías aquí establecidos podrán ser limitados de manera justa, razonable y acorde con el principio de transparencia administrativa, cuando se persigan los siguientes fines:

a) La seguridad del Estado.

b) La seguridad y el ejercicio de la autoridad pública.

c) La prevención, persecución, investigación, detención y represión de las infracciones penales, o de las infracciones de la deontología en las profesiones.

d) El funcionamiento de bases de datos que se utilicen con fines estadísticos, históricos o de investigación científica, cuando no exista riesgo de que las personas sean identificadas.

e) La adecuada prestación de servicios públicos.

f) La eficaz actividad ordinaria de la Administración, por parte de las autoridades oficiales.

SECCIÓN II

CATEGORÍAS ESPECIALES DEL

TRATAMIENTO DE LOS DATOS

ARTÍCULO 9.- Categorías particulares de los datos

Además de las reglas generales establecidas en esta ley, para el tratamiento de los datos personales, las categorías particulares de los datos que se mencionarán, se regirán por las siguientes disposiciones:

1.- Datos sensibles

Ninguna persona estará obligada a suministrar datos sensibles. Se prohíbe el tratamiento de datos de carácter personal que revelen el origen racial o étnico, opiniones políticas, convicciones religiosas, espirituales o filosóficas, así como los relativos a la salud, la vida y la orientación sexual, entre otros.

Esta prohibición no se aplicará cuando:

a) El tratamiento de los datos sea necesario para salvaguardar el interés vital del interesado o de otra persona, en el supuesto de que la persona interesada esté física o jurídicamente incapacitada para dar su consentimiento.

b) El tratamiento de los datos sea efectuado en el curso de sus actividades legítimas y con las debidas garantías por una fundación, una asociación o cualquier otro organismo, cuya finalidad sea política, filosófica, religiosa o sindical, siempre que se refiera exclusivamente a sus miembros o a las personas que mantengan contactos regulares con la fundación, la asociación o el organismo, por razón de su finalidad y con tal de que los datos no se comuniquen a terceros sin el consentimiento de las personas interesadas.

c) El tratamiento se refiera a datos que la persona interesada haya hecho públicos voluntariamente o sean necesarios para el reconocimiento, el ejercicio o la defensa de un derecho en un procedimiento judicial.

d) El tratamiento de los datos resulte necesario para la prevención o para el diagnóstico médico, la prestación de asistencia sanitaria o tratamientos médicos, o la gestión de servicios sanitarios, siempre que dicho tratamiento de datos sea realizado por un funcionario o funcionaria del área de la salud, sujeto al secreto profesional o propio de su función, o por otra persona sujeta, asimismo, a una obligación equivalente de secreto.

2.- Datos personales de acceso restringido

Datos personales de acceso restringido son los que, aun formando parte de registros de acceso al público, no son de acceso irrestricto por ser de interés solo para su titular o para la Administración Pública. Su tratamiento será permitido únicamente para fines públicos o si se cuenta con el consentimiento expreso del titular.

3.- Datos personales de acceso irrestricto

Datos personales de acceso irrestricto son los contenidos en bases de datos públicas de acceso general, según lo dispongan las leyes especiales y de conformidad con la finalidad para la cual estos datos fueron recabados.

No se considerarán contemplados en esta categoría: la dirección exacta de la residencia, excepto si su uso es producto de un mandato, citación o notificación administrativa o judicial, o bien, de una operación bancaria o financiera, la fotografía, los números de teléfono privados y otros de igual naturaleza cuyo tratamiento pueda afectar los derechos y los intereses de la persona titular.

4.- Datos referentes al comportamiento crediticio

Los datos referentes al comportamiento crediticio se regirán por las normas que regulan el Sistema Financiero Nacional, de modo que permitan garantizar un grado de riesgo aceptable por parte de las entidades financieras, sin impedir el pleno ejercicio del derecho a la autodeterminación informativa ni exceder los límites de esta ley.

SECCIÓN III

SEGURIDAD Y CONFIDENCIALIDAD

DEL TRATAMIENTO DE LOS DATOS

ARTÍCULO 10.- Seguridad de los datos

El responsable de la base de datos deberá adoptar las medidas de índole técnica y de organización necesarias para garantizar la seguridad de los datos de carácter personal y evitar su

alteración, destrucción accidental o ilícita, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado, así como cualquier otra acción contraria a esta ley.

Dichas medidas deberán incluir, al menos, los mecanismos de seguridad física y lógica más adecuados de acuerdo con el desarrollo tecnológico actual, para garantizar la protección de la información almacenada.

No se registrarán datos personales en bases de datos que no reúnan las condiciones que garanticen plenamente su seguridad e integridad, así como la de los centros de tratamiento, equipos, sistemas y programas.

Por vía de reglamento se establecerán los requisitos y las condiciones que deban reunir las bases de datos automatizadas y manuales, y de las personas que intervengan en el acopio, almacenamiento y uso de los datos.

ARTÍCULO 11.- Deber de confidencialidad

La persona responsable y quienes intervengan en cualquier fase del tratamiento de datos personales están obligadas al secreto profesional o funcional, aun después de finalizada su relación con la base de datos. La persona obligada podrá ser relevado del deber de secreto por decisión judicial en lo estrictamente necesario y dentro de la causa que conoce.

ARTÍCULO 12.- Protocolos de actuación

Las personas físicas y jurídicas, públicas y privadas, que tengan entre sus funciones la recolección, el almacenamiento y el uso de datos personales, podrán emitir un protocolo de actuación en el cual establecerán los pasos que deberán seguir en la recolección, el almacenamiento y el manejo de los datos personales, de conformidad con las reglas previstas en esta ley.

Para que sean válidos, los protocolos de actuación deberán ser inscritos, así como sus posteriores modificaciones, ante la Prodhab. La Prodhab podrá verificar, en cualquier momento, que la base de datos esté cumpliendo cabalmente con los términos de su protocolo.

La manipulación de datos con base en un protocolo de actuación inscrito ante la Prodhab hará presumir, "iuris tantum", el cumplimiento de las disposiciones contenidas en esta ley, para los efectos de autorizar la cesión de los datos contenidos en una base.

ARTÍCULO 13.- Garantías efectivas

Toda persona interesada tiene derecho a un procedimiento administrativo sencillo y rápido ante la Prodhab, con el fin de ser protegido contra actos que violen sus derechos fundamentales reconocidos por esta ley. Lo anterior sin perjuicio de las garantías jurisdiccionales generales o específicas que la ley establezca para este mismo fin.

CAPÍTULO III

TRANSFERENCIA DE DATOS PERSONALES

SECCIÓN ÚNICA

ARTÍCULO 14.- Transferencia de datos personales, regla general

Los responsables de las bases de datos, públicas o privadas, solo podrán transferir datos contenidos en ellas cuando el titular del derecho haya autorizado expresa y válidamente tal transferencia y se haga sin vulnerar los principios y derechos reconocidos en esta ley.

CAPÍTULO IV

**AGENCIA DE PROTECCIÓN DE DATO
DE LOS HABITANTES**

(Prodhab)

SECCIÓN I

DISPOSICIONES GENERALES

ARTÍCULO 15.- Agencia de Protección de Datos de los habitantes (Prodhab)

Créase un órgano de desconcentración máxima adscrito al Ministerio de Justicia y Paz denominado Agencia de Protección de Datos de los habitantes (Prodhab). Tendrá personalidad jurídica instrumental propia en el desempeño de las funciones que le asigna esta ley, además de la administración de sus recursos y presupuesto, así como para suscribir los contratos y convenios que requiera para el cumplimiento de sus funciones. La Agencia gozará de independencia de criterio.

ARTÍCULO 16.- Atribuciones

Son atribuciones de la Prodhab, además de las otras que le impongan esta u otras normas, las siguientes:

- a) Velar por el cumplimiento de la normativa en materia de protección de datos, tanto por parte de personas físicas o jurídicas privadas, como por entes y órganos públicos.
- b) Llevar un registro de las bases de datos reguladas por esta ley.
- c) Requerir, de quienes administren bases de datos, las informaciones necesarias para el ejercicio de su cargo, entre ellas, los protocolos utilizados.
- d) Acceder a las bases de datos reguladas por esta ley, a efectos de hacer cumplir efectivamente las normas sobre protección de datos personales. Esta atribución se aplicará para los casos concretos presentados ante la Agencia y, excepcionalmente, cuando se tenga evidencia de un mal manejo generalizado de la base de datos o sistema de información.
- e) Resolver sobre los reclamos por infracción a las normas sobre protección de los datos personales.
- f) Ordenar, de oficio o a petición de parte, la supresión, rectificación, adición o restricción en la circulación de las informaciones contenidas en los archivos y las bases de datos, cuando estas contravengan las normas sobre protección de los datos personales.
- g) Imponer las sanciones establecidas, en el artículo 28 de esta ley, a las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que infrinjan las normas sobre protección de los datos personales, y dar traslado al Ministerio Público de las que puedan configurar delito.
- h) Promover y contribuir en la redacción de normativa tendiente a implementar las normas sobre protección de los datos personales.
- i) Dictar las directrices necesarias, las cuales deberán ser publicadas en el diario oficial La Gaceta, a efectos de que las instituciones públicas implementen los procedimientos adecuados respecto del manejo de los datos personales, respetando los diversos grados de autonomía administrativa e independencia funcional.
- j) Fomentar entre los habitantes el conocimiento de los derechos concernientes al acopio, el almacenamiento, la transferencia y el uso de sus datos personales.

En el ejercicio de sus atribuciones, la Prodhab deberá emplear procedimientos automatizados, de acuerdo con las mejores herramientas tecnológicas a su alcance.

ARTÍCULO 17.- Dirección de la Agencia

La Dirección de la Prodhab estará a cargo de un director o una directora nacional, quien deberá contar, al menos, con el grado académico de licenciatura en una materia afín al objeto de su función y ser de reconocida solvencia profesional y moral.

No podrá ser nombrado director o directora nacional quien sea propietario, accionista, miembro de la junta directiva, gerente, asesor, representante legal o empleado de una empresa dedicada a la recolección o el almacenamiento de datos personales. Dicha prohibición persistirá hasta por dos años después de haber cesado sus funciones o vínculo empresarial. Estará igualmente impedido quien sea cónyuge o pariente hasta el tercer grado de consanguinidad o afinidad de una persona que esté en alguno de los supuestos mencionados anteriormente.

ARTÍCULO 18.- Personal de la Agencia

La Prodhab contará con el personal técnico y administrativo necesario para el buen ejercicio de sus funciones, designado mediante concurso por idoneidad, según el Estatuto de Servicio Civil o bien como se disponga reglamentariamente. El personal está obligado a guardar secreto profesional y deber de confidencialidad de los datos de carácter personal que conozca en el ejercicio de sus funciones.

ARTÍCULO 19.- Prohibiciones

Todos los empleados y las empleadas de la Prodhab tienen las siguientes prohibiciones:

- a)** Prestar servicios a las personas o empresas que se dediquen al acopio, el almacenamiento o el manejo de datos personales. Dicha prohibición persistirá hasta dos años después de haber cesado sus funciones.
- b)** Interesarse, personal e indebidamente, en asuntos de conocimiento de la Agencia.
- c)** Revelar o de cualquier forma propalar los datos personales a que ha tenido acceso con ocasión de su cargo. Esta prohibición persistirá indefinidamente aun después de haber cesado en su cargo.
- d)** En el caso de los funcionarios y las funcionarias nombrados en plazas de profesional, ejercer externamente su profesión. Lo anterior tiene como excepción el ejercicio de la actividad docente en centros de educación superior o la práctica liberal a favor de parientes por consanguinidad o afinidad hasta el tercer grado, siempre que no se esté ante el supuesto del inciso a).

La inobservancia de cualquiera de las anteriores prohibiciones será considerada falta gravísima, para efectos de aplicación del régimen disciplinario, sin perjuicio de las otras formas de responsabilidad que tales conductas pudieran acarrear.

ARTÍCULO 20.- Presupuesto

El presupuesto de la Prodhab estará constituido por lo siguiente:

- a)** Los cánones, las tasas y los derechos obtenidos en el ejercicio de sus funciones.
- b)** Las transferencias que el Estado realice a favor de la Agencia.
- c)** Las donaciones y subvenciones provenientes de otros estados, instituciones públicas nacionales u organismos internacionales, siempre que no comprometan la independencia, transparencia y autonomía de la Agencia.

d) Lo generado por sus recursos financieros.

Los montos provenientes del cobro de las multas señaladas en esta ley serán destinados a la actualización de equipos y programas de la Prodhab.

La Agencia estará sujeta al cumplimiento de los principios y al régimen de responsabilidad establecidos en los títulos II y X de la Ley N.º 8131, Administración Financiera de la República y Presupuestos Públicos, de 18 de setiembre de 2001. Además, deberá proporcionar la información requerida por el Ministerio de Hacienda para sus estudios. En lo demás, se exceptúa a la Agencia de los alcances y la aplicación de esa ley. En la fiscalización, la Agencia estará sujeta, únicamente, a las disposiciones de la Contraloría General de la República.

SECCIÓN II

ESTRUCTURA INTERNA

ARTÍCULO 21.- Registro de archivos y bases de datos

Toda base de datos, pública o privada, administrada con fines de distribución, difusión o comercialización, debe inscribirse en el registro que al efecto habilite la Prodhab. La inscripción no implica el trasbace o la transferencia de los datos.

Deberá inscribir cualesquiera otras informaciones que las normas de rango legal le impongan y los protocolos de actuación a que hacen referencia el artículo 12 y el inciso c) del artículo 16 de esta ley.

ARTÍCULO 22.- Divulgación

La Prodhab elaborará y ejecutará una estrategia de comunicación dirigida a permitir que los administrados conozcan los derechos derivados del manejo de sus datos personales, así como los mecanismos que el ordenamiento prevé para la defensa de tales prerrogativas. Deberá coordinar con los gobiernos locales y con la Defensoría de los Habitantes de la República la realización periódica de las actividades de divulgación entre los habitantes de los cantones.

Asimismo, promoverá entre las personas y empresas que recolecten, almacenen o manipulen datos personales, la adopción de prácticas y protocolos de actuación acordes con la protección de dicha información.

CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTOS

SECCIÓN I

DISPOSICIONES COMUNES

ARTÍCULO 23.-Aplicación supletoria

En lo no previsto expresamente por esta ley y en tanto sean compatibles con su finalidad, serán aplicables supletoriamente las disposiciones del libro II de la Ley General de la Administración Pública.

SECCIÓN II

INTERVENCIÓN EN ARCHIVOS Y BASES DE DATOS

ARTÍCULO 24.- Denuncia

Cualquier persona que ostente un derecho subjetivo o un interés legítimo puede denunciar, ante la Prodhab, que una base de datos pública o privada actúa en contravención de las reglas o los principios básicos para la protección de los datos y la autodeterminación informativa establecidas en esta ley.

ARTÍCULO 25.- Trámite de las denuncias

Recibida la denuncia, se conferirá al responsable de la base de datos un plazo de tres días hábiles para que se pronuncie acerca de la veracidad de tales cargos. La persona denunciada deberá remitir los medios de prueba que respalden sus afirmaciones junto con un informe, que se considerará dado bajo juramento. La omisión de rendir el informe en el plazo estipulado hará que se tengan por ciertos los hechos acusados.

En cualquier momento, la Prodhab podrá ordenar a la persona denunciada la presentación de la información necesaria. Asimismo, podrá efectuar inspecciones in situ en sus archivos o bases de datos. Para salvaguardar los derechos de la persona interesada, puede dictar, mediante acto fundado, las medidas cautelares que aseguren el efectivo resultado del procedimiento.

A más tardar un mes después de la presentación de la denuncia, la Prodhab deberá dictar el acto final. Contra su decisión cabrá recurso de reconsideración dentro del tercer día, el cual deberá ser resuelto en el plazo de ocho días luego de recibido.

ARTÍCULO 26.- Efectos de la resolución estimatoria

Si se determina que la información del interesado es falsa, incompleta, inexacta, o bien, que de acuerdo con las normas sobre protección de datos personales esta fue indebidamente recolectada, almacenada o difundida, deberá ordenarse su inmediata supresión, rectificación, adición o aclaración, o bien, impedimento respecto de su transferencia o difusión. Si la persona denunciada no cumple íntegramente lo ordenado, estará sujeta a las sanciones previstas en esta y otras leyes.

ARTÍCULO 27.- Procedimiento sancionatorio

De oficio o a instancia de parte, la Prodhab podrá iniciar un procedimiento tendiente a demostrar si una base de datos regulada por esta ley está siendo empleada de conformidad con sus principios; para ello, deberán seguirse los trámites previstos en la Ley General de la Administración Pública para el procedimiento ordinario. Contra el acto final cabrá recurso de reconsideración dentro del tercer día, el cual deberá ser resuelto en el plazo de ocho días luego de recibido.

ARTÍCULO 28.- Sanciones

Si se ha incurrido en alguna de las faltas tipificadas en esta ley, se deberá imponer alguna de las siguientes sanciones, sin perjuicio de las sanciones penales correspondientes:

- a)** Para las faltas leves, una multa hasta de cinco salarios base del cargo de auxiliar judicial I, según la Ley de Presupuesto de la República.
- b)** Para las faltas graves, una multa de cinco a veinte salarios base del cargo de auxiliar judicial I, según la Ley de Presupuesto de la República.
- c)** Para las faltas gravísimas, una multa de quince a treinta salarios base del cargo de auxiliar judicial I, según la Ley de Presupuesto de la República, y la suspensión para el funcionamiento del fichero de uno a seis meses.

ARTÍCULO 29.- Faltas leves

Serán consideradas faltas leves, para los efectos de esta ley:

a) Recolectar datos personales para su uso en base de datos sin que se le otorgue suficiente y amplia información a la persona interesada, de conformidad con las especificaciones del artículo 5, apartado I.

b) Recolectar, almacenar y transmitir datos personales de terceros por medio de mecanismos inseguros o que de alguna forma no garanticen la seguridad e inalterabilidad de los datos.

ARTÍCULO 30.- Faltas graves

Serán consideradas faltas graves, para los efectos de esta ley:

a) Recolectar, almacenar, transmitir o de cualquier otra forma emplear datos personales sin el consentimiento informado y expreso del titular de los datos, con arreglo a las disposiciones de esta ley.

b) Transferir datos personales a otras personas o empresas en contravención de las reglas establecidas en el capítulo III de esta ley.

c) Recolectar, almacenar, transmitir o de cualquier otro modo emplear datos personales para una finalidad distinta de la autorizada por el titular de la información.

d) Negarse injustificadamente a dar acceso a un interesado sobre los datos que consten en archivos y bases de datos, a fin de verificar su calidad, recolección, almacenamiento y uso conforme a esta ley.

e) Negarse injustificadamente a eliminar o rectificar los datos de una persona que así lo haya solicitado por medio claro e inequívoco.

ARTÍCULO 31.- Faltas gravísimas

Serán consideradas faltas gravísimas, para los efectos de esta ley:

a) Recolectar, almacenar, transmitir o de cualquier otra forma emplear, por parte de personas físicas o jurídicas privadas, datos sensibles, según la definición prevista en el artículo 3 de esta ley.

b) Obtener, de los titulares o de terceros, datos personales de una persona por medio de engaño, violencia o amenaza.

c) Revelar información registrada en una base de datos personales cuyo secreto esté obligado a guardar conforme la ley.

d) Proporcionar a un tercero información falsa o distinta contenida en un archivo de datos, con conocimiento de ello.

e) Realizar tratamiento de datos personales sin encontrarse debidamente inscrito ante la Prodhab, en el caso de los responsables de bases de datos cubiertos por el artículo 21 de esta ley.

f) Transferir, a las bases de datos de terceros países, información de carácter personal de los costarricenses o de los extranjeros radicados en el país, sin el consentimiento de sus titulares.

SECCIÓN III

PROCEDIMIENTOS INTERNOS

ARTÍCULO 32.- Régimen sancionatorio para bases de datos públicas

Cuando la persona responsable de una base de datos pública cometa alguna de las faltas anteriores, la Prodhab dictará una resolución estableciendo las medidas que proceda adoptar para que cesen o se corrijan los efectos de la falta. Esta resolución se notificará a la persona

responsable de la base de datos, al órgano del que dependa jerárquicamente y a los afectados, si los hay. La resolución podrá dictarse de oficio o a petición de parte. Lo anterior sin perjuicio de la responsabilidad penal en que haya incurrido.

CAPÍTULO VI

CÁNONES

ARTÍCULO 33.- Canon por regulación y administración de bases de datos

Las personas responsables de bases de datos que deban inscribirse ante la Prodhab, de conformidad con el artículo 21 de esta ley, estarán sujetos a un canon de regulación y administración de bases de datos que deberá ser cancelado anualmente, con un monto de doscientos dólares (\$200), moneda de curso legal de los Estados Unidos de América. El procedimiento para realizar el cobro del presente canon será detallado en el reglamento que a los efectos deberá emitir la Prodhab.

ARTÍCULO 34.- Canon por comercialización de consulta

La persona responsable de la base de datos deberá cancelar a la Prodhab un canon por cada venta de los datos de ficheros definidos en el inciso b) del artículo 3 de esta ley, de personas individualizables registradas legítimamente y siempre que sea comercializado con fines de lucro, el cual oscilará entre los veinticinco centavos de dólar (\$0,25) y un dólar (\$1), moneda de curso legal de los Estados Unidos de América, monto que podrá ser fijado dentro de dicho rango vía reglamento. En caso de contratos globales de bajo, medio y alto consumo de consultas, o modalidades contractuales de servicio en línea por número de aplicaciones, será el reglamento de la ley el que fije el detalle del cobro del canon que no podrá ser superior al diez por ciento (10%) del precio contractual.

TRANSITORIOS

TRANSITORIO I.-

Las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, que en la actualidad son propietarias o administradoras de las bases de datos objeto de esta ley, deberán adecuar sus procedimientos y reglas de actuación, así como el contenido de sus bases de datos a lo establecido en la presente ley, en un plazo máximo de un año a partir de la creación de la Prodhab.

TRANSITORIO II.-

A partir de la fecha de entrada en vigencia de esta ley, se iniciará el proceso de conformación e integración de la Prodhab; para ello, se dispondrá de un plazo máximo de seis meses.

TRANSITORIO III.-

El Poder Ejecutivo emitirá la reglamentación de esta ley en un plazo máximo de seis meses después de la conformación de la Prodhab, recogiendo las recomendaciones técnicas que le proporcione la Agencia.

Rige a partir de su publicación.

ANEXO N° 6: Lista de empresa agremiadas a la Cámara de Factoreo de Costa Rica

| CÁMARA DE FACTOREO DE COSTA RICA LAS 18 ENTIDADES AGREMIADAS | |
|---|---|
| 1 | Acorde |
| 2 | Banco de Costa Rica |
| 3 | Banco Improsa |
| 4 | Citi Factoring |
| 5 | Financiera G & T Continental |
| 6 | MasterCredit International |
| 7 | Transacciones M & M |
| 8 | Financiera Desyfin |
| 9 | Caprede Factoreo |
| 10 | Valco (Valores Comerciales de Costa Rica) |
| 11 | Asobancosta |
| 12 | BAC San José |
| 13 | Banco Lafise |
| 14 | Bansol |
| 15 | Kineret |
| 16 | Suo Tempore Inversiones |
| 17 | Banco Cathay |
| 18 | Financiera Comeca |

ANEXO N°7: Ejemplo estados financieros de la empresa Financiera Automotriz S.A

| FINANCIERA AUTOMOTRIZ, S. A. Y SUBSIDIARIAS | | | |
|---|-------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| (Panamá, República de Panamá) | | | |
| Estado consolidado de situación financiera | | | |
| 31 de marzo de 2012 | | | |
| (Expresado en Balboas) | | | |
| <u>Activos</u> | <u>Nota</u> | <u>31.03.12</u> <u>Interino</u> | <u>30.09.2011</u> <u>Auditado</u> |
| Activos corrientes | | | |
| Efectivo | 6 | 3,423,103 | 6,884,601 |
| Documentos, arrendamientos y cuentas por cobrar: | | | |
| Documentos | 25 | 353,575 | 1,242,705 |
| Arrendamientos | 25 | 714,806 | 481,787 |
| Cuentas por cobrar, netas | 25 | 6,084,974 | 21,467,814 |
| Oficiales y empleados | | 50,080 | 930,470 |
| Otras | 7 | 58,423,562 | 3,030,016 |
| Total de documentos, arrendamientos y cuentas por cobrar, neto | | <u>65,626,997</u> | <u>27,152,792</u> |
| Inventarios, neto | 9 | 15,731,343 | 50,725,047 |
| Adelanto a proveedores | | 3,117,780 | 12,091,700 |
| Gastos pagados por adelantado | | 127,020 | 478,930 |
| Impuesto sobre la renta pagado por adelantado | | 1,485,155 | 244,583 |
| Total de activos corrientes | | <u>89,511,398</u> | <u>97,577,653</u> |
| Activos no corrientes | | | |
| Inversiones disponibles para la venta | 10 | 0 | 2,000,896 |
| Inversiones en asociadas | 8, 11 | 1,127,783 | 1,153,383 |
| Equipo rentable, neto de depreciación acumulada | 12 | 8,706,072 | 7,177,966 |
| Propiedades, inmuebles, mobiliarios, equipos y mejoras, neto de depreciación y amortización acumulada | 13 | 30,504,464 | 40,173,662 |
| Plusvalía mercantil | 14 | 1,250,000 | 1,250,000 |
| Fondo de cesantía | 3 | 422,614 | 1,293,061 |
| Otros activos | | 568,069 | 230,949 |
| Total de activos no corrientes | | <u>42,579,002</u> | <u>53,279,917</u> |
| Total de activos | | <u><u>132,090,400</u></u> | <u><u>150,857,570</u></u> |

FINANCIERA AUTOMOTRIZ, S. A. Y SUBSIDIARIAS
(Panamá, República de Panamá)

Estado Consolidado de Flujos de Efectivo

Trimestre terminado 31 de diciembre 2011-2010

(Expresado en Balboas)

| | <u>Not:</u> | <u>31.12.2011</u> | <u>31.03.2011</u> |
|---|-------------|-------------------|--------------------|
| Flujos de efectivo por actividades de operación | | | |
| Utilidad neta | | 37,092,870 | 4,507,115 |
| Ajuste por: | | | |
| Depreciación de equipo rentable | | 391,310 | |
| Depreciación y amortización de inmuebles, mobiliario, equipo y mejoras | | (8,167,721) | 585,159 |
| Pérdida (ganancia) en venta de equipo rentable | | (316,409) | |
| Ganancia en venta de activo fijo | | 0 | (848,444) |
| Provisión para obsolescencia de inventarios | | 60,000 | 99,000 |
| Impuesto sobre la renta corriente | | 950,148 | 473,417 |
| Costos financieros | | | 664,857 |
| | | <u>30,010,198</u> | <u>5,481,104</u> |
| Documentos por cobrar | | 889,130 | 263,259 |
| Cuentas por cobrar clientes | | 15,382,840 | (12,251,024) |
| Arrendamientos por cobrar | | (233,019) | |
| Cuentas por cobrar oficiales y empleados | | 880,390 | (266,195) |
| Cuentas por cobrar afiliadas | | | 9,653,016 |
| Cuentas por cobrar otras | | (55,393,546) | (452,003) |
| Inventarios | | 34,933,704 | (7,065,977) |
| Adelanto a proveedores | | 8,973,920 | (211,861) |
| Gastos pagados por adelantado | | 351,910 | (7,310,481) |
| Impuesto pagado por adelantado | | (1,240,572) | (378,243) |
| Otros activos | | 533,327 | 168,269 |
| Depósitos de clientes | | (5,158,173) | 750,672 |
| Cuentas por pagar proveedores | | (4,904,726) | 5,812,985 |
| Otras cuentas por pagar | | (721,657) | (27,164) |
| Gastos acumulados por pagar | | (1,868,920) | 640,671 |
| Impuesto sobre la renta por pagar | | (1,323,518) | 1,192,529 |
| Prima de antigüedad y prestaciones por pagar | | (795,412) | 42,157 |
| Intereses pagados | | | (664,857) |
| Impuesto sobre la renta pagado | | | (453,360) |
| Impuesto diferido pasivo | | 53,655 | |
| Flujos de efectivo neto utilizado por las actividades de operación | | <u>20,369,531</u> | <u>(5,076,504)</u> |

ANEXO N°8: Lista de proveedores y competidores de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A.

| REPUESTOS PARA CAMIONES BELÉN S.A. LISTA DE PROVEEDORES Y COMPETIDORES | | |
|---|--|-----------|
| 1 | CENTRAL DE MANGUERAS S. A. | 2256-1111 |
| 2 | TRACTOMOTRIZ S. A. | 2232-9966 |
| 3 | IMPORTACIONES GM S. A. | 2233-4323 |
| 4 | REPUESTOS Y MAQUINARIA REMAQ,S.A. | 2240-1943 |
| 5 | COLOR CENTRO BELEN LTDA. | 2293-1509 |
| 6 | IMPORTACIONES RE-RE S.A | 2240-2010 |
| 7 | MAQUINARIA Y TRACTORES, LTDA. | 2205-0000 |
| 8 | REPUESTOS SAN JOAQUIN S. A. | 2265-5809 |
| 9 | IMPORTADORA QUIGO,S.A. | 2239-4044 |
| 10 | FERRETERIA BELEMITA, S. A. | 2239-4892 |
| 11 | MAXI REPUESTOS | 2290-0040 |
| 12 | CAPRIS | 2290-0102 |
| 13 | DISTRIBUIDORA GALAUPA,S.A. | 2440-2197 |
| 14 | AGENCIA DATSUN,S.A. | 2232-5050 |
| 15 | CORPORACION GRUPO Q COSTA RICA S. A. | 2256-7171 |
| 16 | TALLER ANSE,S.A. | 2239-1831 |
| 17 | GRUPO Q PRODUCTOS AUTOMOTRICES S. A. | 2282-2727 |
| 18 | DISER,S.A. | 2282-9634 |
| 19 | OFFICE DEPOT CENTROAMERICA S.A. | 2206-4050 |
| 20 | T.R.A.A. REPUESTOS S. A. | 2256-8220 |
| 21 | IMPORTACIONES MAVISA,S.A. | 2223-4791 |
| 22 | REPUESTOS PARA EQUIPO PESADO F.M. S.A. | 2257-7655 |
| 23 | LLANTAS Y ACCESORIOS S. A. | 2239-0707 |
| 24 | TICO PARTES | 2248-2440 |
| 25 | RAPCO | 2210-2660 |
| 26 | PARTES DE CAMION S. A. | 2290-7790 |
| 27 | RELUSA | 2573-8869 |
| 28 | PURDY MOTOR,S.A. | 2287-4141 |
| 29 | MAGNETO DIESEL,S.A. | 2233-6255 |
| 30 | PRODIESEL REPUESTOS M.C.B. S. A. | 2276-9933 |
| 31 | FILTROS J. S. M. S. A. | 2277-5030 |

| | | |
|----|---|-----------|
| 32 | DISTRIBUIDORA CUMMINS CENTROAMERICA COSTA RICA S.R.L. | 2430-9197 |
| 33 | REPUESTOS COYBO S. A. | 2494-5842 |
| 34 | H.A. MERCURIO S.A. | 2288-2861 |
| 35 | MAFISA | 2253-5320 |
| 36 | VEHICULOS INTERNACIONALES S.A. | 2224-0022 |
| 37 | MAROTO Y BALMACEDA S. A. | 2220-0555 |
| 38 | RENAPA S. A. | 2233-6758 |
| 39 | AUTOSTAR VEHICULOS | 2295-0000 |
| 40 | PROVEEDURIA TOTAL,S.A. | 2219-8942 |
| 41 | BALISA DE COSTA RICA | 2258-1021 |
| 42 | MULTIPARTES DE CENTROAMERICA S.A. | 2293-1370 |
| 43 | G.P. FONTI S.R.L. | 2258-5533 |
| 44 | TECNICA UNIVERSAL DE COSTA RICA S.A. | 2296-0101 |
| 45 | RM INDUSTRIAL SOLIN S.A. | 2222-3512 |
| 46 | GONHER AUTOPARTES DE COSTA RICA, S.A. | 2265-4419 |
| 47 | RODAMIENTOS Y PARTES MOTRICES S.A. (RPM) | 2255-2223 |
| 48 | ENRIQUE ROMAN S.A. | 2249-1082 |
| 49 | REAUTO S. A. | 2221-7824 |
| 50 | MARTEC DE CENTROAMERICA S.A | 2293-2611 |
| 51 | LUBRICENTRO EL RINCON S.A. | 2439-0038 |
| 52 | NT CENTROAMERICA | 2293-7007 |
| 53 | DOBLE SR | 2277-5252 |
| 54 | SERVIFRENOS | 2239-2957 |
| 55 | ÑATACO DE SANTA ANA S.A. | 2282-2841 |
| 56 | REFACCIONES PARA MAQUINARIA V Y G, S.A | 2262-5515 |
| 57 | REFAMA | 2242-3089 |
| 58 | AUTO REPUESTOS AV.10,S.A. | 2217-1818 |

ANEXO N°9: Entidades consultadas para determinar el número empresas que conforman la industria de repuestos automotrices.

- Cámara de Industrias de Costa Rica

<http://www.cicr.com/>

Yani Durán

Gestora de cobro

yduran@cicr.com

- Directorio de Empresas de Costa Rica

http://www.pymes-costarica.com/index.php?option=com_sobi2&catid=34&Itemid=71&limitstart=10

Solo se encontraron 24 empresas en el sector de repuestos y accesorios automotrices.

- Asociación Nacional del Sector Empresarial Automotriz (ANSEA)

http://ansea.co.cr/cgi-sys/suspendedpage.cgi?element_id=118

ANEXO N°10: Solicitud de crédito empresa Repuestos para Camiones Belén S.A.



Telefax: 293-6225
 50mts. Oeste de Aguilar & Solís
 Apartado: 588-4005 Belén
 San Antonio de Belén,
 Heredia, Costa Rica.

SOLICITUD DE CREDITO

| | | | |
|--|---------------|---|-----------------------------------|
| Nombre o razón social: | | | |
| Cédula Jurídica: | | | |
| Actividad Principal: | | | |
| Dirección: | | Ciudad: | |
| Teléfonos: | | Facsimil: | |
| Apartado: | | Monto del Crédito Solicitado: | |
| Nombre Representante Legal: | | Cédula: | |
| Encargado Bodega: | | Teléfono o extensión: | |
| Utiliza Orden de Compra o de Pedido: <input type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO | | | |
| Personas autorizadas | | Cédula: | Firma: |
| Para firmar Ordenes | | Cédula: | Firma: |
| de compra o pedidos | | Cédula: | Firma: |
| Contador: | | Teléfono o extensión: | |
| Encargado de Cuentas por pagar> | | Teléfono o extensión: | |
| Cajero: | | Teléfono o extensión: | |
| Recepcionista: | | Teléfono o extensión: | |
| Día de Trámite de Originales de Facturas: | | Horario: | |
| Día de entrega de Cheques: | | Horario: | |
| Nº de Cuenta Banco de Costa Rica: | | Nº de Cuenta Banco Nacional de Costa Rica: | |
| Nº de Cuenta Banco Popular: | | Nº Cuenta Banco Crédito Agrícola de Cartago: | |
| REFERENCIAS COMERCIALES | | | |
| Nombre o Razón Social | | Contacto | Teléfono |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| Queda entendido que si nuestra mercadería viajara por alguna empresa de transporte, lo hace por cuenta y riesgo del comprador. Nuestro crédito es estrictamente a 30días. Esta solicitud deberá ser acompañada por copias de la Personería Jurídica y cédula del representante legal. | | Declaro que la información anterior es verdadera y cualquier data falso que se determine, será suficiente para anular el crédito, si este fuere concedido y será fundamento para emprender las acciones legales | |
| p/ EMPRESA - APODERADO GENERALISIMO | | | |
| SOLAMENTE PARA SER LLENADO POR LA EMPRESA | | | |
| Agente: | Código | Desc. | <input type="radio"/> Inactividad |
| Fecha Apertura: | Fecha Cierre: | | <input type="radio"/> _____ |
| Código Cliente: | Zona: | | |

Impresos Belén S.A. 293-9787 # 11993

ANEXO N°11: Ejemplo estudio crediticio empresa Repuestos para Camiones Belén S.A.



Repuestos para Camiones
Belén, S.A.

Telefax: 293-6225
50mts. Oeste de Aguilar & Solís
Apartado: 588-4005 Belén
San Antonio de Belén,
Heredia, Costa Rica.

SOLICITUD DE CREDITO

| | | |
|---|-----------------------------------|---|
| Nombre o razón social: <i>Worldwide Logistics Costa Rica, S.A.</i> | | \$500.000 No. 170 \$100 |
| Cédula Jurídica: <i>3-101-513885</i> | | |
| Actividad Principal: <i>Transporte de Carga</i> | | |
| Dirección: <i>Condominios Terrum #4, Río Segundo - Alajuela de Kostipallo, 150e. y 150e Norte</i> | | Ciudad: <i>Alajuela</i> |
| Teléfonos: <i>2440-8544</i> | | Facsimil: <i>2431-3967</i> |
| Apartado: <i>-</i> | | Monto del Crédito Solicitado: |
| Nombre Representante Legal: <i>Moji Mojtaba Malekshahi</i> | | Cédula: <i>184000388121</i> |
| Encargado Bodega: | | Teléfono o extensión: |
| Utiliza Orden de Compra o de Pedido: <input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> NO | | |
| Personas autorizadas | <i>Moji Mojtaba Malekshahi</i> | Cédula: <i>18 Cliente A</i> |
| Para firmar Ordenes de compra o pedidos | <i>Juan José Rotana Alvarez</i> | Cédula: <i>1- Aero 2 hno.</i> |
| | <i>Federico Viquez Salazar</i> | Cédula: <i>4 - P X semana</i> |
| Contador: <i>Federico Viquez Salazar</i> | | |
| Encargado de Cuentas por pagar: <i>Karla López Araya</i> | | |
| Cajero: <i>-</i> | | |
| Recepcionista: <i>Rossey Montero Picado</i> | | |
| Día de Trámite de Originales de Facturas: <i>de lunes a Viernes</i> | | |
| Día de entrega de Cheques: <i>Viernes</i> | | |
| N° de Cuenta Banco de Costa Rica: <i>001-0259334-3</i> | | N° de Cuenta Banco T |
| N° de Cuenta Banco Popular: <i>-</i> | | N° Cuenta Banco Créd |
| REFERENCIAS COMERCIA | | |
| Nombre o Razón Social | Contacto | |
| <i>China Air Line</i> | <i>Kathya Camareno</i> | |
| <i>Consultoría Vargas Rodríguez de CA.</i> | <i>Daniel Vargas</i> | |
| <i>Agencia O & N Horizontes, S.A.</i> | <i>Olsa Díaz</i> | |
| <p>Queda entendido que si nuestra mercadería viajara por alguna empresa de transporte, lo hace por cuenta y riesgo del comprador. Nuestro crédito es estrictamente a 30 días. Esta solicitud deberá ser acompañada por copias de la Personería Jurídica y cédula del representante legal.</p> | | <p>Declaro que la ir falso que se detuere concedido legales</p> |
| <p>SOLAMENTE PARA SER LLENADO POR LA EMPRESA</p> <p>p/ EMPRESA APODERADO GENERALISÍMO</p> | | |
| Agente: | Código | Desc. |
| Fecha Apertura: | Fecha Cierre: | |
| Código Cliente: | <input type="radio"/> Inactividad | |

Kathya

Adriana

Transporte Logística

Adriana Campos



CERO RIESGO INFORMACION CREDITICA DIGITALIZADA, S.A.
 TIPO DE ESTUDIO: COMPLETO INMEDIATO (CI)
 Número de estudio: 26150439
 Fecha de solicitud: 10-08-2012 03:58 PM
 Contacto: REPULSIVOS PARA CAMIONES BLEN SOCIEDAD ANONIMA

DATOS GENERALES DE LA PERSONA INVESTIGADA

FECHA ACTUALIZACIÓN: 07-08-2012
WORLDWIDE LOGISTICS COSTA RICA S.A.,
IDENTIFICACION: 3-101-513885

OTROS TELÉFONOS: 1. 24408544
EMAILS: 1. mmalek@wwlogistics.com 2. RMONTERO@WWLOGISTEX.COM
DIRECCIONES: 1. DE ROSTROPOLIS 150 METROS ESTE Y 150 METROS NORTE ALAJUJLA-CENTRAL- RIO SEGUNDO

TIPO IDENTIFICACION: CLASE
IDENTIFICACION: 573, Asiento: 54278
FORMA: 25-10-2007, **PLAZO SOCIAL:** 99 años 9 meses 16 días
FECHA INSCRIPCIÓN: 25-10-2007, **PLAZO SOCIAL:** 99 años
PPCHA VENCIMIENTO: 25-10-2106, **PLAZO SOCIAL:** 99 años
DOMICILIO: ALAJUJLA, RIO SEGUNDO, OFICENTRO TRAFAL, PISO 1, MODULO 4
OBJETO: TRANSPORTE EN GENERAL.
PROXIMOS: EL PRESIDENTE TIENE LA REPRESENTACION JUDICIAL Y EXTRAJUDICIAL CON FACULTADES DE APODERADO GENERALISIMO SIN LIMITE DE SUMA.
REPRESENTACION: 0
CANTIDAD ACCIONES: 0
TIPO CAPITAL: Colonias, MONEDA: 10,000.00
MONEDA: Colonias, MONEDA: 10,000.00
OBSERVACIONES:

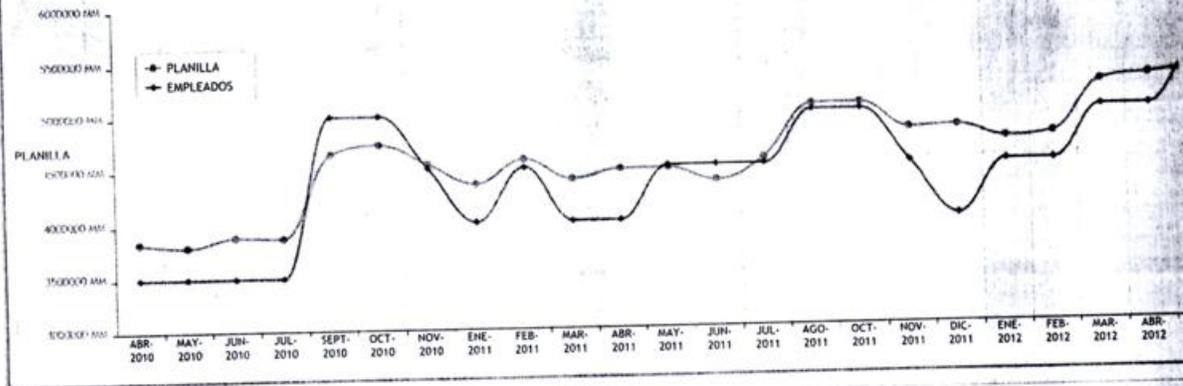
REPRESENTACIÓN / NOMBRAMIENTOS ULTIMA ACTUALIZACIÓN: 07-08-2012

| IDENTIFICACION | NOMBRE | FUNCIÓN | FECHA INSCRIPCIÓN |
|----------------|-------------------------------|------------------|-------------------|
| 184000388121 | MOJI MOSTABA MALEKSHAH GERING | PRESIDENTE | 07-12-2007 |
| 9-0096-0128 | CRUZ GONZALEZ ANTONIO IGNACIO | SECRETARIO | 07-12-2007 |
| 1-0986-0719 | GIBALT FALLAS JOSE ANTONIO | AGENTE RESIDENTE | 07-12-2007 |
| 1-1142-0730 | MEJIA KEITH PAOLA VANESSA | TESORERO | 04-06-2010 |



CLASIFICACIÓN CON BASE A NÚMERO DE EMPLEADOS: DESPLEGANDO ESTUDIO: ROTACIÓN DE PERSONAL EN EL ÚLTIMO AÑO: 38.89 %
 MICRO EMPRESA

COMPORTAMIENTO EMPRESARIAL BIDIMENSIONAL
 WORLDWIDE LOGISTICS COSTA RICA S.A.



PROVEEDORES

NO REGISTRA INFORMACIÓN EN NUESTRA BASE DE DATOS.

ALQUILERES

NO REGISTRA INFORMACIÓN EN NUESTRA BASE DE DATOS.

REFERENCIAS POSITIVAS (Y/O) NEGATIVAS

| ACREEDOR | ACTIVIDAD ACREEDOR | FECHA | TIPO CRÉDITO | COMERCIAL | TASA | 30 | 60 | 90 | NOVIEMBRE | DICIEMBRE |
|------------------|------------------------|-----------------------|-----------------------|------------|---------|---------|---------|---------|------------|-----------|
| PARTE ACTÚA COMO | SERVICIO DE TRANSPORTE | DOCUMENTO EN GARANTÍA | FECHA | 13-02-2008 | LIMIT | 0.0 | 5-1.00 | | | |
| DEUDOR | DEUDOR | DOCUMENTO EN GARANTÍA | DOCUMENTO EN GARANTÍA | FACTURA | FACTURA | FACTURA | FACTURA | FACTURA | FACTURA | FACTURA |
| AÑOS | ENERO | FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE |
| 2012 | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R |
| 2011 | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R |
| 2010 | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R |
| 2009 | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R |
| 2008 | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R | N/R |

N/R NO REPORIO INFORMACIÓN, LA CUENTA ESTA AL DÍA O CANCEO LA DEUDA

**ANEXO N°12: Estados Financieros de la empresa Repuestos para Camiones
Belén S.A**

Estados Financieros Marzo 2012

| Repuestos para Camiones Belén S.A. | | |
|---|----------------|-----------------------|
| Balance General | | |
| AL 31/03/2012 | | |
| <u>ACTIVOS</u> | | |
| <u>ACTIVO CIRCULANTE</u> | | |
| CAJAS | 50.904.764,65 | |
| BANCOS | 688.005,05 | |
| CUENTAS POR COBRAR | 98.428.683,99 | |
| RESERVA P/INCOBRABLES | 5.822.898,05 | |
| GASTOS PREPAGADOS | 3.719.256,49 | |
| INVENTARIOS | 117.600.563,98 | |
| TOTAL ACTIVO CIRCULANTE | | 277.164.172,21 |
| <u>ACTIVO FIJO</u> | | |
| MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA | 6.424.772,41 | |
| DEPREC. ACUM. MOB. Y EQUIPO | (2.323.215,39) | |
| VEHICULOS | 48.036.290,77 | |
| DEPREC. ACUM. VEHICULOS | (6.752.371,72) | |
| TOTAL ACTIVO FIJO | | 45.385.476,07 |
| TOTAL ACTIVOS | | 322.549.648,28 |
| <u>PASIVOS</u> | | |
| <u>PASIVO CORTO PLAZO</u> | | |
| CUENTAS POR PAGAR | 186.522.360,85 | |
| IMPUESTO S/VENTAS | 1.737.480,84 | |
| RETENCIONES | 924.885,78 | |
| GASTOS ACUMULADOS P/PAGAR | 12.703.468,26 | |
| TOTAL PASIVO CORTO PLAZO | | 201.888.195,73 |
| <u>PASIVO LARGO PLAZO</u> | | |
| DOCUMENTOS POR PAGAR L.P. | 56.032.878,65 | |
| TOTAL PASIVO LARGO PLAZO | | 56.032.878,65 |

| | | |
|-----------------------------------|---------------|----------------|
| TOTAL PASIVOS | | 257.921.074,38 |
| <u>PATRIMONIO</u> | | |
| CAPITAL SOCIAL | 5.400.000,00 | |
| UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS | 46.975.886,36 | |
| RESULTADO DEL PERIODO | 12.252.687,54 | |
| TOTAL PATRIMONIO | | 64.628.573,90 |
| TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO | | 322.549.648,28 |

| Repuestos para Camiones Belén S.A. | | |
|---|----------------------|-----------------------|
| Estado de Resultados Consolidado | | |
| AL 31/03/2012 | | |
| DESCRIPCION | ESTE MES | ACUMULADO |
| INGRESOS | | |
| INGRESOS | 66.409.897,26 | 365.146.928,26 |
| >INGRESOS TOTAL..... | 66.409.897,26 | 365.146.928,26 |
| COSTO DE VENTAS | | |
| Costo mercadería vendida | 49.360.831,95 | 270.781.651,55 |
| >COSTOS TOTAL..... | 49.360.831,95 | 270.781.651,55 |
| GASTOS | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 10.975.725,29 | 75.176.144,28 |
| GASTOS DE VENTAS | 1.893.182,13 | 1.893.182,13 |
| GASTOS SUCURSAL SAN CARLOS | 0,00 | 810.166,32 |
| GASTOS FINANCIEROS | 1.326.923,37 | 4.233.096,44 |
| >GASTOS TOTAL..... | 14.195.830,79 | 82.112.589,17 |
| >RESULTADO DE OPERACION..... | 2.853.234,52 | 12.252.687,54 |

Estados Financieros Abril 2012

Repuestos para Camiones Belén S.A.

Balance General

AL 31/04/2012

ACTIVOS

ACTIVO CIRCULANTE

| | |
|-----------------------|----------------|
| CAJAS | 51.123.079,68 |
| BANCOS | 16.749.220,19 |
| CUENTAS POR COBRAR | 99.089.563,75 |
| RESERVA P/INCOBRABLES | 5.822.898,05 |
| GASTOS PREPAGADOS | 3.719.256,49 |
| INVENTARIOS | 114.979.604,23 |

TOTAL ACTIVO CIRCULANTE

291.483.622,39

ACTIVO FIJO

| | |
|--------------------------------|----------------|
| MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA | 6.466.856,21 |
| DEPREC. ACUM. MOB. Y EQUIPO | (2.323.215,39) |
| VEHICULOS | 48.036.290,77 |
| DEPREC. ACUM. VEHICULOS | (6.752.371,72) |

TOTAL ACTIVO FIJO

45.427.559,87

TOTAL ACTIVOS

336.911.182,26

PASIVOS

PASIVO CORTO PLAZO

| | |
|---------------------------|----------------|
| CUENTAS POR PAGAR | 186.373.672,66 |
| IMPUESTO S/VENTAS | (519.734,60) |
| RETENCIONES | 936.216,46 |
| GASTOS ACUMULADOS P/PAGAR | 12.210.071,95 |

TOTAL PASIVO CORTO PLAZO

199.000.226,47

PASIVO LARGO PLAZO

| | |
|---------------------------|---------------|
| DOCUMENTOS POR PAGAR L.P. | 55.807.435,25 |
|---------------------------|---------------|

TOTAL PASIVO LARGO PLAZO

55.807.435,25

TOTAL PASIVOS

254.807.661,72

PATRIMONIO

| | |
|----------------------------|---------------|
| CAPITAL SOCIAL | 5.400.000,00 |
| UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS | 46.975.886,36 |
| RESULTADO DEL PERIODO | 29.727.634,18 |

TOTAL PATRIMONIO

82.103.520,54

TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO

336.911.182,26

Repuestos para Camiones Belén S.A.**Estado de Resultados Consolidado****AL 30/04/2012**

| DESCRIPCION | ESTE MES | ACUMULADO |
|--|----------------------|-----------------------|
| INGRESOS | | |
| INGRESOS | 78.991.850,89 | 444.138.779,15 |
| >INGRESOS TOTAL..... | 78.991.850,89 | 444.138.779,15 |
| COSTO DE VENTAS | | |
| Costo mercadería vendida | 42.243.705,75 | 313.025.357,30 |
| >COSTOS TOTAL..... | 42.243.705,75 | 313.025.357,30 |
| GASTOS | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 16.547.837,64 | 91.723.981,92 |
| GASTOS DE VENTAS | 1.612.757,55 | 3.505.939,68 |
| GASTOS SUCURSAL SAN CARLOS | 200.000,00 | 1.010.166,32 |
| GASTOS FINANCIEROS | 912.603,31 | 5.145.699,75 |
| >GASTOS TOTAL..... | 19.273.198,50 | 101.385.787,67 |
| >RESULTADO DE OPERACION..... | 17.474.946,64 | 29.727.634,18 |

Estados Financieros Mayo 2012

| Repuestos para Camiones Belén S.A. | | |
|---|----------------|-----------------------|
| Balance General | | |
| AL 31/05/2012 | | |
| <u>ACTIVOS</u> | | |
| <u>ACTIVO CIRCULANTE</u> | | |
| CAJAS | 64.441.107,52 | |
| BANCOS | (1.595.008,40) | |
| CUENTAS POR COBRAR | 103.891.634,16 | |
| RESERVA P/INCOBRABLES | 5.822.898,05 | |
| GASTOS PREPAGADOS | 3.719.256,49 | |
| INVENTARIOS | 113.023.925,58 | |
| TOTAL ACTIVO CIRCULANTE | | 289.303.813,40 |
| <u>ACTIVO FIJO</u> | | |
| MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA | 6.466.856,21 | |
| DEPREC. ACUM. MOB. Y EQUIPO | (2.323.215,39) | |
| VEHICULOS | 48.036.290,77 | |
| DEPREC. ACUM. VEHICULOS | (6.752.371,72) | |
| TOTAL ACTIVO FIJO | | 45.427.559,87 |
| TOTAL ACTIVOS | | 334.731.373,27 |
| <u>PASIVOS</u> | | |
| <u>PASIVO CORTO PLAZO</u> | | |
| CUENTAS POR PAGAR | 175.461.701,32 | |
| IMPUESTO S/VENTAS | (378.851,05) | |
| RETENCIONES | 801.571,67 | |
| GASTOS ACUMULADOS P/PAGAR | 11.784.315,09 | |
| TOTAL PASIVO CORTO PLAZO | | 187.668.737,03 |
| <u>PASIVO LARGO PLAZO</u> | | |
| DOCUMENTOS POR PAGAR L.P. | 55.807.435,25 | |
| TOTAL PASIVO LARGO PLAZO | | 55.807.435,25 |
| TOTAL PASIVOS | | 243.476.172,28 |
| <u>PATRIMONIO</u> | | |

| | | |
|-----------------------------------|---------------|----------------|
| CAPITAL SOCIAL | 5.400.000,00 | |
| UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS | 46.975.886,36 | |
| RESULTADO DEL PERIODO | 38.879.314,63 | |
| TOTAL PATRIMONIO | | 91.255.200,99 |
| TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO | | 334.731.373,27 |

| Repuestos para Camiones Belén S.A. | | |
|---|----------------------|-----------------------|
| Estado de Resultados Consolidado | | |
| AL 31/05/2012 | | |
| DESCRIPCION | ESTE MES | ACUMULADO |
| INGRESOS | | |
| INGRESOS | 73.616.597,55 | 517.755.376,70 |
| >INGRESOS TOTAL..... | 73.616.597,55 | 517.755.376,70 |
| COSTO DE VENTAS | | |
| Costo mercadería vendida | 51.385.197,65 | 364.410.554,95 |
| >COSTOS TOTAL..... | 51.385.197,65 | 364.410.554,95 |
| GASTOS | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 13.079.719,45 | 104.803.701,37 |
| GASTOS DE VENTAS | 0,00 | 3.505.939,68 |
| GASTOS SUCURSAL SAN CARLOS | 0,00 | 1.010.166,32 |
| GASTOS FINANCIEROS | 0,00 | 5.145.699,75 |
| >GASTOS TOTAL..... | 13.079.719,45 | 114.465.507,12 |
| >RESULTADO DE OPERACION..... | 9.151.680,45 | 38.879.314,63 |

Estados Financieros Junio 2012

| Repuestos para Camiones Belén S.A. | | |
|---|----------------|-----------------------|
| Balance General | | |
| AL 30/06/2012 | | |
| <u>ACTIVOS</u> | | |
| <u>ACTIVO CIRCULANTE</u> | | |
| CAJAS | 66.829.988,12 | |
| BANCOS | (2.326.605,51) | |
| CUENTAS POR COBRAR | 106.226.201,85 | |
| RESERVA P/INCOBRABLES | 5.822.898,05 | |
| GASTOS PREPAGADOS | 4.928.530,49 | |
| INVENTARIOS | 108.511.613,99 | |
| TOTAL ACTIVO CIRCULANTE | | 289.992.626,99 |
| <u>ACTIVO FIJO</u> | | |
| MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA | 6.466.856,21 | |
| DEPREC. ACUM. MOB. Y EQUIPO | (2.323.215,39) | |
| VEHICULOS | 57.853.955,77 | |
| DEPREC. ACUM. VEHICULOS | (6.752.371,72) | |
| TOTAL ACTIVO FIJO | | 55.245.224,87 |
| TOTAL ACTIVOS | | 345.237.851,86 |
| <u>PASIVOS</u> | | |
| <u>PASIVO CORTO PLAZO</u> | | |
| CUENTAS POR PAGAR | 177.440.903,95 | |
| IMPUESTO S/VENTAS | (703.483,86) | |
| RETENCIONES | 787.015,29 | |
| GASTOS ACUMULADOS P/PAGAR | 10.954.108,74 | |
| TOTAL PASIVO CORTO PLAZO | | 188.478.544,12 |
| <u>PASIVO LARGO PLAZO</u> | | |
| DOCUMENTOS POR PAGAR L.P. | 55.609.505,55 | |
| TOTAL PASIVO LARGO PLAZO | | 55.609.505,55 |
| TOTAL PASIVOS | | 244.088.049,67 |
| <u>PATRIMONIO</u> | | |
| CAPITAL SOCIAL | 5.400.000,00 | |

| | | |
|-----------------------------------|---------------|----------------|
| UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS | 46.975.886,36 | |
| RESULTADO DEL PERIODO | 48.773.915,83 | |
| TOTAL PATRIMONIO | | 101.149.802,19 |
| TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO | | 345.237.851,86 |

| Repuestos para Camiones Belén S.A. | | |
|---|----------------------|-----------------------|
| Estado de Resultados Consolidado | | |
| AL 30/06/2012 | | |
| DESCRIPCION | ESTE MES | ACUMULADO |
| INGRESOS | | |
| INGRESOS | 72.774.536,40 | 590.529.913,10 |
| >INGRESOS TOTAL..... | 72.774.536,40 | 590.529.913,10 |
| COSTO DE VENTAS | | |
| Costo mercadería vendida | 52.209.095,59 | 416.619.650,54 |
| >COSTOS TOTAL..... | 52.209.095,59 | 416.619.650,54 |
| GASTOS | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 10.492.407,40 | 115.296.108,77 |
| GASTOS DE VENTAS | (737.348,33) | 2.768.591,35 |
| GASTOS SUCURSAL SAN CARLOS | 5.000,00 | 1.015.166,32 |
| GASTOS FINANCIEROS | 910.780,54 | 6.056.480,29 |
| >GASTOS TOTAL..... | 10.670.839,61 | 125.136.346,73 |
| >RESULTADO DE OPERACION..... | 9.894.601,20 | 48.773.915,83 |

Estados Financieros Julio 2012

| Repuestos para Camiones Belén S.A. | |
|---|-----------------------|
| Balance General | |
| AL 31/07/2012 | |
| <u>ACTIVOS</u> | |
| <u>ACTIVO CIRCULANTE</u> | |
| CAJAS | 59.591.284,56 |
| BANCOS | 6.182.630,53 |
| CUENTAS POR COBRAR | 104.760.905,32 |
| RESERVA P/INCOBRABLES | 5.822.898,05 |
| GASTOS PREPAGADOS | 4.928.530,49 |
| INVENTARIOS | 104.173.787,39 |
| TOTAL ACTIVO CIRCULANTE | 285.460.036,34 |
| <u>ACTIVO FIJO</u> | |
| MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA | 6.466.856,21 |
| DEPREC. ACUM. MOB. Y EQUIPO | (2.323.215,39) |
| VEHICULOS | 57.853.955,77 |
| DEPREC. ACUM. VEHICULOS | (6.752.371,72) |
| TOTAL ACTIVO FIJO | 55.245.224,87 |
| TOTAL ACTIVOS | 340.705.261,21 |
| <u>PASIVOS</u> | |
| <u>PASIVO CORTO PLAZO</u> | |
| CUENTAS POR PAGAR | 167.622.186,06 |
| IMPUESTO S/VENTAS | (332.817,90) |
| RETENCIONES | 833.449,22 |
| GASTOS ACUMULADOS P/PAGAR | 10.373.464,45 |
| TOTAL PASIVO CORTO PLAZO | 178.496.281,83 |
| <u>PASIVO LARGO PLAZO</u> | |
| DOCUMENTOS POR PAGAR L.P. | 55.179.756,75 |
| TOTAL PASIVO LARGO PLAZO | 55.179.756,75 |
| TOTAL PASIVOS | 233.676.038,58 |
| <u>PATRIMONIO</u> | |
| CAPITAL SOCIAL | 5.400.000,00 |

| | | |
|-----------------------------------|---------------|----------------|
| UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS | 46.975.886,36 | |
| RESULTADO DEL PERIODO | 54.653.336,27 | |
| TOTAL PATRIMONIO | | 107.029.222,63 |
| TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO | | 340.705.261,21 |

| Repuestos para Camiones Belén S.A. | | |
|---|----------------------|-----------------------|
| Estado de Resultados Consolidado | | |
| AL 31/07/2012 | | |
| DESCRIPCION | ESTE MES | ACUMULADO |
| INGRESOS | | |
| INGRESOS | 64.669.804,88 | 655.199.717,98 |
| >INGRESOS TOTAL..... | 64.669.804,88 | 655.199.717,98 |
| COSTO DE VENTAS | | |
| Costo mercadería vendida | 45.882.223,60 | 462.501.874,14 |
| >COSTOS TOTAL..... | 45.882.223,60 | 462.501.874,14 |
| GASTOS | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 11.572.419,49 | 126.868.528,26 |
| GASTOS DE VENTAS | 0,00 | 2.768.591,35 |
| GASTOS SUCURSAL SAN CARLOS | 20.000,00 | 1.035.166,32 |
| GASTOS FINANCIEROS | 1.315.741,35 | 7.372.221,64 |
| >GASTOS TOTAL..... | 12.908.160,84 | 138.044.507,57 |
| >RESULTADO DE OPERACION..... | 5.879.420,44 | 54.653.336,27 |

Estados Financieros Agosto 2012

Repuestos para Camiones Belén S.A.

Balance General

AL 31/08/2012

ACTIVOS

ACTIVO CIRCULANTE

| | |
|-----------------------|----------------|
| CAJAS | 67.912.315,96 |
| BANCOS | (4.987.249,48) |
| CUENTAS POR COBRAR | 99.387.958,94 |
| RESERVA P/INCOBRABLES | 5.822.898,05 |
| GASTOS PREPAGADOS | 4.928.530,49 |
| INVENTARIOS | 105.596.361,04 |

TOTAL ACTIVO CIRCULANTE

| |
|----------------|
| 278.660.815,00 |
|----------------|

ACTIVO FIJO

| | |
|--------------------------------|----------------|
| MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA | 6.466.856,21 |
| DEPREC. ACUM. MOB. Y EQUIPO | (2.323.215,39) |
| VEHICULOS | 59.115.955,77 |
| DEPREC. ACUM. VEHICULOS | (6.752.371,72) |

TOTAL ACTIVO FIJO

| |
|---------------|
| 56.507.224,87 |
|---------------|

OTROS ACTIVOS

| | |
|----------------------|------------|
| DERECHOS TELEFONICOS | (4.459,00) |
|----------------------|------------|

TOTAL OTROS ACTIVOS

| |
|------------|
| (4.459,00) |
|------------|

TOTAL ACTIVOS

| |
|----------------|
| 335.163.580,87 |
|----------------|

PASIVOS

PASIVO CORTO PLAZO

| | |
|---------------------------|----------------|
| CUENTAS POR PAGAR | 156.074.689,64 |
| IMPUESTO S/VENTAS | 334.415,84 |
| RETENCIONES | 832.928,05 |
| GASTOS ACUMULADOS P/PAGAR | 10.949.918,18 |

TOTAL PASIVO CORTO PLAZO

| |
|----------------|
| 168.191.951,71 |
|----------------|

PASIVO LARGO PLAZO

| | |
|---------------------------|---------------|
| DOCUMENTOS POR PAGAR L.P. | 55.086.332,83 |
|---------------------------|---------------|

| | | |
|-----------------------------------|---------------|----------------|
| TOTAL PASIVO LARGO PLAZO | | 55.086.332,83 |
| TOTAL PASIVOS | | 223.278.284,54 |
| <u>PATRIMONIO</u> | | |
| CAPITAL SOCIAL | 5.400.000,00 | |
| UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS | 46.975.886,36 | |
| RESULTADO DEL PERIODO | 59.509.409,97 | |
| TOTAL PATRIMONIO | | 111.885.296,33 |
| TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO | | 335.163.580,87 |

| Repuestos para Camiones Belén S.A. | | |
|---|----------------------|-----------------------|
| Estado de Resultados Consolidado | | |
| AL 31/08/2012 | | |
| DESCRIPCION | ESTE MES | ACUMULADO |
| INGRESOS | | |
| INGRESOS | 64.402.703,39 | 719.602.421,37 |
| >INGRESOS TOTAL..... | 64.402.703,39 | 719.602.421,37 |
| COSTO DE VENTAS | | |
| Costo mercaderia vendida | 46.620.512,60 | 509.122.386,74 |
| >COSTOS TOTAL..... | 46.620.512,60 | 509.122.386,74 |
| GASTOS | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 12.822.732,84 | 139.691.261,10 |
| GASTOS DE VENTAS | 0,00 | 2.768.591,35 |
| GASTOS SUCURSAL SAN CARLOS | 0,00 | 1.035.166,32 |
| GASTOS FINANCIEROS | 103.384,25 | 7.475.605,89 |
| >GASTOS TOTAL..... | 12.926.117,09 | 150.970.624,66 |
| >RESULTADO DE OPERACION..... | 4.856.073,70 | 59.509.409,97 |

Estados Financieros Setiembre 2012

| Repuestos para Camiones Belén S.A. | | |
|---|----------------|-----------------------|
| Balance General | | |
| AL 30/09/2012 | | |
| <u>ACTIVOS</u> | | |
| <u>ACTIVO CIRCULANTE</u> | | |
| CAJAS | | |
| BANCOS | | |
| CUENTAS POR COBRAR | | |
| RESERVA P/INCOBRABLES | | |
| GASTOS PREPAGADOS | | |
| INVENTARIOS | | |
| TOTAL ACTIVO CIRCULANTE | 256.205.853,39 | |
| <u>ACTIVO FIJO</u> | | |
| MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA | | |
| DEPREC. ACUM. MOB. Y EQUIPO | | |
| VEHICULOS | | |
| DEPREC. ACUM. VEHICULOS | | |
| TOTAL ACTIVO FIJO | 50.880.719,31 | |
| <u>OTROS ACTIVOS</u> | | |
| DERECHOS TELEFONICOS | | |
| TOTAL OTROS ACTIVOS | (4.459,00) | |
| TOTAL ACTIVOS | | 307.082.113,70 |
| <u>PASIVOS</u> | | |
| <u>PASIVO CORTO PLAZO</u> | | |
| CUENTAS POR PAGAR | | |
| IMPUESTO S/VENTAS | | |
| RETENCIONES | | |
| GASTOS ACUMULADOS P/PAGAR | | |
| TOTAL PASIVO CORTO PLAZO | 164.146.137,04 | |
| <u>PASIVO LARGO PLAZO</u> | | |
| DOCUMENTOS POR PAGAR L.P. | | |
| TOTAL PASIVO LARGO PLAZO | 54.888.183,43 | |

| | |
|-----------------------------------|----------------|
| TOTAL PASIVOS | 219.034.320,47 |
| <u>PATRIMONIO</u> | |
| CAPITAL SOCIAL | |
| UTILIDADES NO DISTRIBUIDAS | |
| RESULTADO DEL PERIODO | |
| TOTAL PATRIMONIO | 88.047.793,23 |
| TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO | 307.082.113,70 |

| Repuestos para Camiones Belén S.A. | | |
|---|----------------------|-----------------------|
| Estado de Resultados Consolidado | | |
| AL 30/09/2012 | | |
| DESCRIPCION | | ACUMULADO |
| INGRESOS | | |
| INGRESOS | 62.790.973,39 | 779.393.394,76 |
| >INGRESOS TOTAL..... | 62.790.973,39 | 779.393.394,76 |
| COSTO DE VENTAS | | |
| Costo mercaderia vendida | 48.836.988,79 | 557.959.375,53 |
| >COSTOS TOTAL..... | 48.836.988,79 | 557.959.375,53 |
| GASTOS | | |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 8.592.219,16 | 148.283.480,26 |
| GASTOS DE VENTAS | 213.839,00 | 2.982.430,35 |
| GASTOS SUCURSAL SAN CARLOS | 0,00 | 1.035.166,32 |
| GASTOS FINANCIEROS | 826.325,61 | 8.301.931,50 |
| >GASTOS TOTAL..... | 9.632.383,77 | 160.603.008,43 |
| >RESULTADO DE OPERACION..... | 4.321.600,83 | 60.831.010,80 |

ANEXO N°13: Políticas de crédito y cobro de la empresa Repuestos para Camiones Belén S.A.

03 Septiembre 2012.

Estimados señores,

Nos dirigimos a ustedes para agradecerles el tiempo que como empresa han mantenido la relación comercial con nuestro equipo de trabajo, dándonos un crecimiento continuo y asertivo del servicio.

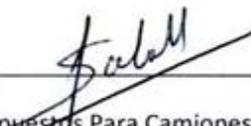
Hoy en día las políticas de crédito han empezado a ocasionar un cambio drástico en nuestro funcionamiento diario, por lo que deseamos informales que estaremos trabajando de la siguiente forma:

- 1) El tiempo estimado para el crédito será treinta días, únicamente será justificado si existe una negociación donde el tiempo inicial podría variar a 45 días o un máximo de 60 días.
- 2) Los créditos empezaran a ser regulados por montos y días de vencimientos, si en caso de encontrarse su cuenta vencida a mas de 30 días, necesitaremos que se comuniqué con nosotros de lo contrario su cuenta permanecerá bloqueada y no se podrá realizar el despacho de la mercadería.
- 3) Se mantendrá la política del descuento de pronto pago siempre y cuando NO llegue la cuenta al vencimiento, es decir se realizara un 15% antes de 20 días y un 10% hasta el día 30.
- 4) Existirá un cobro de intereses que se estará implementando con este cambio a partir del vencimiento mayor a 40 días en un porcentaje de 3% y en caso de llegar a mas de 60 días se estaría aplicando un 5% adicional.

Es importante comprender que lo hacemos por una situación de mejoras al servicio ya que deseamos aumentar las posibilidades que usted como cliente desearía.

Nos despedimos de ustedes agradeciendo toda la ayuda que nos puedan brindar y quedamos a sus órdenes para cualquier consulta.

Atentamente,


Gerencia. Repuestos Para Camiones Belén SA